CONSUMO ESPAÑA 2024

LA INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO DE COMPRA DE LOS ESPAÑOLES

Análisis de 9 sectores de la distribución:
Electro y tecnología, dispositivos móviles, gaming, muebles, cocina, descanso, reformas, deportes y óptica.

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.

06 **Aspectos generales y tendencias en el consumo y la distribución**

06 **Consumo**

06 Productos comprados
07 Gasto medio realizado
08 Intención de compra
09 Gasto medio previsto

11 **Comercio**
11 Canal preferido de compra
12 Aspectos mas valorados de cada tipo de canal
15 Financiacion como alternativa de pago
17 Ecommerce: logística y devoluciones

21 **La inteligencia artificial**
21 Impacto e implementación de la IA en el proceso de compra
23 Ofertas de las empresas basadas en IA
25 Chatbot y confianza en las decisiones basadas en IA
27 Preocupaciones sobre el impacto de la IA
29 Percepción sobre el futuro de la IA

30 **Conclusiones**

38 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares.

Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privi-

legiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas, las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de los que leemos en la prensa y que

vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno?.

Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

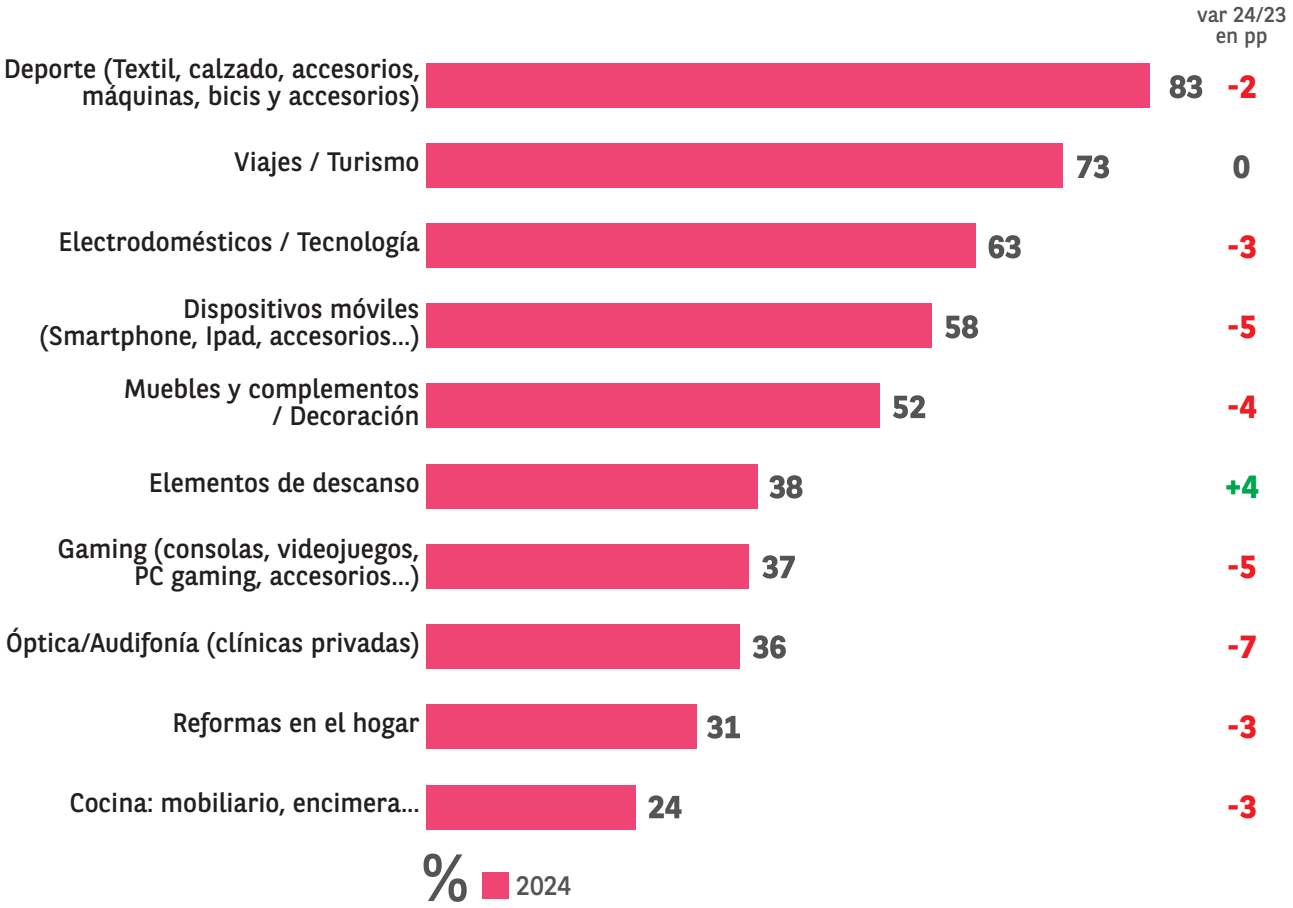
Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

ASPECTOS GENERALES Y TENDENCIAS EN EL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN

CONSUMO

PRODUCTOS COMPRADOS

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algunos de los productos/servicios que encuentras en la siguiente lista?
(% respuesta única: sí - no por productos)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Al contrario que el año anterior, en 2024 desciende el porcentaje de compradores en todos los sectores analizados, con la excepción de elementos de descanso que crece 4 puntos.

Los productos más adquiridos por los consumidores españoles en los últimos 12 meses han sido los relacionados con el deporte, los viajes, los electrodomésticos/tecnología y los dispositivos móviles.

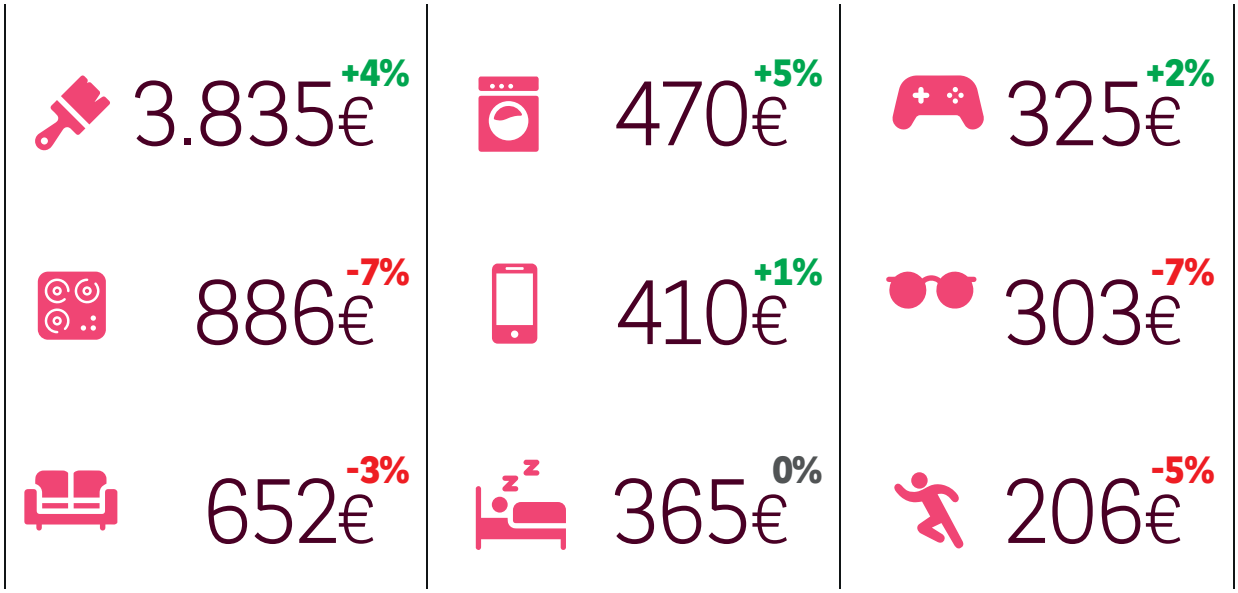
Si segmentamos por edad, en las compras de productos deportivos que descienden 2 puntos porcentuales respecto al año anterior, destacan ligeramente los consumidores con edades entre los 35 y 44 años, con un 88% de menciones frente al 83% de la media.

Los más viajeros también han sido aquellos entre los 35 y 44 años con un 78% de menciones, y 5 puntos por encima de la media.

Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan por encima de la media en las compras realizadas en el sector electro (65% vs 63% media),y los más jóvenes entre los 18 y 24 años en la adquisición de dispositivos móviles (62% vs 58% media).

GASTO MEDIO REALIZADO

¿Qué gasto has realizado en los siguientes productos y servicios comprados en los últimos 12 meses?
(Gasto medio en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Se observan ligeros incrementos en el gasto medio realizado en sectores como electrodomésticos con un gasto medio de 470€ y un crecimiento del 5% respecto a 2023.

Le sigue el sector reformas con un gasto medio de 3.835€ y un crecimiento del 4% respecto al año anterior y el sector gaming y dispositivos móviles con aumentos del 2% y el 1% respectivamente.

El desembolso más elevado se ha dado en el sector reformas con alrededor de 3.800€. Le sigue el gasto realizado en muebles de cocina y accesorios con 886€ (-7% vs 2023), y en el sector muebles y complementos con 652€ (-3%). El resto de los sectores analizados presentan desembolsos por debajo de los 500€.

Si realizamos una segmentación por tramos de edad,

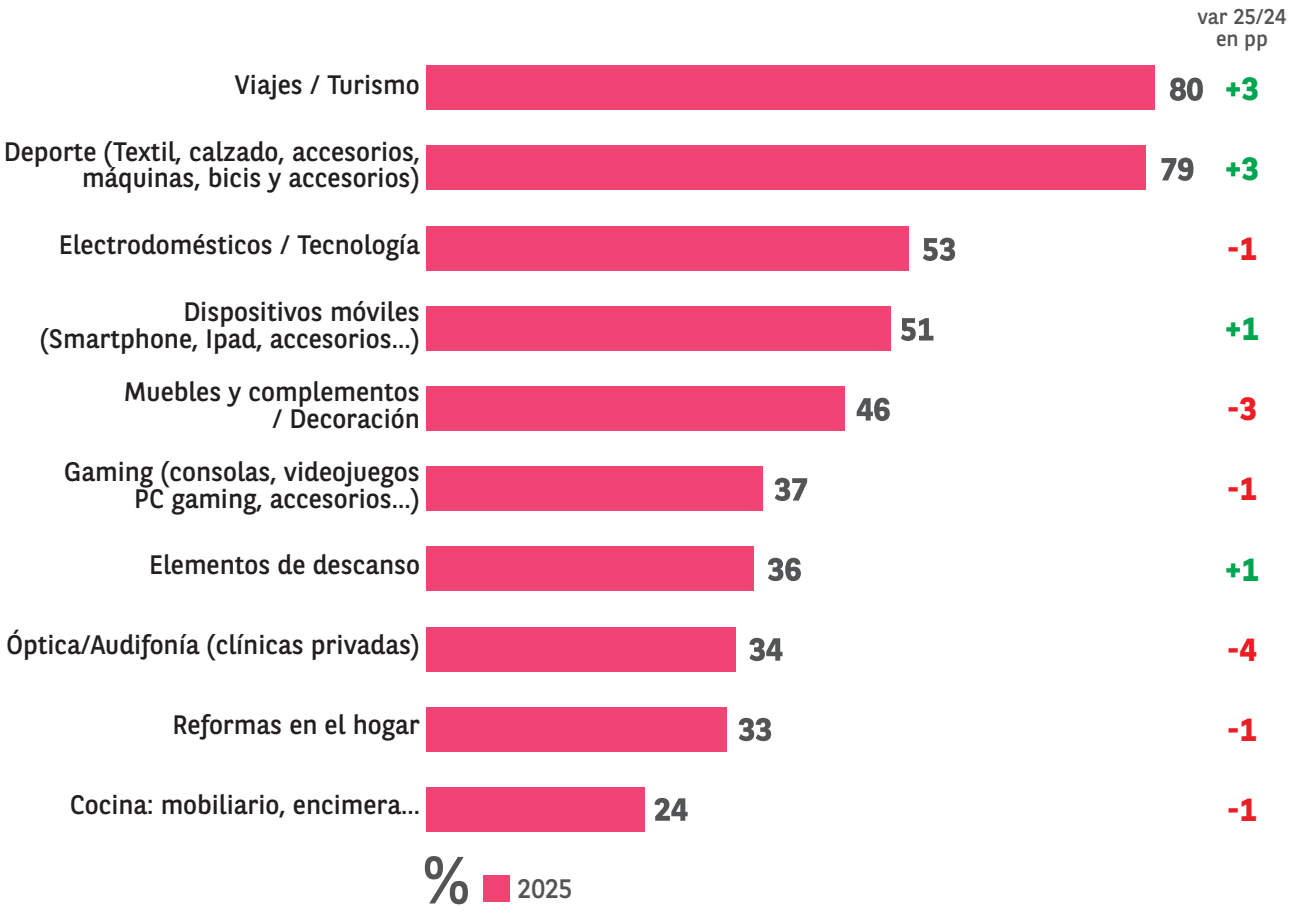
observamos que los consumidores mayores de 45 años se sitúan por encima de la media en los gastos realizados en los sectores de electrodomésticos y tecnología (541€, un 15% más que la media), reformas (4.944€ vs 3.835€ media), muebles de cocina (1.424€ vs 886€ media), óptica (402€ vs 303€ media) y en elementos de descanso (447€, un 22% más que la media).

Los consumidores con edades entre los 35 y 44 años han gastado más que la media en sus compras de muebles y complementos, realizando un desembolso medio de 725€ un 11% más que la media.

Por último, los jóvenes entre los 18 y 24 años han realizado un mayor desembolso en los productos relacionados con el gaming (448€ vs 324€ media), dispositivos móviles (443€, un 8% más que la media) y en deportes con un gasto medio realizado de 246€ vs 206€ de la media de españoles.

INTENCIÓN DE COMPRA

¿Tienes intención de adquirir alguno de los siguientes productos/servicios en los próximos 12 meses?
(% respuesta única: sí - no por productos)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más importante a destacar es que a diferencia del año anterior, no se observa un crecimiento de las intenciones de compra manifestadas en todos los sectores analizados. Sólo crecen los viajes y los productos deportivos, con 3 puntos porcentuales más que las declaraciones del año pasado, y los dispositivos móviles y elementos de descanso, con un ligero aumento de 1 punto.

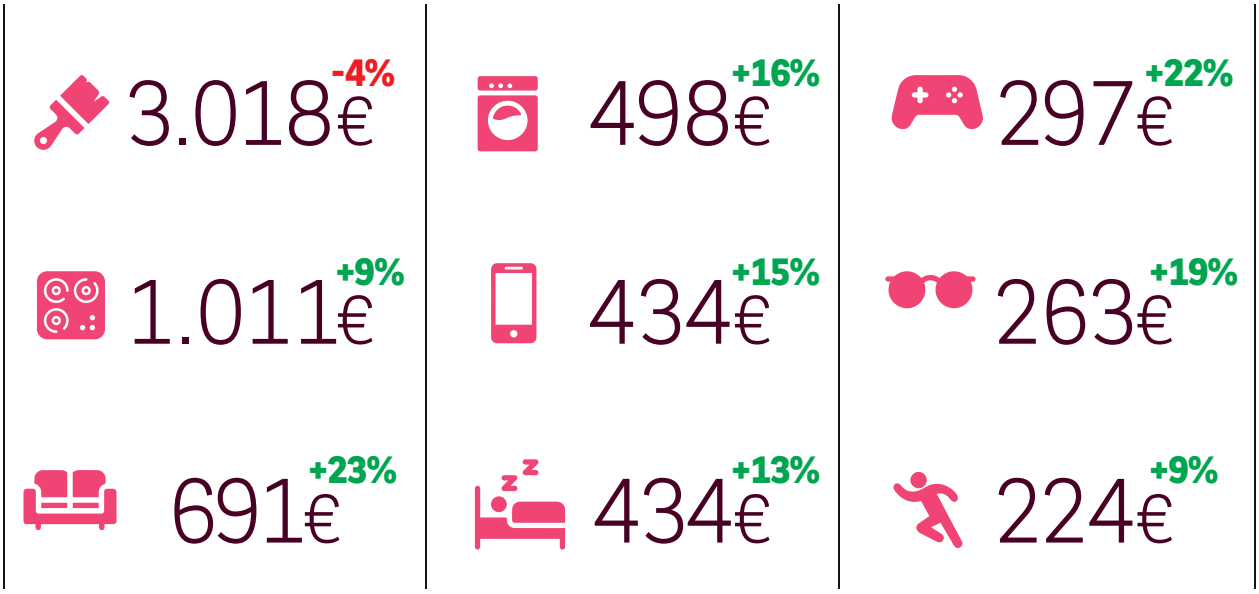
El mayor porcentaje de intención de compra para los próximos 12 meses se observa en los sectores de viajes y deportes con un 80% y 79% de menciones respectivamente.

Le siguen las intenciones de compra manifestadas para electrodomésticos y tecnología con un 53% de menciones y las destinadas a dispositivos móviles y muebles/complementos con un 51% y 46% de menciones respectivamente. El resto de los sectores muestran intenciones de compra por debajo del 40%.

Si realizamos una segmentación por edad, los consumidores entre los 25 y 34 años son los que muestran más ganas de consumir, destacando por encima de la media en la mitad de los sectores analizados.

GASTO MEDIO PREVISTO

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras en los siguientes productos y servicios en los próximos 12 meses?
(Gasto medio en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Aunque el porcentaje de consumidores con ganas de consumir en los diferentes sectores no crece en todos los sectores analizados, el gasto medio previsto para dichas compras muestra un crecimiento respecto al año anterior en todas las categorías excepto en reformas, aunque será en el que mayor desembolso realicen los españoles con un gasto medio previsto de unos 3.018€.

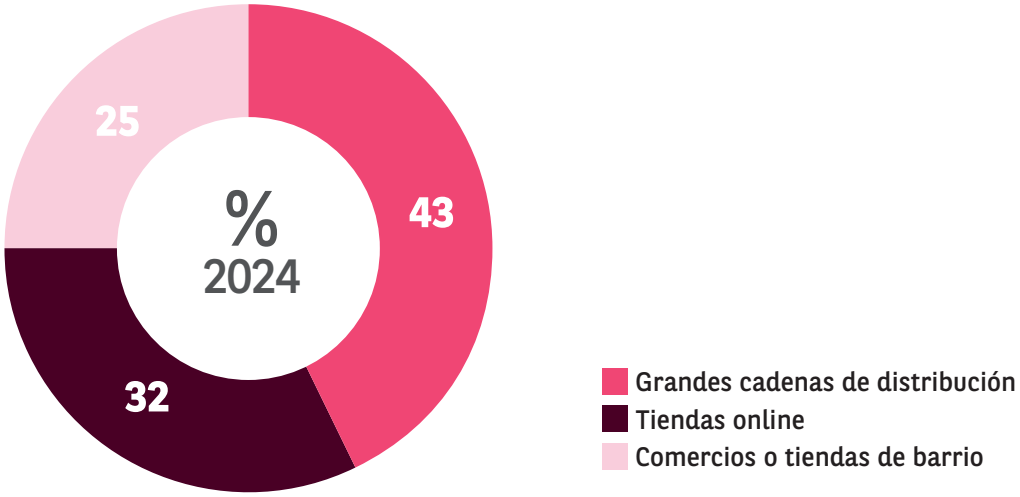
Los muebles de cocina ocupan el segundo lugar con algo más de 1.000€ de gasto medio previsto para el 2025 y un crecimiento del 9%. Le siguen los muebles y complementos, con un importante aumento del 23% en el gasto medio previsto que ascenderá a casi 700€ de media.

Aquellos que tienen pensado comprar electrodomésticos destinarán alrededor de quinientos euros (498€, +16%) y los que adquirirán elementos de descanso se gastarán unos 434€ (+13%), al igual que los que compraran dispositivos móviles (434€, +15%). El resto de los gastos previstos se encuentran por debajo de los 400€.

COMERCIO

CANAL PREFERIDO DE COMPRA

Con independencia del producto que vayas a comprar, ¿dónde prefieres hacer la compra?
(% respuesta única)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En los años anteriores formulábamos esta pregunta referente sólo a las tiendas físicas, dando las opciones de comercio de proximidad frente a las grandes cadenas de distribución, siendo estas últimas las preferidas por los consumidores de manera general y sin entrar en detalle del tipo de compra o sector.

En esta edición hemos incluido también el canal online, para tener una visión conjunta más global. Al contrario de lo que muchos podrían pensar, el canal online no es el preferido, sino que siguen siendo las grandes cadenas de distribución con un 43% de respuestas.

Las compras por internet son las siguientes con un 32% de menciones y en tercera y última posición están las tiendas de barrio (25%).

Si segmentamos por edades, en el caso de las grandes cadenas de distribución son los consumidores españoles mayores de 45 años los que con un 47% de menciones destacan 4 puntos porcentuales por encima de la media. En las compras online destacan aquellos con edades entre los 35 y 44 años con un 38% de respuestas frente al 32% de la media.

Las tiendas de proximidad presentan porcentajes muy similares en todos los grupos de edad, sin destacar ninguno notablemente por encima del resto.

ASPECTOS MAS VALORADOS DE CADA TIPO DE CANAL

¿Qué es lo que más valoras de los comercios o tiendas de barrio?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)

1	2	3
Cercanía	Trato / amabilidad	Confianza
52% -4	44% +4	39% -1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más valorado por los consumidores que deciden realizar sus compras en tiendas de barrio es la cercanía, aunque mostrando un descenso de 4 puntos respecto al año anterior. El trato recibido en este tipo de tiendas es lo siguiente más mencionado, siendo cada vez más valorado por los consumidores ya que muestra un crecimiento de 4 puntos respecto a las declaraciones del pasado año. El top 3 lo cierra la confianza que tienen los consumidores en los comercios de toda la vida.

El resto de las variables como precio, variedad o garantía, muestran porcentajes bastante inferiores al top 3 y con descensos respecto a lo mencionado el año anterior. Si segmentamos por edades, hay un segmento que destaca claramente por encima del resto en cuanto a la importancia que le dan a la cercanía y al trato recibido en las tiendas de barrio, y es, el de aquellos consumidores mayores de 45 años. En el caso de la cercanía con un 62% de menciones frente al 52% de la media, y en el del trato recibido con un 52% vs 44%.

Y ¿qué es lo que más valoras de las grandes cadenas de distribución?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)

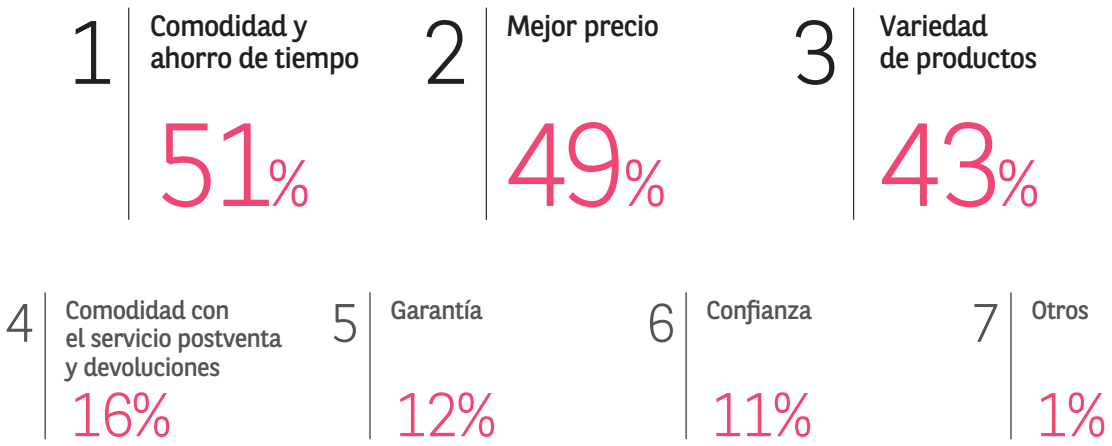
1	2	3
Mejor precio	Variedad	Puedo hacer toda la compra en el mismo establecimiento
51% -6	46% -4	34% -1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más valorado por los consumidores que deciden realizar sus compras en las grandes superficies son el precio, la variedad de productos y el poder comprar todo en el mismo establecimiento. Es importante señalar que en los tres casos se producen descensos respecto a lo mencionado el año anterior, siendo el más notable el del precio que desciende 6 puntos respecto a 2023.

Por edades, los mayores de 45 años que a su vez son el segmento que más compra en estas tiendas, son los que destacan por encima de la media en la valoración de los aspectos mencionados en el top 3 del ranking.

Y, ¿qué es lo que más valoras de las tiendas online?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

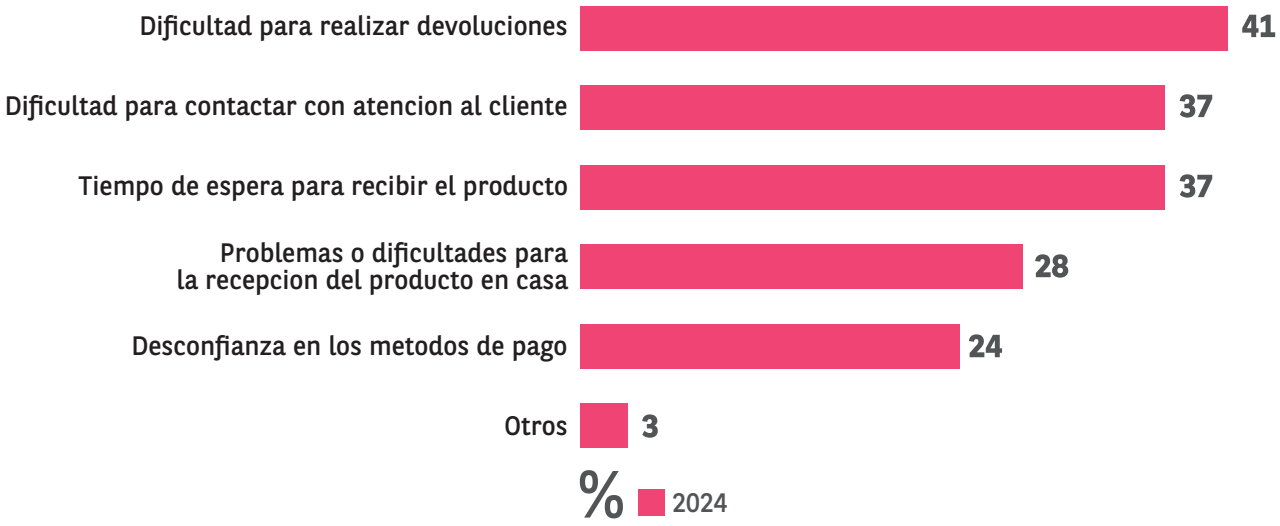
Lo más valorado por los consumidores que realizan compras online es la comodidad y el ahorro de tiempo al no tener que desplazarse a ninguna tienda, así lo manifiesta un 51% de consumidores encuestados. Le sigue muy de cerca el precio con un 49% de menciones y en tercer lugar la variedad de productos con un 43%.

Como podemos observar en el gráfico el resto de variables muestran porcentajes muy inferiores a los mencionados anteriormente.

Por edades, y en referencia a los tres aspectos más valorados por los consumidores, son los mayores de 45 años los que destacan por encima de la media en la valoración de la comodidad y la variedad de productos. Los consumidores entre los 35 y 44 años por su parte son los que más valoran el precio a la hora de realizar sus compras por internet.

Y, ¿cuáles son los aspectos negativos de comprar online?

(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los consumidores también perciben inconvenientes a la hora de realizar sus compras por internet, sobre todo en lo que respecta a la dificultad para hacer devoluciones con un 41% de menciones.

Otros de los problemas más importantes son la dificultad para contactar con los servicios de atención al cliente y el plazo de entrega de los productos, con un 37% de respuestas en ambos casos.

Hace varios años cuando los españoles comenzaron a realizar compras por internet, la desconfianza en los métodos de pago era uno de los principales inconvenientes. En la actualidad sigue siendo algo que les preocupa, pero en menor medida, ya que sólo un 24% lo ve como un inconveniente a la hora de comprar online.

En referencia al top 3 de los principales inconvenientes mencionados y teniendo en cuenta la segmentación por edades, los consumidores mayores de 45 años son los más críticos con la dificultad para hacer devoluciones y para contactar con atención al cliente, con un 44% (41% media) y un 42% (37% media) de menciones respectivamente.

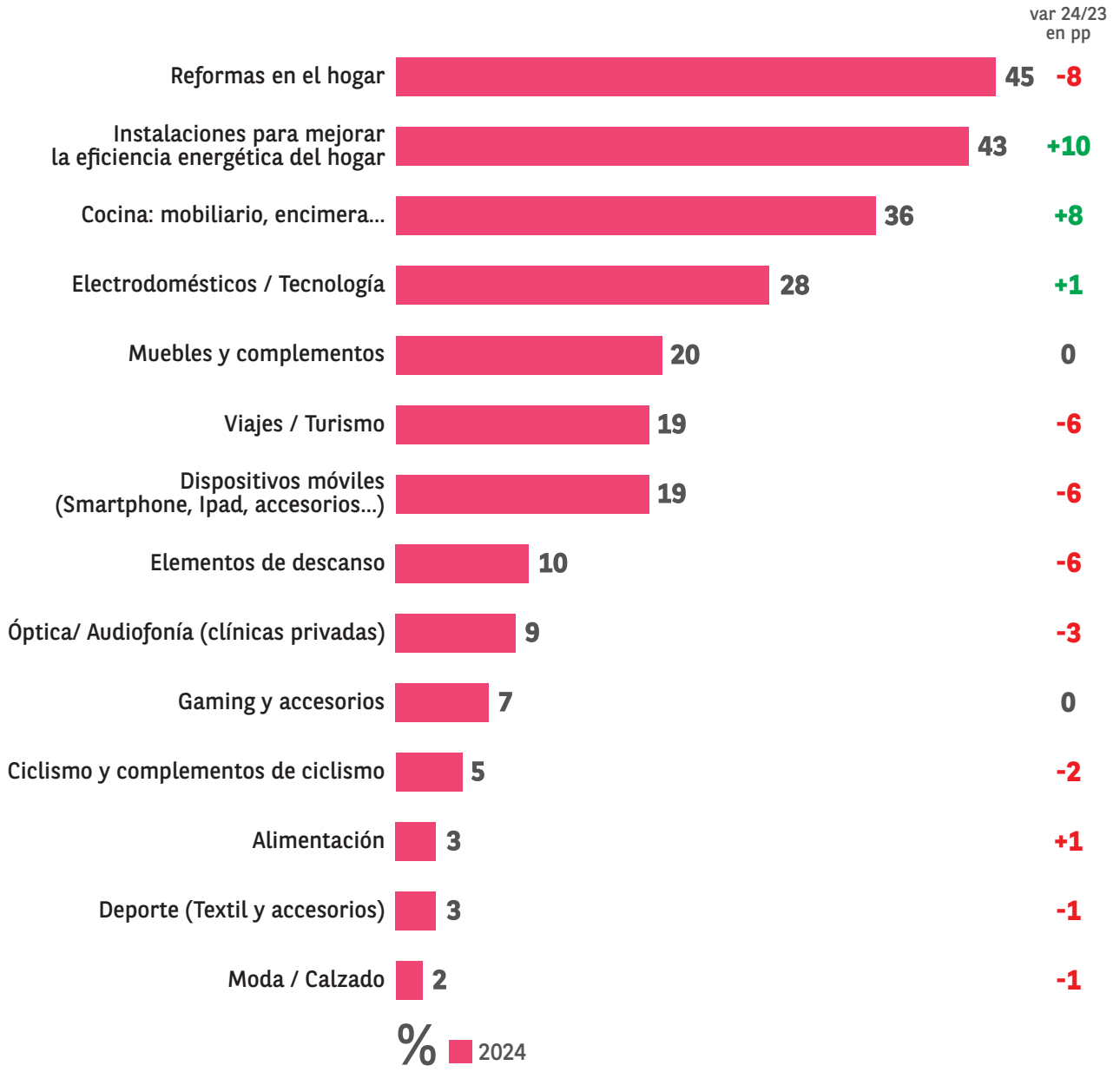
FINANCIACION COMO ALTERNATIVA DE PAGO

¿Considerarías la financiación como una alternativa para adquirir un bien o servicio?
(% respuesta única)

Sí **49%** | var 24/23 en pp **+7**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

¿Para qué tipo de bienes o servicios solicitarías un crédito?
(% respuesta múltiple)



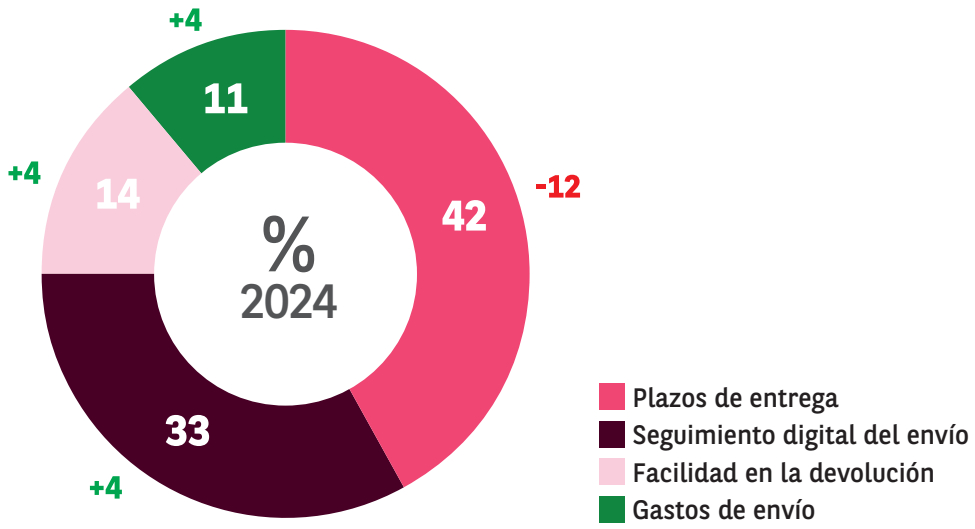
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

5 de cada 10 españoles consideraría la financiación como opción de pago para adquirir un bien o servicio, siendo aquellos consumidores con edades entre los 25 y 34 años los que destacan por encima de la media (52% vs 49% media).

Los principales bienes o servicios para los que considerarían la financiación son: las reformas en el hogar con un 45% de menciones, y los sistemas de eficiencia energética para hacer los hogares más sostenibles con un 43%, que crecen 10 puntos respecto al año anterior.

ECOMMERCE: LOGÍSTICA Y DEVOLUCIONES

¿En qué aspecto/variable has notado una mayor mejora?
(% respuesta única)

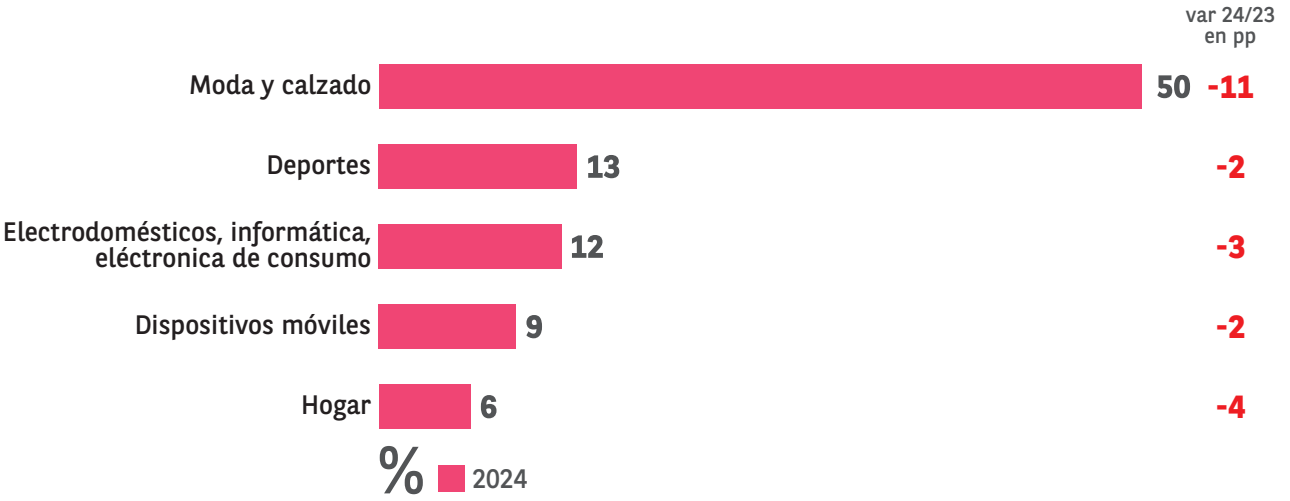


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los consumidores que afirman haber notado una mejoría en los procesos de logística relacionados con sus compras online, la mejora en los plazos de entrega sigue siendo lo más mencionado, pero mostrando un importante descenso de 12 puntos respecto al año anterior. La mejora en el seguimiento digital del envío con un 33% de menciones es la segunda opción con más respuestas obtenidas, mostrando un crecimiento de 4 puntos.

El 44% de los consumidores que ha realizado alguna compra por internet ha tenido que realizar alguna devolución, mostrando un ligero aumento de 2 puntos respecto al año anterior.

¿Qué producto o servicio has tenido que devolver o cancelar en los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

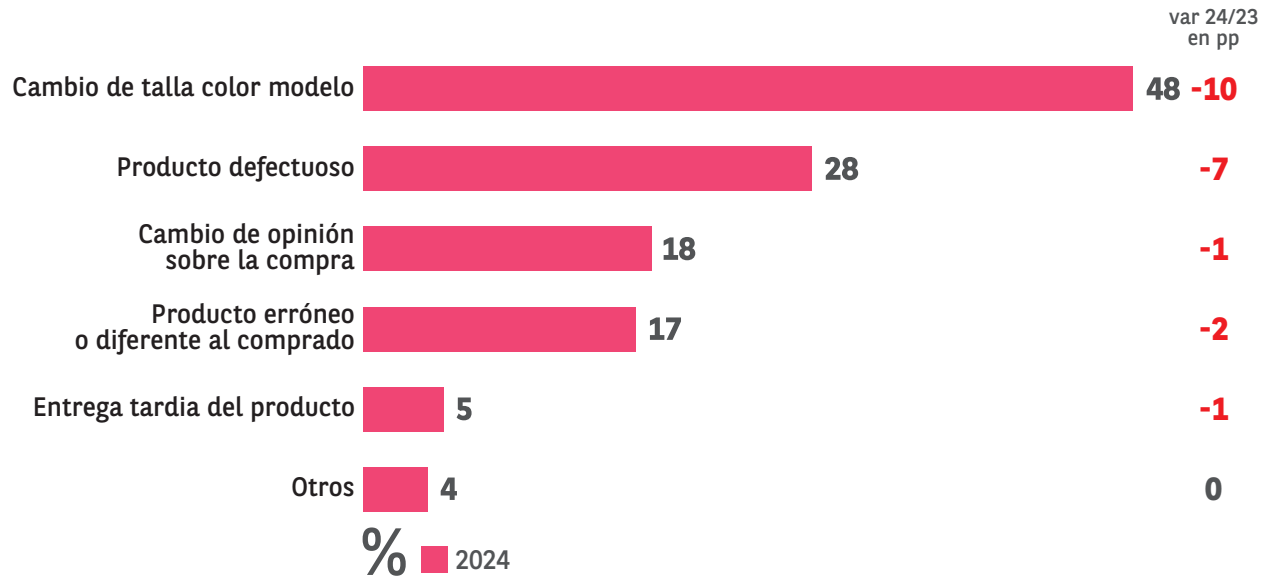


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En general, hay que señalar que todos los porcentajes de devoluciones referentes al top 5 descienden respecto al año anterior.

Las devoluciones realizadas en el sector moda y calzado son las mas numerosas con un 50% de menciones, mostrando un importante descenso de 11 puntos respecto a 2023.

¿Cuáles fueron los motivos para realizar la devolución?
(% respuesta múltiple)

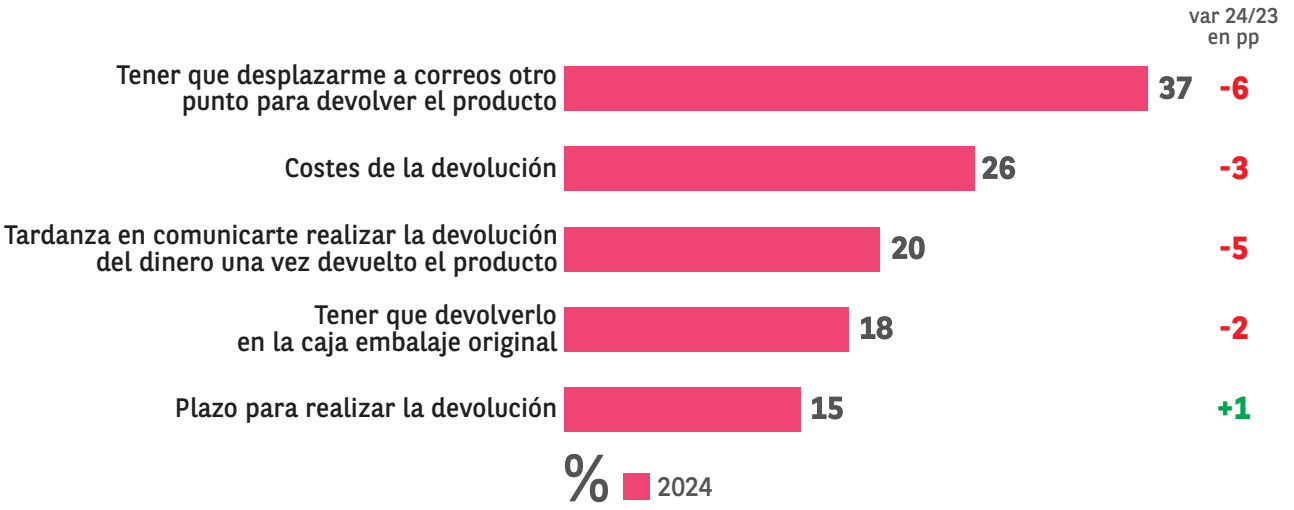


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El porcentaje de todos los motivos principales de devolución declarados por los consumidores descienden respecto al año pasado.

El porcentaje de devoluciones de productos de moda y calzado es el más elevado, era de esperar que el motivo más mencionado sea el cambio de talla, color o modelo, con un 48% de respuestas, aunque con un descenso de 10 puntos.

En tu experiencia/s a la hora de realizar la devolución, de los siguientes aspectos ¿Cuál consideras que ha sido el más negativo o el mayor problema a la hora de realizar dicha devolución?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

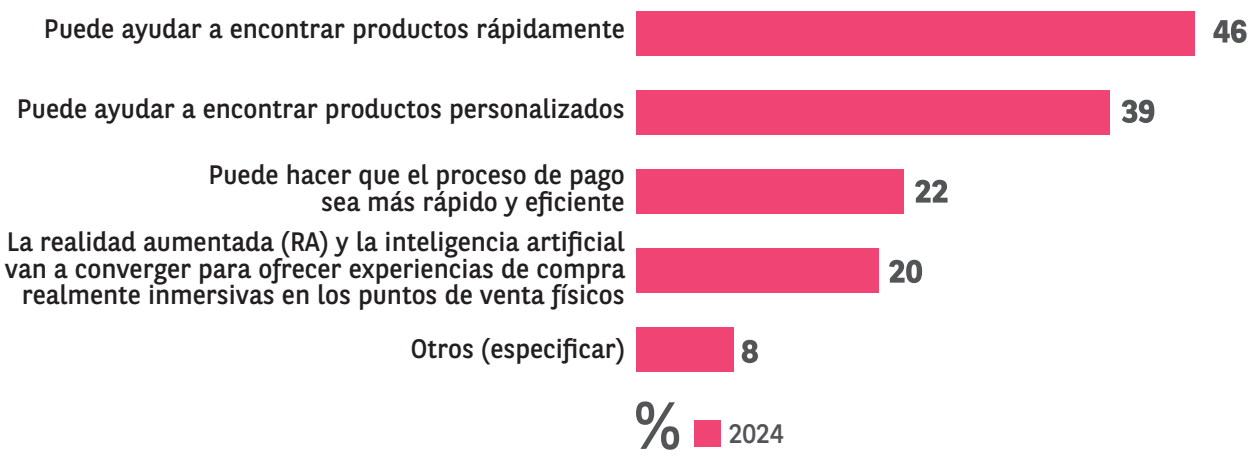
En general, se percibe una cierta mejora en los aspectos más negativos a la hora de tener que realizar devoluciones, ya que prácticamente el porcentaje de menciones de todos ellos descienden respecto a 2023.

El tener que desplazarse a correos o a un punto de recogida/devolución es el mayor problema para los consumidores.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

IMPACTO E IMPLEMENTACIÓN DE LA IA EN EL PROCESO DE COMPRA

¿Cómo cree que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)?
(% respuesta múltiple)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

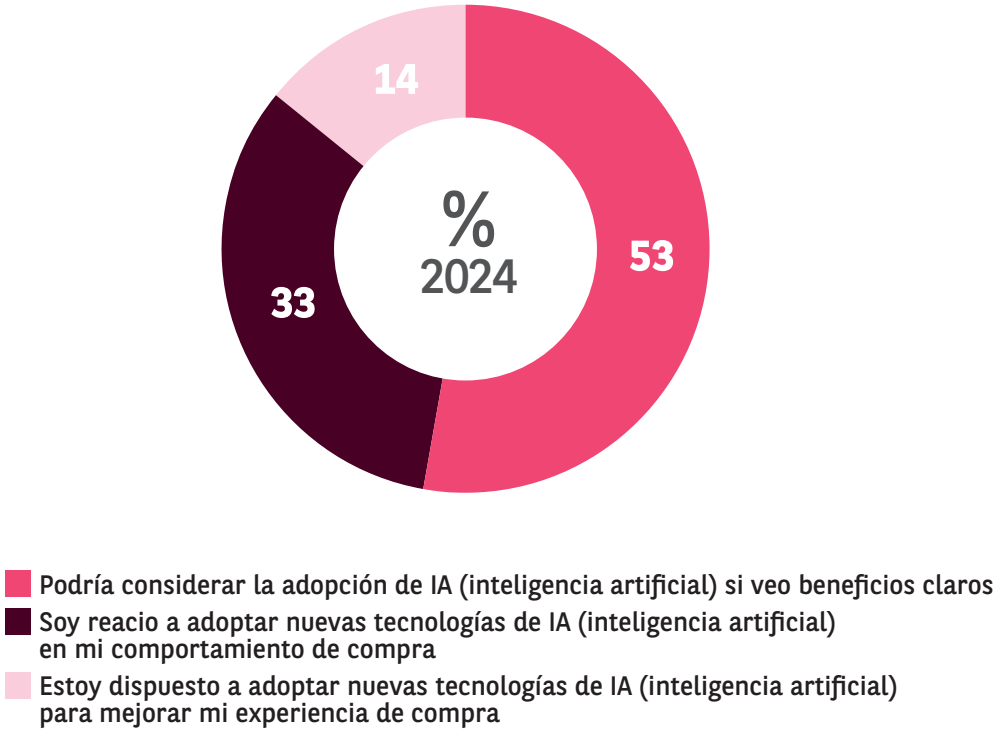
La mayoría de los consumidores considera que la principal característica de la IA es que les puede ayudar a encontrar productos de manera rápida y también personalizados, así lo manifiestan un 46% y un 39% respectivamente.

Un 22% opina que esta nueva tecnología puede hacer que el proceso de pago sea más rápido y eficiente, destacando notablemente por encima de la media los consumidores con edades entre los 25 y 34 años con un 29% de menciones.

Por su parte, un 20% va más allá y tiene claro que la inteligencia artificial junto con la realidad aumentada va a converger para ofrecer experiencias de compra realmente inmersivas en las tiendas físicas. En este sentido, son los consumidores más jóvenes los que lo tienen más claro con un 27% de respuestas.

¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras?

(% respuesta única)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

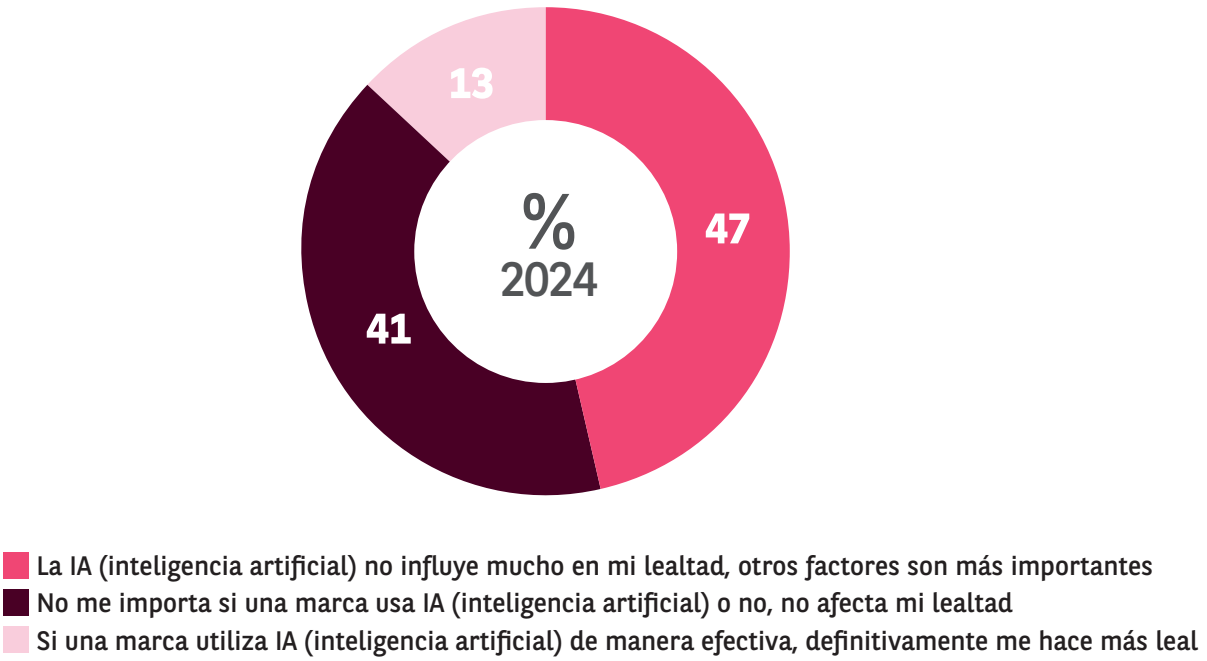
Sólo el 14% de los españoles declara estar dispuesto a implementar nuevas tecnologías de IA para mejorar su experiencia de consumo, destacando claramente los más jóvenes entre 18 y 24 años con un 28% de menciones. Por el contrario, los consumidores más veteranos (mayores de 45 años) se muestran más reacios con sólo un 9% de respuestas.

El 33% muestra su claro rechazo hacia adoptar estas nuevas tecnologías en su comportamiento de consumo, siendo los mayores de 45 años los que más claro lo tienen (39%).

Algo más de la mitad de los españoles encuestados, podría considerar la adopción de la IA siempre y cuando obtuvieran un beneficio claro.

OFERTAS DE LAS EMPRESAS BASADAS EN IA

¿La implementación de IA (inteligencia artificial) por parte de una marca influye en tu lealtad hacia ella?
(% respuesta única)



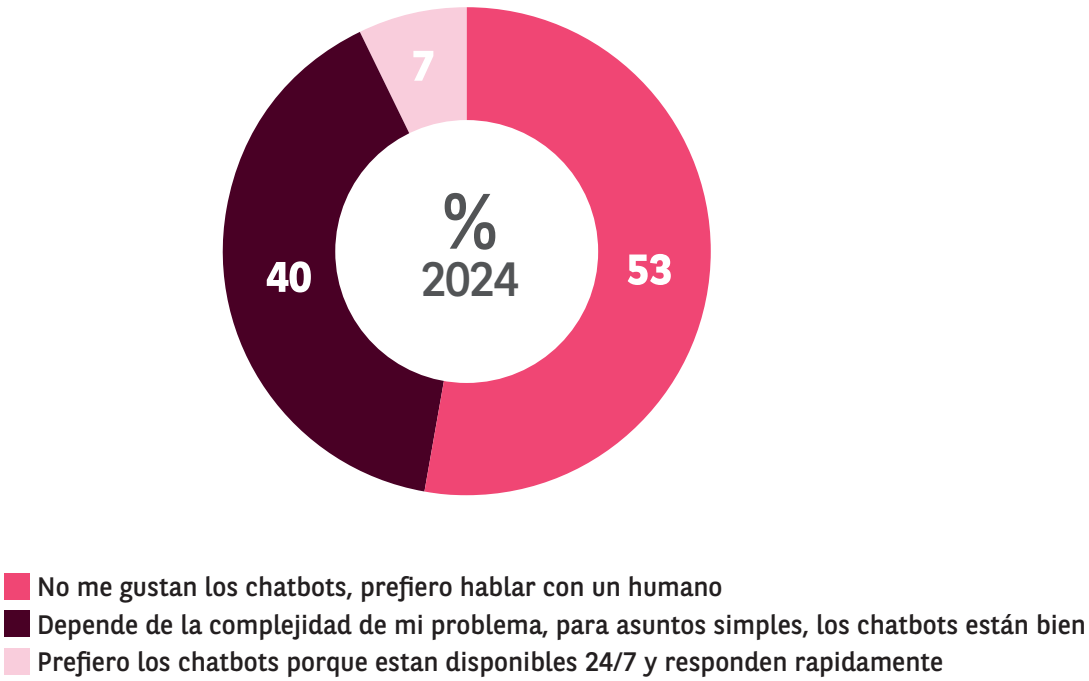
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo que está claro es que por el momento el que una empresa o marca utilice la inteligencia artificial no influye en la lealtad de los consumidores hacia la misma, así lo manifiestan 9 de cada 10.

Sólo el 13% de los españoles afirma que, si una marca utiliza la IA de manera efectiva, definitivamente les hace más leal hacia ella. Una vez más, son los consumidores más jóvenes los que se muestran totalmente entregados a esta nueva tecnología con un 24% de menciones.

CHATBOT Y CONFIANZA EN LAS DECISIONES BASADAS EN IA

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA (inteligencia artificial) para resolver consultas de servicio al cliente?
(% respuesta única)



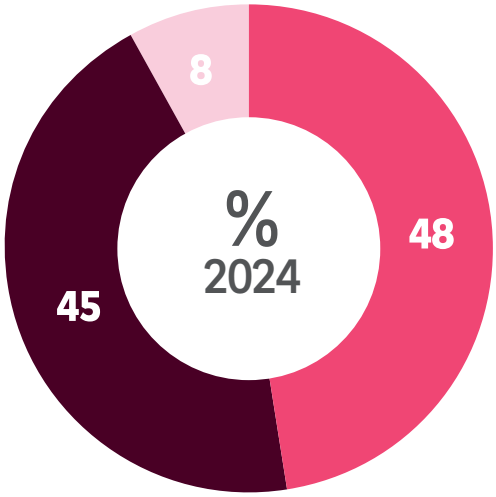
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los españoles preferimos realizar nuestras consultas con un servicio de atención al cliente en el que interactuemos con otra persona, así lo manifiestan el 53% de encuestados, destacando claramente por encima de la media los mayores de 45 años con un 63% de menciones.

Sólo el 7% prefiere los *chatbots* porque están disponibles 24 horas y responden rápidamente, siendo los consumidores más jóvenes (18-24 años) los que destacan por encima de la media con un 18% de respuestas.

Por otro lado, encontramos al 40% que dependiendo de la complejidad del problema prefiere uno u otro sistema, si el asunto es simple los *chatbots* les parecen bien.

¿Hasta qué punto confías en las decisiones y sugerencias proporcionadas por sistemas de IA (inteligencia artificial)?
(% respuesta única)



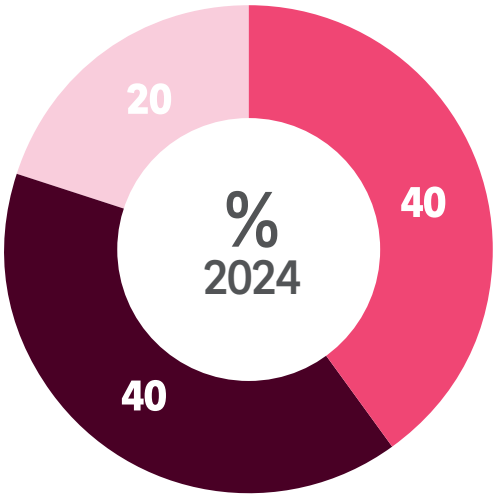
- **Confío completamente en las decisiones de la IA (inteligencia artificial) porque suelen ser precisas**
- **Confío en la IA (inteligencia artificial) para ciertas cosas, pero siempre reviso antes de tomar una decisión final**
- **Prefiero confiar en mi propio juicio en lugar de en las sugerencias de la IA (inteligencia artificial)**

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La confianza en las decisiones de compra proporcionadas por la inteligencia artificial prácticamente divide las opiniones de los consumidores españoles. El 48% afirma confiar plenamente en este sistema pero el 45% tiene dudas confiando solo para ciertas cosas y siempre revisándolo antes de tomar su decisión final, y el 8% prefiere fiarse sólo de su propio juicio.

PREOCUPACIONES SOBRE EL IMPACTO DE LA IA

¿Cuál es tu opinión acerca de la IA (inteligencia artificial) en la seguridad de sus transacciones online?
(% respuesta única)



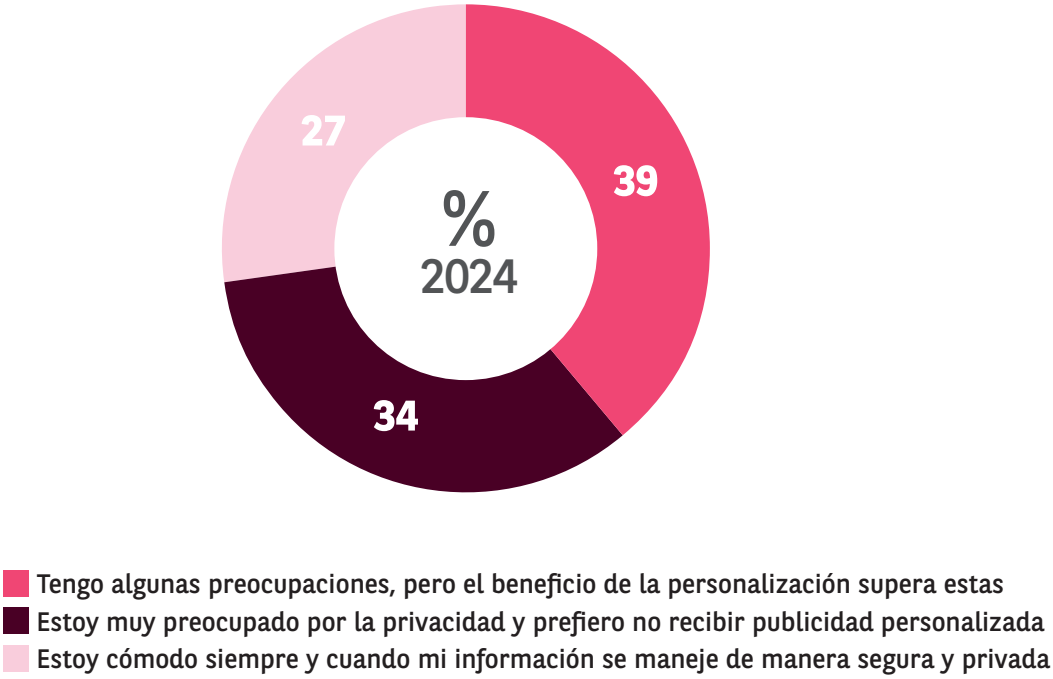
No estoy seguro de cómo la IA (inteligencia artificial) afecta la seguridad de mis transacciones
Prefiero métodos de seguridad tradicionales sin IA (inteligencia artificial)
Confío en que la IA (inteligencia artificial) mejora la seguridad de mis transacciones en línea

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Sólo el 20% de los españoles confía en que la IA mejore la seguridad de las transacciones online, destacando claramente los más jóvenes (18-24 años) con un 29% de menciones.

Pero la realidad, es que la gran mayoría de consumidores no cree que la inteligencia artificial pueda mejorar la seguridad de las transacciones. El 40% afirma que no está seguro de como la IA puede afectar de manera positiva y otro 40% afirma que prefiere los métodos de seguridad tradicionales, destacando por encima de la media los mayores de 45 años con un 44% de menciones.

¿Tienes preocupaciones sobre cómo las empresas utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA (inteligencia artificial)?
(% respuesta única)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

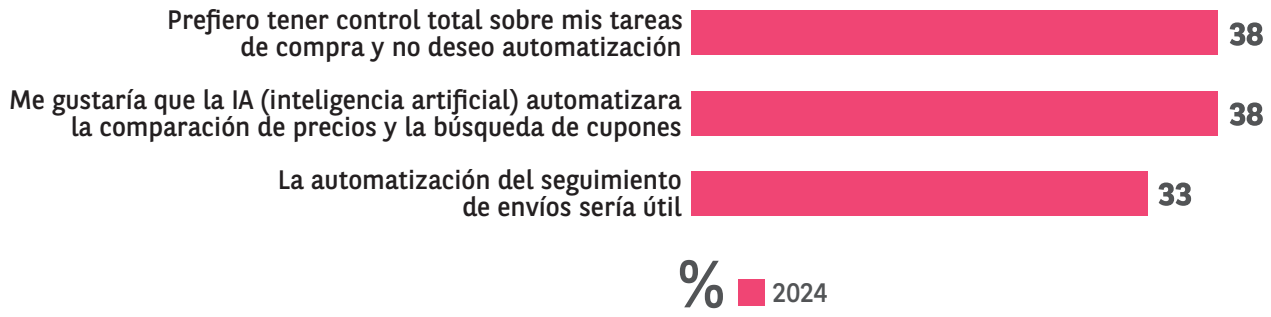
La preocupación por la privacidad de los datos personales y el uso que las empresas les dan a los mismos es algo que tradicionalmente ha preocupado a los consumidores españoles, aunque parece que, con la llegada de la IA y el beneficio de la personalización de los productos, esta preocupación se diluye un poco.

El 34% de los españoles se muestra muy preocupado por su privacidad y prefiere no recibir publicidad personalizada, siendo los consumidores mayores de 45 años los más inseguros en este sentido con un 42% de menciones. Sin embargo, el 39% afirma que, a pesar de tener algunas preocupaciones, el beneficio de la personalización supera las mismas.

Por otro lado, el 27% se siente cómodo siempre que su información se maneje de manera segura y privada. Los más jóvenes (18-24 años) son los que muestran una mayor confianza con un 37% de respuestas obtenidas.

PERCEPCIÓN SOBRE EL FUTURO DE LA IA

¿Qué tareas relacionadas con el consumo te gustaría ver automatizadas por la IA (inteligencia artificial) en el futuro?
(% respuesta múltiple)



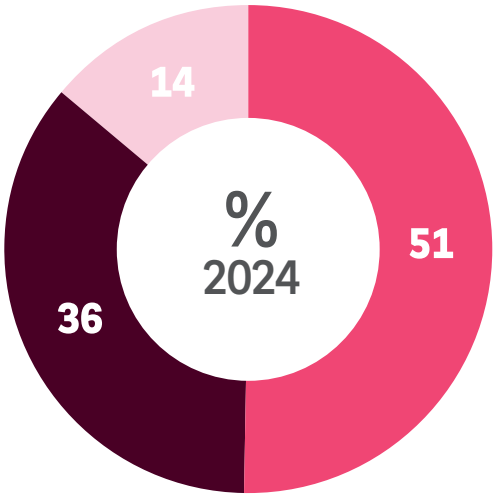
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto al futuro de la IA respecto a la automatización de las tareas relacionadas con el consumo, un 38% de españoles se muestra reacio prefiriendo tener un control total sobre sus decisiones de compra. Los consumidores mayores de 45 años se muestran rotundos en este sentido con un 45% de menciones.

Por otro lado, otro 38% declara que le gustaría que la IA automatizara la comparación de precios y búsqueda de descuentos, siendo los consumidores con edades entre los 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 44% de respuestas.

La automatización del seguimiento de envíos es valorada por un 33% de encuestados.

¿Cómo imaginas que la IA (inteligencia artificial) cambiará tu forma de consumir productos y servicios en los próximos 5 años?
(% respuesta única)



- **No estoy seguro de como la IA cambia las compras pero estoy abierto a las posiblidades**
- **Espero que la IA proporcione una experiencia de compra mas integrada y sin fricciones**
- **Creo que la IA (inteligencia artificial) hará que las compras sean completamente automatizadas y personalizadas**

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La mitad de los consumidores españoles no está seguro de como la inteligencia artificial afectará de aquí a cinco años en su forma de consumir, aunque se muestra abierto a las posibilidades que esta les ofrezca.

El 36% espera que la IA les ofrezca una experiencia de compra más integrada, siendo los consumidores entre 18 y 24 años los más confiados, con un 46% de respuestas.

Sólo el 14% tiene claro que esta nueva tecnología hará que las compras sean completamente automatizadas y personalizadas.

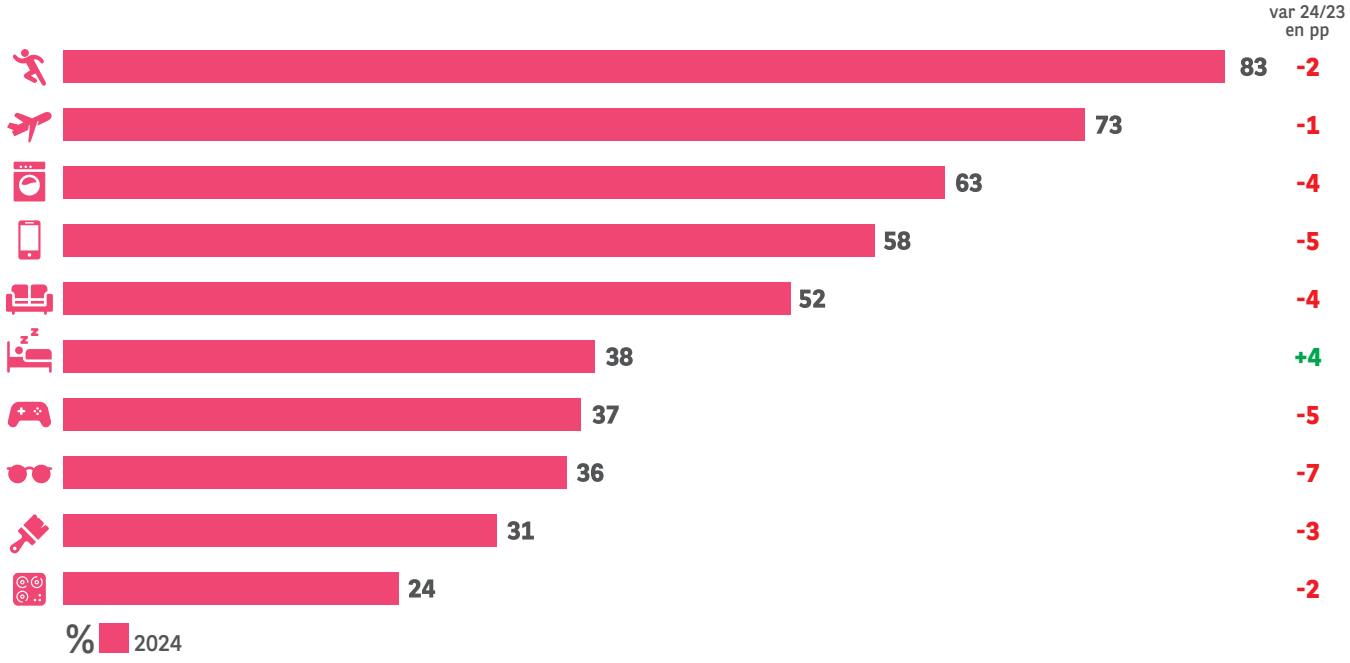
CONCLUSIONES

Consumo en general

Variación en el número de consumidores, por sectores

Al contrario que el año anterior, en 2024 desciende el porcentaje de compradores en todos los sectores analizados, con la excepción de elementos de descanso que crece 4 puntos.

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algunos de los productos/servicios que encuentras en la siguiente lista?
(Respuesta única: sí - no)



Gasto medio

Los gastos que aumentan respecto a 2023, son los de electro y tecnología, reformas y gaming.

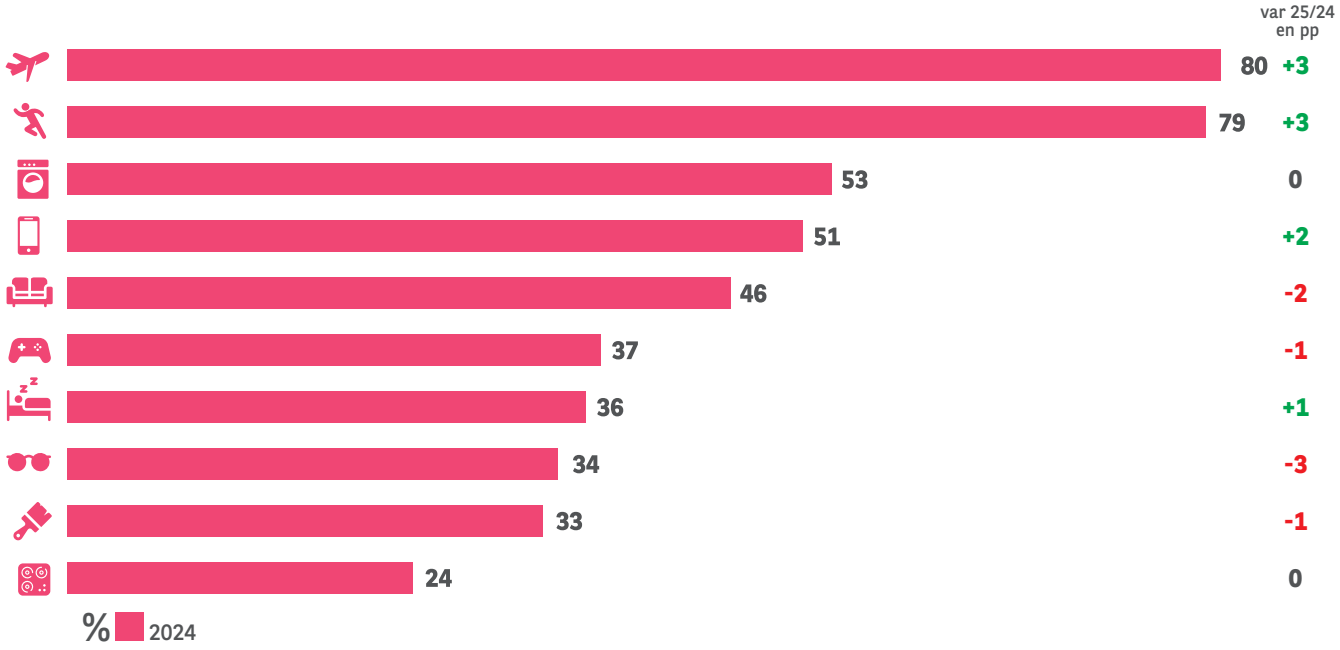
¿Qué gasto has realizado en los siguientes productos y servicios comprados en los últimos 12 meses?
(Gasto medio en €)

3.835€ +4%	470€ +5%	325€ +2%
886€ -7%	410€ +1%	303€ -7%
652€ -3%	365€ 0%	206€ -5%

Intención de compra

Las intenciones de compra más elevadas y con más crecimiento respecto al año anterior son las relativas a viajes y deportes.

¿Tienes intención de adquirir alguno de los siguientes productos en los próximos 12 meses? (Respuesta única: sí - no)

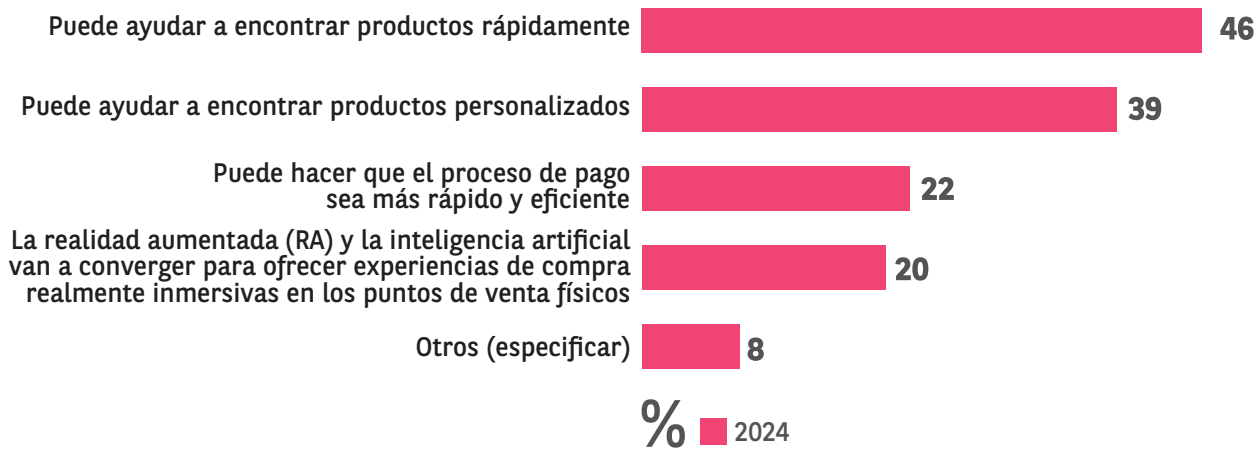


LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL CONSUMO

El impacto de la inteligencia artificial en el proceso de compra

La ayuda para encontrar productos adecuados a la necesidad de compra es lo más valorado.

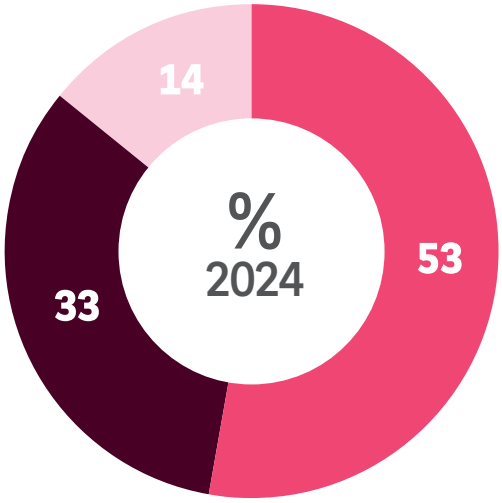
¿Cómo cree que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)?
(% respuesta múltiple)



La implementación de la IA en el proceso de compra

Sólo el 14% de los consumidores se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría.

¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras?
(% respuesta única)

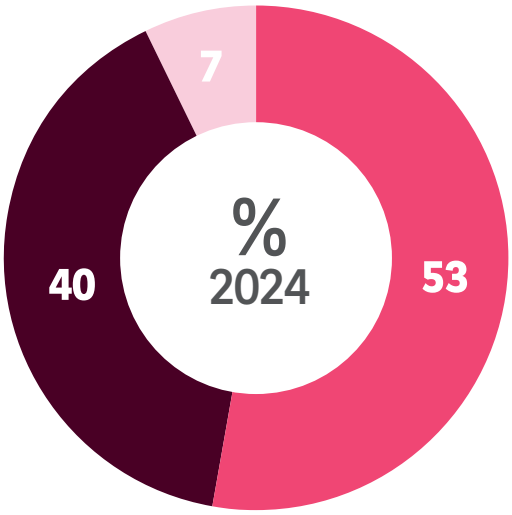


- Podría considerar la adopción de IA (inteligencia artificial) si veo beneficios claros
- Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) en mi comportamiento de compra
- Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) para mejorar mi experiencia de compra

Chatbot impulsados por IA

5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot como medio para realizar sus consultas.

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA (inteligencia artificial) para resolver consultas de servicio al cliente?
(% respuesta única)

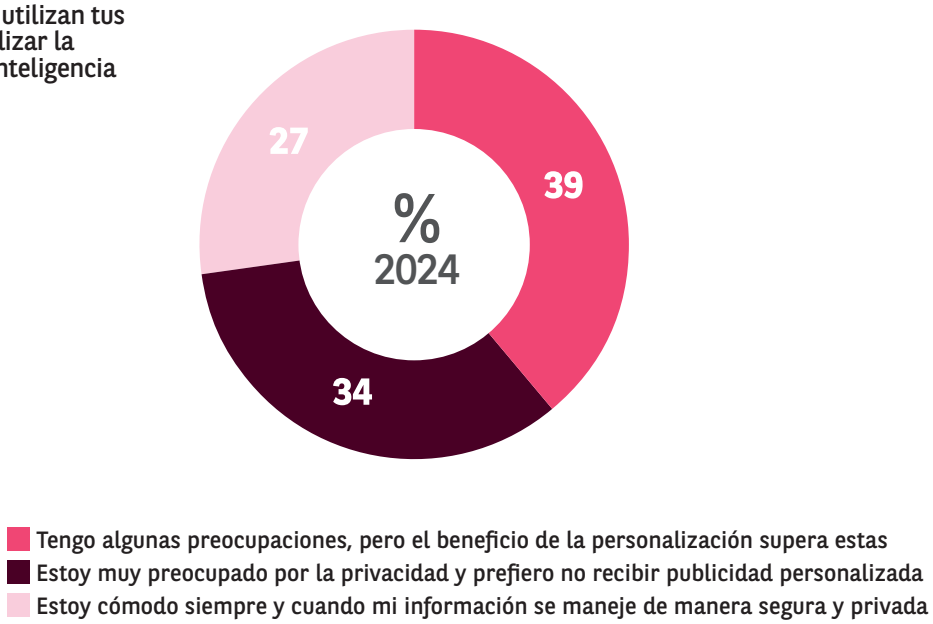


- No me gustan los chatbots, prefiero hablar con un humano
- Depende de la complejidad de mi problema, para asuntos simples, los chatbots están bien
- Prefiero los chatbots porque estan disponibles 24/7 y responden rapidamente

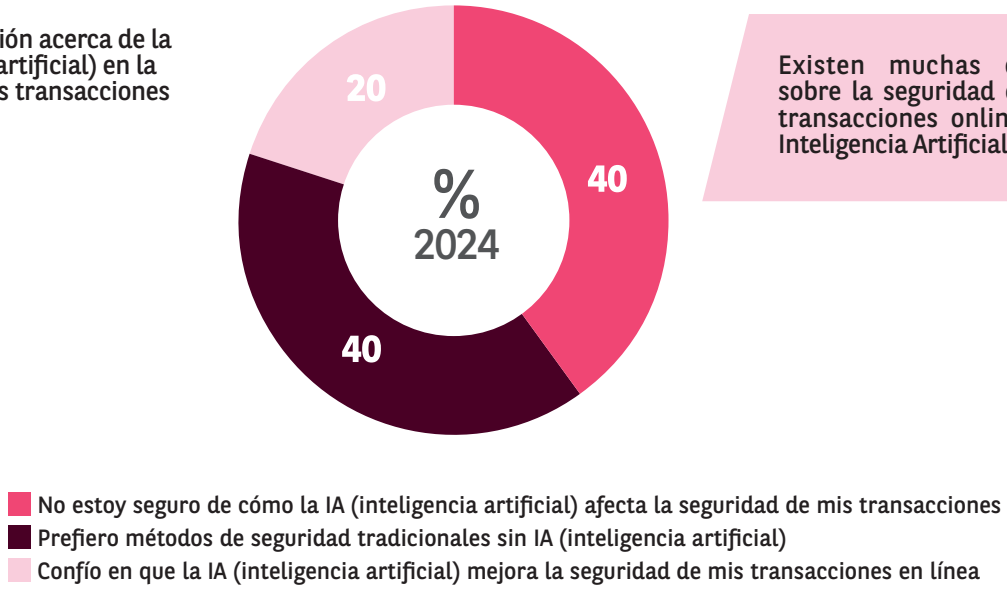
La preocupaciones que genera la IA

Existe cierta preocupación sobre el tratamiento de los datos para la personalización de la publicidad con IA.

¿Tienes preocupaciones sobre cómo las empresas utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA (inteligencia artificial)?
(% respuesta única)



¿Cuál es tu opinión acerca de la IA (inteligencia artificial) en la seguridad de sus transacciones online?
(% respuesta única)



Existen muchas dudas sobre la seguridad de las transacciones online con Inteligencia Artificial

Leyenda

- Deporte
- Viajes / Turismo
- Electrodomésticos / Tecnología
- Dispositivos móviles
- Muebles / Decoración
- Gaming
- Elementos de descanso
- Reformas en el hogar
- Cocina: mobiliario, encimera...
- Óptica / Audifonía

FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR MUEBLES DE COCINA

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector Muebles de cocina**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Canal de compra**

10 **Motivos de elección de establecimiento**

12 **Gasto medio**

14 **Medio de pago**

15 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Muebles de cocina**

15 Fuentes de información en la decisión de compra

16 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

18 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

19 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

21 **Conclusiones del sector Muebles de cocina**

25 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR MUEBLES DE COCINA

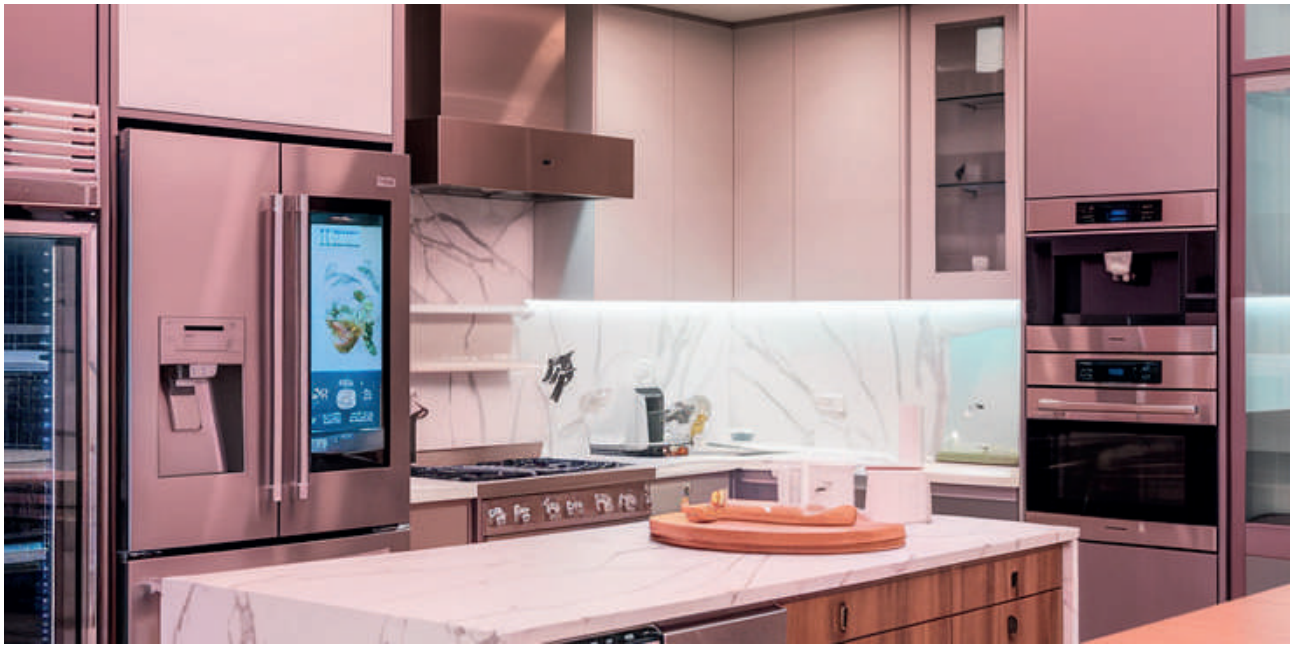
En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **24%** | var 24/23 en pp **-3**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

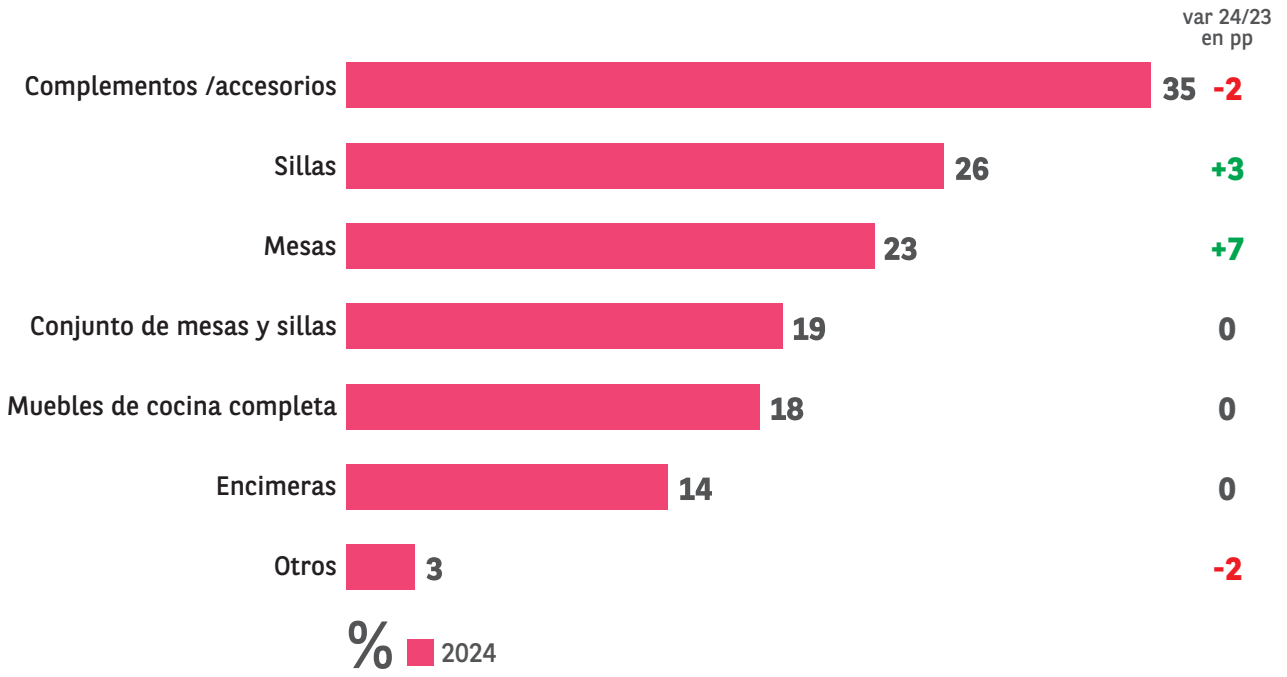
El 24% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector muebles de cocina en 2024, porcentaje que desciende 3 puntos respecto a lo manifestado el año anterior.

Los consumidores más jóvenes entre los son los que más compras han realizado en este sector con un 33% de menciones.



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado muebles de cocina en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías de muebles de cocina adquiridas por los españoles durante el último año, los complementos y accesorios vuelven a ser los más demandados con un 35% de menciones (dos puntos por debajo del porcentaje de 2023). Por detrás encontramos las sillas con un 26%, que aumentan en 3 puntos porcentuales respecto al año anterior, y las mesas que con un fuerte incremento de 7 puntos (23%) se colocan en la tercera posición del ranking.

Si segmentamos por edades respecto al top 3 de categorías más compradas, los más reseñable es que en la compra de complementos y accesorios destacan 5 puntos por encima de la media los consumidores mayores de 45 años con un 40% de menciones.

En la compra de sillas para la cocina son los más jóvenes (18-24 años) con un 34% de respuestas frente al 26% de la media y en la compra de mesas son aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que superan 5 puntos a la media (28% vs 25%).

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

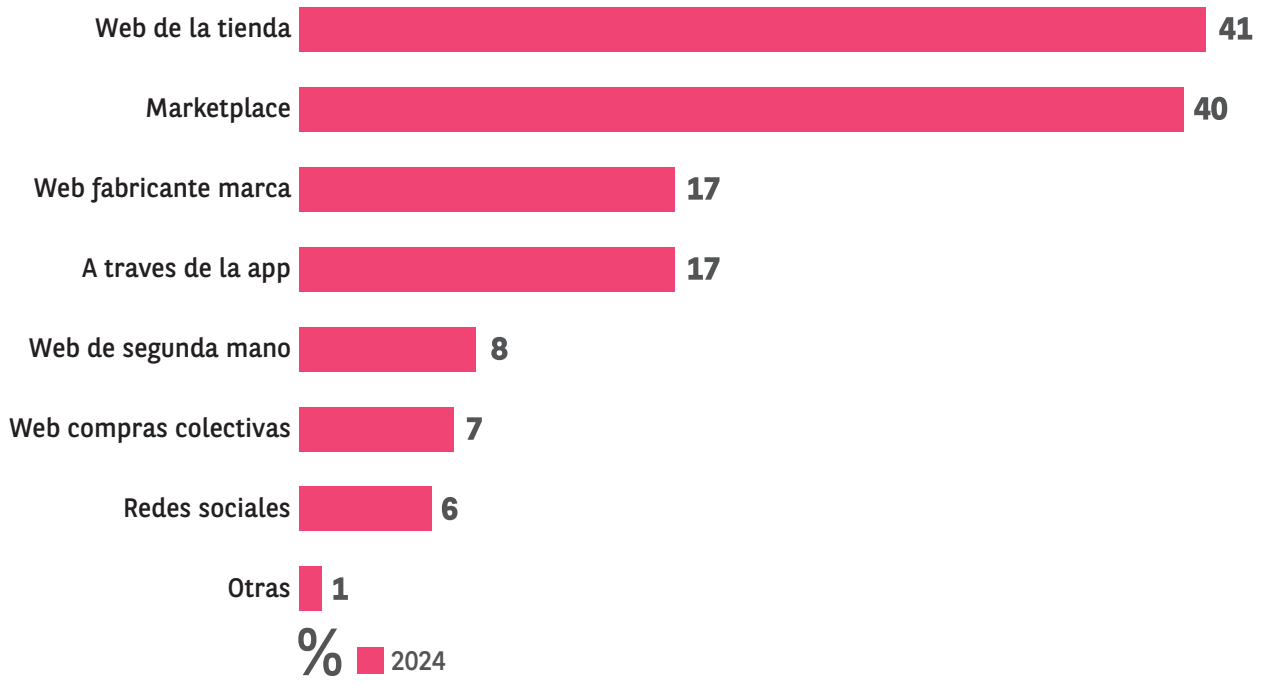
En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de muebles de cocina en general, las grandes superficies especializadas continúan siendo las preferidas para realizar este tipo de compras con un 33% de menciones, pero mostrando un ligero descenso de 1 punto porcentual respecto a 2023.

Las tiendas online continúan ocupando la segunda posición en el ranking con un 28% de respuestas y un fuerte aumento de 8 puntos respecto al año anterior. Los grandes almacenes se mantienen estables con un 20% de menciones.

El resto de los canales muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante destacar el fuerte crecimiento de las compras realizadas en los outlets y en las tiendas de segunda mano con unos incrementos de 9 y 5 puntos porcentuales respectivamente.

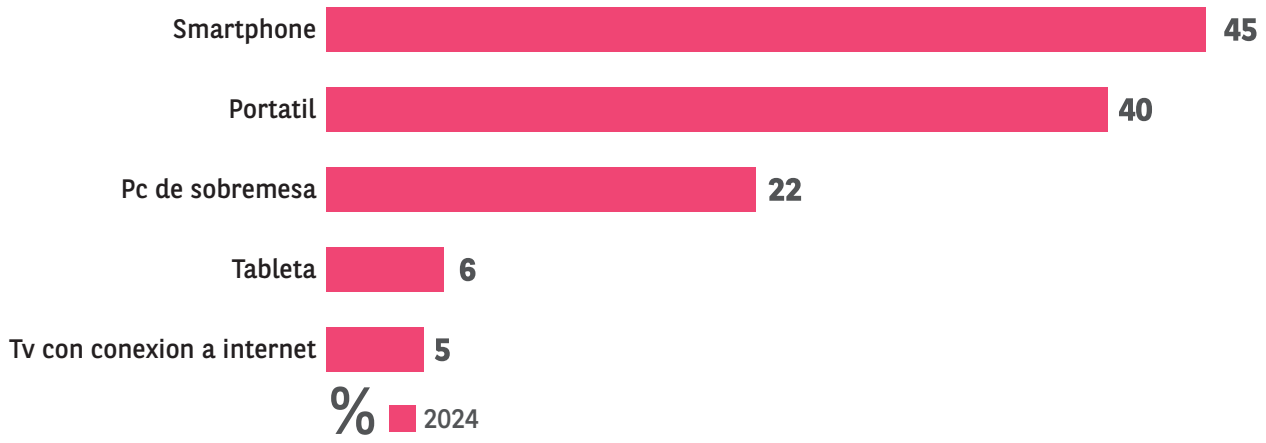
Los consumidores entre los 25 y 34 años son los que realizan más compras online en este sector con un 34% de menciones frente al 28% de la media. Los mayores de 45 años se decantan claramente por las grandes superficies especializadas (39% vs 33% media).

¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

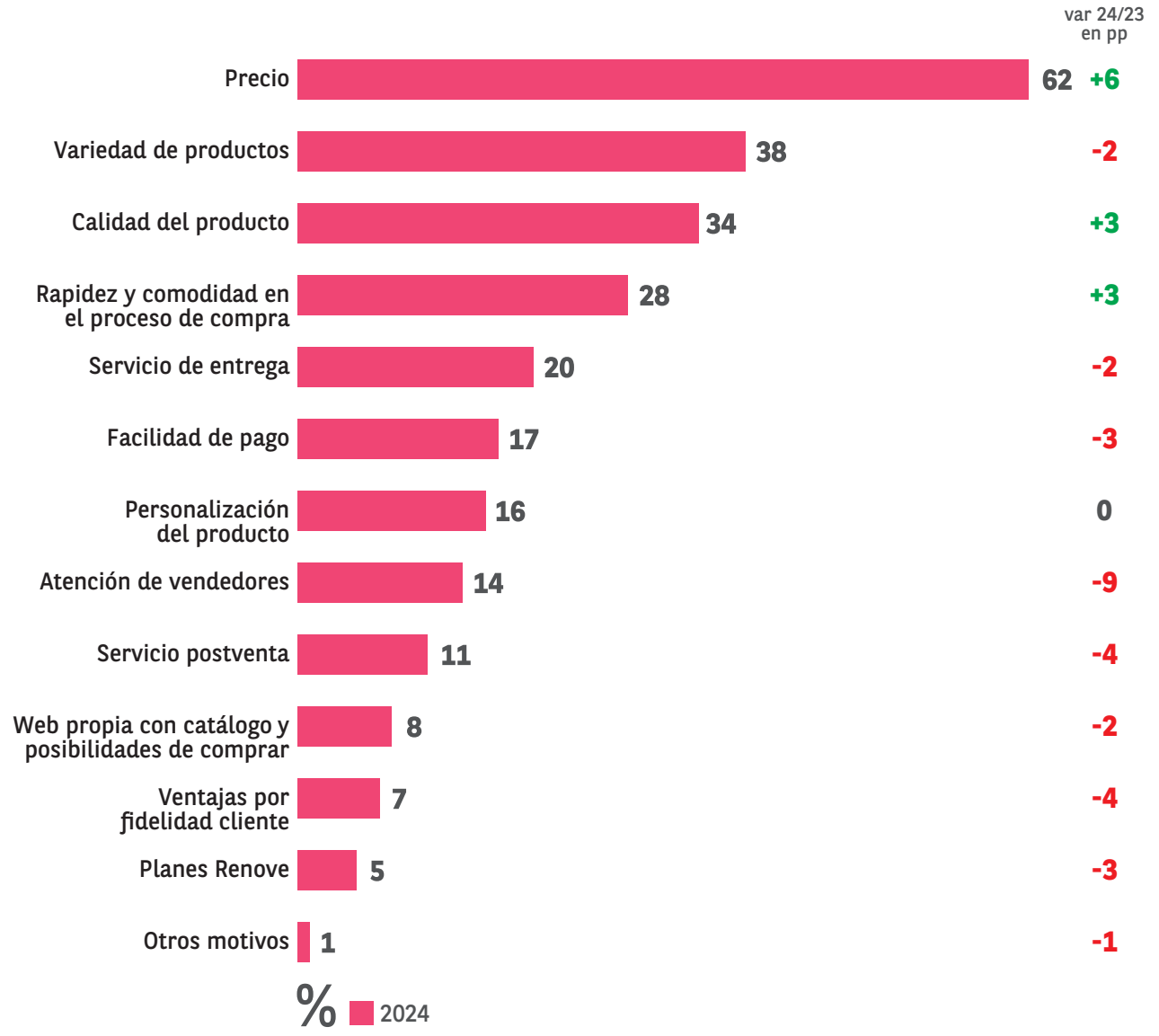
Las páginas web de las tiendas y los Marketplace son los claros favoritos entre aquellos consumidores que ha optado por realizar compras online del sector cocina, el resto de las opciones muestra porcentajes muy inferiores.

Los consumidores con edades entre 35 y 44 años son los que más se decantan por realizar sus compras en las webs de las tiendas con un 50% de menciones frente al 41% de la media. En el caso de los Marketplace son los mayores de 45 años (45% vs 40% media).

El dispositivo más utilizado para realizar dichas compras es el smartphone con un 45% de menciones, siendo los consumidores entre 25 y 34 años los que más destacan por encima de la media con un 51% de respuestas.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El precio, con un 62% de menciones y un aumento de 6 puntos respecto al año pasado es lo que más influye en los compradores del sector cocina a la hora de decidirse por la tienda donde realizar su compra. Los consumidores entre los 35 y 44 años son los que más importancia le dan a esta variable (68%).

La variedad de productos (38%, -2pp vs 2023) y la calidad (34%, +3pp vs 2023) son las siguientes variables más mencionadas. En cuarto lugar, encontramos a la rapidez y comodidad en el proceso de compra con un 28% de respuestas y un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

El resto de las variables muestran porcentajes por debajo del 20% y con descensos respecto a 2023.

GASTO MEDIO

Y, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los muebles de cocina/complementos/accesorios que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
886€ -7%	1.055€ -1%	207€ -30%

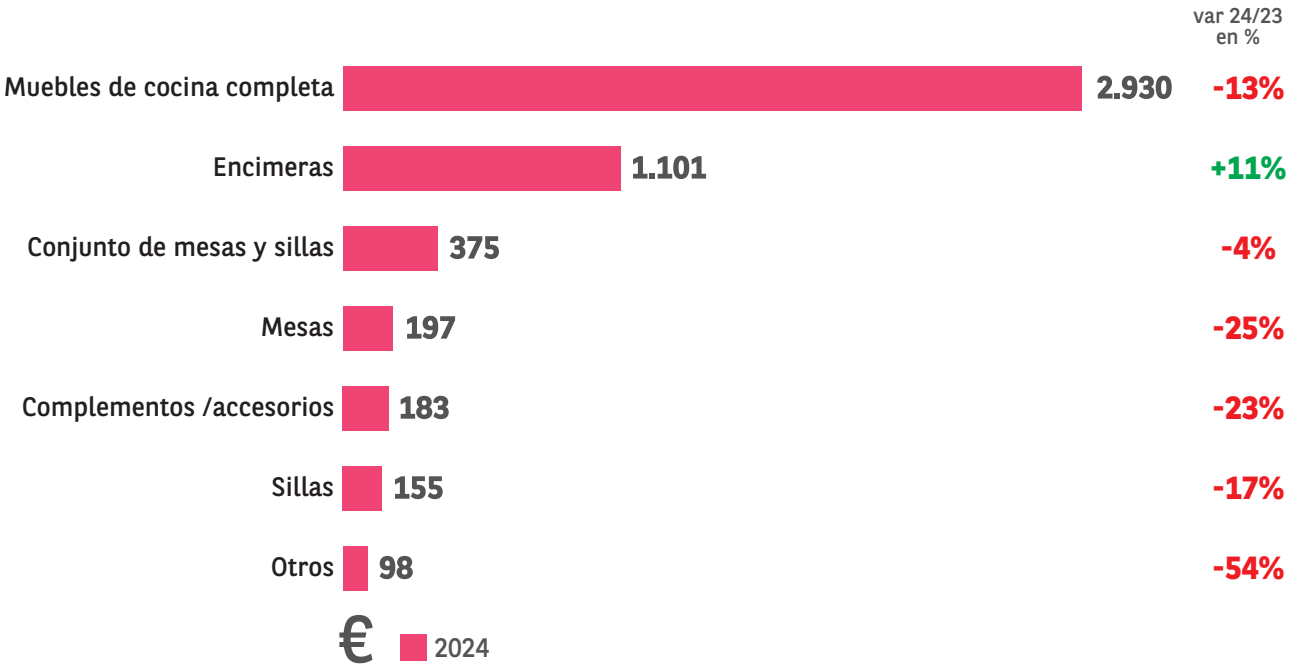
€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de mueble de cocina en los últimos 12 meses es de 886€, un 7% menos respecto al 2023. Los que han realizado un mayor desembolso han sido los mayores de 45 años con un gasto de casi 1.500€

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como el gasto realizado en las tiendas físicas sigue siendo muy superior al del canal online, ambos con caídas respecto al año pasado.

Y, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los muebles de cocina / complementos / accesorios adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



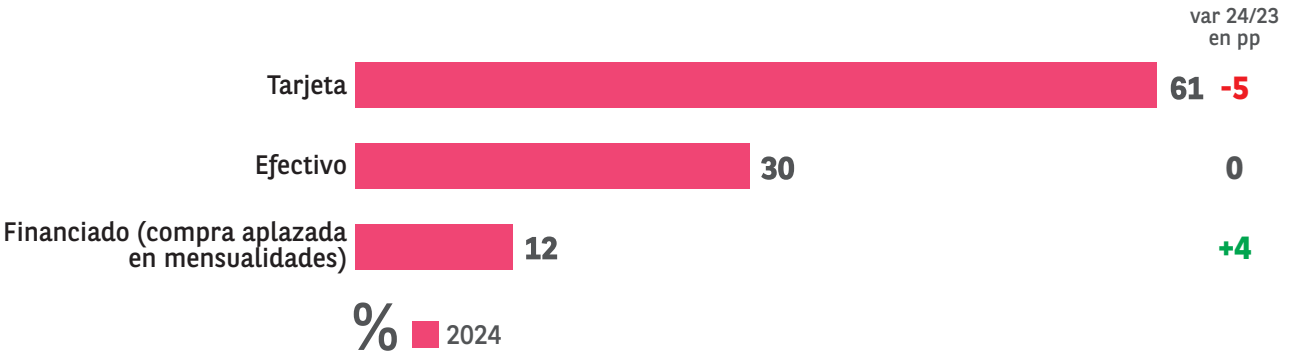
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han vuelto a ser en muebles de cocina completa (2.930€), encimeras (1.101€) y conjunto de mesas y sillas (375€).

Es importante señalar que todos los gastos medios declarados descienden respecto a 2023, excepto el declarado en la compra de encimeras que aumenta un 11%.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra de muebles de cocina, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 61% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos respecto a los datos de 2023.

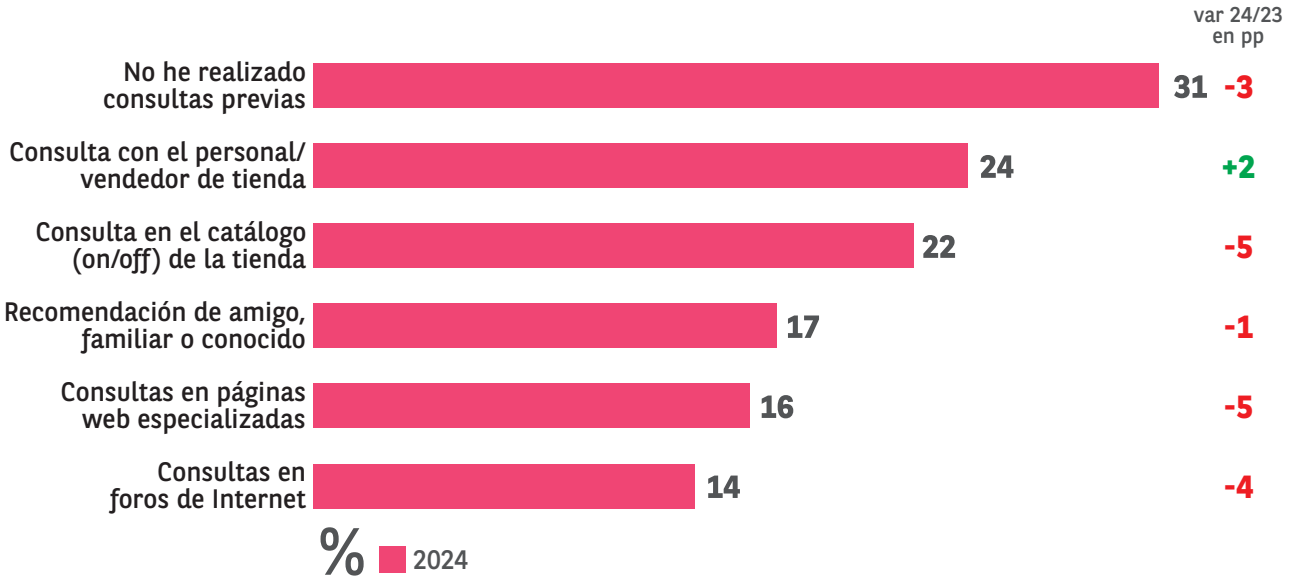
El 30% de los consumidores que han comprado en este sector, han pagado sus compras en efectivo, manteniéndose estables.

El pago mediante financiación con un 12% de menciones, es el único que crece, con un aumento de 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR MUEBLES DE COCINA

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos del sector muebles de cocina, observamos cómo el 31% de los consumidores declaran no haber realizado consultas previas, mostrando un descenso de 3 puntos respecto a 2023.

La importancia de la consulta con el personal de la tienda continúa en aumento y se posiciona en segundo lugar con un 24% de menciones y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023.

El top 3 lo cierran aquellos que consultan el catálogo (on/off) de la tienda con un 22% de respuestas y un importante descenso de 5 puntos.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

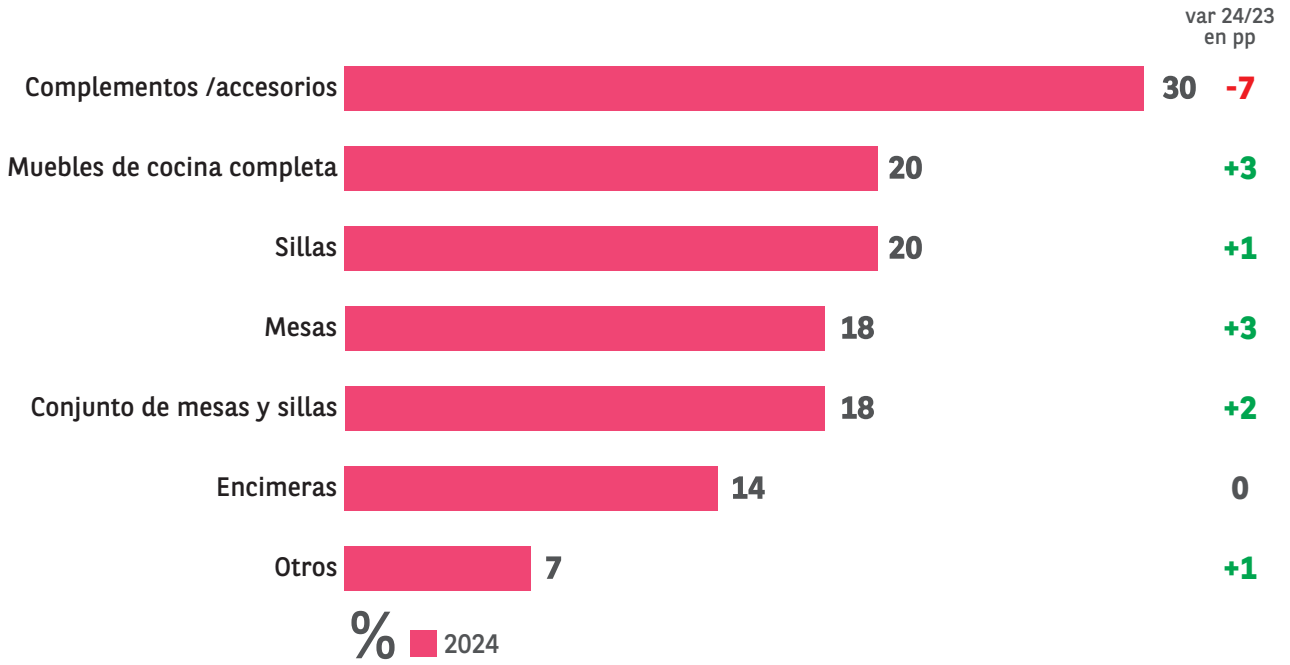
Sí **24%**

var 24/23 en pp **-1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 24% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector muebles de cocina en los próximos 12 meses, un punto por debajo de las intenciones manifestadas hace un año. Los consumidores más jóvenes son los que muestran un mayor interés por comprar este tipo de productos durante 2025.

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de mueble de cocina o accesorio en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre aquellos consumidores que han declarado tener intención de comprar muebles de cocina y accesorios en los próximos 12 meses, los complementos y accesorios son los más pretendidos con un 30% de menciones, pero con una fuerte caída de 7 puntos respecto al año anterior.

Las siguientes categorías más demandadas serán los muebles de cocina completa y las sillas con un 20% de menciones y con crecimientos en ambos casos.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
1.011€ +9%	1.042€	340€

€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio previsto para los próximos 12 meses en las compras del sector cocina será de unos 1.011€, un 9% más que lo declarado el año anterior. Los consumidores mayores de 45 años son los que realizarán un mayor desembolso con un importe previsto unos 1.800€.

Si distinguimos por tipo de canal, el gasto previsto en la tienda física es muy superior al que realizaran en sus compras online.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

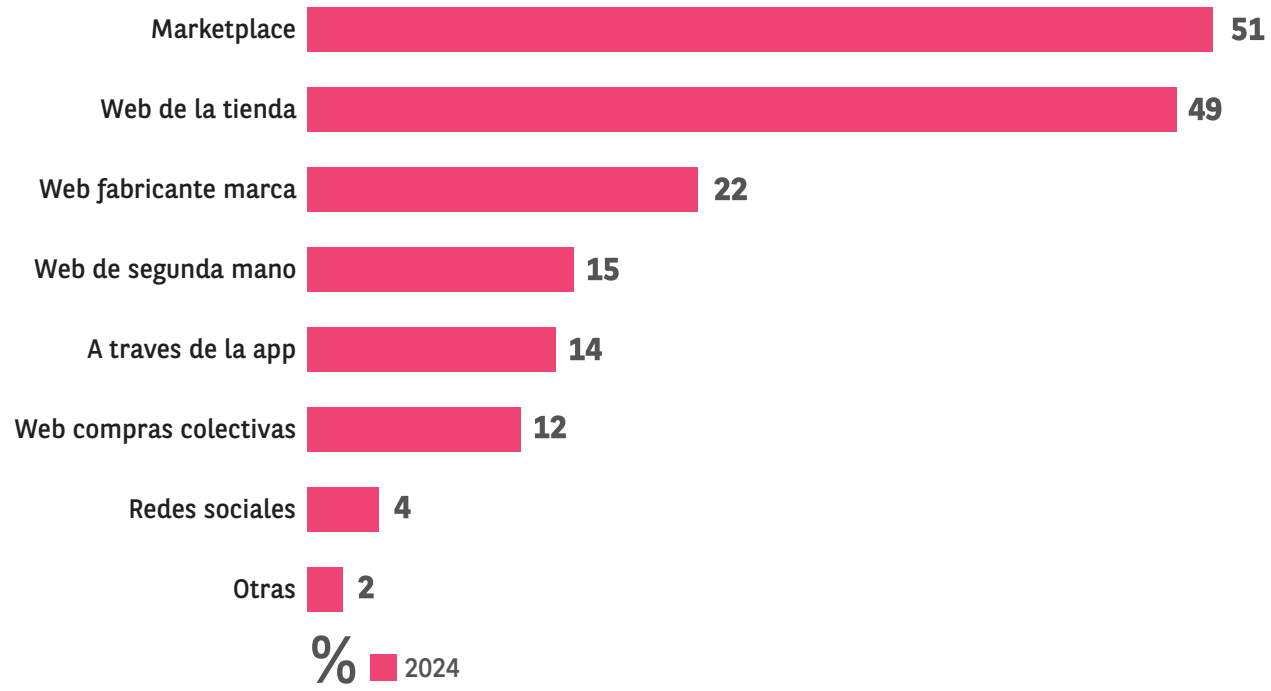
¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar algún tipo de mueble de cocina / complemento / accesorio en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 39% de los consumidores encuestados que comprará muebles de cocina y accesorios en los próximos 12 meses pretende realizar sus compras en las grandes superficies especializadas, mostrando un aumento de 4 puntos respecto a lo manifestado hace un año.

Le siguen las intenciones de compra en los grandes almacenes (24%, +4pp) y en el canal online (20%, +1pp). El resto de los formatos muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante señalar el crecimiento de los outlets (+4pp) y los hipermercados (+3pp).

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El Marketplace (51%) y la web de la tienda (49%) serán las opciones preferidas por aquellos consumidores que han declarado tener intención de realizar sus compras de este sector en el canal online. El resto de las páginas web presenta porcentajes bastante inferiores a los anteriores.

Si realizamos una segmentación por edades, los consumidores entre los 35 y 44 años destacan notablemente por encima de la media en la intención de realizar sus compras en un Marketplace (63% vs 51%). En el caso de las webs de las tiendas son los más veteranos (+ 45 años) los que más se decantarán por ellas con un 56% de menciones frente al 49% de la media.

CONCLUSIONES DEL SECTOR MUEBLES DE COCINA

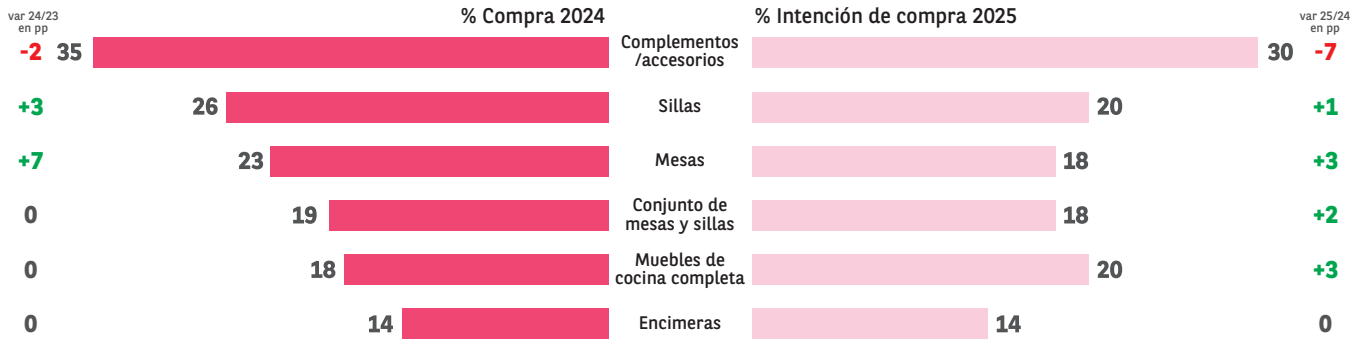
El **24%** **-3pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector muebles de cocina en los últimos 12 meses, gastando una media de **886€** **-7%**

El **24%** **-1pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector muebles de cocina en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **1.011€** **+9%**

Compras e intención de compra

Los complementos y accesorios siguen en primer lugar pero con descensos. Las sillas y las mesas muestran crecimientos en ambos casos.

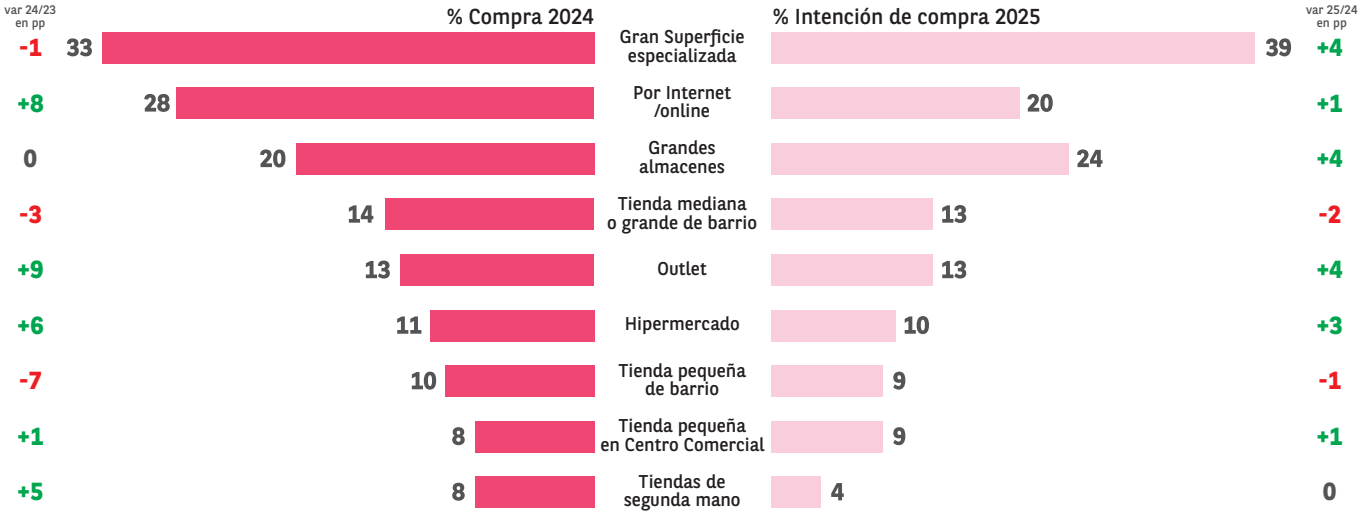
¿Qué tipo de producto de muebles de cocina has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)

Las grandes superficies especializadas, el canal online y los grandes almacenes son los canales preferidos.
Aunque es importante destacar el crecimiento de los Outlets.



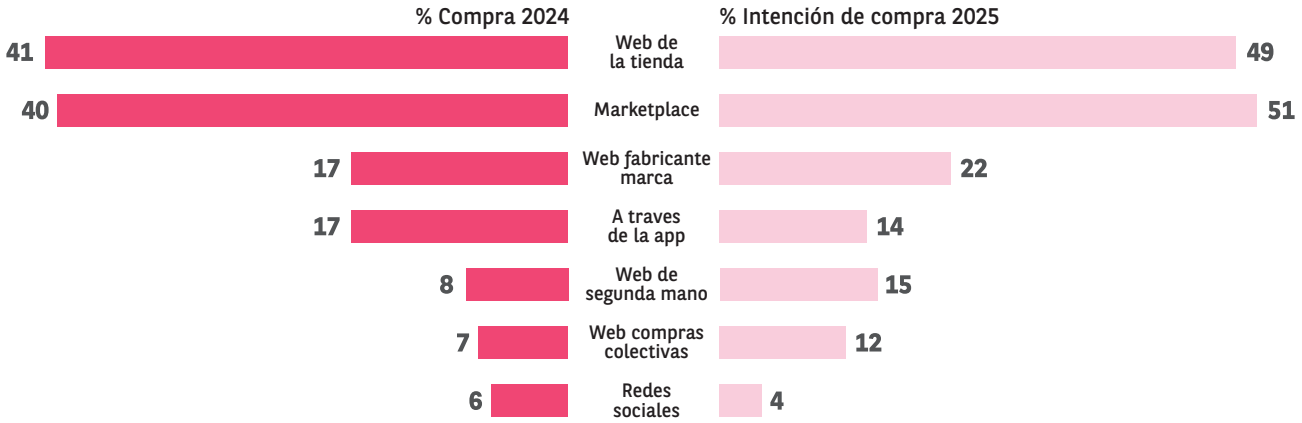
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5
Precio	Variedad de productos	Calidad del producto	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Servicio de entrega
62% +6pp	38% -1pp	34% +2pp	28% +3pp	20% -1pp

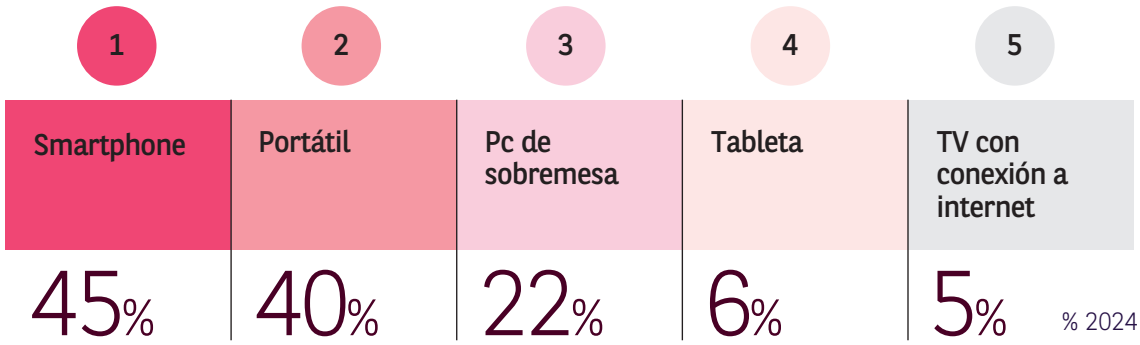
% 2024

Y del 28% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

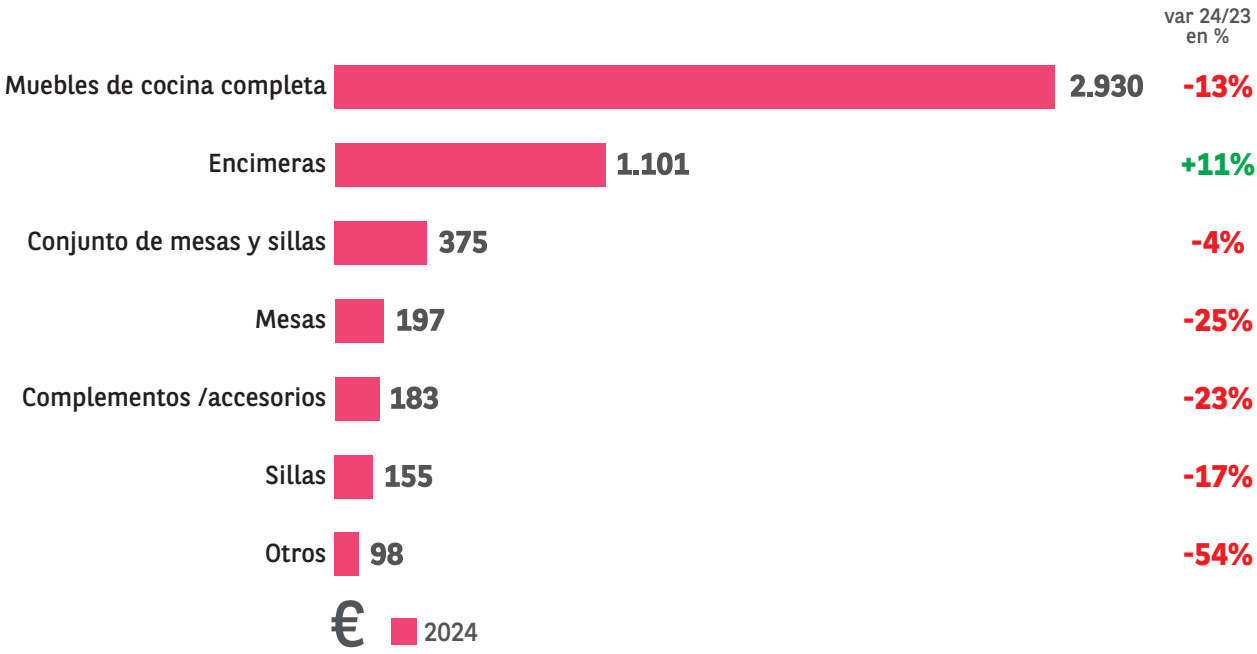


Gasto medio

Tienda física o ecommerce ¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	886 €	-7%
Tienda física	1.055 €	-1%
Online	207 €	-30%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en productos de cocina adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR DEPORTES

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector Deportes**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Canal de compra**
10 Textil y calzado deportivo
10 Acuático
11 Patinetes eléctricos

12 **Motivos de elección de establecimiento**

13 **Gasto realizado**

15 **Medio de pago**

16 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Deportes**
16 Fuentes de información en la decisión de compra

17 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

19 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

20 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

21 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

23 **Intención financiación en los próximos 12 meses**

24 **Conclusiones del sector Deportes**

28 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR DEPORTES

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

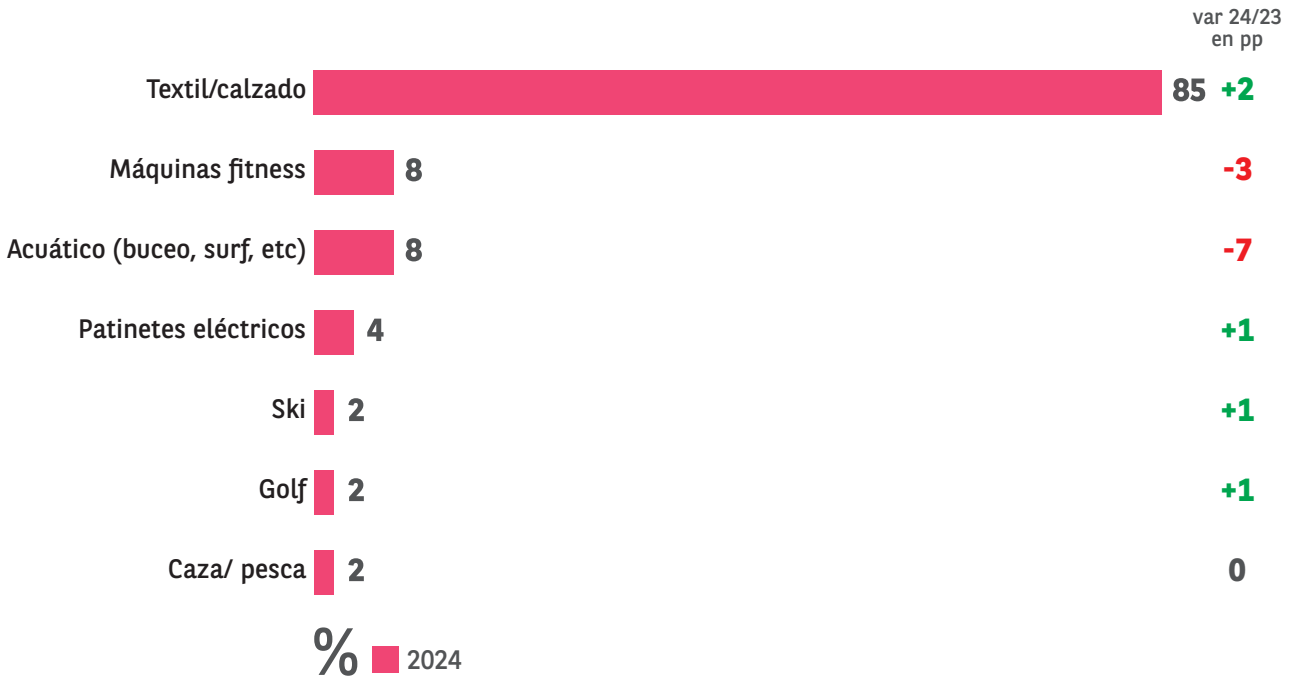
Sí **83%** | var 24/23 en pp **-2**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 83% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector deporte en 2024, 2 puntos porcentuales por debajo de lo declarado en 2023.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado productos de deporte en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

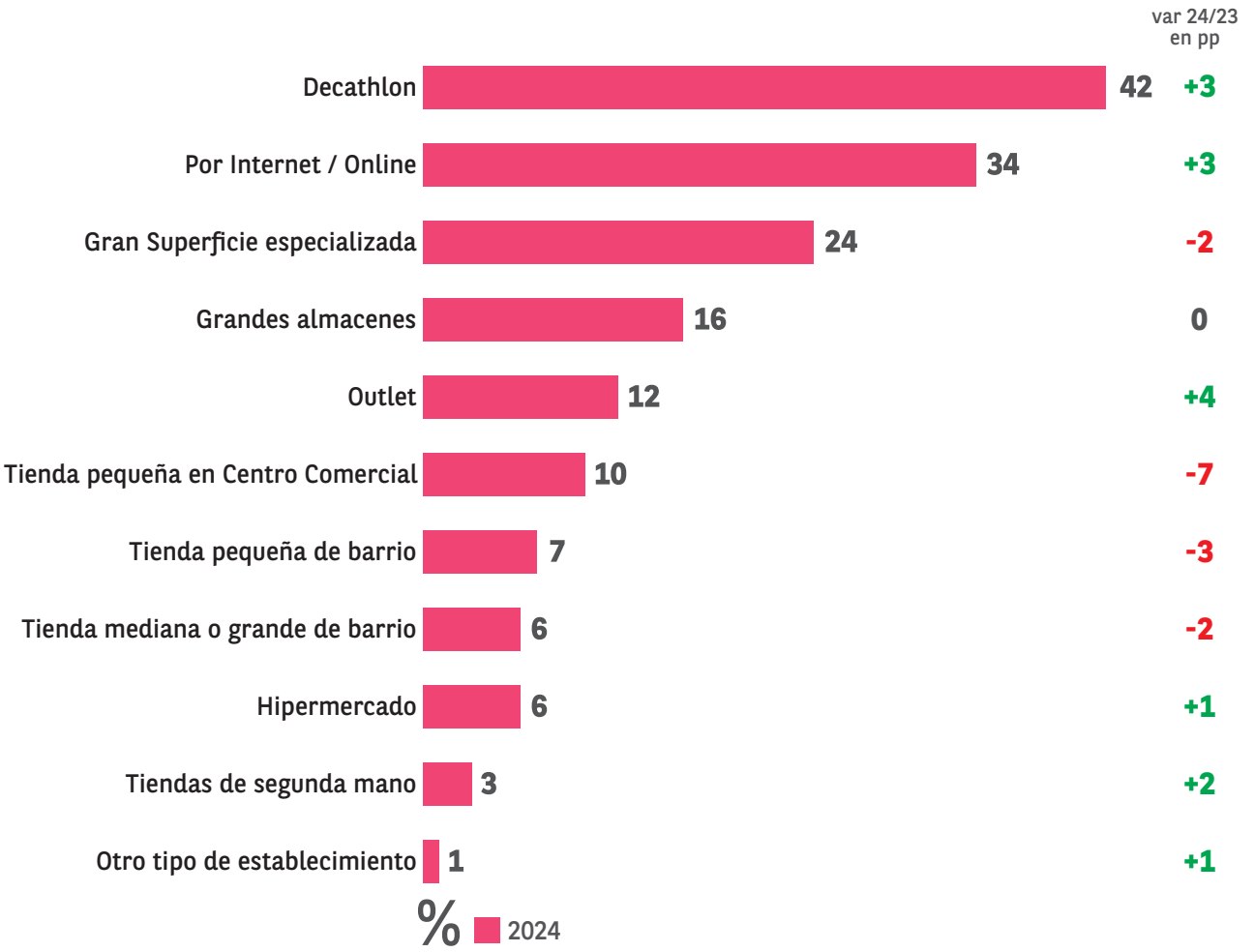
En lo que respecta a las categorías de deporte adquiridas por los consumidores durante el último año, el textil y calzado vuelven a ser claramente los más demandados con un 85% de menciones, 2 puntos por encima de 2023.

El resto de categorías preguntadas presentan datos muy inferiores, el 8% afirma haber adquirido máquinas fitness (11% en 2023), el 8% equipo para deportes acuáticos (15% en 2023) y el 4% patinetes eléctricos (3% en 2023).

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

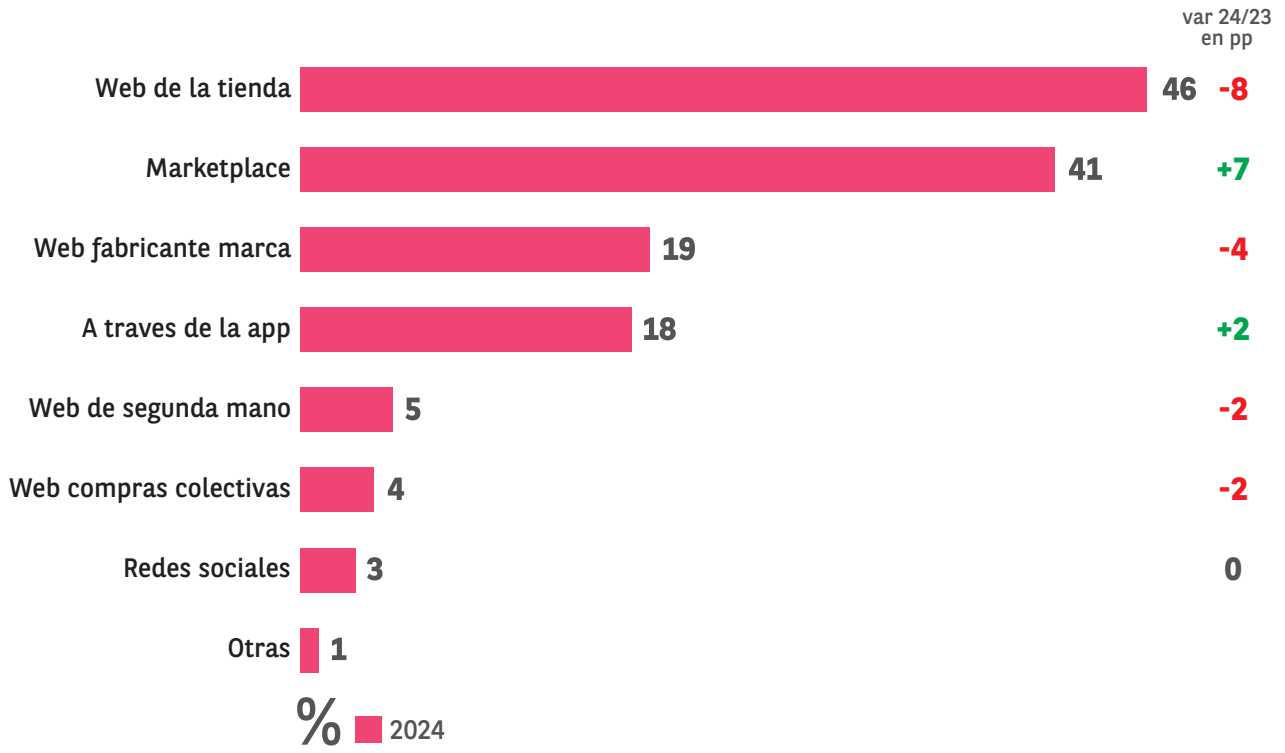
¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de deportes en general, este año el top 3 los forman: Decathlon con un 42% de menciones, los canales online con un 34% y las grandes superficies que con un 24%.

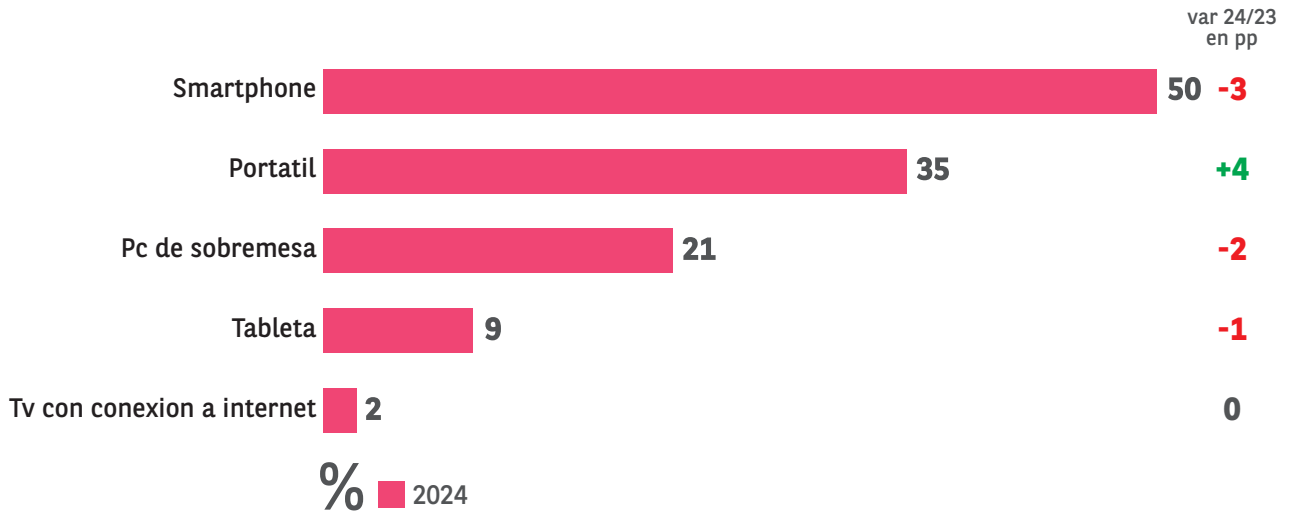
¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los que han comprado online, el 46% lo ha hecho a través de las webs de las tiendas, seguido por los que utilizan los marketplaces y las webs del fabricante o marca.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El dispositivo más utilizado para las compras online del sector deporte vuelve a ser el smartphone con un 50%. Las compras desde el portátil y desde el PC de sobremesa alcanzan el 35% y el 21% de menciones respectivamente.

TEXTIL Y CALZADO DEPORTIVO

Textil/calzado
(% respuesta múltiple)

Decathlon	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Outlet
42% +8	32% +2	24% +1	15% +1	11% +4

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para el textil y el calzado deportivo, en primer lugar, nos encontramos las compras en Decathlon (42%), seguidos de las compras online con un 32% de menciones y un descenso de 2 puntos respecto a 2023. El top 3 lo cierran las grandes superficies especializadas que aumentan un punto respecto al año anterior (24% vs 23% en 2023).

ACUÁTICO

Acuático (buceo, surf, etc)
(% respuesta múltiple)

Decathlon	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Outlet	Tienda pequeña de barrio
54% -8	30% +13	25% +1	9% +2	9% +1

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para las compras de producto deportivos acuáticos, los consumidores vuelven a optar en primer lugar y muy claramente por Decathlon con un 54% de menciones aunque bajando en 8 puntos respecto al año anterior.

Muy de lejos le siguen la gran superficie especializada y el canal online con un 25% (+1pp vs 2023) y un 30% (+13pp vs 2023) de menciones respectivamente.

PATINETES ELÉCTRICOS

Patinetes Eléctricos
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Decathlon	Tienda mediana o grande de barrio	Hipermercado
42% +29	18% -5	15% +10	12% -10	12% 0

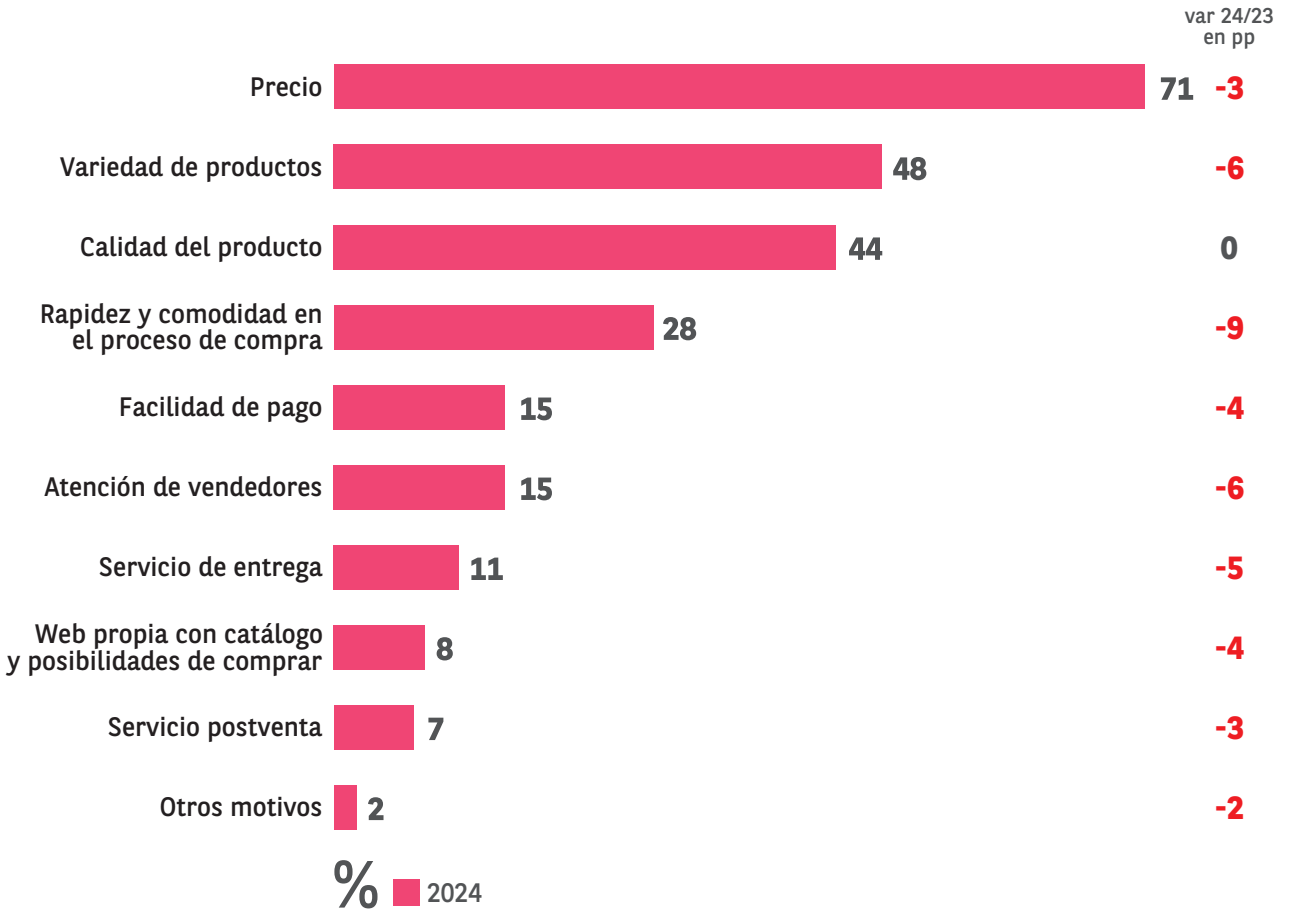
% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la categoría de patinetes eléctricos, los consumidores optan en primer lugar y muy claramente por la tienda online con un 42% de menciones, aumentando en 29 puntos respecto al año anterior. Por detrás encontramos los grandes almacenes con un 18% (-5pp vs 2023) y Decathlon con un 15% de menciones (+10pp vs 2023) . Descienden significativamente las tiendas medianas o grandes de barrio (-10pp).

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a los motivos que llevan a los consumidores a decidirse por comprar los productos de deportes en un establecimiento u otro, en general, el precio es lo más importante, seguido por la variedad de productos que se ofrece y por la calidad. En todos los motivos se aprecian descensos respecto a 2023.

GASTO REALIZADO

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

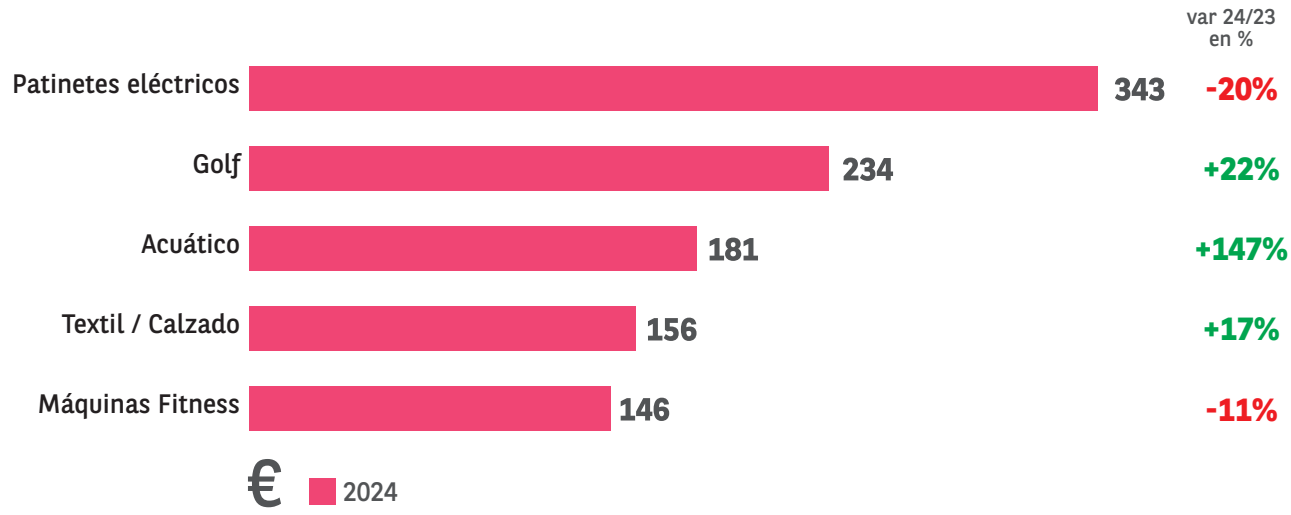
Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
206€ -5%	157€ -5%	183€ -3%

€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto deportivo en los últimos 12 meses, es de 206€, un 5% menos respecto al gasto medio de 2023, en el que se gastaron 218€ de media. Desciende tanto el gasto realizado en la tienda física (-5%) como el realizado en internet (-3%).

En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

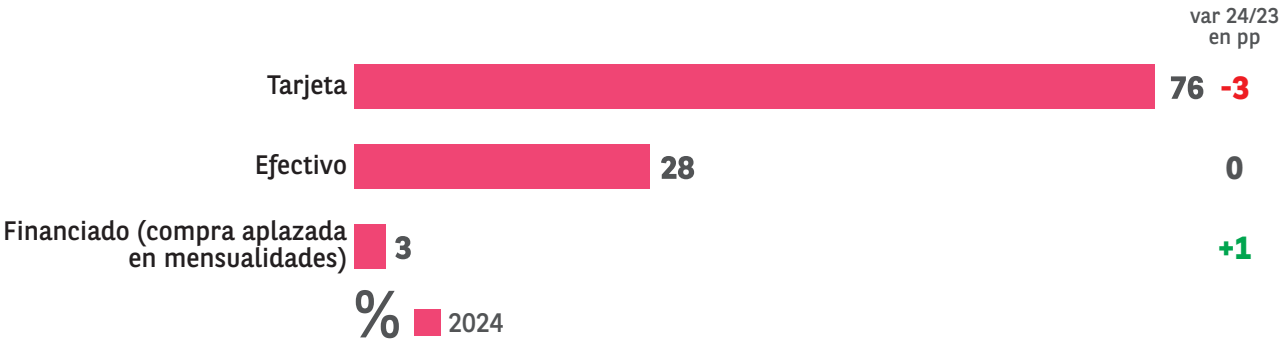


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 2 categorías donde más han gastado los consumidores españoles este año han sido en patinetes eléctricos con un gasto medio de 343€ y en productos de golf con un gasto medio de 234€ (+22% vs 2023).

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra de productos deportivos, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 76% de menciones (-3pp respecto a 2023). Muy por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 28%. La financiación sigue siendo mínima con un 3% de menciones.

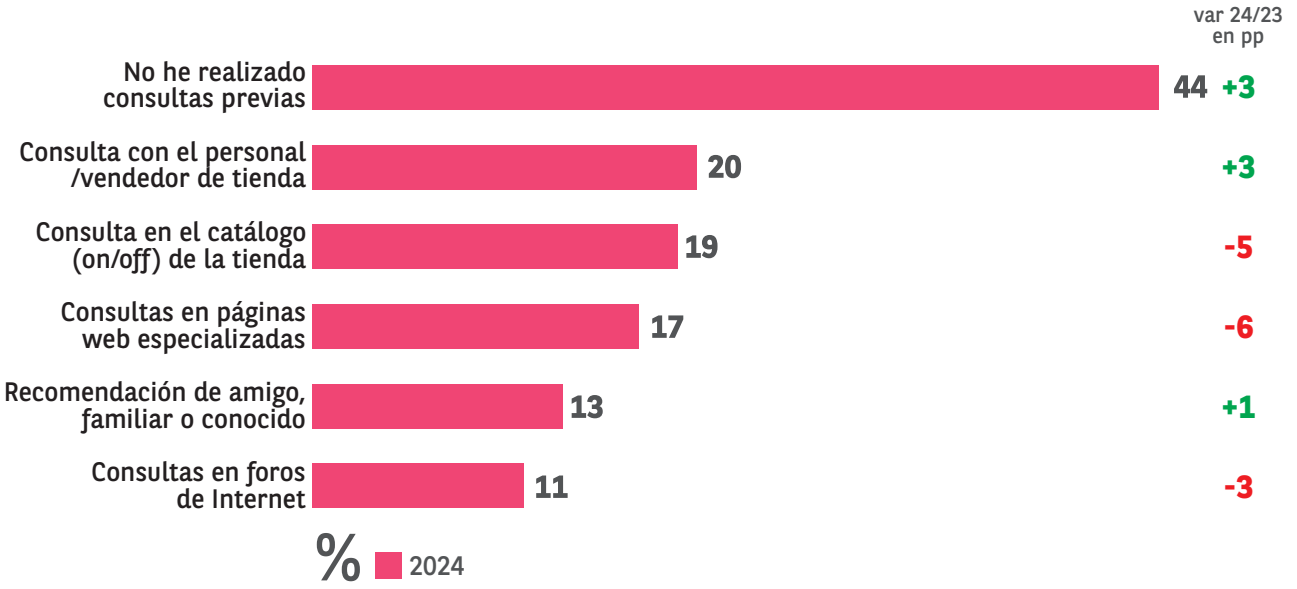
De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 66% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, 2 puntos porcentuales menos que en 2023. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito fin de mes con un 33% (29% en 2023).

Entre los que han financiado, se observa un importante crecimiento de 17 puntos en los que eligen la financiación ofrecida en tienda hasta alcanzar el 71% de menciones.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DEPORTES

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más llamativo respecto a las fuentes de información utilizadas, es que este año la mayoría de los consumidores, afirman no haber realizado consultas previas, así lo manifiesta el 44% de los encuestados frente al 41% que lo hizo en 2023.

Las dos fuentes de información más consultadas son los vendedores de las tiendas y los catálogos tanto online como offline con un 20% y un 19% de menciones respectivamente.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

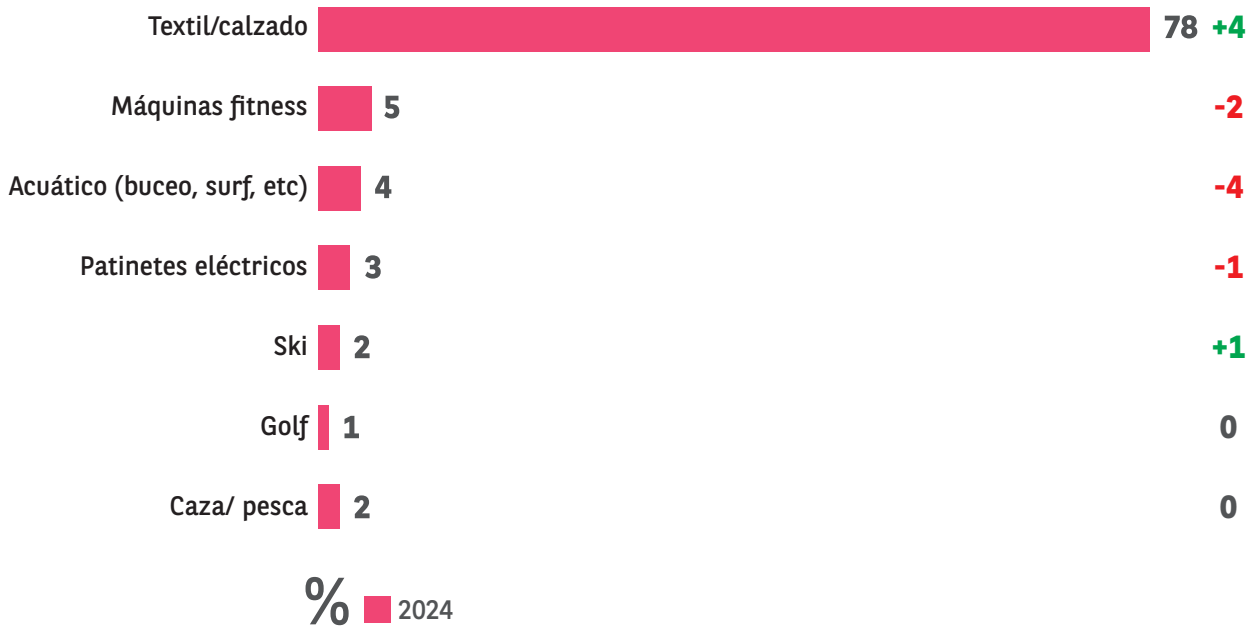
En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **79%** | var 24/23 en pp **+3**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 79% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector deporte en 2024, 3 puntos más que el año anterior.

Has dicho que tienes pensado comprar algún producto de deporte en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre aquellos consumidores que declaran tener intención de realizar compras del sector deportes en los próximos 12 meses, los más demandados son los productos textiles y el calzado deportivo con un 78% (4 puntos más que el año anterior), seguidos muy de lejos de las máquinas fitness con un 5% (-2 puntos) y los productos de deportes acuáticos con un 4% de menciones.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
224€ +9%	174€	186€

€ 2024

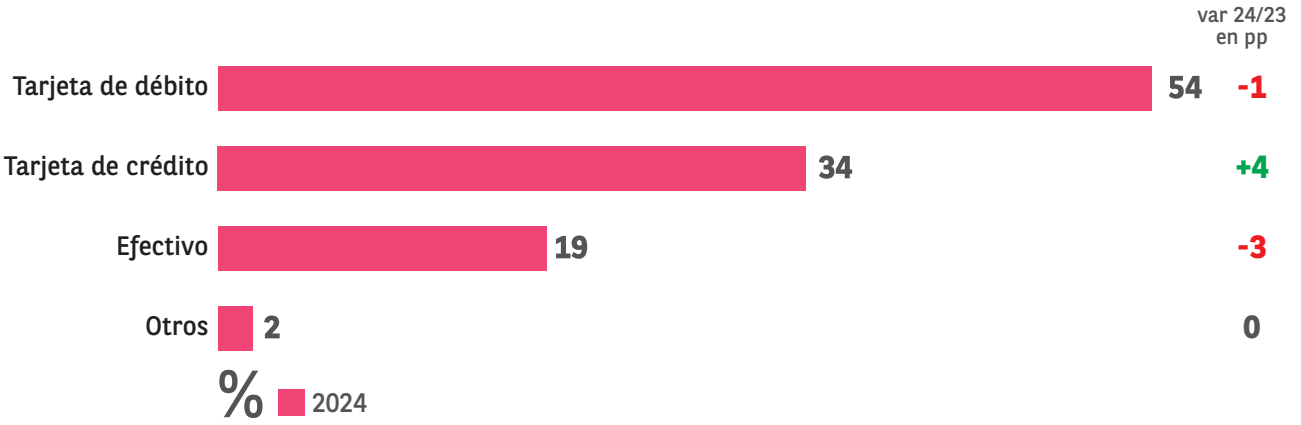
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El importe medio que tienen intención de gastar en sus futuras compras de deporte asciende a los 224€, suponiendo un aumento del 9% respecto a las intenciones mostradas para este año.

El gasto medio en tienda física rondaría los 175€ y en tienda online los 185€.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras, el 54% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector, seguidos del 34% que pretende usar la tarjeta de crédito y del 19% que pagará en efectivo.

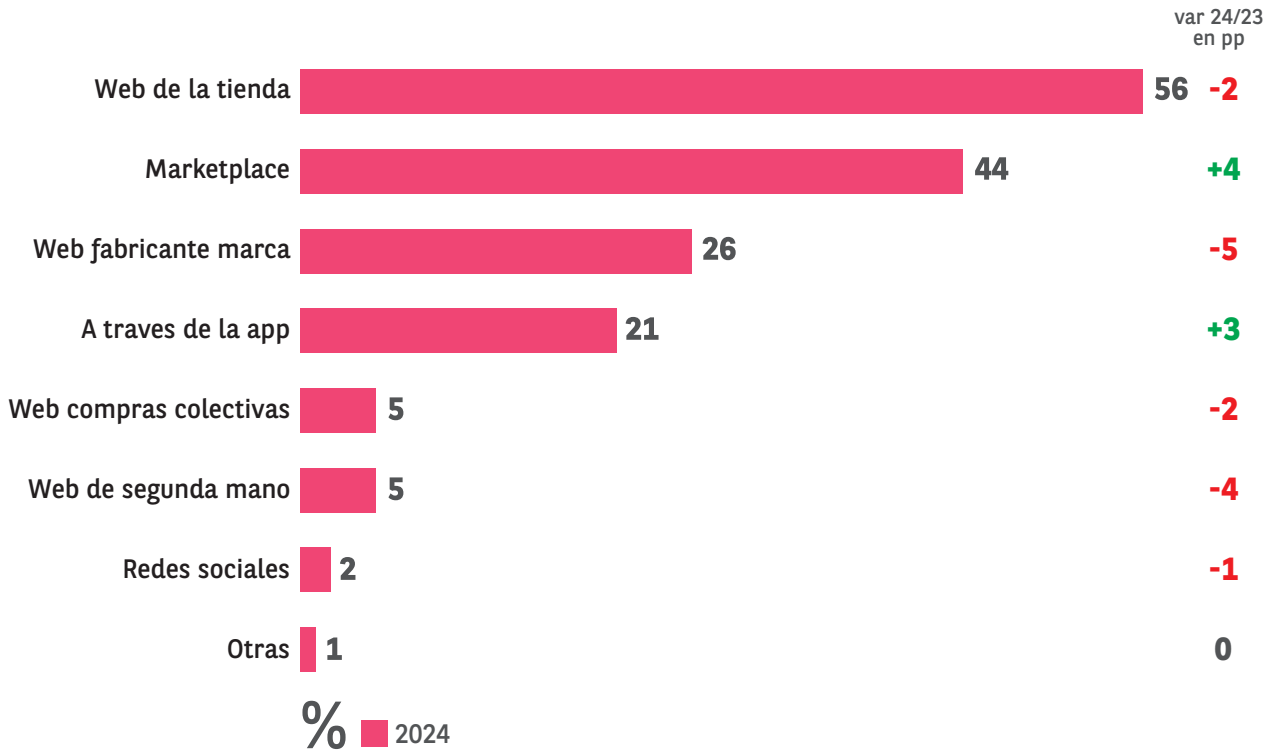
INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar productos de deporte en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto al tipo de tienda o canal donde realizaran sus compras el próximo año, no presentan diferencias respecto a las del año anterior, siendo Decatlhon (45%), las grandes superficies especializadas (27%) e internet (26%) los formatos preferidos.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)

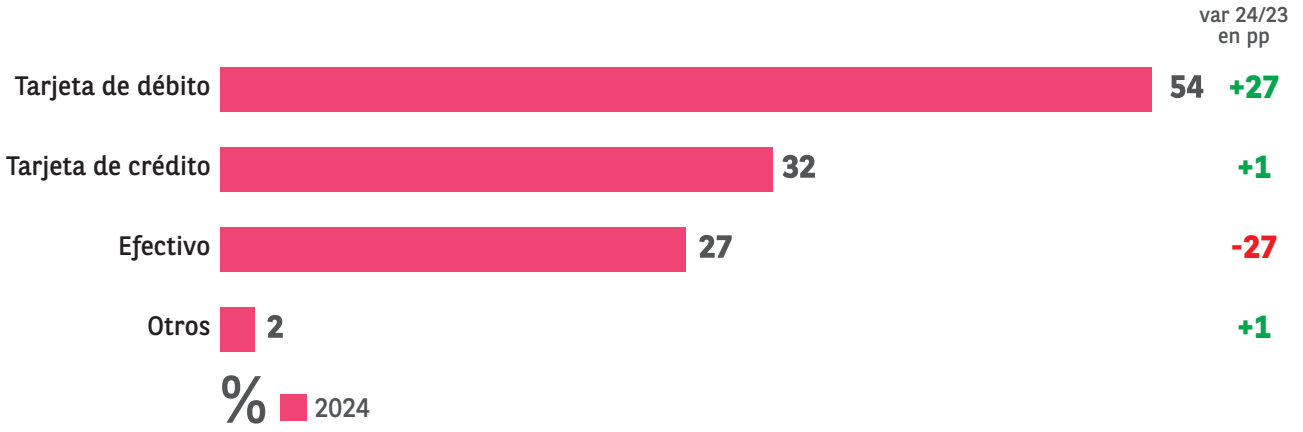


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los que comprarán online, el 56% lo hará a través de las webs de las tiendas, seguido de un 44% que comprará en marketplaces (que aumentan en 4 puntos) y de un 26% que lo hará a través de las webs del fabricante o marca.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto al medio de pago para sus compras del próximo año, la tarjeta de débito se posiciona claramente como el medio de pago favorito con un 54%. La tarjeta de crédito le sigue con un 32% de menciones, y cerca, con un 27%, encontramos a los que optarán por el pago en efectivo, que desciende de forma muy importante.

CONCLUSIONES DEL SECTOR DEPORTES

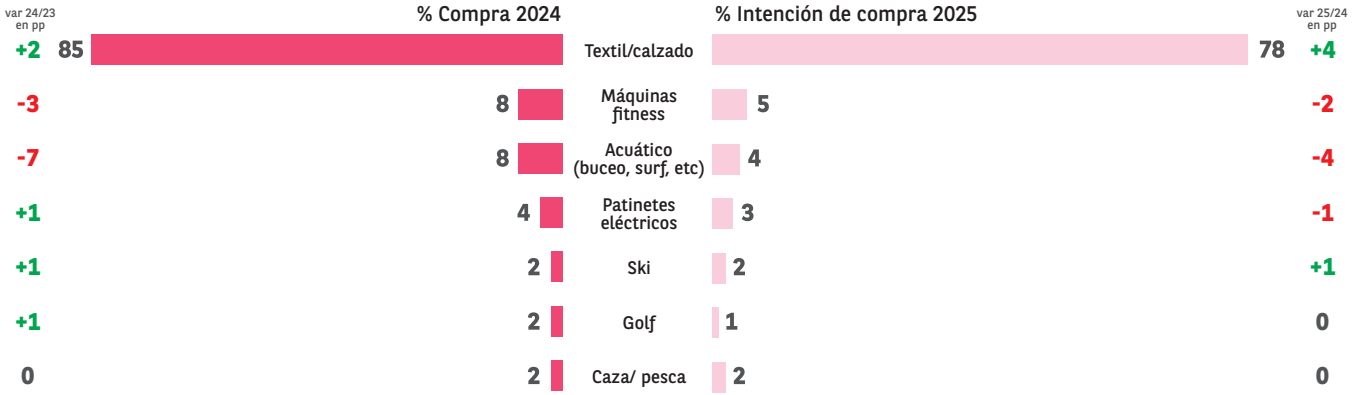
El **83%** **-2pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector deporte en los últimos 12 meses, gastando una media de **206€** **-5%**

El **79%** **+3pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector deporte en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **224€** **+9%**

Compras e intención de compra

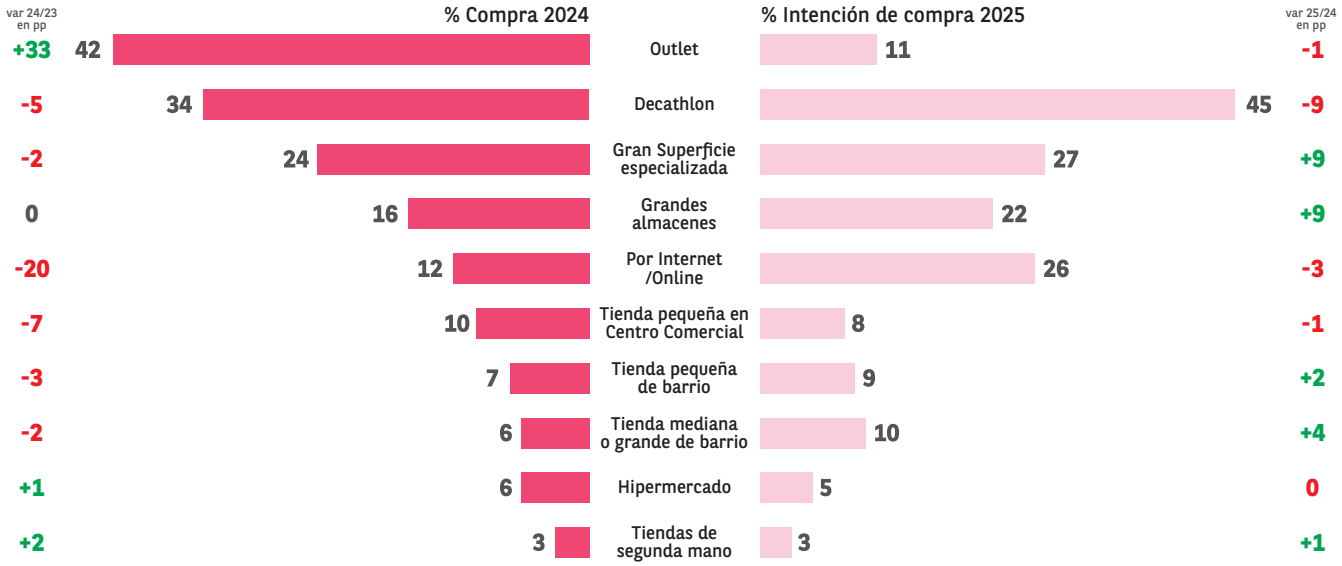
El textil y calzado de deportes, sigue liderando las compras en este sector

¿Qué tipo de producto de deporte has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

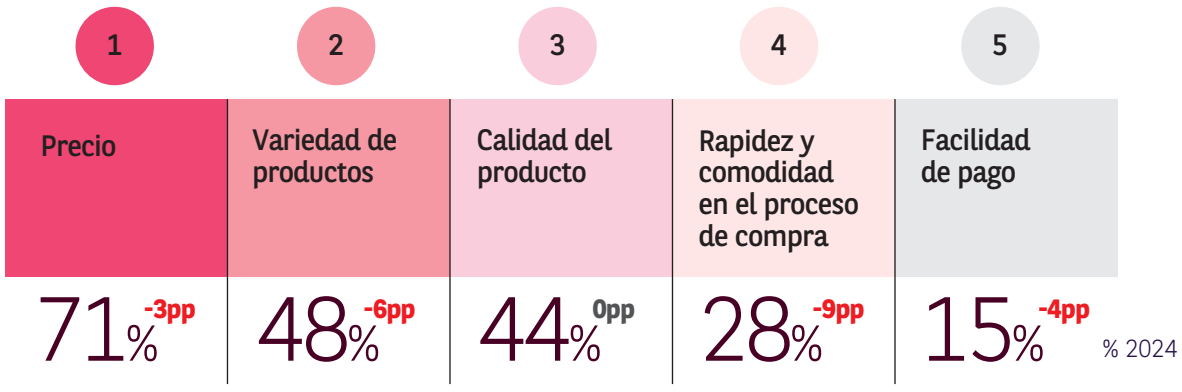


Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)

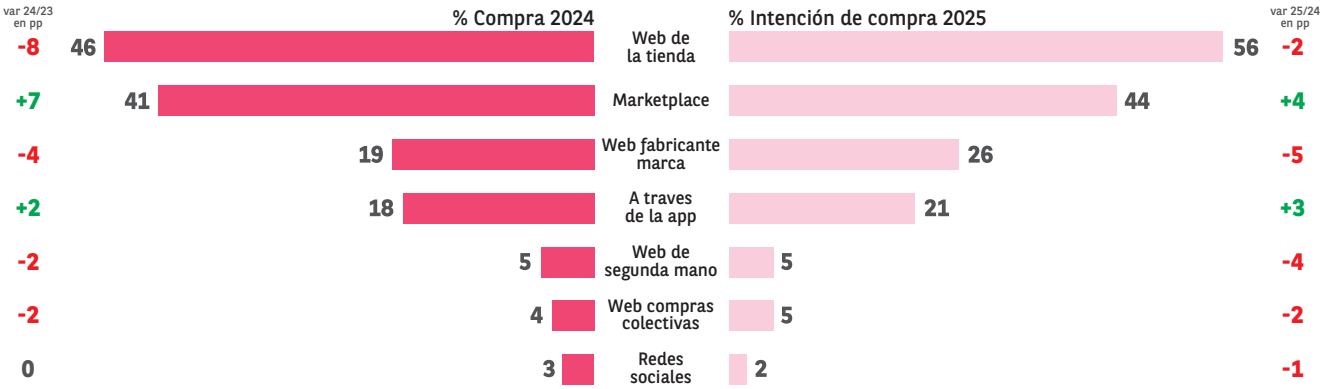


Principales motivos para elegir el tipo de tienda

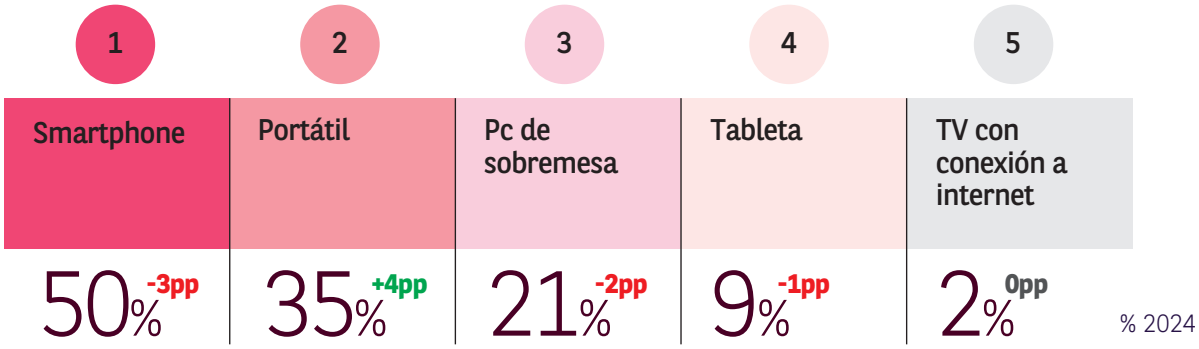


Y del 12% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

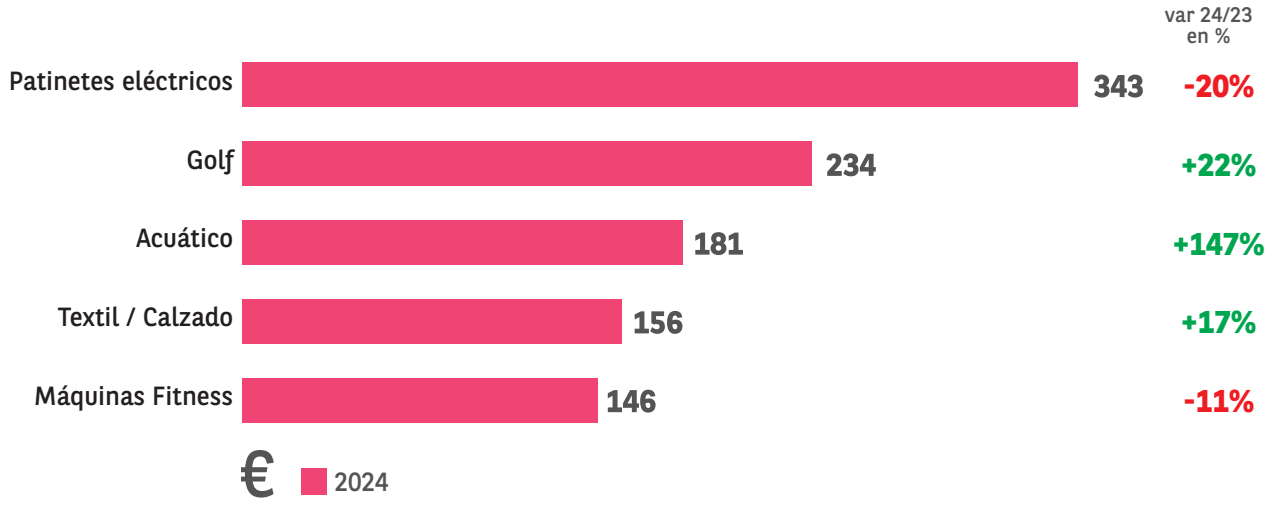


Gasto medio

Tienda física o ecommerce ¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	206 €	-5%
Tienda física	157 €	-5%
Online	183 €	-3%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR DESCANSO

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector elementos de descanso**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Canal de compra**
07 Tipo de tienda global
10 Colchones
10 Bases
11 Canapés
11 Almohadas
12 Textil hogar
12 Cabeceros

13 **Motivos de elección de establecimiento**

15 **Gasto medio**

18 **Medio de pago**

19 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector elementos de descanso**
19 Fuentes de información en la decisión de compra

21 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

23 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

24 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

25 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

26 **Conclusiones del sector elementos de descanso**

30 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR ELEMENTOS DE DESCANSO

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

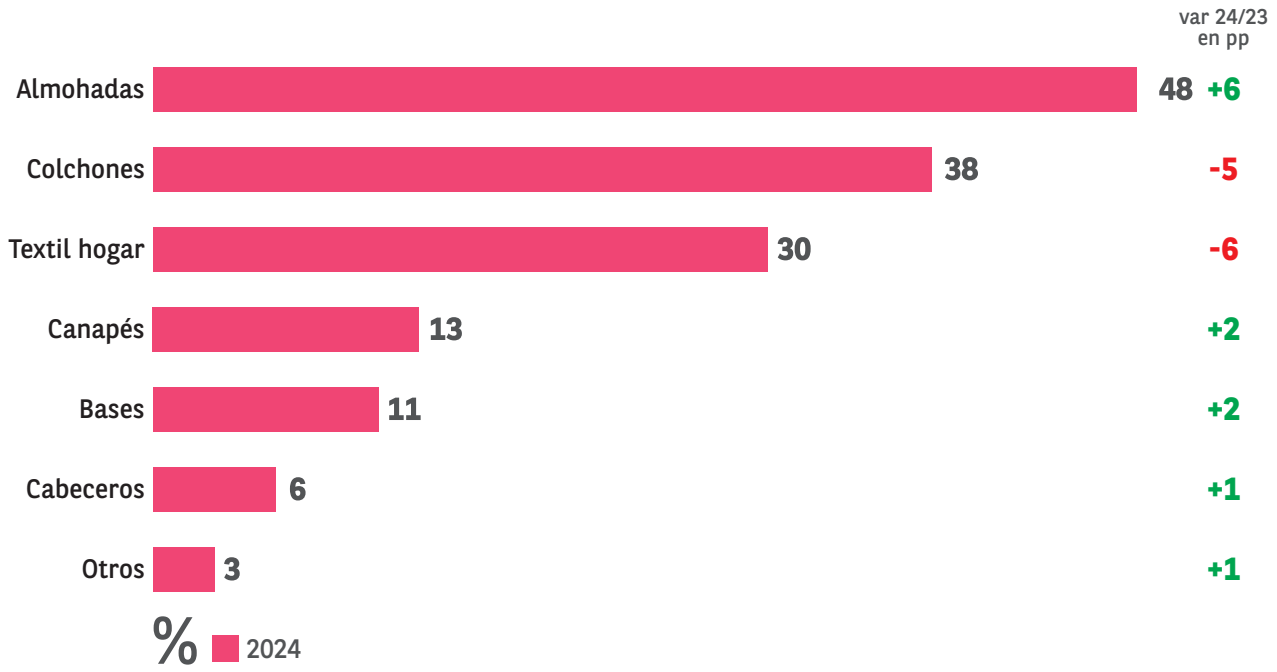
Sí **38%** | var 24/23 en pp **+4**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 38% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector descanso, mostrando un crecimiento de 4 puntos respecto a 2023. Si segmentamos por edad, los consumidores entre 18 y 24 años destacan por encima de la media con un 43% de menciones.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado elementos de descanso en los últimos 12 meses. ¿Qué tipo de producto has comprado?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

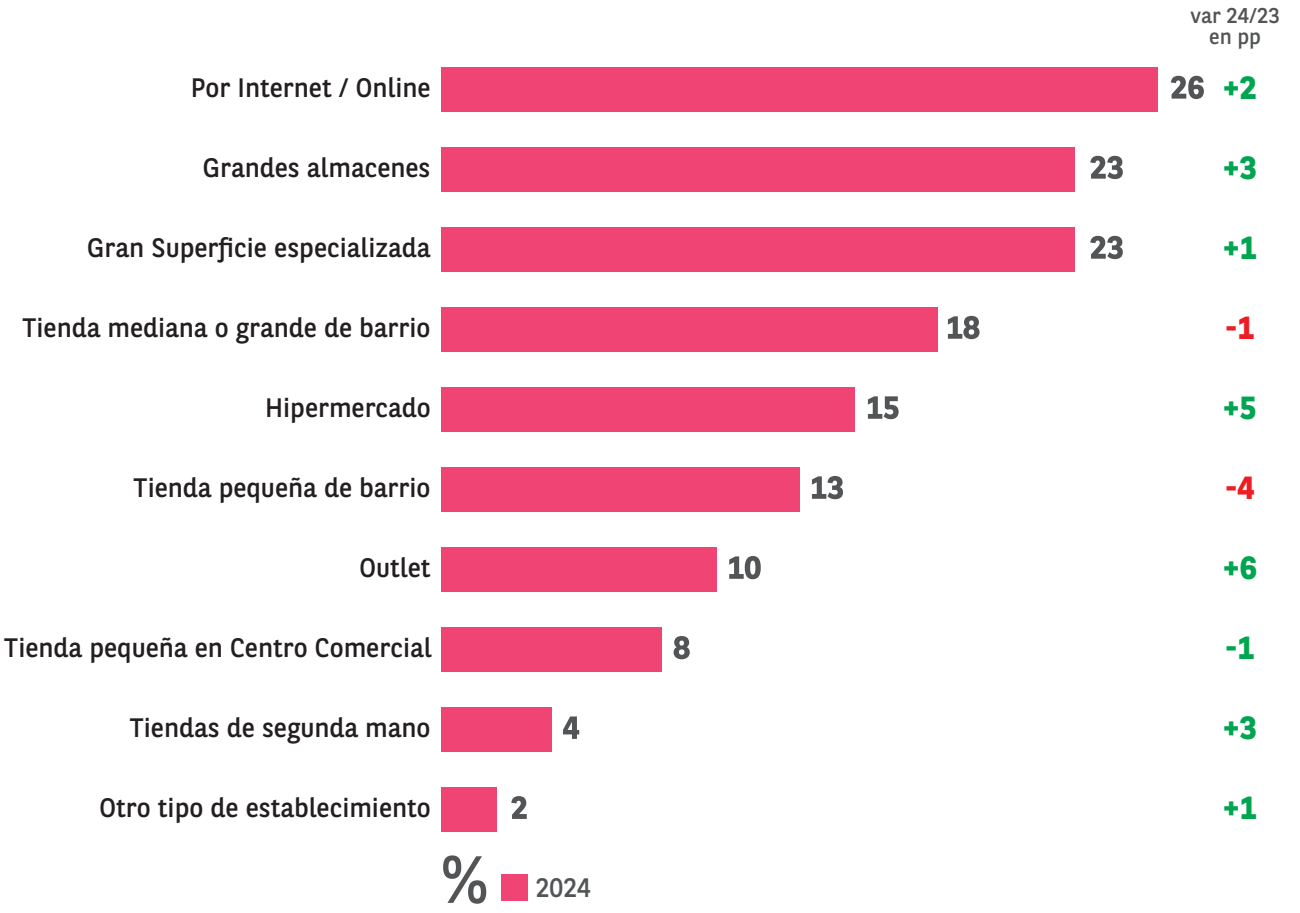
Este año, la categoría de almohadas ocupan el primer lugar en el ranking con un 48% de menciones y un importante crecimiento de 6 puntos respecto al año anterior. Le siguen los colchones (38%) y el textil hogar (30%), en ambos casos mostrando descensos respecto al año anterior de 5 y 6 puntos porcentuales respectivamente.

El resto de las categorías muestran porcentajes por debajo del 15%, aunque con crecimientos respecto a 2023. Si segmentamos por edad, los consumidores entre los 35 y 44 años destacan 6 puntos por encima de la media en la compra de almohadas y textil hogar. Los mayores de 45 años son los que más colchones han comprado (43% vs 38% media).

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)

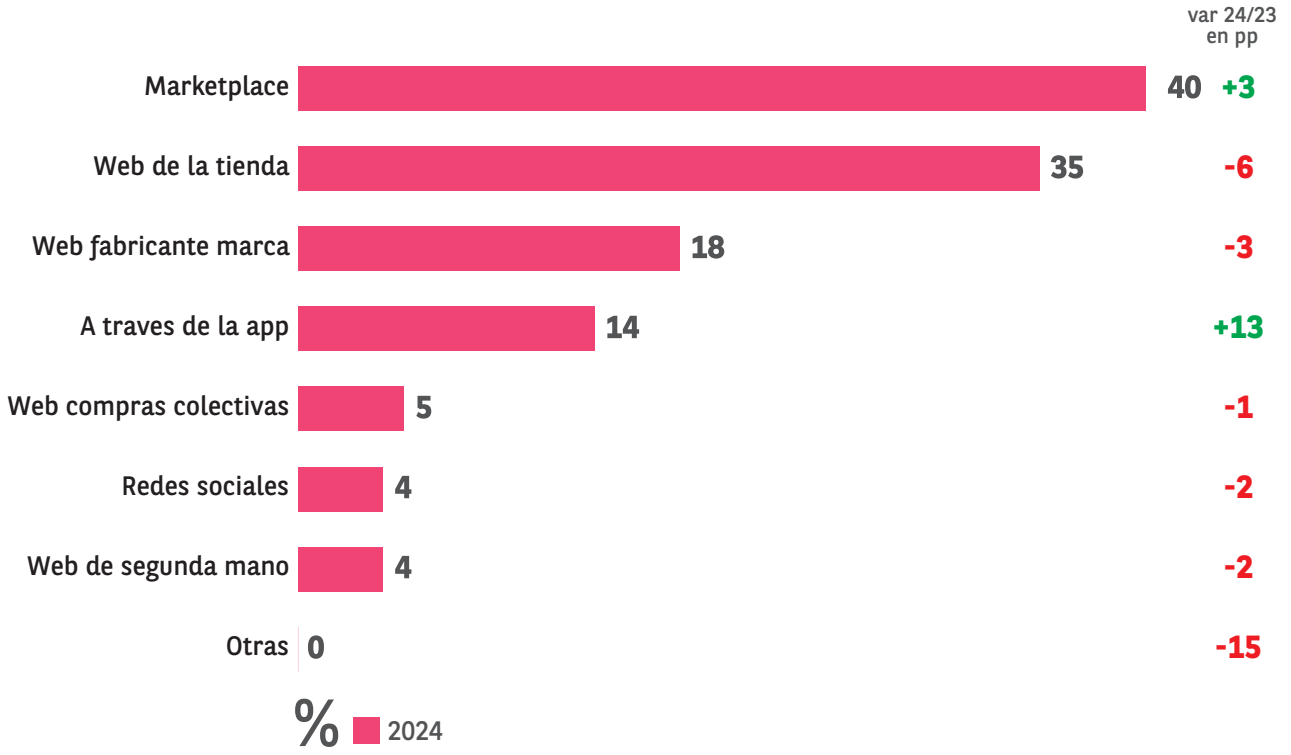


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de descanso en general, el canal online continúa en primer lugar con un 26% y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023. Los grandes almacenes y las grandes superficies especializadas ocupan los siguientes puestos en el ranking con un 23% de menciones, y un aumento respecto al año anterior de 3 y 1 punto porcentual respectivamente.

El resto de las opciones muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante señalar los importantes crecimientos de los outlets (+6pp) y los hipermercados (5pp).

¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)

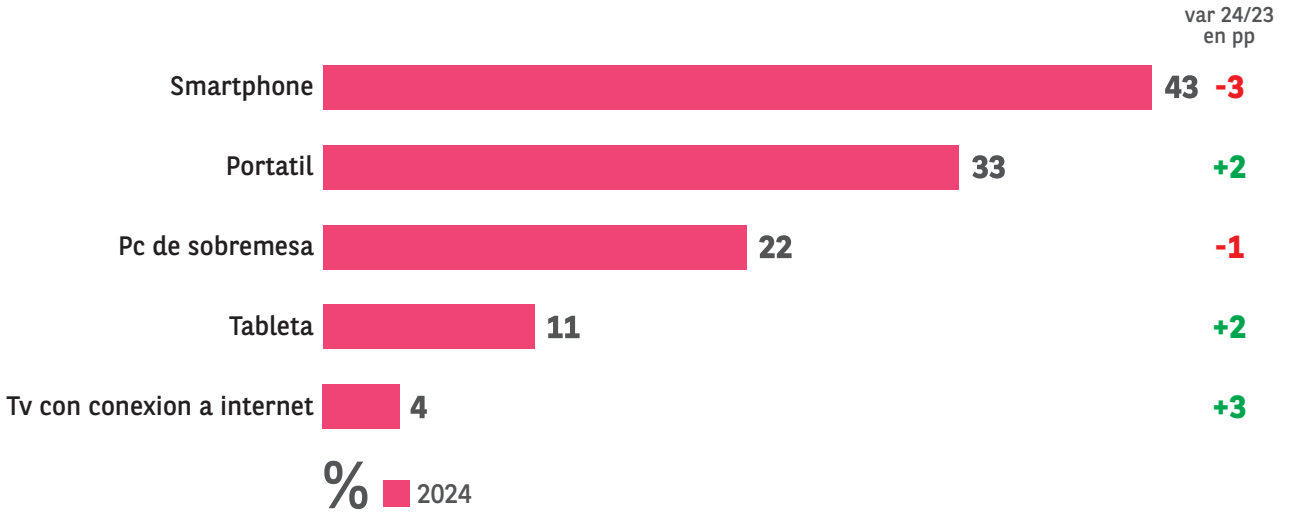


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las webs más elegidas por aquellos que han realizado sus compras de elementos de descanso en el canal online han sido los Marketplace con un 40% de menciones y un crecimiento de 3 puntos respecto al año anterior, y las webs de las tiendas con un 35% pero un descenso de 6 puntos.

El resto de las opciones están por debajo del 20% de respuestas, pero es importante destacar que las compras realizadas a través de la app cobran más importancia con un crecimiento de 13 puntos porcentuales respecto a 2023.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que se refiere al dispositivo utilizado para las compras por internet el smartphone es el claro favorito con un 43% de respuestas obtenidas, aunque con un descenso de 3 puntos respecto al año anterior. Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan notablemente por encima de la media con un 65% de menciones.

El portátil es el siguiente en el ranking con un 33% de menciones (+2pp). El resto de dispositivos muestra porcentajes por debajo del 25%.

COLCHONES

COLCHONES
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Tienda mediana o grande de barrio	Grandes almacenes	Tienda pequeña de barrio
24% 0	22% -3	20% -1	16% +5	14% -1

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La gran superficie especializada es la favorita para realizar la compra de colchones, seguida de cerca por la compra online y en la tienda mediana o grande de barrio.

Los grandes almacenes se posicionan en 4º lugar en el ranking siendo los únicos que muestran un crecimiento respecto al año anterior.

BASES

BASES
(% respuesta múltiple)

Tienda mediana o grande de barrio	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Outlet	Tienda pequeña de barrio
23% +5	22% +1	19% -5	17% +11	14% +2

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a la compra de bases, la tienda mediana o grande de barrio se posiciona en primer lugar con un 23% de menciones y un importante crecimiento de 5 puntos, seguido del canal online con un 22% (+1pp).

Es importante señalar el notable crecimiento de 11 puntos porcentuales en el porcentaje de compras realizadas en los outlets.

CANAPÉS

CANAPÉS
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Por Internet/ online	Tienda pequeña de barrio
21% -2	19% +10	19% 0	18% -1	12% -9

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La compra de canapés presenta datos muy parecidos en los canales elegidos, siendo lo más destacable el importante crecimiento de 10 puntos en la compra realizada en grandes almacenes.

ALMOHADAS

ALMOHADAS
(% respuesta múltiple)

Grandes almacenes	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Hipermercado	Tienda mediana o grande de barrio
20% 0	18% +2	17% -5	16% +3	14% +3

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Al igual que en el caso de los canapés, la elección del canal de compra para almohadas muestra datos muy divididos. Los grandes almacenes son los favoritos, pero muy seguidos de las compras online que crecen respecto al 2023. La gran superficie especializada ocupa la tercera posición, pero mostrando un importante descenso de 5 puntos.

Las compras realizadas en el hipermercado y en la tienda mediana o grande de barrio cobran más importancia.

TEXTIL HOGAR

TEXTIL HOGAR
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Hipermercado	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio
26% +6	23% 0	18% +4	16% +3	10% -2

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las compras de productos de textil/hogar se realizan principalmente por internet con un 26% de menciones y un fuerte crecimiento de 6 puntos respecto a 2023. Le siguen las realizadas en los grandes almacenes (23%) que se mantienen estables.

Las compras realizadas en el hipermercado y en la gran superficie especializada cobran más importancia.

CABECEROS

CABECEROS
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Outlet	Tienda pequeña de barrio	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio
37% +11	14% +6	14% +2	13% -9	12% -6

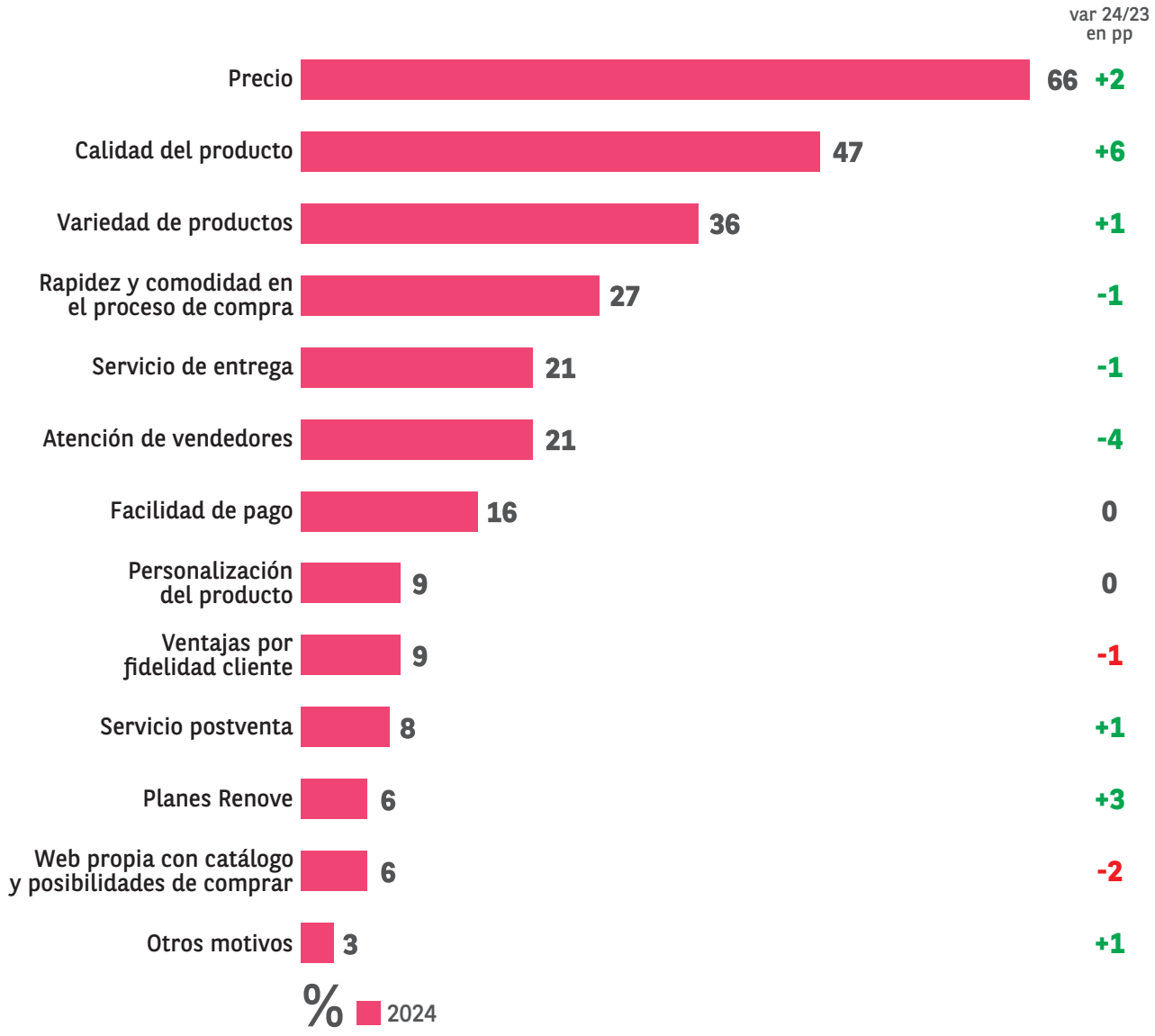
% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El canal online es el claro preferido para realizar la compra de cabeceros con un 37% de menciones y un fuerte crecimiento de 11 puntos respecto al año anterior. El resto de canales del top 5 muestra porcentajes muy inferiores, siendo los outlet y la tienda pequeña de barrio las siguientes opciones con un 14% de respuestas y un crecimiento de 6 y 2 puntos porcentuales respectivamente.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El motivo más mencionado por los consumidores a la hora de comprar elementos de descanso en general es el precio con un 66% de menciones y un aumento de 2 puntos respecto al año anterior.

Le sigue la calidad del producto con un 47% de respuestas y un importante crecimiento de 6 puntos y la variedad de productos (36%, +1pp).

GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado en los elementos de descanso que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
365€ 0%	356€ +2%	247€ -10%

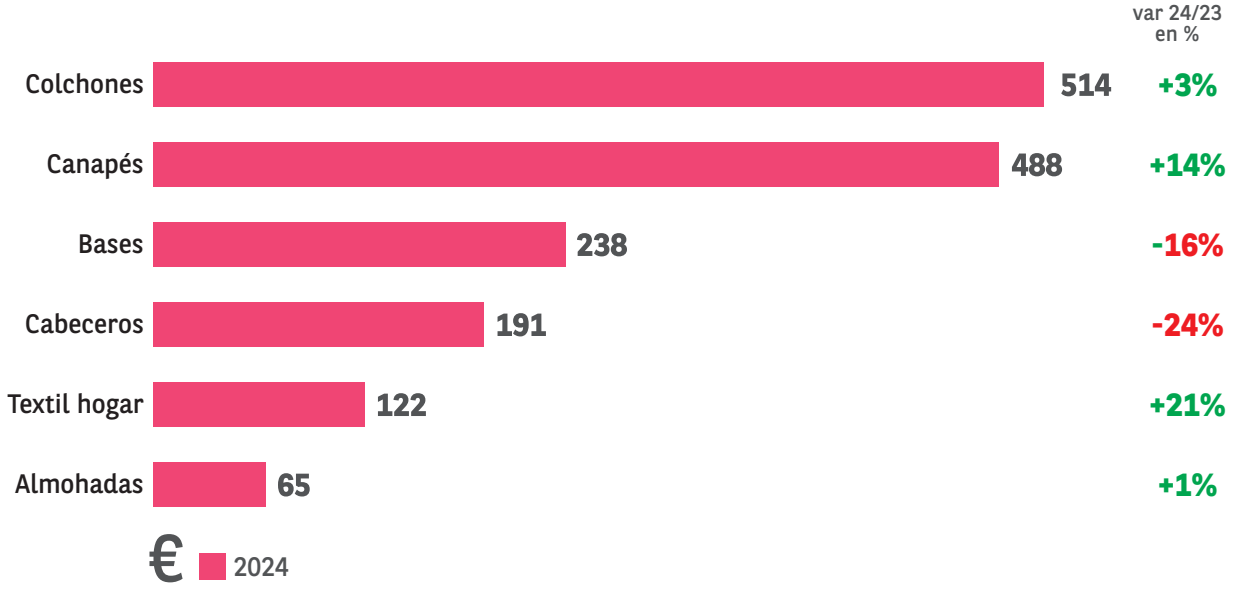
€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de elemento de descanso en los últimos 12 meses es de 365€, manteniéndose estable respecto al gastado en 2023.

Por tipo de tienda, el gasto realizado en las tiendas físicas sigue siendo mayor que en el comercio electrónico y aumentando un 2%. Las compras realizadas en el canal online supusieron un desembolso un 10% inferior al realizado en 2023.

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los elemento de descanso adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido colchones (514€), canapés (488€) y bases (238€). En este sentido, lo más importante es el fuerte crecimiento del desembolso realizado en la categoría de canapés, que crece un 14% respecto a 2023.

Es importante destacar que el gasto realizado en productos textil/hogar aumenta un 21% respecto al año anterior.

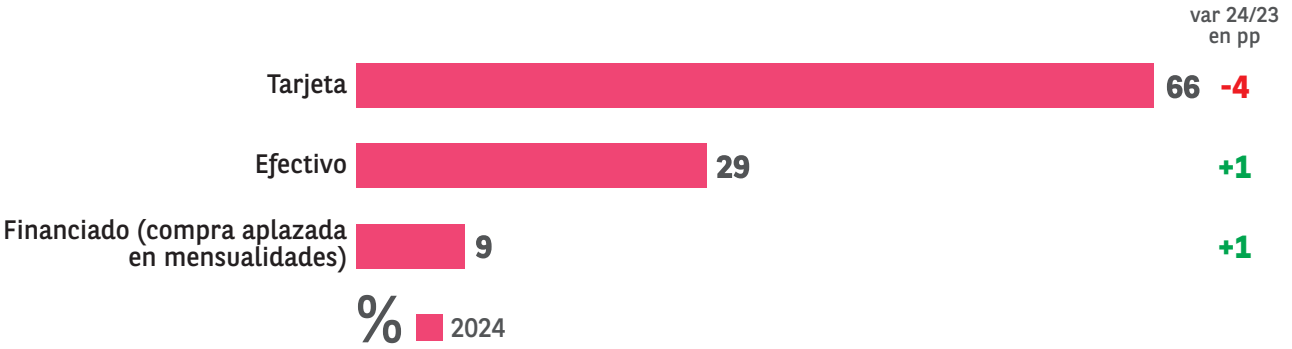
Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Colchones	Tienda física	**555 €**	**+10%**
	Online	**350 €**	**-19%**
Bases	Tienda física	**245 €**	**-14%**
	Online	**169 €**	**+1%**
Canapés	Tienda física	**507 €**	**+19%**
	Online	**322 €**	**-15%**
Almohadas	Tienda física	**61 €**	**0%**
	Online	**61 €**	**-10%**
Textil hogar	Tienda física	**107 €**	**+14%**
	Online	**124 €**	**+39%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra de elementos de descanso, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 66% de menciones, mostrando un descenso de cuatro puntos respecto a 2023. Muy de lejos se encuentra el pago en efectivo realizado por el 29% de consumidores.

El tipo de tarjeta más utilizado ha sido la de débito con un 62% de menciones, pero con una caída de 4 puntos porcentuales respecto al año anterior. La tarjeta de crédito fin de mes muestra un aumento de 4 puntos respecto a 2023 alcanzando un 35% de respuestas.

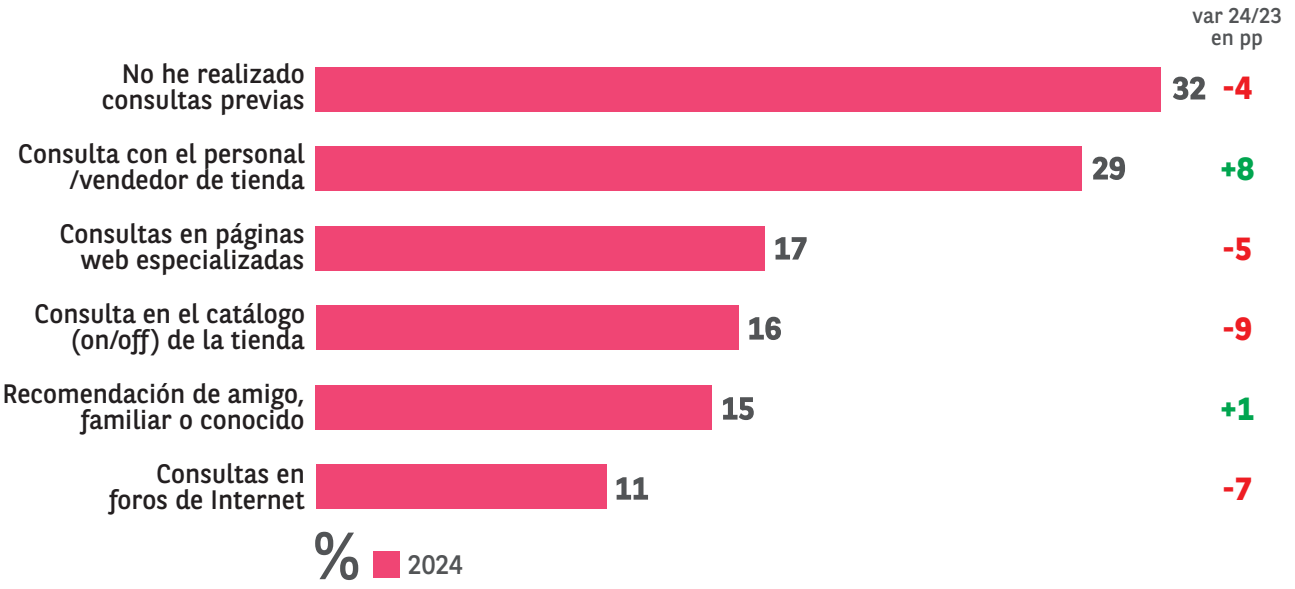
Sólo un 9% de españoles declara haber financiado su compra de elementos de descanso, siendo la financiación ofrecida en la tienda la más utilizada, así lo manifiestan 8 de cada 10 de ellos.

Si segmentamos por edades, lo más significativo es que los consumidores más jóvenes con edades entre los 18 y 24 años se decantan más por el pago en efectivo con un 44% de menciones versus 29% de la media. Aquellos entre los 35 y 44 años realizan sus compras de descanso principalmente mediante tarjeta, destacando 8 puntos porcentuales por encima de la media (74% vs 66%).

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELEMENTOS DE DESCANSO

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos del sector descanso, observamos cómo el 32% de los españoles asegura no realizar ninguna consulta previa antes de realizar su compra, porcentaje que desciende 4 puntos respecto a 2023.

Las consultas con el personal de la tienda cobran cada año más importancia, no sólo en este sector sino también por ejemplo en el del mueble y accesorios. Este año, el 29% de compradores de muebles ha solicitado información y asesoramiento a los vendedores de las tiendas, lo cual supone un fuerte crecimiento de 8 puntos respecto a los datos del 2023.

El resto de las categorías muestra datos por debajo del 20%, y con fuertes caídas respecto al año pasado.

Si analizamos los datos por tramos de edad, observamos como los consumidores mayores de 45 años son los que más importancia le dan y los que más recurren al asesoramiento del personal de las tiendas con un 39% de menciones, 10 puntos porcentuales más que la media. Los consumidores entre 18 y 24 años destacan en las consultas realizadas en foros de internet con un 18% de menciones frente al 11% de la media, porcentaje que desciende 7 puntos respecto a 2023.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

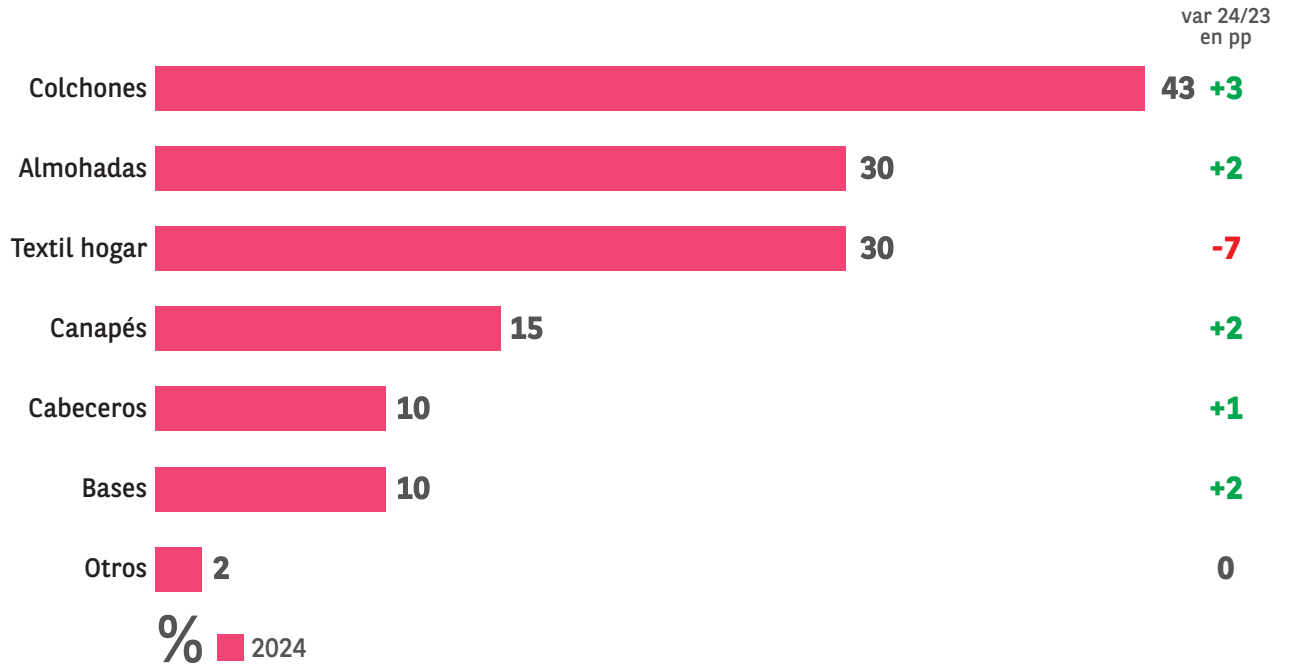
En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **36%** | var 24/23 en pp **+1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 36% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector descanso en los próximos 12 meses, mostrando un ligero crecimiento de 1 punto respecto a lo declarado el año anterior. Aquellos consumidores con edades entre los 25 y 34 años son los que demandaran más productos de este sector durante el próximo año, con un 42% de menciones.

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de elemento de descanso en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de elemento de descanso tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



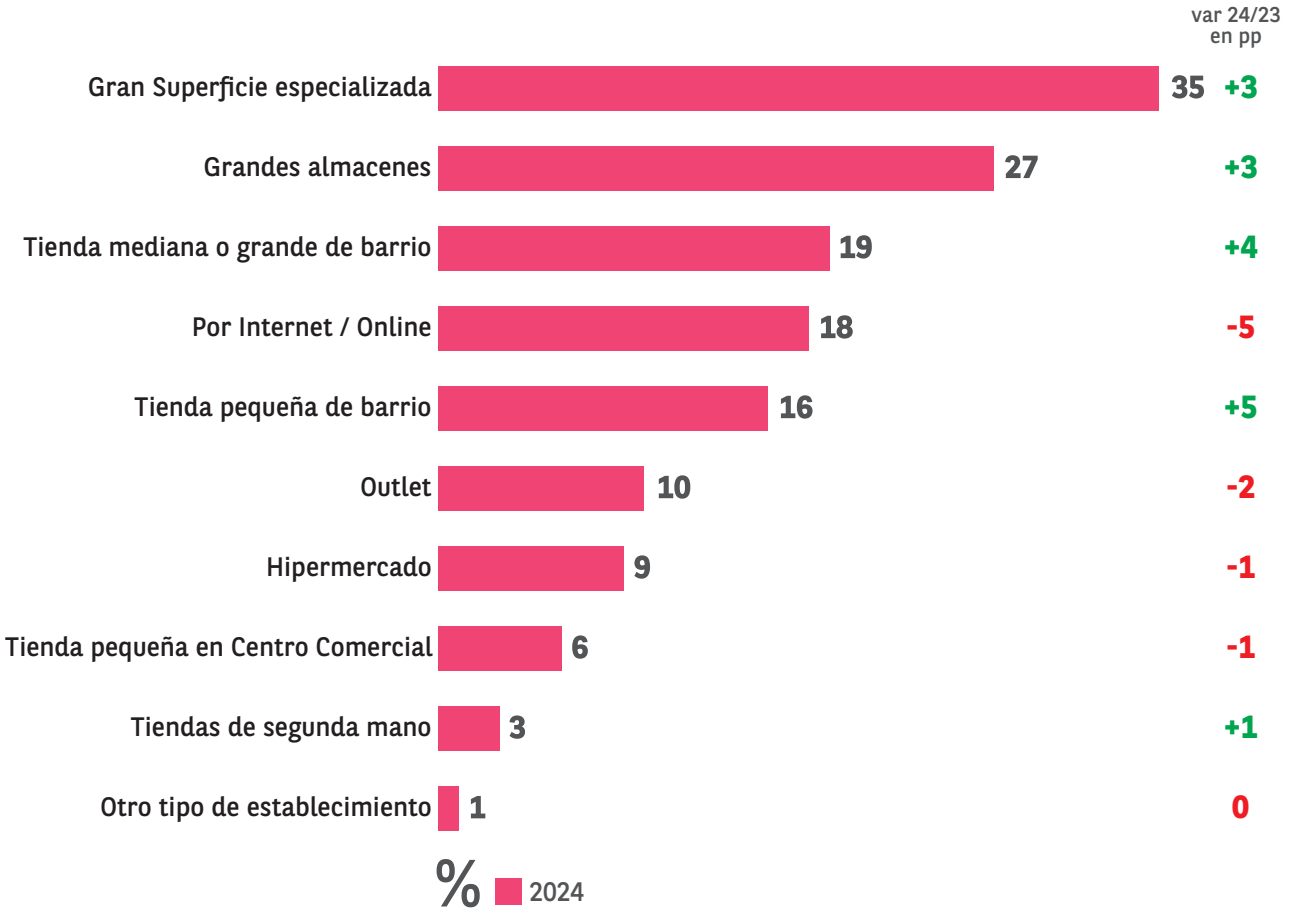
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a la intención de compra de elementos de descanso para 2023, las categorías más pretendidas son los colchones con un 43% (+3 puntos respecto al año anterior), seguidos de las almohadas y el textil hogar con un 30% de menciones en ambos casos, pero em este último mostrando un importante descenso de 7 puntos respecto a lo declarado el año anterior.

Por edades, lo más significativo es que los consumidores mayores de 45 años destacan 8 puntos por encima de la media en su intención de adquirir colchones (51% vs 43% media).

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda pretendes adquirir elementos de descanso en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra más mencionados por los consumidores que tienen intención de comprar algún tipo de elemento de descanso en los próximos 12 meses, son las grandes superficies especializadas con un 35% de menciones y un aumento de 3 puntos respecto a 2023. Les siguen los grandes almacenes con un 27% (+3pp) y la tienda mediana o grande de barrio que con un 19% de respuestas y un aumento de 4 puntos, desbanca al canal online (18%, -5pp) de la tercera posición que ocupa el año pasado.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
434€ +13%	398€	334€
		€ 2024

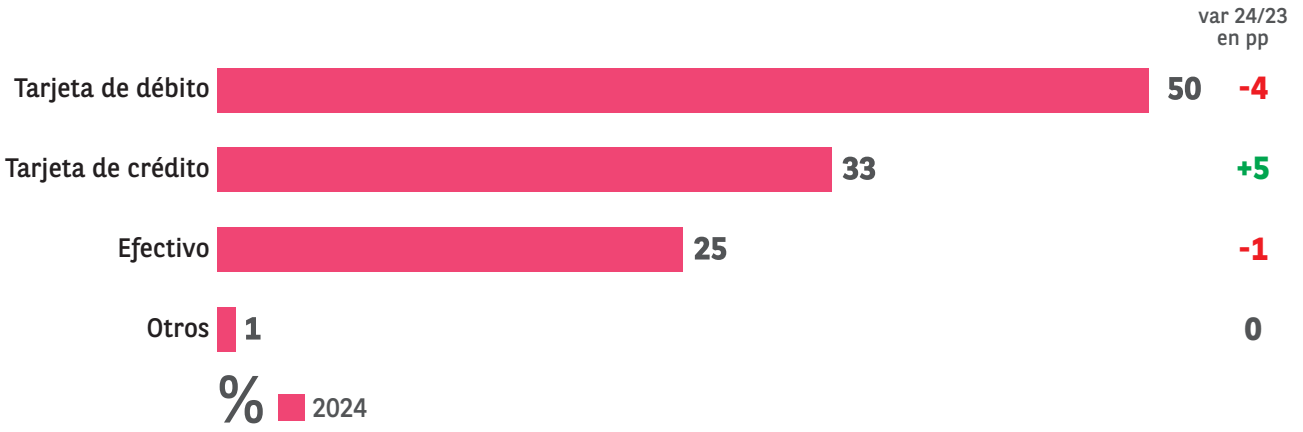
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los consumidores que han declarado tener intención de comprar elementos de descanso en los próximos 12 meses gastaran de media unos 434€, lo que supone un incremento del 13% respecto a lo previsto el año pasado.

Los que más desembolso realizaran serán los consumidores mayores de 45 años con una intención de gastar unos 521€, un 20% más que la media.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La mitad de los consumidores que han declarado su intención de compra en este sector, tienen previsto utilizar la tarjeta de débito (-4pp). Por otro lado 3 de cada 10 de ellos se decantará por la tarjeta de crédito, uso que aumenta 5 puntos respecto a lo mencionado hace un año.

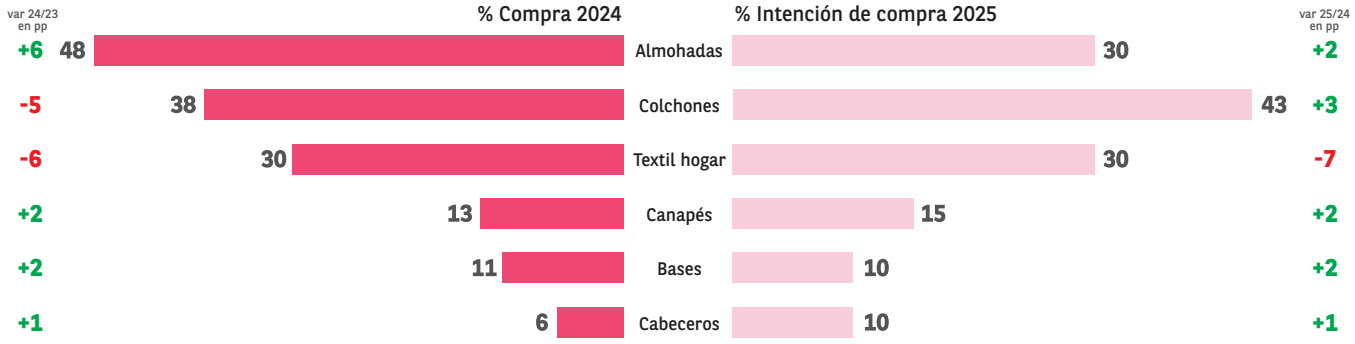
CONCLUSIONES DEL SECTOR ELEMENTOS DE DESCANSO

El **38%** (+4pp) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector descanso en los últimos 12 meses, gastando una media de **365€** (0%)

El **36%** (+1pp) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector descanso en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **434€** (+13%)

Compras e intención de compra

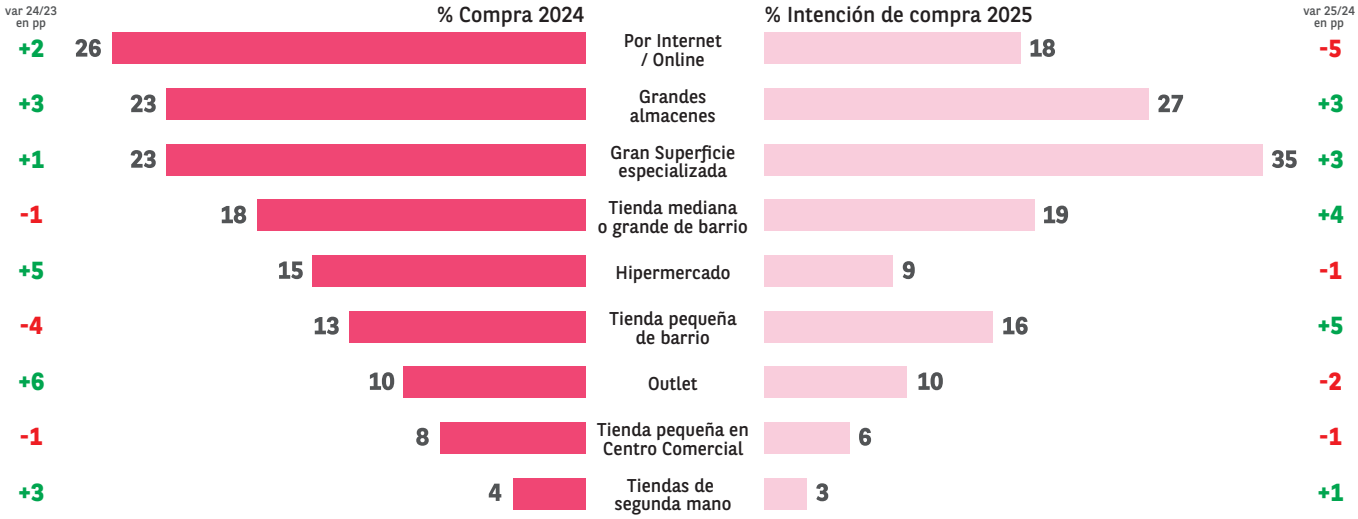
¿Qué tipo de producto de descanso has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Las compras realizadas en 2024 siguen lideradas por el canal online, aunque son las Grandes Superficies Especializadas las preferidas de cara a 2025.

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



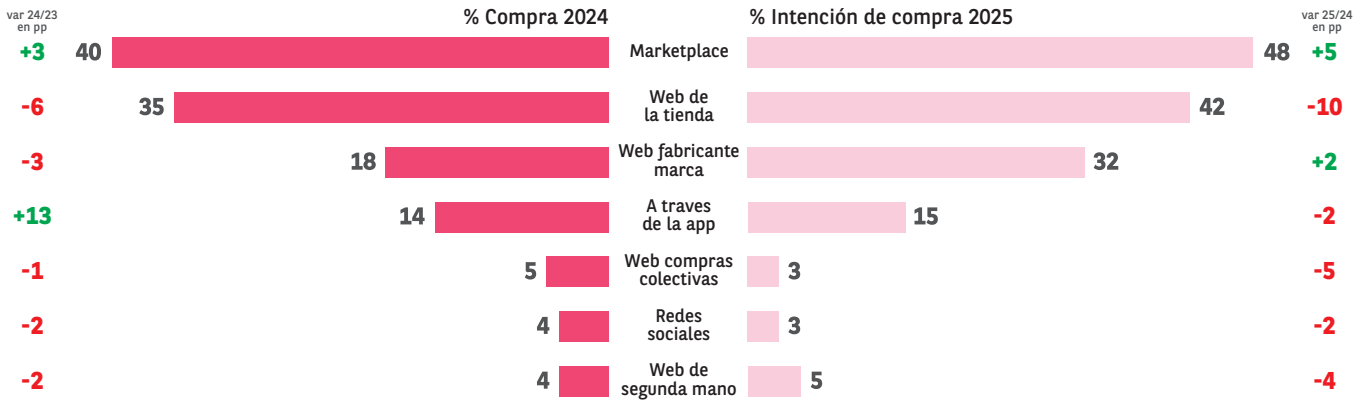
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5
Precio	Calidad del producto	Variedad de productos	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Servicio de entrega
66% +2pp	47% +6pp	36% +1pp	27% -1pp	21% -1pp

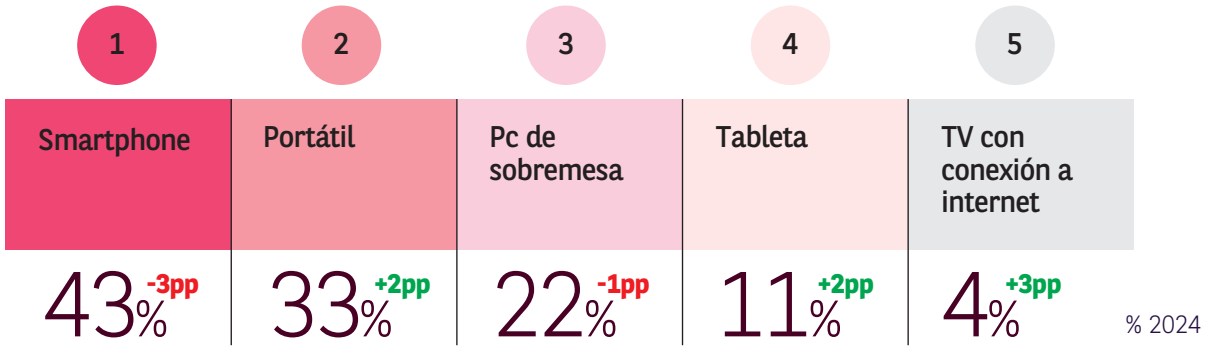
% 2024

Y del 26% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

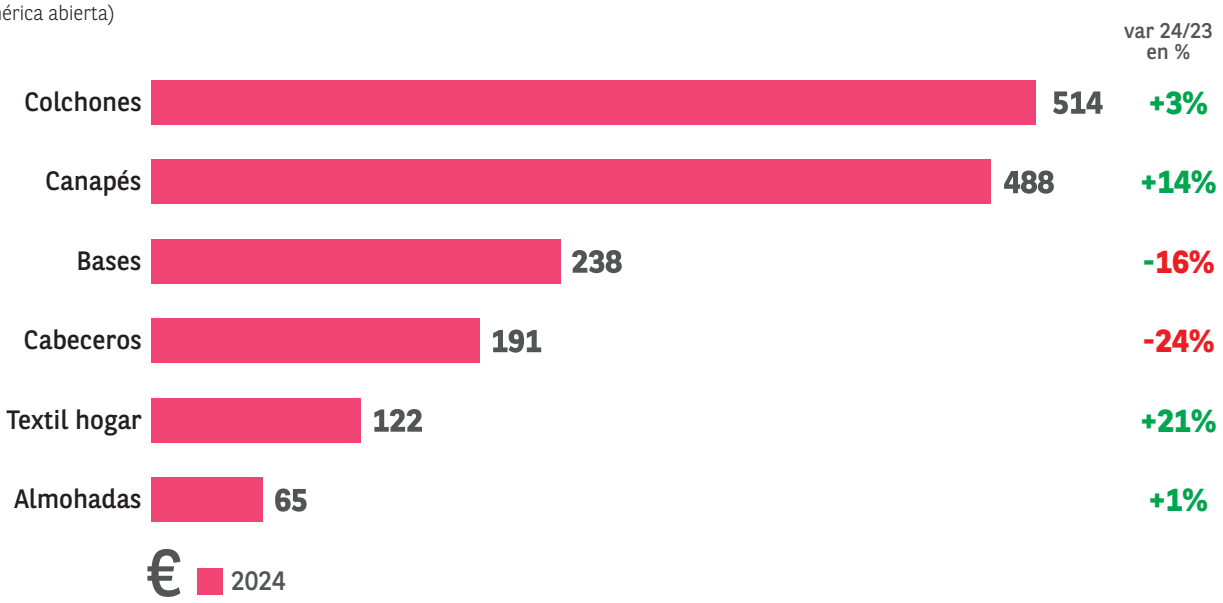


Gasto medio

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	365 €	0%
Tienda física	356 €	+2%
Online	247 €	-10%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en productos de descanso adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR ELECTRO Y TECNOLOGÍA

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector electrodomésticos y tecnología**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Canal de compra**
07 Tipo de tienda global
10 Gama blanca
10 Gama marrón
11 Pequeños aparatos electrodomésticos
11 Climatización
12 Tecnología

13 **Motivos de elección de establecimiento**

17 **Gasto medio**

20 **Medio de pago**

21 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector electrodomésticos/tecnología**
21 Fuentes de información en la decisión de compra

22 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

24 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

25 **Intención financiación en los próximos 12 meses**

26 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

27 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

29 **Conclusiones del sector electrodomésticos/tecnología**

33 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS Y TECNOLOGÍA

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

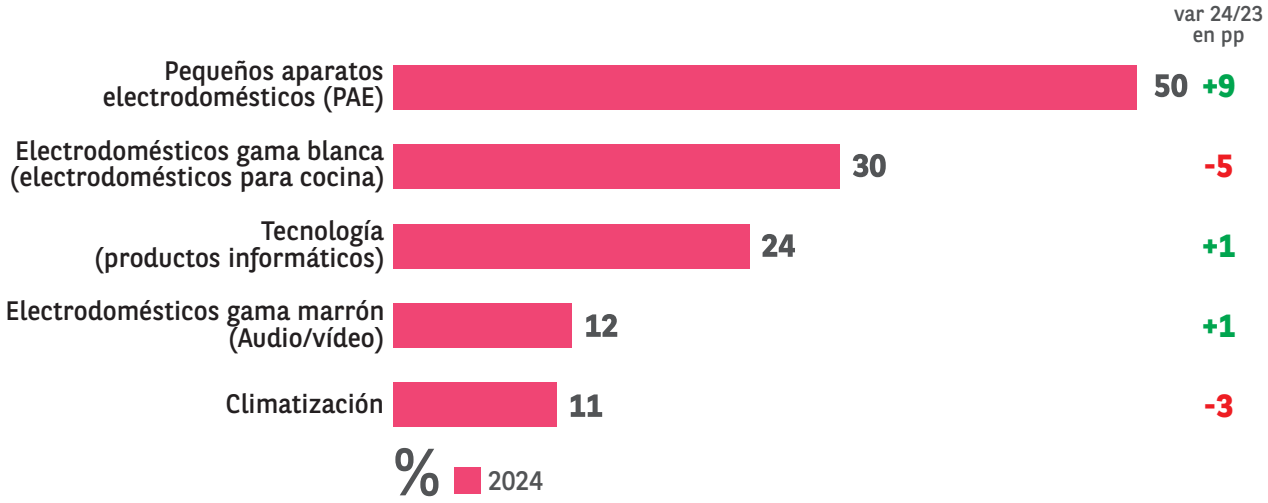
Sí **63%** | var 24/23 en pp **-3**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 63% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector electrodomésticos y tecnología en 2024, 3 puntos porcentuales por debajo del año anterior.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado electrodomésticos en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de electrodoméstico has comprado?
(% respuesta múltiple)



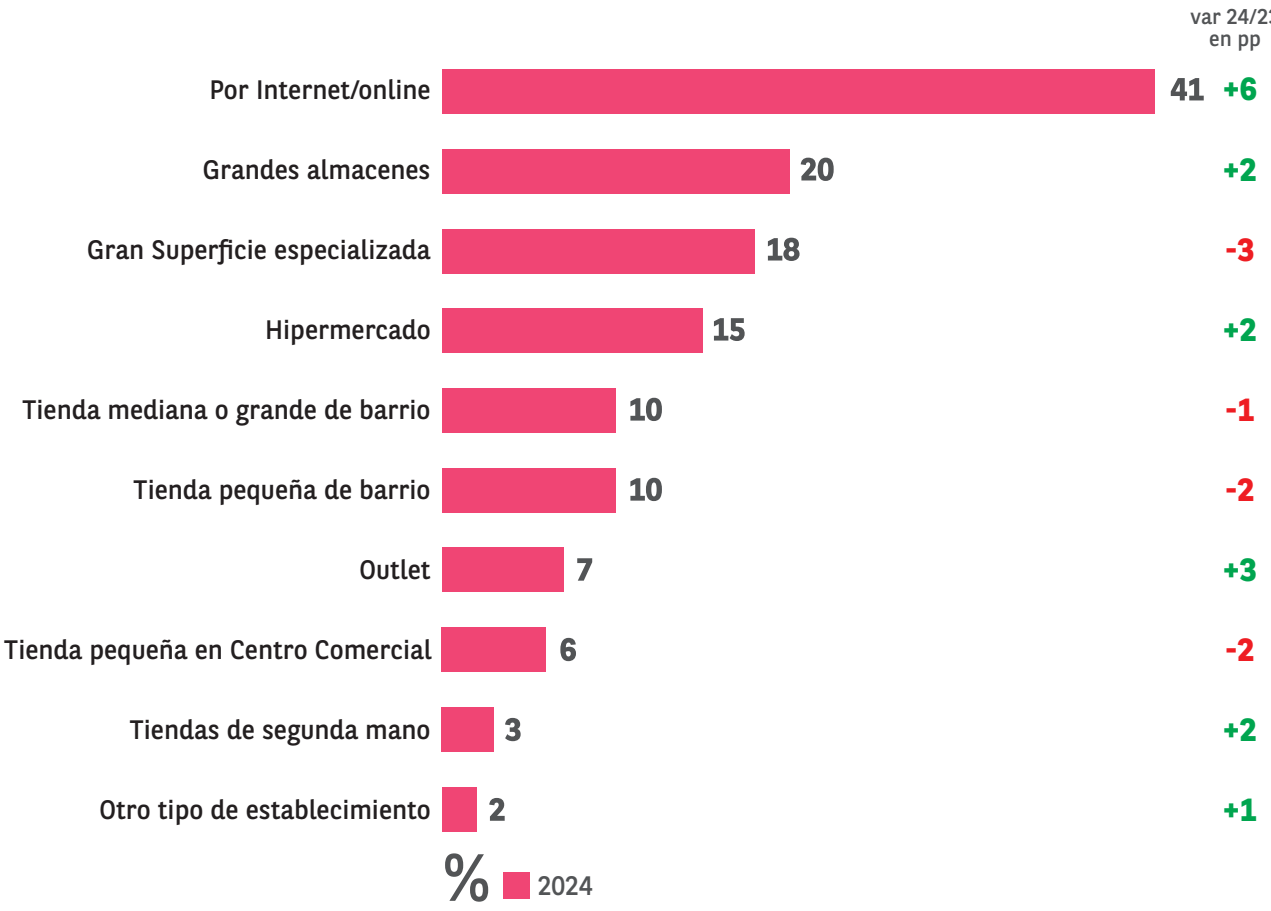
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías de electrodomésticos/tecnología adquiridas por los consumidores durante el último año, los pequeños aparatos electrodomésticos (PAE) vuelven a ser los más demandados con un 50% de menciones. Le siguen los electrodomésticos de gama blanca con un 30% de menciones (35% en 2023) y los productos informáticos con un 24% de menciones que aumentan un punto respecto al año anterior.

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

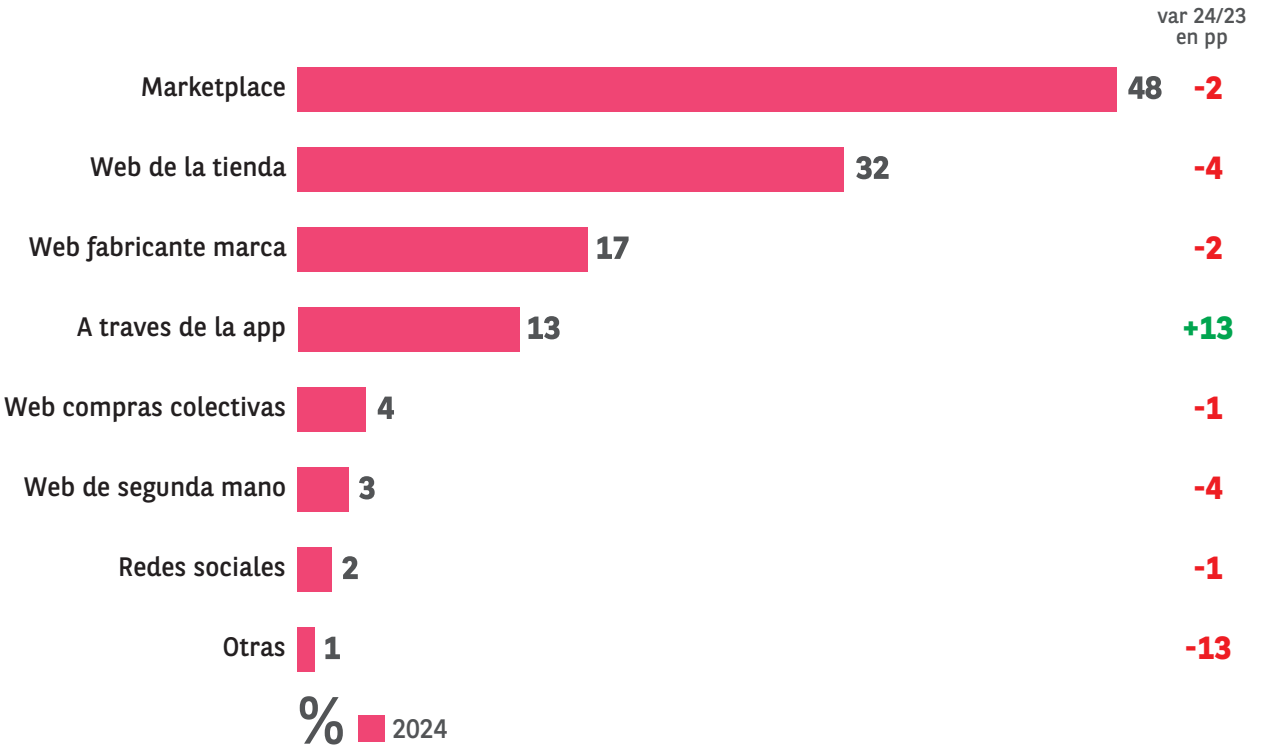
¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de electrodomésticos y tecnología en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online con un 41% de menciones, aumentando en 5 puntos respecto a 2023. Las grandes superficies especializadas caen al tercer lugar con un 18% (3 puntos menos que en 2023) y los grandes almacenes con un 20% (2 puntos más que en 2023) ascienden al top2. Entre el resto de canales destacan los outlets, hipermercados y tiendas de segunda mano con subidas de 3 y 2 puntos porcentuales.

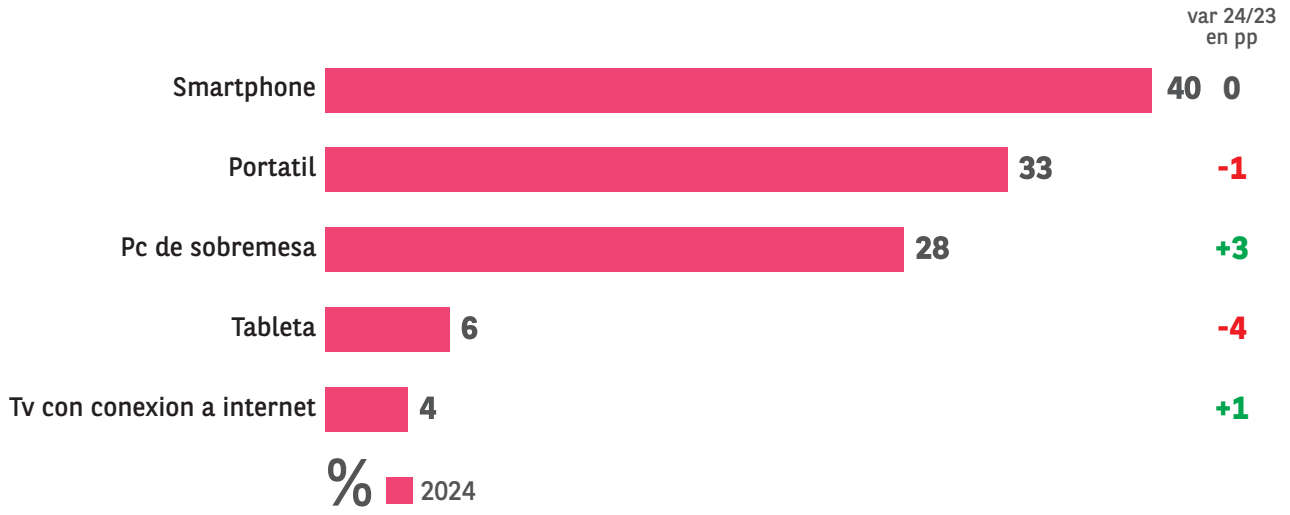
¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Dentro de ese 41% que ha comprado online productos de este sector, hemos querido analizar en que plataformas o tipos de web ha comprado y desde qué dispositivo lo ha hecho. En cuanto a las plataformas o webs, destacan por encima del resto las compras en marketplaces con un 48%, seguidos de las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 32% y un 17% respectivamente. También hay que destacar el importante aumento de 13 puntos de las compras a través de apps.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a los dispositivos utilizados para realizar sus compras, los smartphones vuelven a encontrarse en primer lugar con un 40% de menciones como ocurría el año anterior. Cierran el top 3 las compras a través de ordenadores portátiles y de PC de sobremesa.

GAMA BLANCA

GAMA BLANCA
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio	Hipermercado
26% +1	22% +6	19% -5	15% +3	14% 0

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Analizando el canal de compra según la categoría comprada, aquellos que han comprado gama blanca, este año lo han hecho principalmente en la tienda online (26%) y en grandes almacenes (22%), creciendo en 1 y 6 puntos respectivamente. En cambio, las compras en grandes superficies especializadas bajan del 24% en 2023 al 19% en 2024.

GAMA MARRÓN

GAMA MARRÓN
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada	Hipermercado	Outlet
44% +5	19% -3	19% -3	17% +5	8% +1

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los electrodomésticos de gama marrón, el top 3 lo forman, en primer lugar, la tienda online con un 44% y +5 puntos respecto a 2023, seguidas por los grandes almacenes y por las grandes superficies especializadas, ambas con 19% y descendiendo en 3 puntos.

PEQUEÑOS APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS

PAE
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Hipermercado	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada	Tienda pequeña de barrio
41% +5	17% 0	16% +2	16% 0	7% -3

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los PAE, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online con un 41% de menciones y creciendo en 5 puntos respecto al año anterior. Le siguen las compras realizadas en los hipermercados y grandes almacenes con un 17% y un 16% respectivamente.

CLIMATIZACIÓN

CLIMATIZACIÓN
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Tienda pequeña de barrio	Tienda mediana o grande de barrio	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada
31% +9	15% 0	15% 0	14% -2	11% -11

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso de los productos de climatización, la tienda online continúa en el primer puesto y vuelve a crecer de forma significativa en 9 puntos porcentuales respecto al año anterior. El 15% los ha adquirido en tiendas de barrio.

Las compras en grandes superficies especializadas pasan del segundo al cuarto puesto en el ranking descendiendo de un 22% a un 11% de menciones.

TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada	Hipermercado	Tienda pequeña en Centro Comercial
51% +1	19% +4	18% +3	9% +2	8% +1

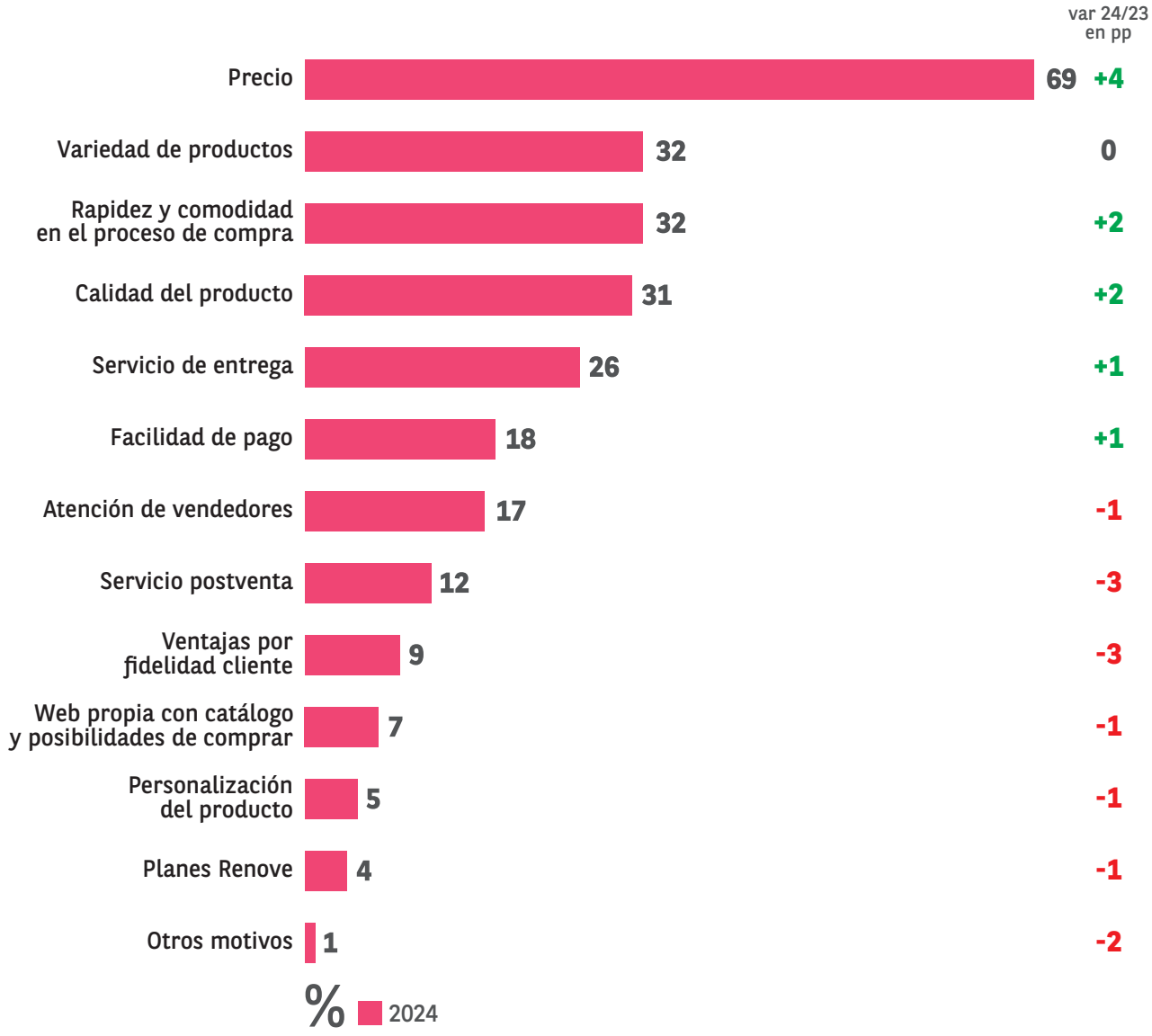
% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los productos de tecnología, en primer lugar y destacando claramente sobre el resto de canales, volvemos a encontrar la tienda online (51%) que presenta un ligero aumento de un punto respecto a 2023. Los grandes almacenes y las grandes superficies especializadas con un 19% y un 18% de menciones respectivamente, ocupan el segundo y tercer lugar en el ranking. El resto de tiendas se encuentra por debajo del 10%.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En general, a la hora de comprar electrodomésticos, con independencia del tipo de tienda elegido, el precio es el principal motivo por el que se guían los consumidores (69%), incluso 4 puntos por encima de los datos de 2023.

Otras variables importantes son la variedad de productos (32%) y la rapidez y comodidad en el proceso de compra (32%), este último con un ligero aumento respecto a 2023.

GAMA BLANCA
(% respuesta múltiple)

Precio	Servicio de entrega	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	
59% -4	37% +8	31% +2	% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso concreto de la compra de productos de Gama Blanca, el precio es el motivo principal para elegir la tienda con un 59% de menciones descendiendo 4 puntos respecto a 2023. El servicio de entrega y la rapidez y comodidad en el proceso de compra son los siguientes más mencionados por los consumidores.

GAMA MARRÓN
(% respuesta múltiple)

Precio	Variedad de productos	Servicio de entrega	
68% +15	31% -2	26% +2	% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

A la hora de comprar gama marrón, el precio, con 68% de menciones y un importante aumento de 15 puntos porcentuales, es el motivo principal. Aumenta en 2 puntos las menciones al servicio de entrega como uno de los motivos para decidir dónde comprar.

PAE
(% respuesta múltiple)

Precio	Variedad de productos	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	
71% +2	32% +1	30% +2	% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El precio vuelve a ser también la variable más importante a la hora de adquirir PAE, seguido de la variedad de productos y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, tal y como ocurría en 2023.

CLIMATIZACIÓN
(% respuesta múltiple)

Precio	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Calidad del producto	
55% -4	26% -2	25% -6	% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Precio (con un descenso de 4 puntos), rapidez y comodidad en el proceso de compra y calidad del producto, forman el top 3 en el caso de los productos de climatización.

TECNOLOGÍA
(% respuesta múltiple)

Precio	Variedad de productos	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	
67% +7	29% -4	29% +4	% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso de los productos de tecnología informática, el top 3 lo forman el precio, la variedad de productos y rapidez y comodidad en el proceso de compra, cayendo la calidad del producto del tercer al cuarto puesto.

GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado en los electrodomésticos / tecnología que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

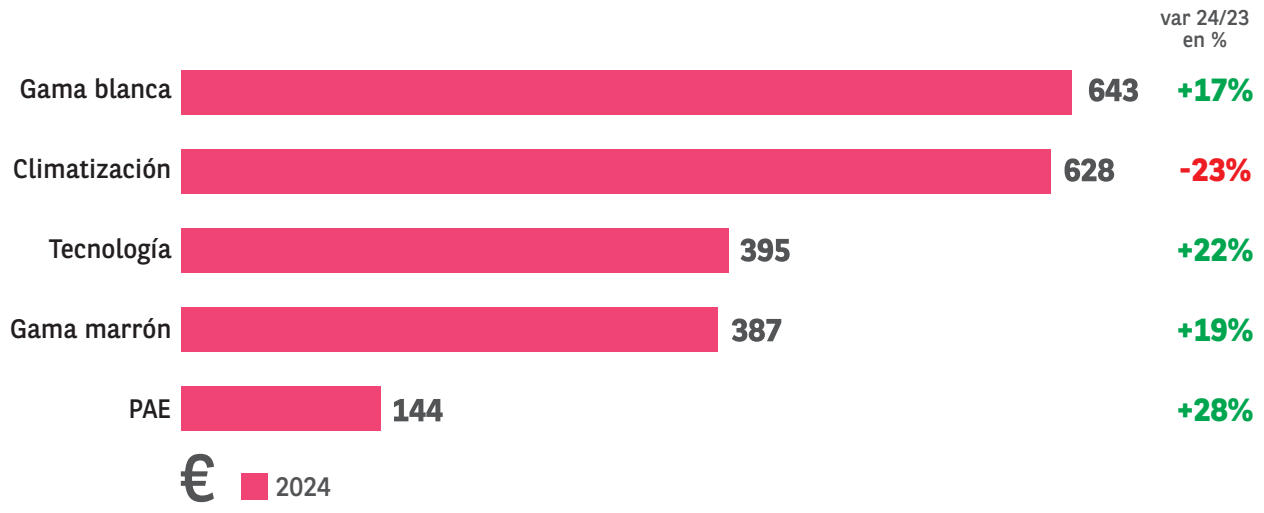
Gasto Medio 2024 470€ **+5%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses es de 470 euros, un 45% más respecto al gasto medio de 2023, en el que se gastaron 448 euros de media.

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como en tienda física el gasto aumenta un 1% alcanzando la cifra media de 471€. El gasto en el canal online aumenta un 9% hasta los 338€.

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los electrodomésticos adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido gama blanca (643€) y climatización (628€). En el caso de los pequeños aparatos electrodomésticos vemos el mayor crecimiento respecto al año anterior con un 28% más. Tan solo desciende el gasto medio en los productos de climatización, cayendo en un 23%.

Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Gama blanca	Tienda física	**625 €**	**+18%**
	Online	**538 €**	**+16%**
Gama marrón	Tienda física	**339 €**	**+7%**
	Online	**341 €**	**+27%**
PAE	Tienda física	**131 €**	**+28%**
	Online	**138 €**	**+21%**
Climatización	Tienda física	**772 €**	**-21%**
	Online	**268 €**	**-17%**
Tecnología	Tienda física	**386 €**	**+15%**
	Online	**323 €**	**+27%**

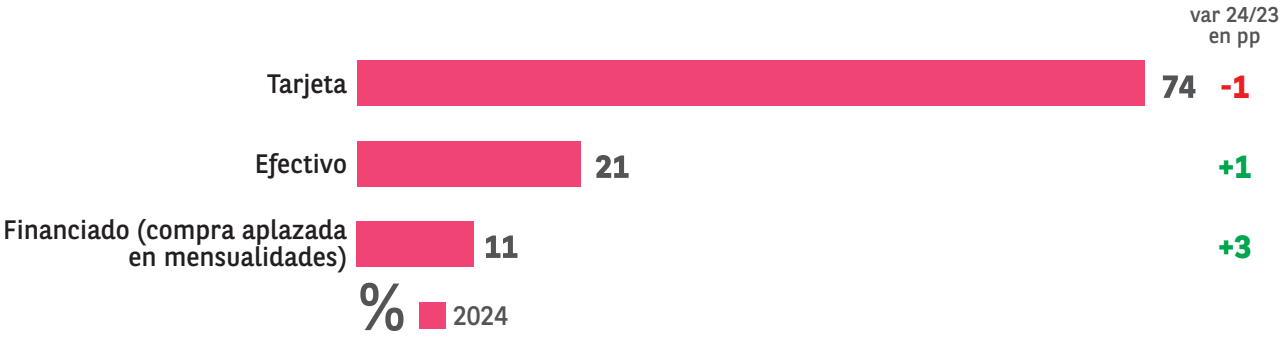
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, el gasto medio en tienda online aumenta para todas las categorías excepto en climatización, destacando en tecnología y gama marrón con un aumento del 27% respecto al año anterior.

En tienda física, el gasto medio también aumenta en todas las categorías excepto en climatización, destacando por encima del resto el +28% en pequeños aparatos electrodomésticos.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

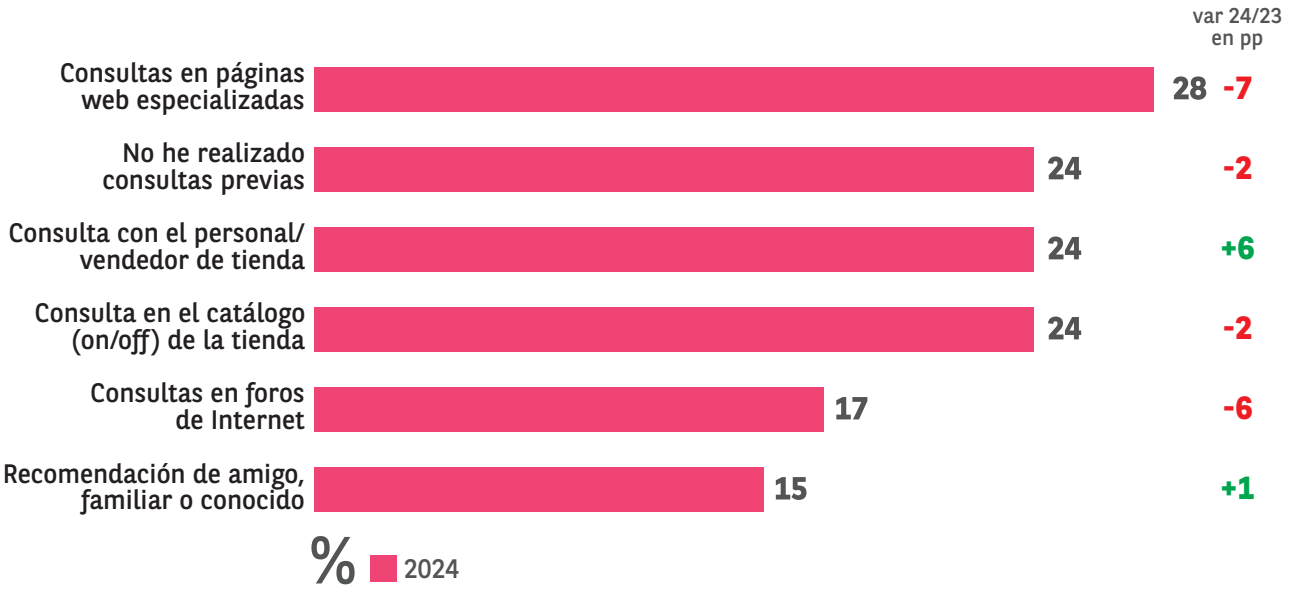
En la compra de electrodomésticos/tecnología, el pago con tarjeta es el elegido nuevamente por los consumidores en primer lugar con un 74% de menciones, tan solo un punto por debajo del año anterior. Le sigue el pago en efectivo, con un 21% frente al 20% que lo declaró en 2023. El 11% declara haber financiado su compra de electrodomésticos y/o tecnología aumentando este porcentaje en 3 puntos porcentuales. Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector electro, un 83% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró, 3 puntos más que el año anterior.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 64% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 35%, dato que aumenta en 8 puntos porcentuales.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/ TECNOLOGÍA

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos de este sector, observamos cómo el 28% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (35% en 2023). Los que consultan con el personal de la tienda son el 24% y los que consultan en catálogo de la tienda tanto online como offline cierran el top 3 con otro 24% de menciones.

Descienden en 3 puntos porcentuales los consumidores que no realizan ninguna consulta previa a su compra.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

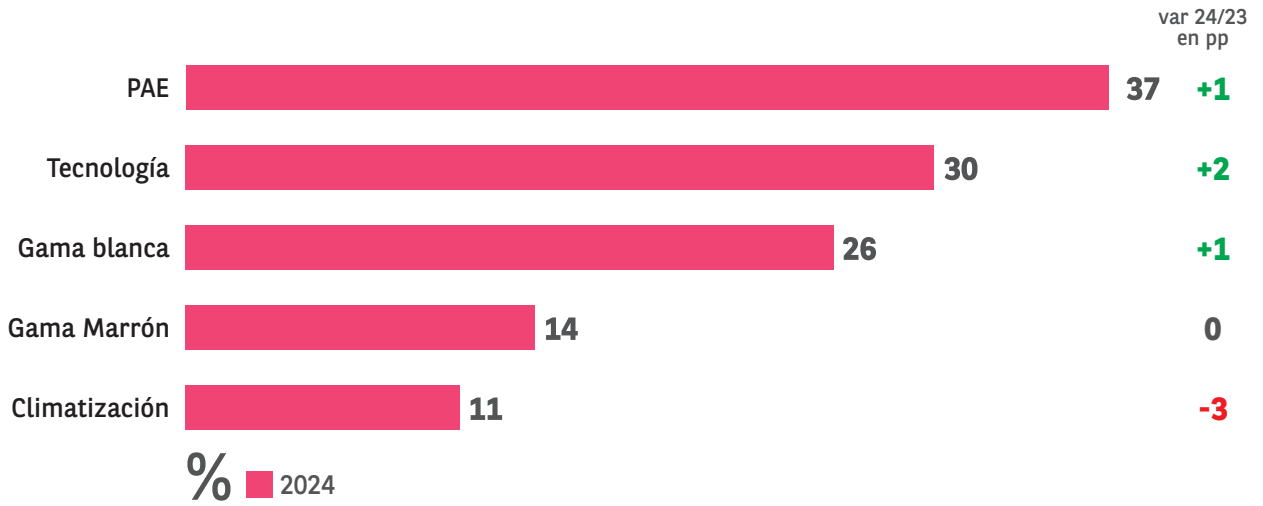
En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **53%** | var 24/23 en pp **-1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 53% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector electrodomésticos/tecnología en 2024, un punto menos que el año pasado.

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de electrodoméstico en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de electrodoméstico tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

De cara a los próximos 12 meses, la categoría que presenta un mayor incremento respecto al 2023 es la de productos de tecnología informática (+2 puntos). El top 3 de productos que presentan una mayor intención de compra estaría formado por los PAE con un 37%, los productos de tecnología informática con un 30% y los electrodomésticos de gama blanca con un 26%. Tan solo desciende la intención de compra de los productos de climatización.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

Y, ¿cuánto te has gastado en los electrodomésticos / tecnología que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
498€ +16%	454€	392€

€ 2024

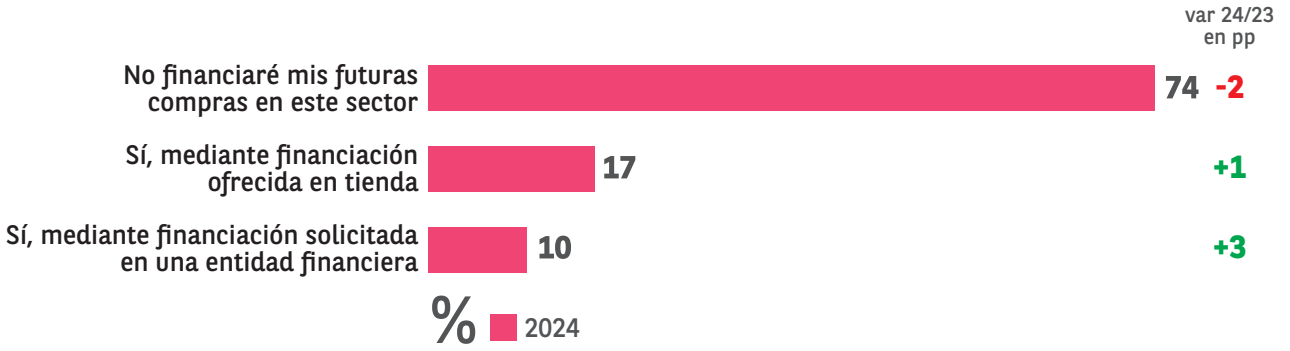
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los encuestados prevén gastar una media de 498€ en sus compras de este sector, aumentando considerablemente en un 16% el gasto previsto respecto a las intenciones mostradas el año anterior.

Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, la intención de gasto en tienda física asciende hasta los 454€ y en tiendas online a 392€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% respuesta múltiple)

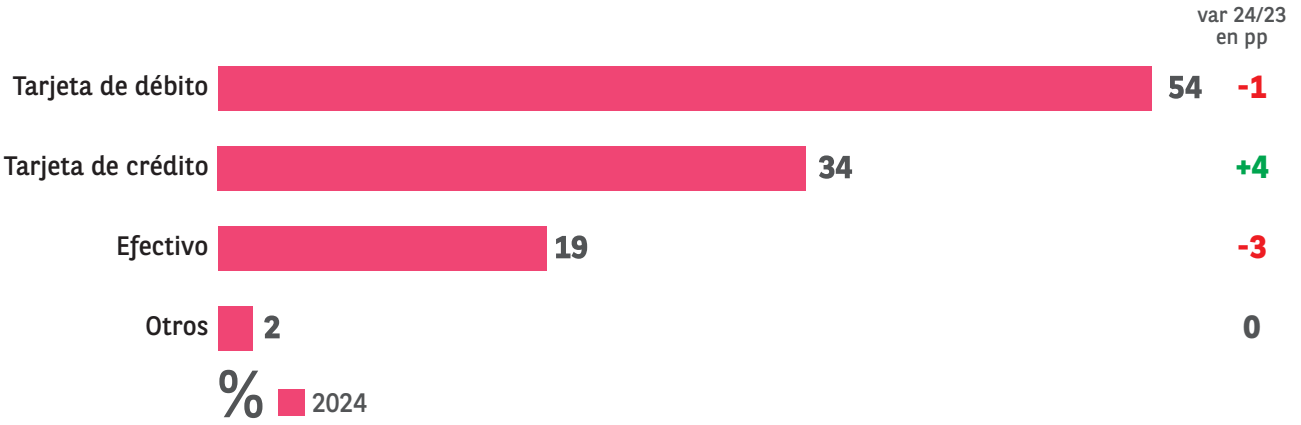


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a la financiación en futuras compras, el 74% de los encuestados no tiene intención de financiar sus compras de este sector (-2 punto respecto al año anterior). Los consumidores que sí lo harán mediante la financiación ofrecida en tienda son el 17%, mostrando un ligero aumento de un punto respecto al año anterior.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

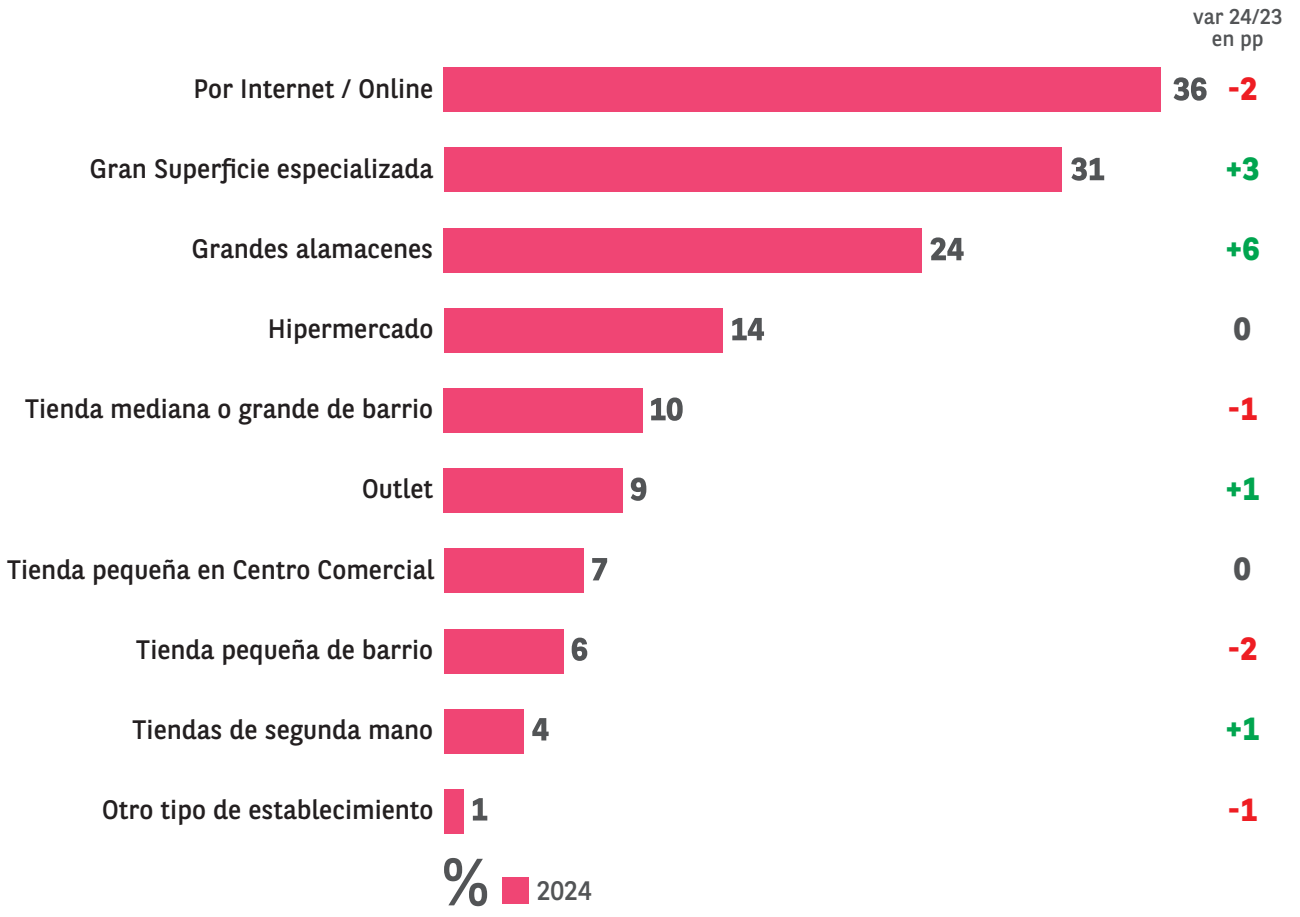
¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras, el 54% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector, seguidos del 34% que pretende usar la tarjeta de crédito y del 19% que pagará en efectivo.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

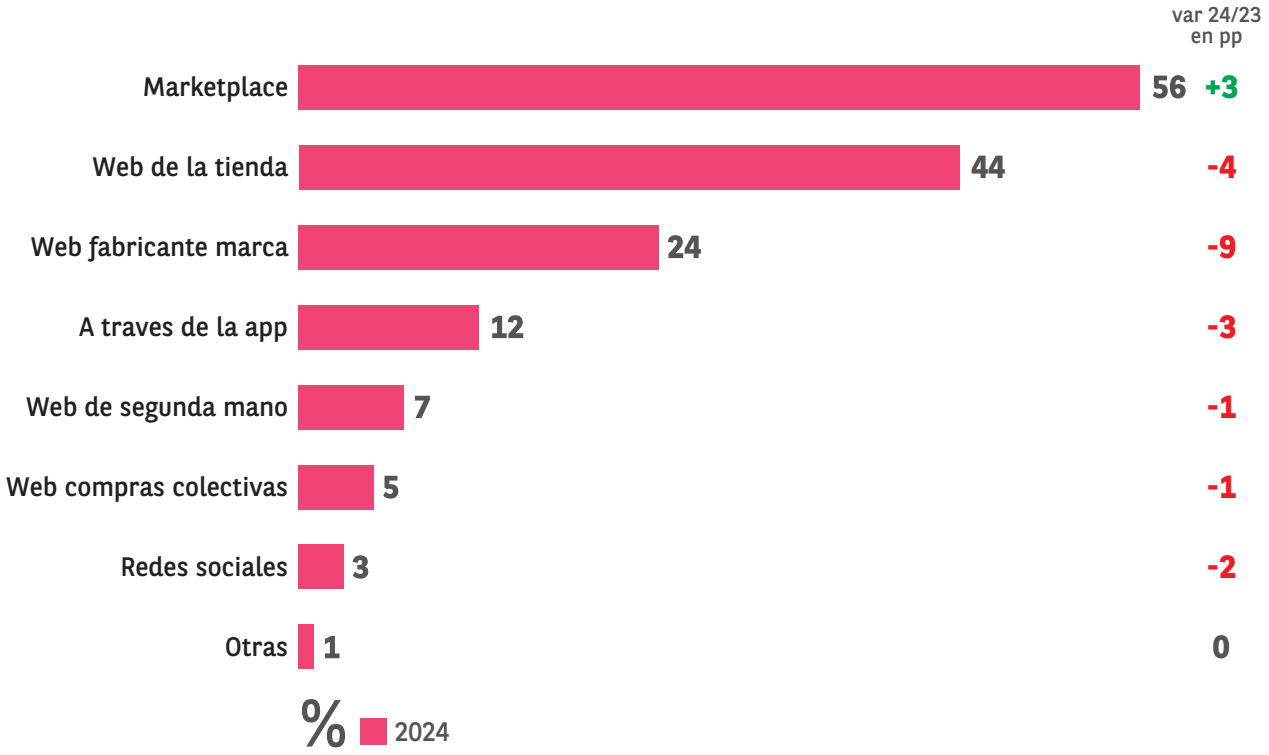
¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar electrodomésticos en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Por último, observamos el canal de compra que pretenden utilizar los españoles en el próximo año. El 36% de los encuestados elegirá la tienda online para sus compras de este sector, seguidos del 31% que pretende realizarlas en grandes superficies especializadas (aumentando en 3 puntos respecto al año anterior) y del 24% que pretende realizarlas en grandes almacenes.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Dentro del 36% que pretende comprar online, encontramos un 56% que lo hará a través de marketplaces, aumentando en 3 puntos. Cierran el top 3 las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 44% y un 24% respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/ TECNOLOGÍA

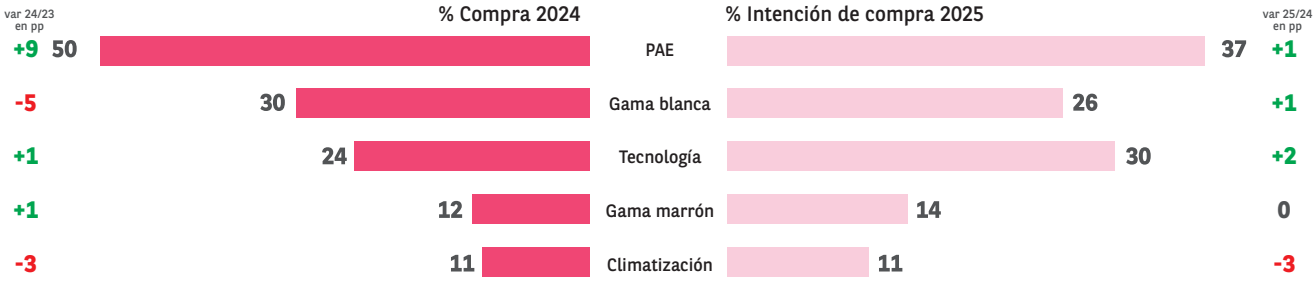
El **63%** **-3pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector electro en los últimos 12 meses, gastando una media de **470€** **+5%**

El **53%** **0pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector electro en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **498€** **+16%**

Compras e intención de compra

¿Qué tipo de producto del sector electro has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

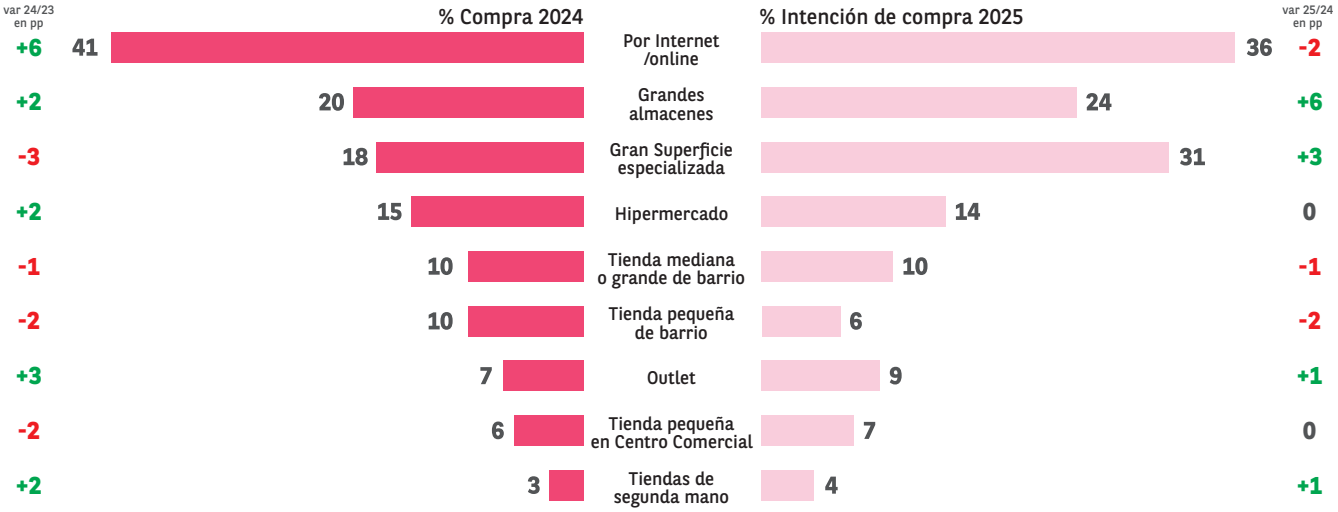
Los pequeños aparatos electrodomésticos siguen liderando el ranking de productos comprados y con un fuerte crecimiento de 9 puntos respecto a 2023.



Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)

Las compras online en 2024, crecen y destacan muy por encima de las realizadas en tiendas físicas, aunque se observa cierta ralentización de cara a las intenciones para 2025.



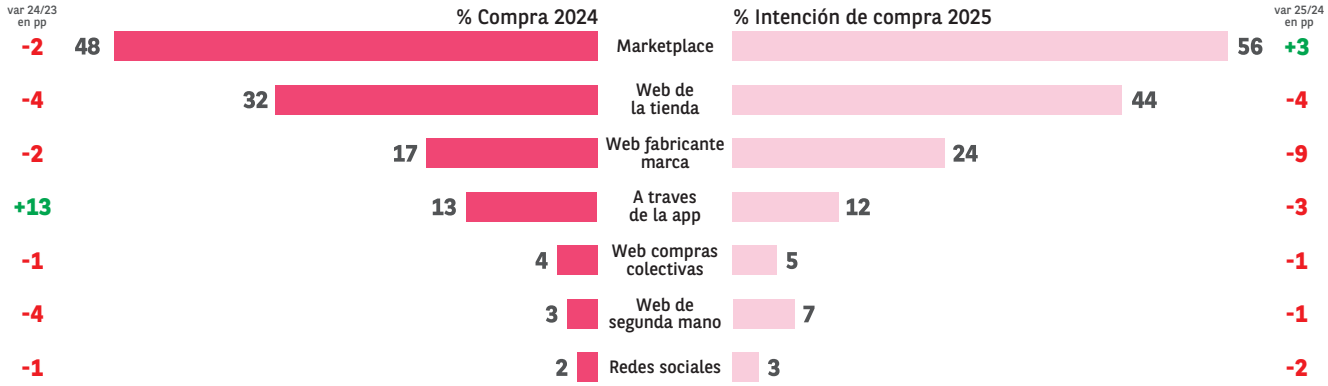
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5
Precio	Variedad de productos	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Calidad del producto	Servicio de entrega
69% +4pp	32% 0pp	32% +2pp	31% +2pp	26% +1pp

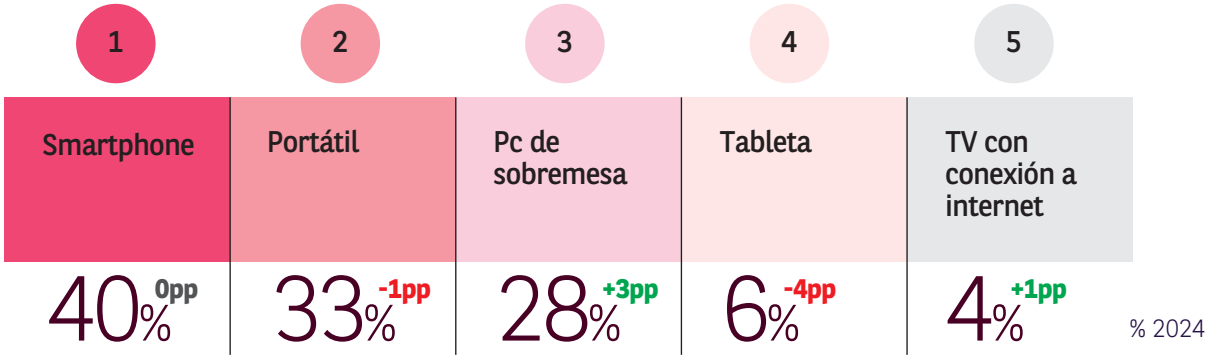
% 2024

Y del 41% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

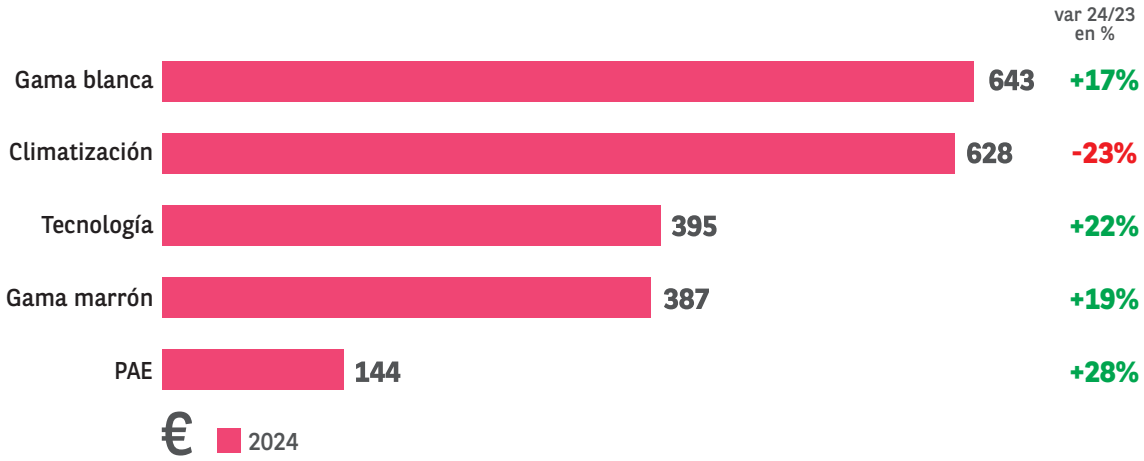


Gasto medio

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	470 €	+5%
Tienda física	471 €	+1%
Online	338 €	+9%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en electrodomésticos adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR GAMING

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector electrodomésticos y tecnología**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Medio de pago**

08 **Canal de compra**
08 Tipo tienda GLOBAL
09 Videoconsolas
09 Videojuegos
10 PC/Portátil Gaming
10 Componentes PC
11 Periféricos
11 Monitores
12 Suscripción online

13 **Motivos de elección de establecimiento**

15 **Gasto medio**

19 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Gaming**
19 Fuentes de información en la decisión de compra

20 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

22 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

23 **Intención financiación en los próximos 12 meses**

24 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

25 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

27 **Conclusiones del sector Gaming**

31 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR GAMING

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

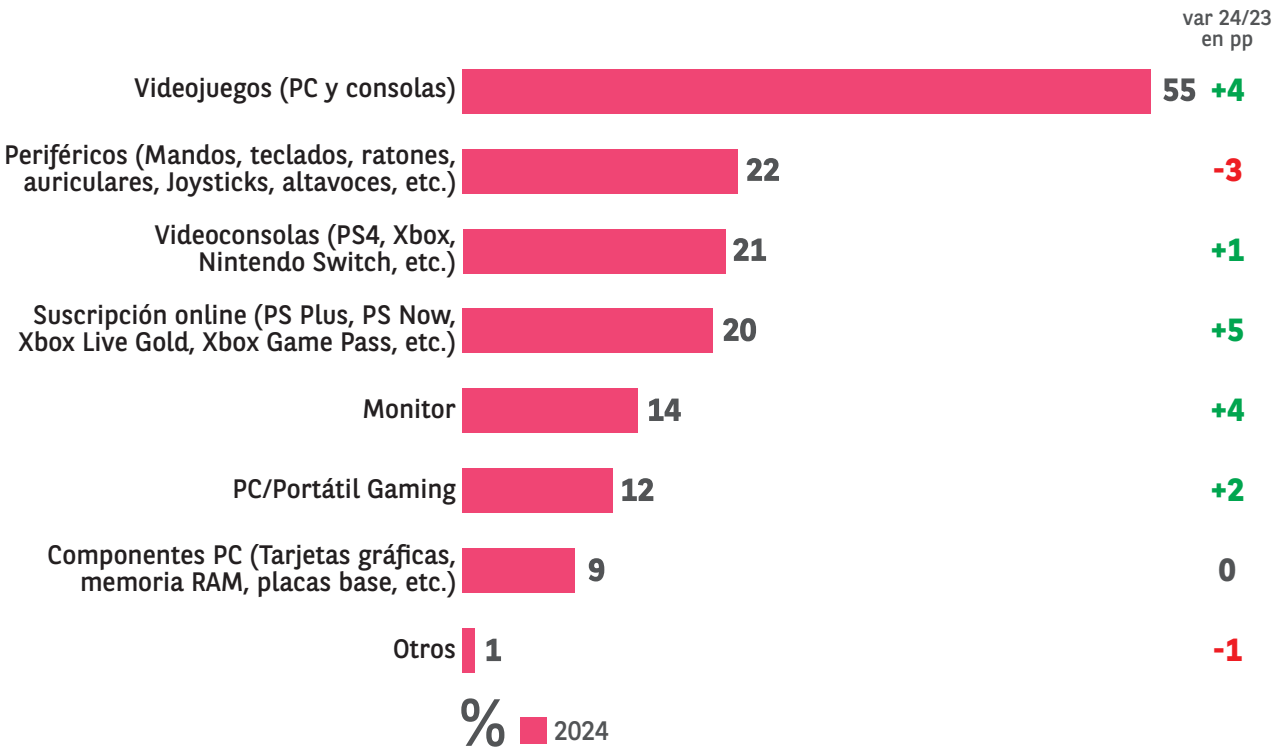
Sí **37%** | var 24/23 en pp **-5**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 37% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector gaming en 2023, 5 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de 2023.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado productos gaming en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?
(% respuesta múltiple)

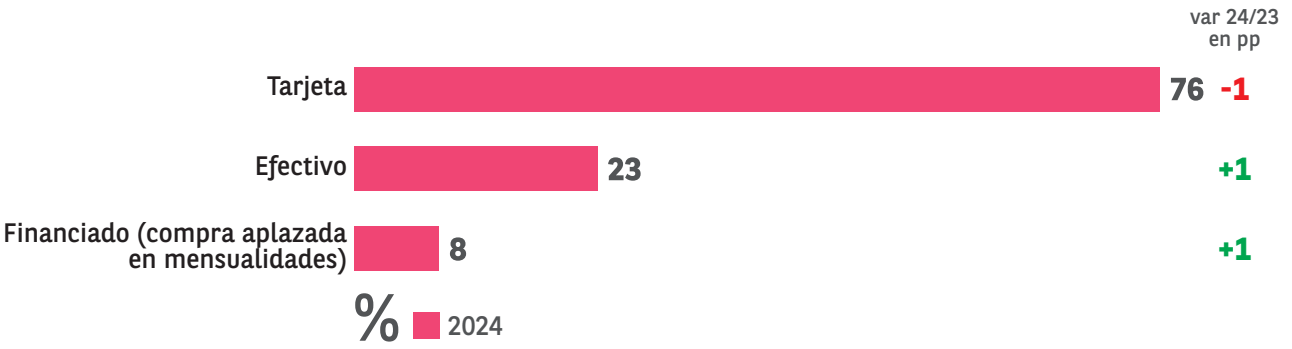


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías del sector gaming adquiridas por los consumidores durante el último año, los videojuegos son los más demandados un año más con un 55% de menciones (+4 puntos porcentuales vs 2023). Por detrás encontramos los periféricos con un 22% (3 puntos menos que en 2023) y las videoconsolas con un 21% (+1 punto vs 2023). La categoría de suscripciones online es la que muestra un mayor crecimiento respecto al año anterior.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra de productos del sector gaming, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 76% de menciones (un punto menos que en 2023). 53 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo, y con un 8% a los que han financiado su compra (un punto más que el año pasado).

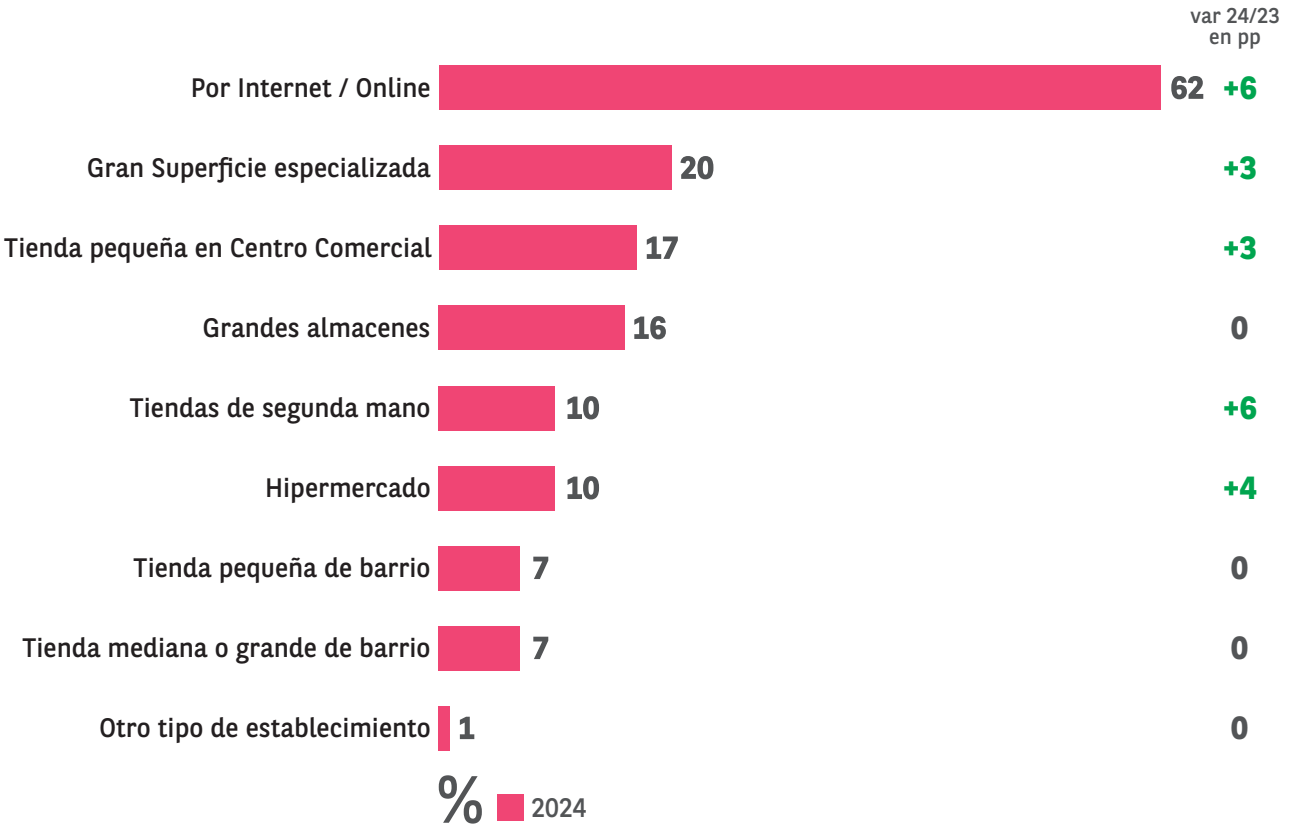
Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector gaming, un 61% (-7 puntos respecto a 2023) declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró y un 39% (+7 puntos respecto al año anterior) mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 70% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 29% (+3pp vs 2023).

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de gaming, encontramos en el primer lugar a las tiendas online con un 62% de las menciones (6 puntos por encima de lo declarado en 2023).

Las grandes superficies especializadas, con un 20%, y los grandes almacenes, con una subida de 3 puntos hasta alcanzar el 17%, completan el top3.

VIDEOCONSOLAS (PS4, XBOX, NINTENDO SWITCH, ETC.)

Videoconsolas (PS4, Xbox, Nintendo Switch, etc.)
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda pequeña en Centro Comercial	Tiendas de segunda mano
43% +8	18% -1	17% -1	16% 0	10% 0

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Analizando cada categoría dentro del sector, para las videoconsolas el top 3 está formado por la tienda online (43%), seguida por las grandes superficies especializadas (18%) y por los grandes almacenes (17%).

VIDEOJUEGOS (PC Y CONSOLAS)

Videojuegos (PC y consolas)
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Tienda pequeña en Centro Comercial	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Outlet
63% +8	17% +1	13% -2	11% -2	10% +6

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los videojuegos, encontramos en primer lugar a la tienda online, que aumenta (63% vs 55% en 2023), seguida por las tiendas pequeñas de centro comercial (17%) y las grandes superficies especializadas (13%).

PC/PORTÁTIL GAMING

PC/Portátil Gaming
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio	Grandes almacenes	Hipermercado
51% +5	14% -3	12% +1	11% -7	10% +6

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los PC o portátiles gaming, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online (51%), seguida por las grandes superficies especializadas (-3pp hasta alcanzar un 14%) y por las tiendas medianas o grandes de barrio que ascienden al puesto 3 con un 12%.

COMPONENTES PC

Componentes PC (Tarjetas gráficas, memoria RAM, placas base, etc.)
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Gran Superficie especializada	Tienda pequeña de barrio	Hipermercado
54% -17	16% +3	12% +4	12% -1	12% +10

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra elegidos para la compra de componentes de PC son, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al resto, la tienda online (54%), seguidas de lejos por los grandes almacenes (16%) y por las grandes superficies especializadas (12%).

PERIFÉRICOS

Periféricos (Mandos, teclados, ratones, auriculares, Joysticks, altavoces, etc.)
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Hipermercado	Tienda pequeña en Centro Comercial
55% -2	19% +4	16% +4	11% +5	8% +1

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los periféricos, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online con un importante descenso (55% vs 58% en 2023), seguida por las grandes superficies especializadas (19%) y por los grandes almacenes (16%).

MONITORES

Monitor
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Tienda pequeña de barrio
53% +5	23% +11	18% +1	10% +1	9% +2

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra elegidos para la compra de monitores son, en primer lugar, la tienda online con un fuerte aumento de 5 puntos (53% vs 48% en 2023), seguidas por las grandes superficies especializadas (23%) y por los grandes almacenes (18%).

SUSCRIPCIÓN ONLINE

Suscripción online (PS Plus, PS Now, Xbox Live Gold, Xbox Game Pass, etc.)
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda pequeña en Centro Comercial	Hipermercado
63% -16	11% +3	8% +1	8% -1	8% +7

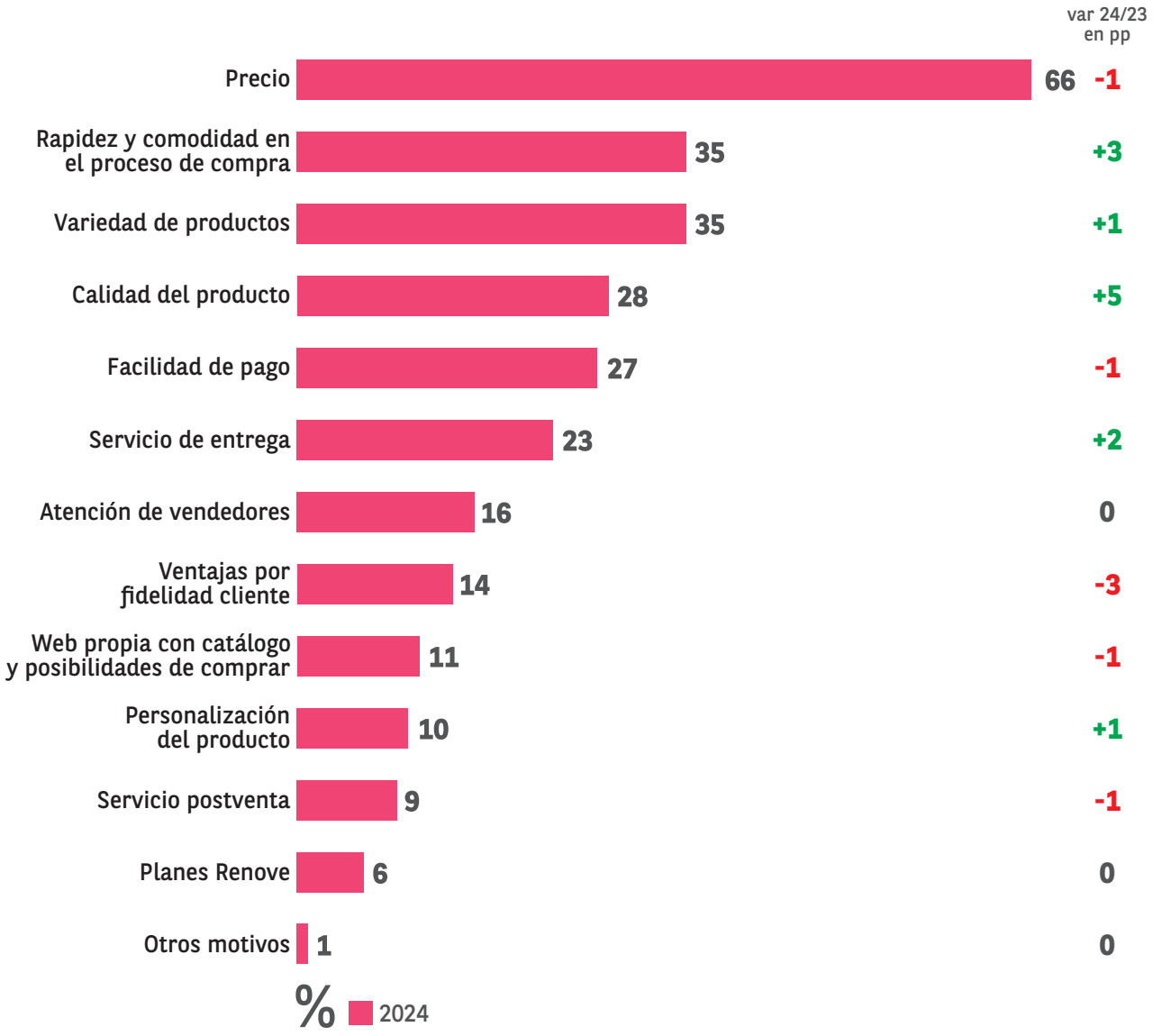
% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para las suscripciones a servicios online, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online (63%), seguida por las grandes superficies especializadas (11%) y por los grandes almacenes (8%).

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar en un establecimiento u otro, en general para los españoles en este sector, el precio es el más importante, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la variedad de productos que se ofrece, tal y como ocurría el año pasado.

GASTO MEDIO

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos gaming adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

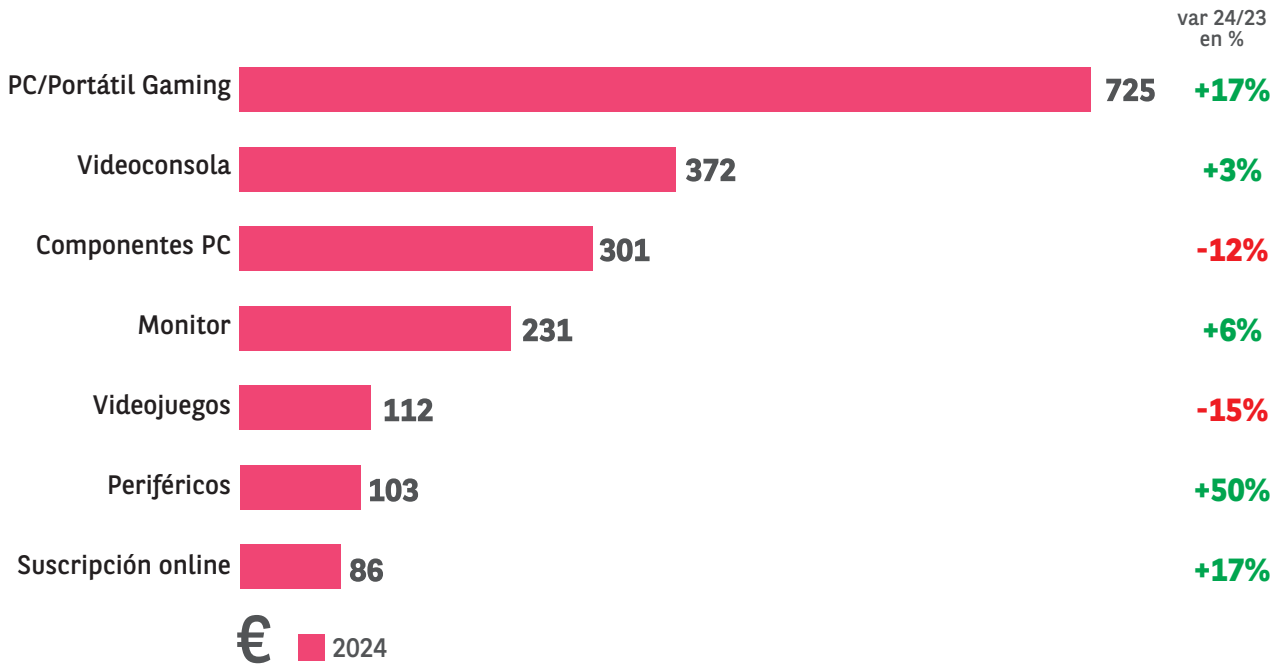
Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
325€ +2%	258€ +21%	272€ -14%

€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto del sector gaming en los últimos 12 meses es de 325€, un 2% más que el declarado en 2023. El gasto medio general en tienda física es un 21% superior al de 2023 y el gasto en tienda online desciende en un 14%.

En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos gaming adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en PC y portátiles gaming (725€), videoconsolas (372€) y componentes de PC (301€). El gasto medio aumenta en todas las categorías excepto en videojuegos y componentes.

Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Videoconsola	Tienda física	**362 €**	**+1%**
	Online	**296 €**	**-9%**
Videojuegos	Tienda física	**90 €**	**-14%**
	Online	**104 €**	**-16%**
PC/Portátil Gaming	Tienda física	**520 €**	**+29%**
	Online	**727 €**	**+1%**
Componentes PC	Tienda física	**220 €**	**+55%**
	Online	**281 €**	**-28%**
Periféricos	Tienda física	**93 €**	**+42%**
	Online	**87 €**	**+38%**
Monitor	Tienda física	**199 €**	**+4%**
	Online	**209 €**	**-2%**
Suscripción online	Tienda física	**83 €**	**+25%**
	Online	**76 €**	**-55%**

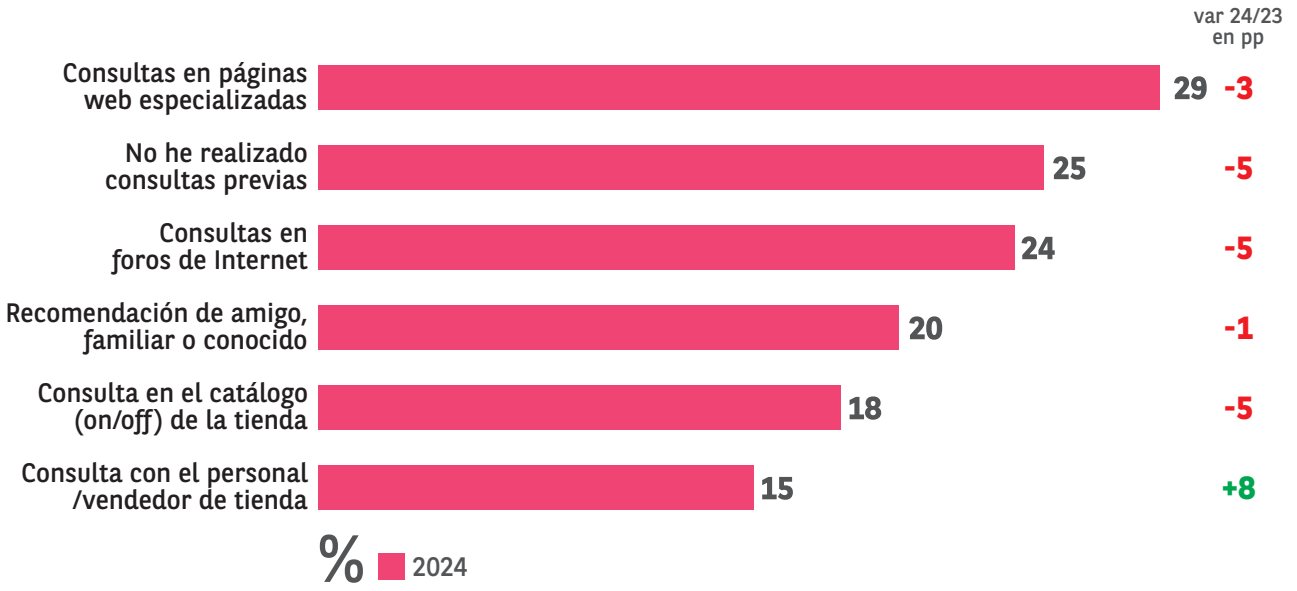
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Si comparamos con el año anterior, el gasto en tienda física aumenta de forma importante en las categoría de componentes de pc y periféricos, y el gasto online tan solo lo hace en la categorías de periféricos.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR GAMING

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos del sector gaming, observamos cómo el 29% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (-3pp vs 2023). Los que consultan en foros de internet son el 24%, aunque por delante de estos con un 25% encontramos a los que no realizan consultas previas. Tan solo aumenta el porcentaje de los que consultan al personal de las tiendas.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

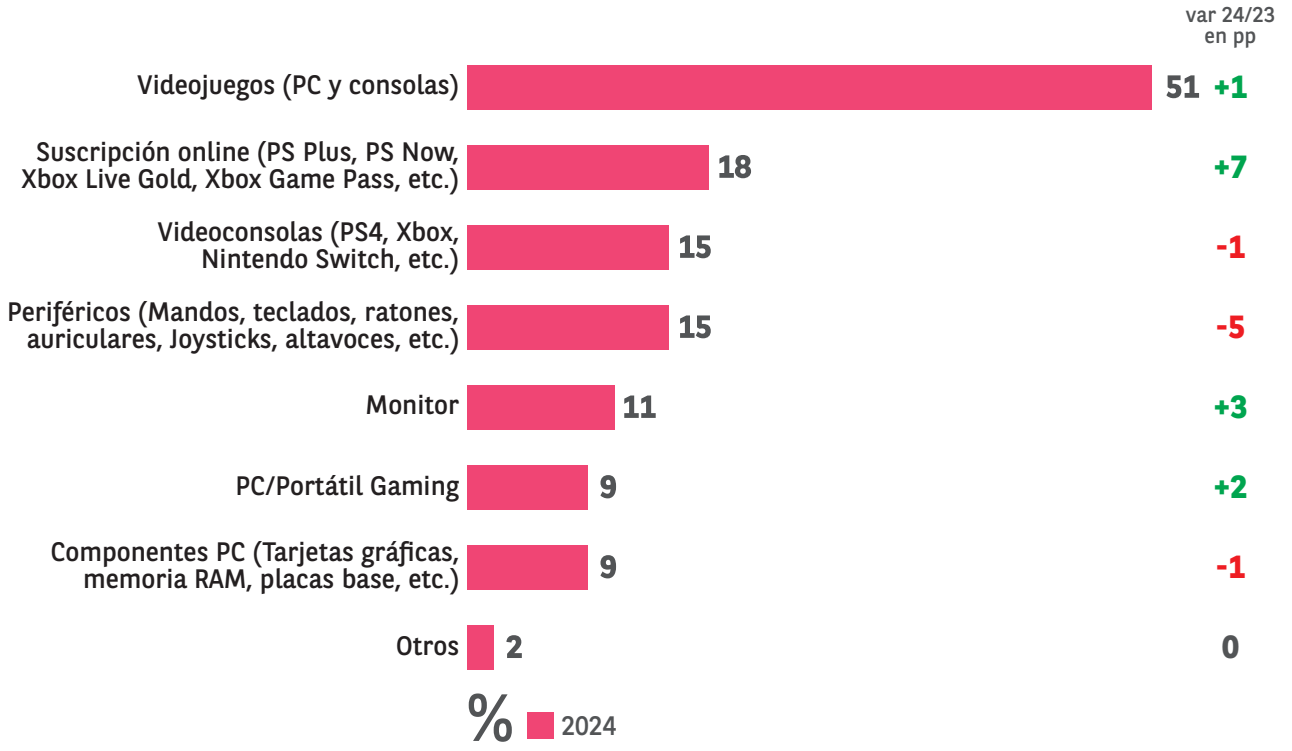
Sí **38%**

var 24/23 en pp **-1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Un 38% de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector gaming en los próximos 12 meses, un punto menos que la intención mostrada el año anterior.

Has dicho que tienes pensado comprar algún producto gaming en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Por categoría, en primer lugar, los más pretendidos vuelven a ser los videojuegos con un 51%, seguidos de las suscripciones online que pasan del cuarto al segundo lugar con un aumento de 7 puntos hasta alcanzar el 18% de menciones. Para cerrar el top 3 encontramos las videoconsolas con un 15% de menciones, aunque muestran un descenso de un punto en intención de compra.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
297€ +22%	255€	226€

€ 2024

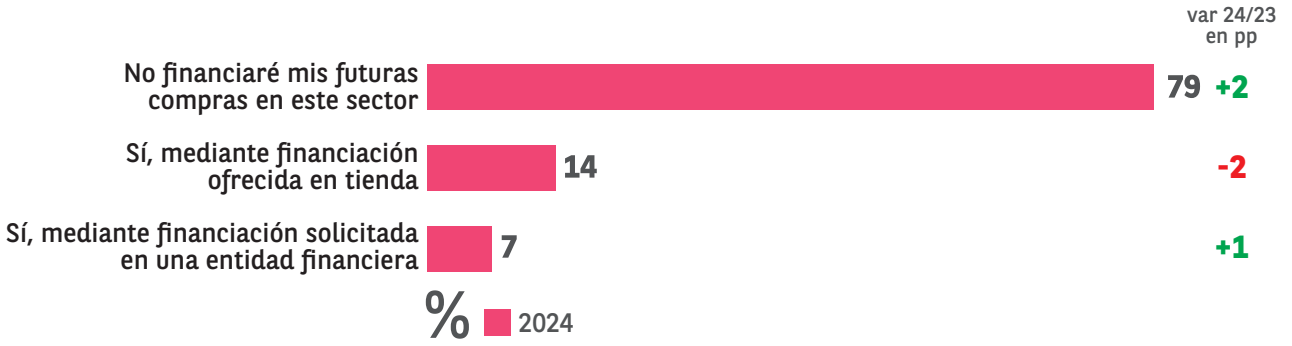
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los españoles encuestados tienen intención de gastar una media de 297€ en sus compras gaming en los próximos 12 meses, lo que supone un aumento del 22% respecto a la intención de gasto mostrada para este 2023.

La intención de gasto en tienda física ronda una media de 255€ y en tienda online unos 225€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% respuesta múltiple)

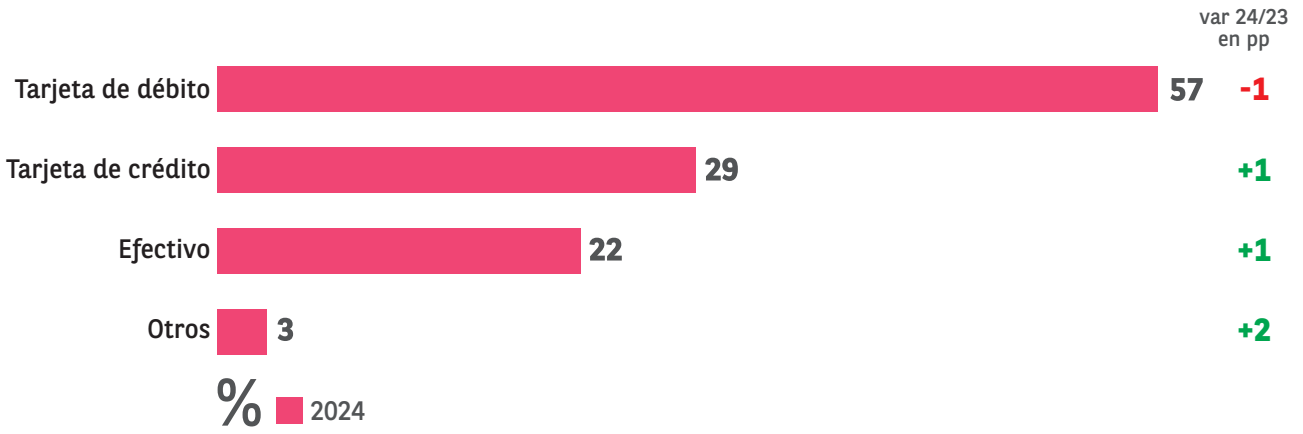


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 14% de los españoles encuestados tiene intención de financiar en tienda sus compras gaming en los próximos 12 meses, aunque la gran mayoría seguirá optando por no financiar sus compras de este sector.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)

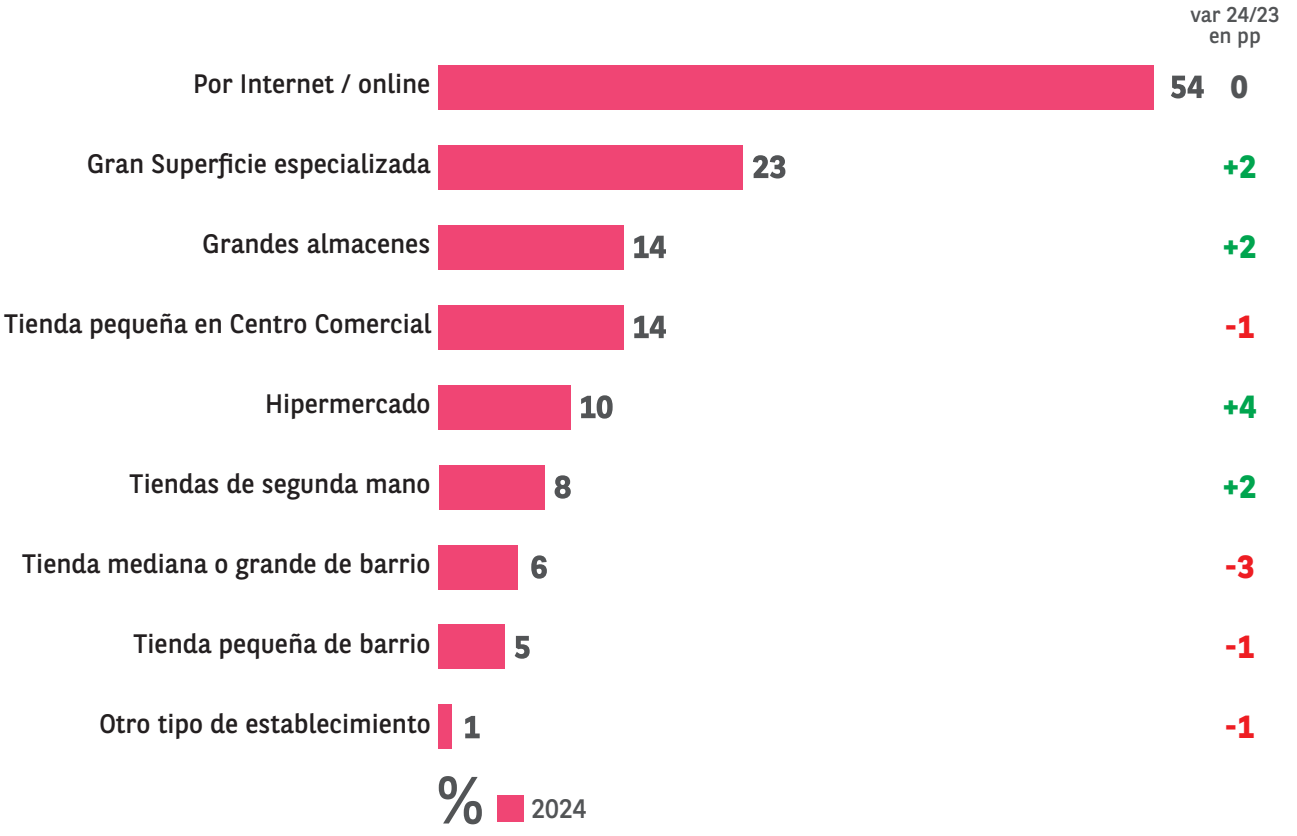


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para el 57% de los consumidores del sector gaming, el pago a través de su tarjeta de débito es el que utilizarán en sus próximas compras. De lejos le siguen el pago con tarjeta de crédito y el pago en efectivo con un 29% y un 22% respectivamente.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

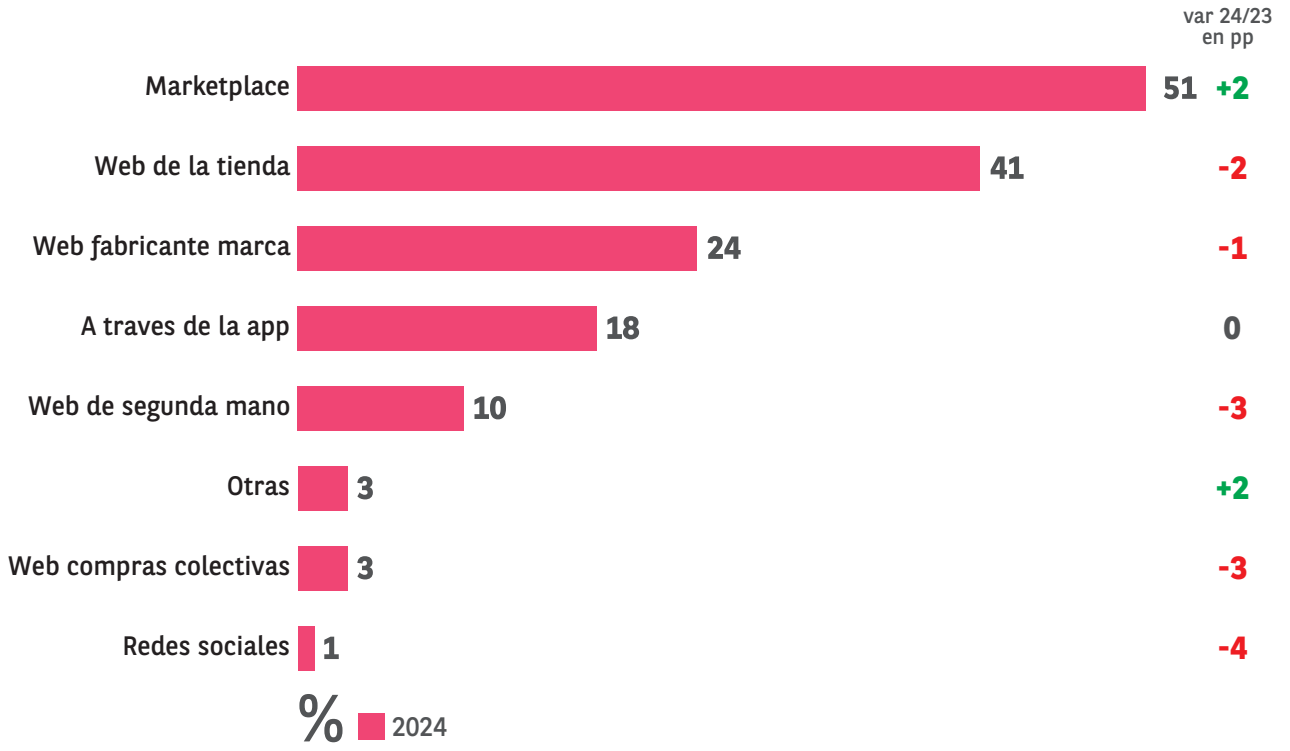
¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar productos gaming en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 54% de los españoles encuestados tiene intención de realizar sus futuras compras gaming en las tiendas online (mismo porcentaje que el año anterior). Por detrás volvemos a encontrar con un 23% a los que pretenden comprar en grandes superficies especializadas y con un 14% a los que pretenden comprar en grandes almacenes.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

De los que pretenden comprar online, más de la mitad lo hará en marketplaces, aumentando esta intención de compra en 2 puntos porcentuales. Le siguen las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 41% y un 24% respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR GAMING

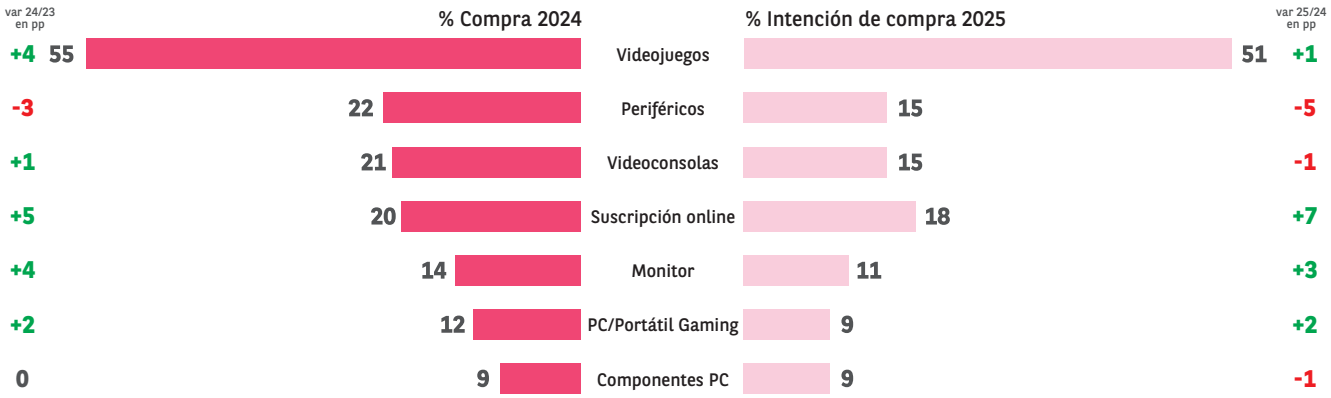
El **37%** **-5pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector gaming en los últimos 12 meses, gastando una media de **325€** **+2%**

El **37%** **-1pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector gaming en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **297€** **+22%**

Compras e intención de compra

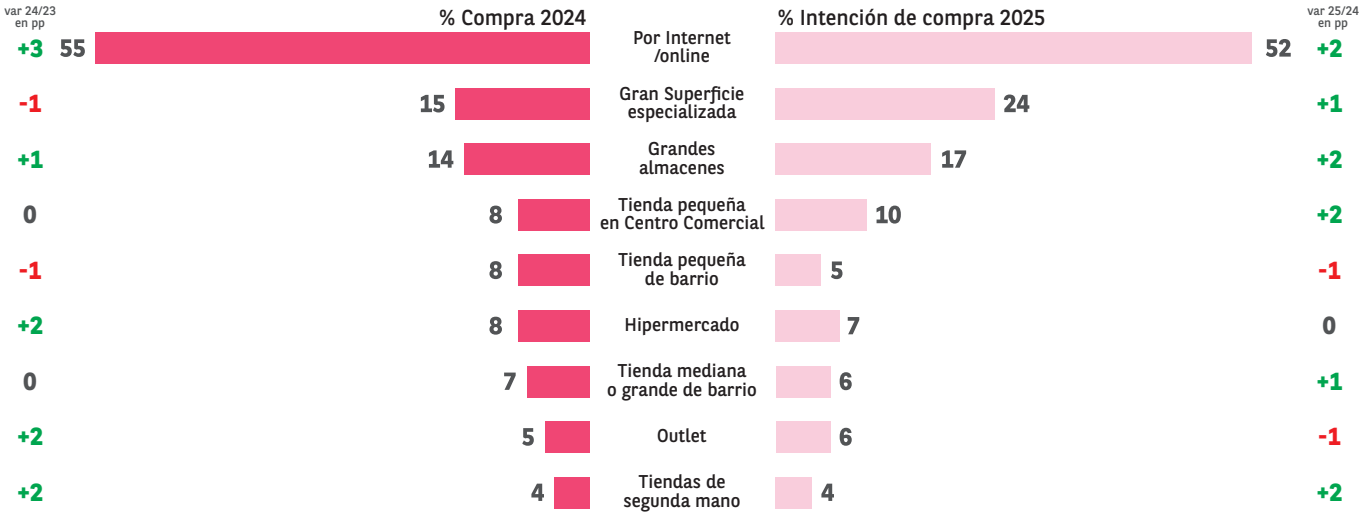
Observamos un fuerte crecimiento en las suscripciones online tanto en 2024 como de cara a 2025.

¿Qué tipo de producto del sector gaming has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



Principales motivos para elegir el tipo de tienda

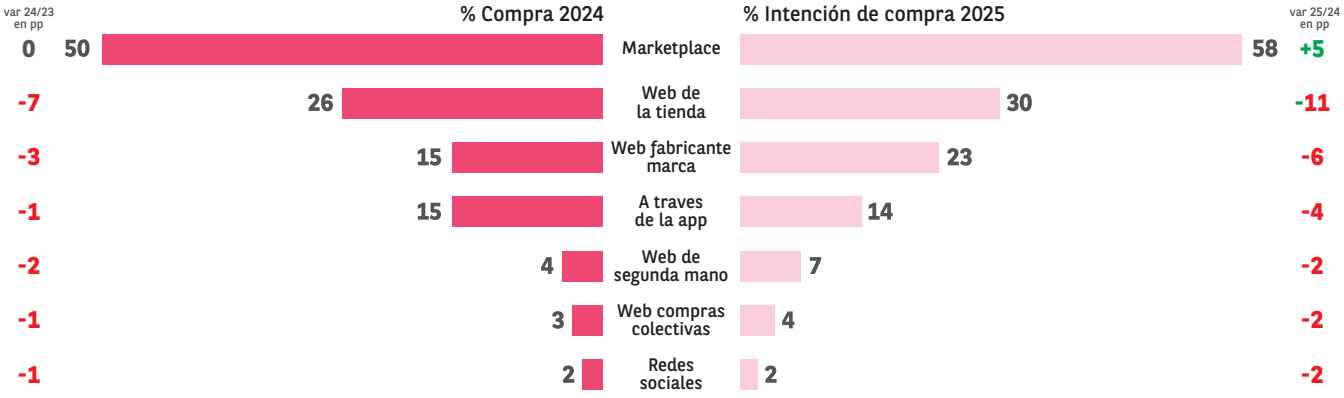
La calidad del producto se posiciona como tercera variable más importante y con fuerte crecimiento respecto al año anterior.

1	2	3	4	5
Precio	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Calidad del producto	Variedad de productos	Servicio de entrega
67% +1pp	33% +3pp	31% +6pp	30% -1pp	21% +4pp

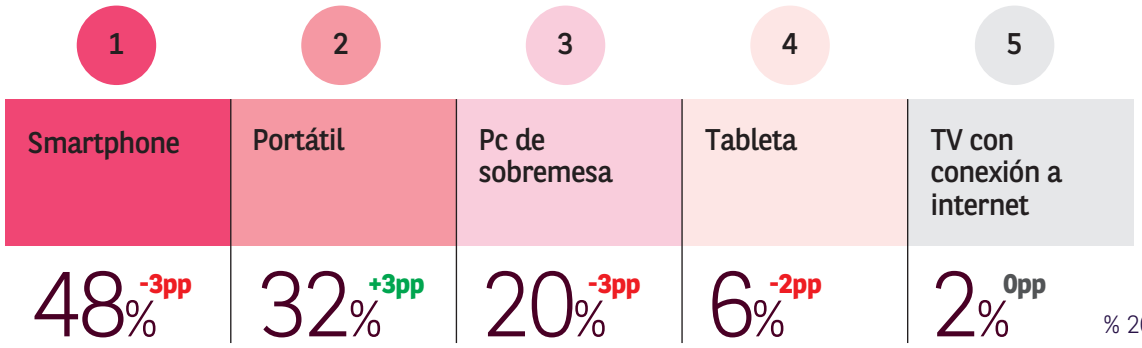
% 2024

Y del 55% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

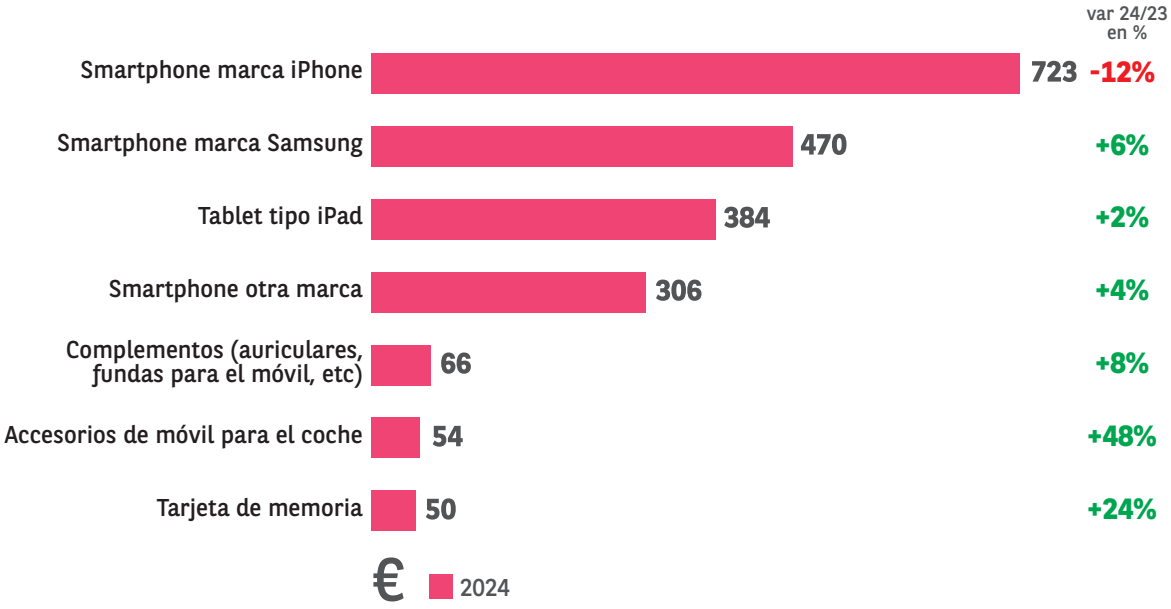


Gasto medio

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	410 €	+1%
Tienda física	387 €	+2%
Online	361 €	-3%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los dispositivos móviles adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector electrodomésticos y tecnología**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Medio de pago**

08 **Canal de compra**

11 **Motivos de elección de establecimiento**

13 **Gasto medio**

17 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Dispositivos móviles**
17 Fuentes de información en la decisión de compra

19 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

21 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

22 **Intención financiación en los próximos 12 meses**

23 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

24 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

26 **Conclusiones del sector Dispositivos móviles**

30 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algunos de los productos/servicios que encuentras en la siguiente lista?
(% respuesta única: sí - no por productos)

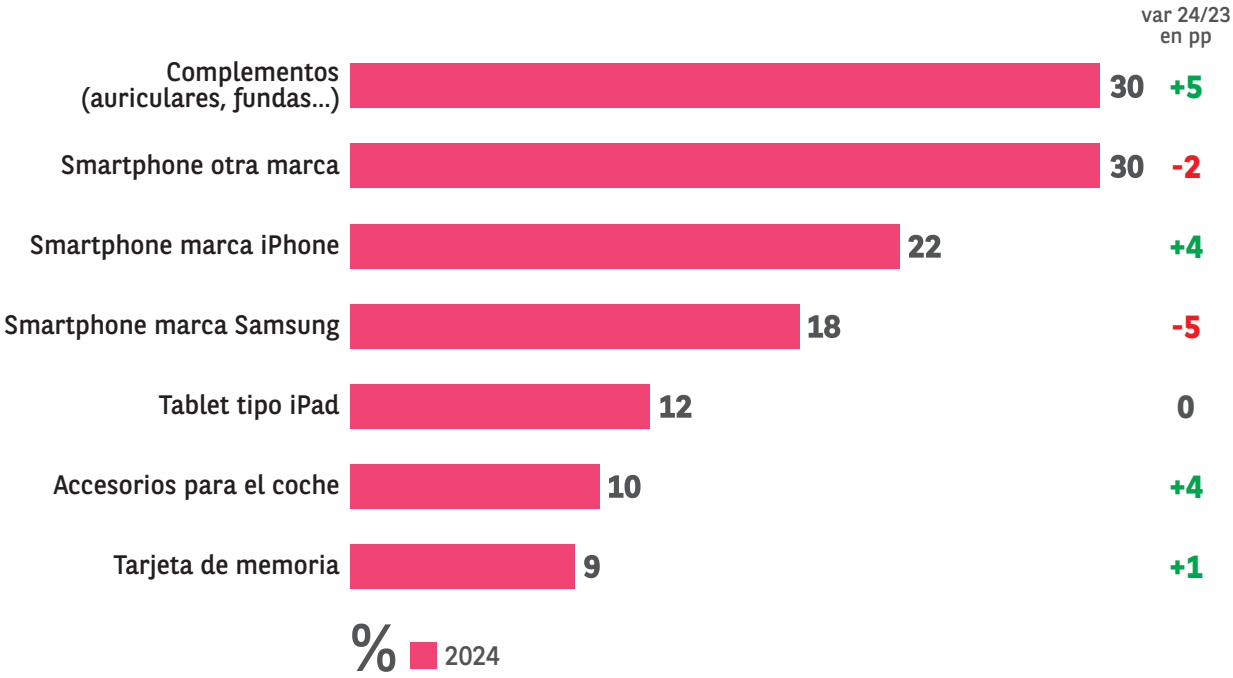
Sí **58%** | var 24/23 en pp **-5**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 58% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector dispositivos móviles en 2024, 5 puntos porcentuales por encima de lo declarado en 2023.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado dispositivos móviles en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos de telefonía has comprado?
(% respuesta múltiple)



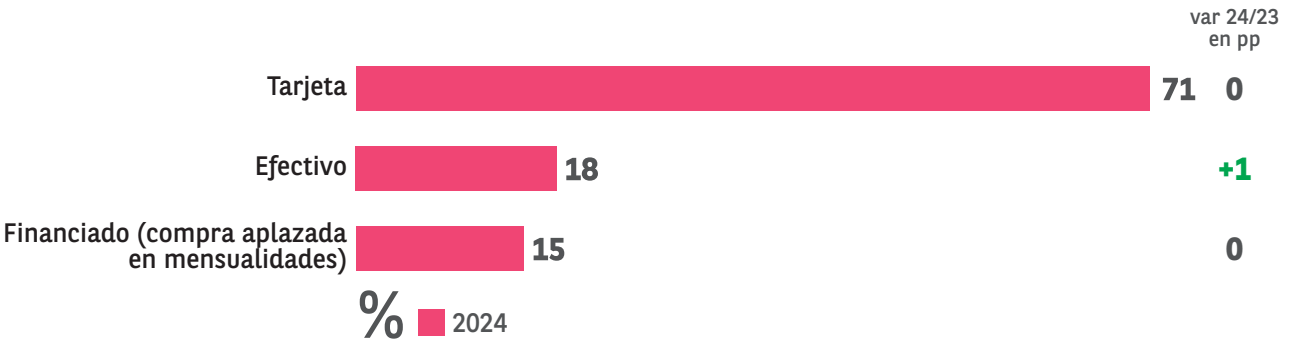
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías de dispositivos móviles adquiridas por los consumidores durante el último año, los smartphone de marcas distinta a Apple y Samsung vuelven a ser los más demandados con un 30% de menciones (2 puntos porcentuales por debajo de 2023).

Con el mismo porcentaje encontramos a los complementos como auriculares o carcasas, que aumentan en 5 puntos porcentuales, y, para cerrar el top 3, los smartphone de Apple con un 22%, 4 puntos por encima de lo declarado el año anterior.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

primer lugar con un 71% de menciones y mostrando el mismo porcentaje que el año anterior. 53 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo, y con un 15% a los que han financiado su compra.

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector dispositivos móviles, un 82% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró (-1pp vs 2023) y un 18% mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 62% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, y por detrás, encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 35% (+8 puntos respecto a 2023).

CANAL DE COMPRA

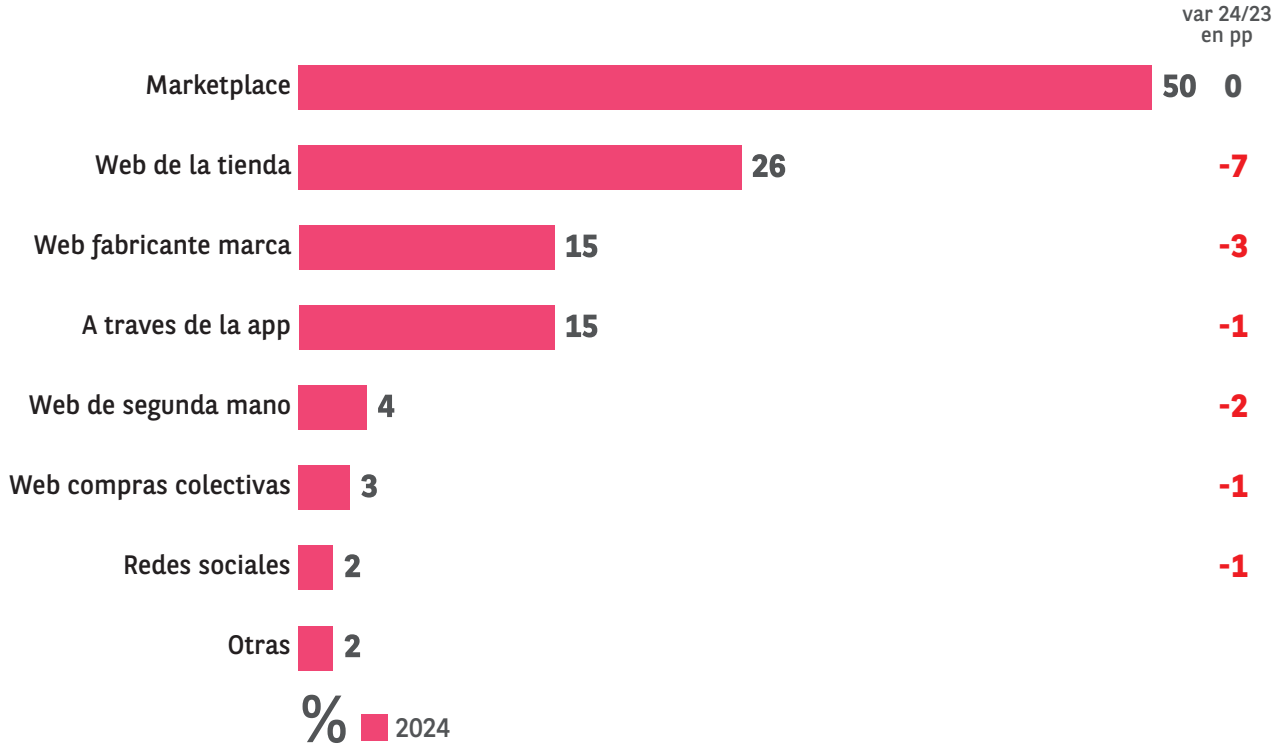
TIPO DE TIENDA GLOBAL

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de dispositivos móviles, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online, incluso con un aumento de 3 puntos, pasando de un 52% a un 55% de menciones. Las grandes superficies especializadas con un 15% (un punto menos que en 2023) y los grandes almacenes con un 14% (+1 punto respecto a 2023) completan el top3.

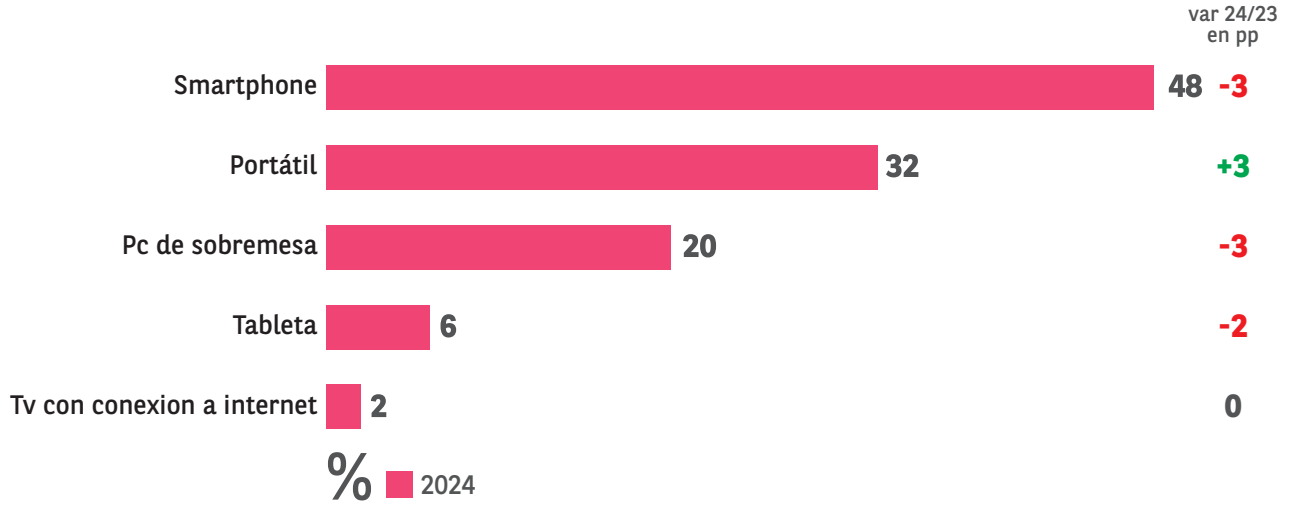
¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Si analizamos dónde ha comprado ese 55% que ha realizado sus compras online, podemos ver como un 50% nos dice que lo ha hecho a través de Marketplace, manteniendo el mismo porcentaje que el año anterior. Las webs de las tiendas y las del fabricante o marca ocupan los siguientes escalones, aunque descienden en 7 y 3 puntos respectivamente.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

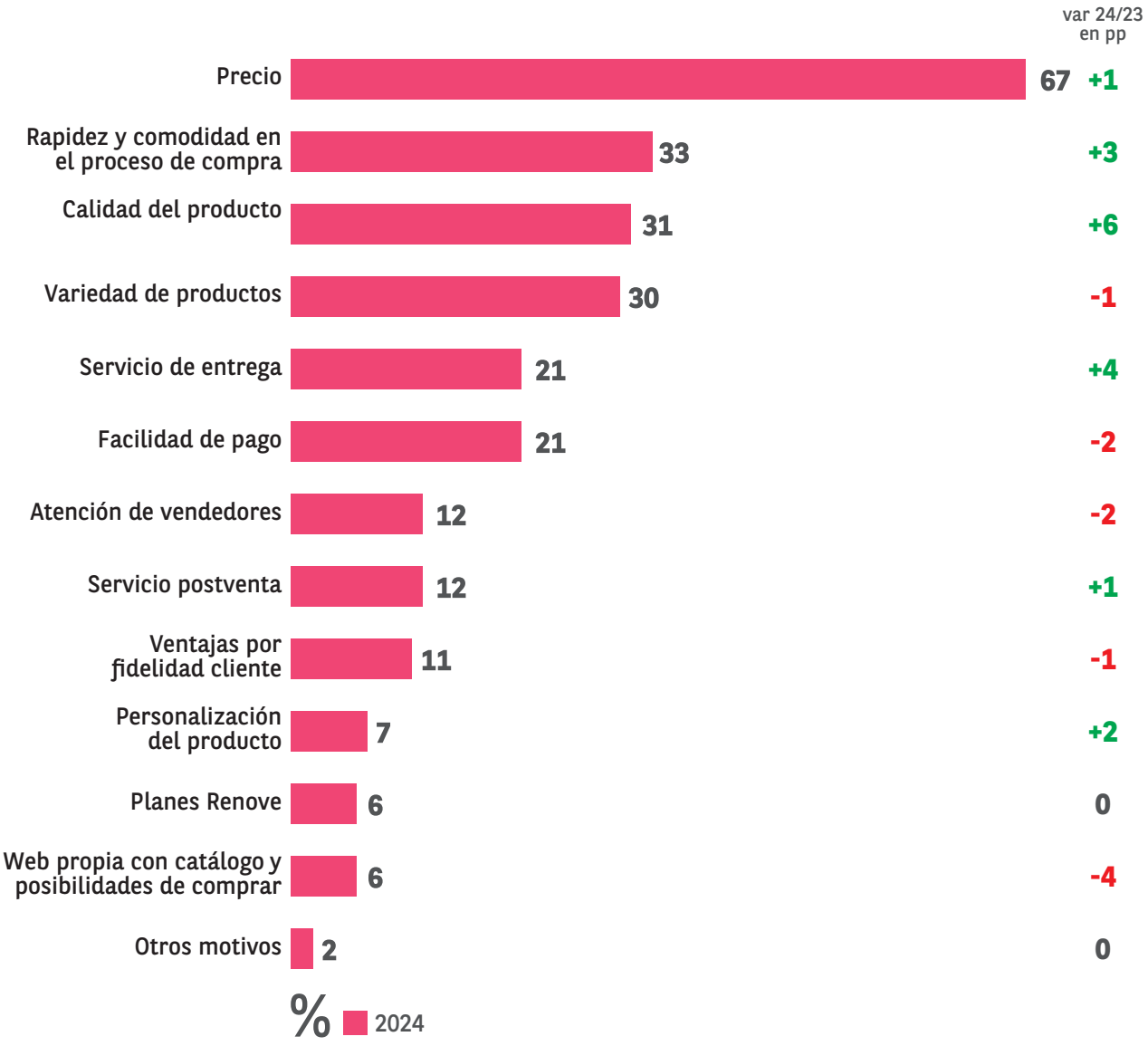


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al dispositivo desde el que realizo su compra a través de internet, el 48% eligió su smartphone, con una caída de 3 puntos porcentuales, seguidos del 32% que utilizó su portátil y de un 20% que optó por comprar desde su PC de sobremesa.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar en un establecimiento u otro, el precio vuelve a ser el más importante con mucha diferencia, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la calidad del producto (que es el motivo que mayor crecimiento muestra respecto al año anterior).

GASTO MEDIO

En concreto, ¿cuánto has gastado en los productos de telefonía adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
410€ +1%	387€ +2%	361€ -3%

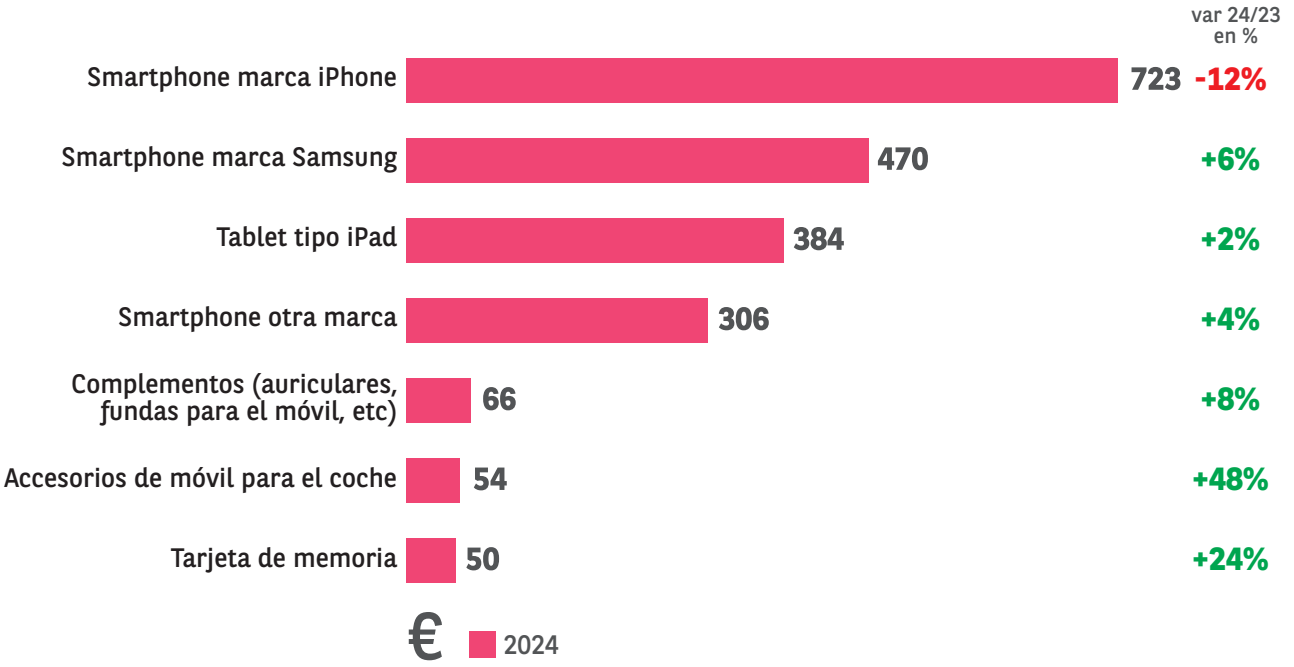
€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses es de 410€, un 1% más respecto al gasto medio de 2023, en el que se gastaron 405€ de media.

El gasto medio general en tienda física también ha aumentado un 2%.

En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos de telefonía adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Si profundizamos, las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en smartphones Apple (723€), smartphones Samsung (470€) y tablets (384€). Tan solo apreciamos un descenso en el gasto medio en smartphones de Apple.

Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Smartphone marca iPhone	Tienda física	**690 €**	**-17%**
	Online	**675 €**	**-10%**
Smartphone marca Samsung	Tienda física	**415 €**	**+4%**
	Online	**477 €**	**+2%**
Smartphone otra marca	Tienda física	**288 €**	**+12%**
	Online	**307 €**	**-9%**
Tablet tipo iPad	Tienda física	**373 €**	**+2%**
	Online	**344 €**	**+21%**
Tarjeta de memoria	Tienda física	**51 €**	**+27%**
	Online	**43 €**	**+35%**
Accesorios para el coche	Tienda física	**49 €**	**+49%**
	Online	**50 €**	**+24%**
Complementos	Tienda física	**69 €**	**-1%**
	Online	**57 €**	**+11%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

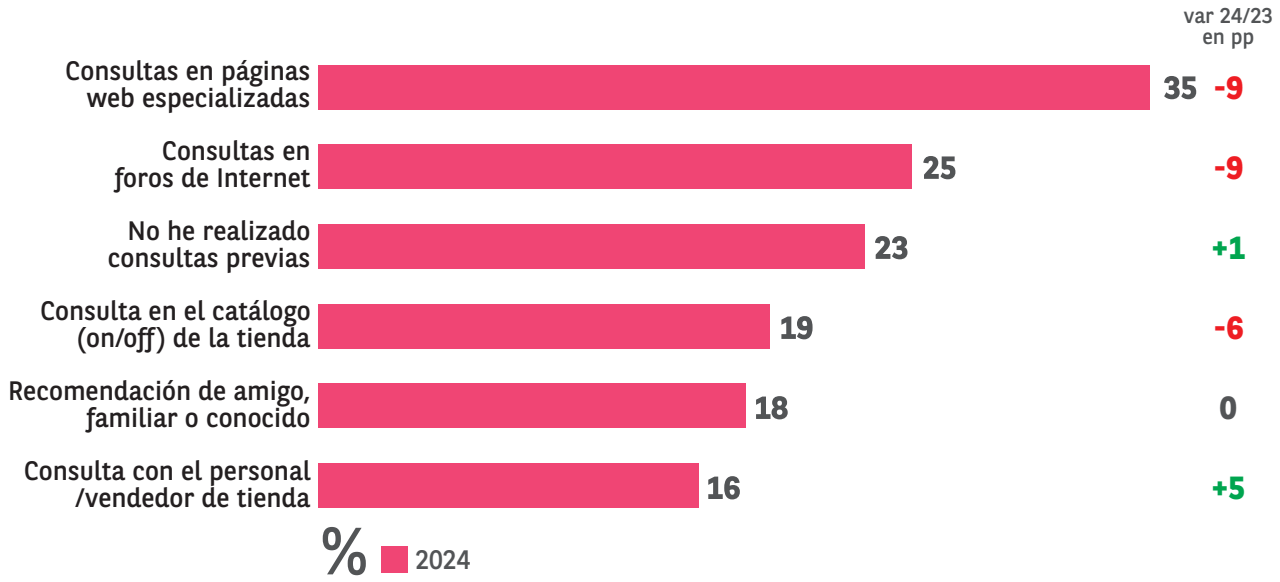
Si diferenciamos entre gasto online y offline, el gasto medio en tienda online crece para todas las categorías excepto en smartphones Apple y los de otras marcas diferentes a esta y Samsung. En cuanto al gasto medio en tienda física, tan solo es inferior al año anterior en smartphones Apple y complementos.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

El **65%** **-1** de los españoles encuestados dice que se informa en blogs y redes sociales antes de comprar su smartphone o Tablet, disminuyendo este porcentaje en un punto respecto al año anterior.

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos del sector dispositivos móviles, observamos cómo el 35% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas. Los que consultan en foros de internet son el 25%, y con un 19% los que consultan el catálogo tanto online como offline de la tienda. Crecen en 5 puntos los que optan por consultar con el personal de la tienda.

Un 56% de los encuestados ha renovado su smartphone o su Tablet en los últimos 12 meses, un punto menos que en 2023.

De los encuestados que han renovado su smartphone o Tablet, un 63% nos dice que ha vuelto a comprar la misma marca que ya tenía, bajando este porcentaje en 4 puntos respecto al año anterior.

Entre los consumidores que han decidido cambiar de marca, en primer lugar, encontramos este año a los que lo han hecho por las prestaciones con un 55% de menciones, seguidos por un 47% que se ha guiado por el precio.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Tienes intención de adquirir alguno de los siguientes productos/servicios en los próximos 12 meses?
(% respuesta única: sí - no por productos)

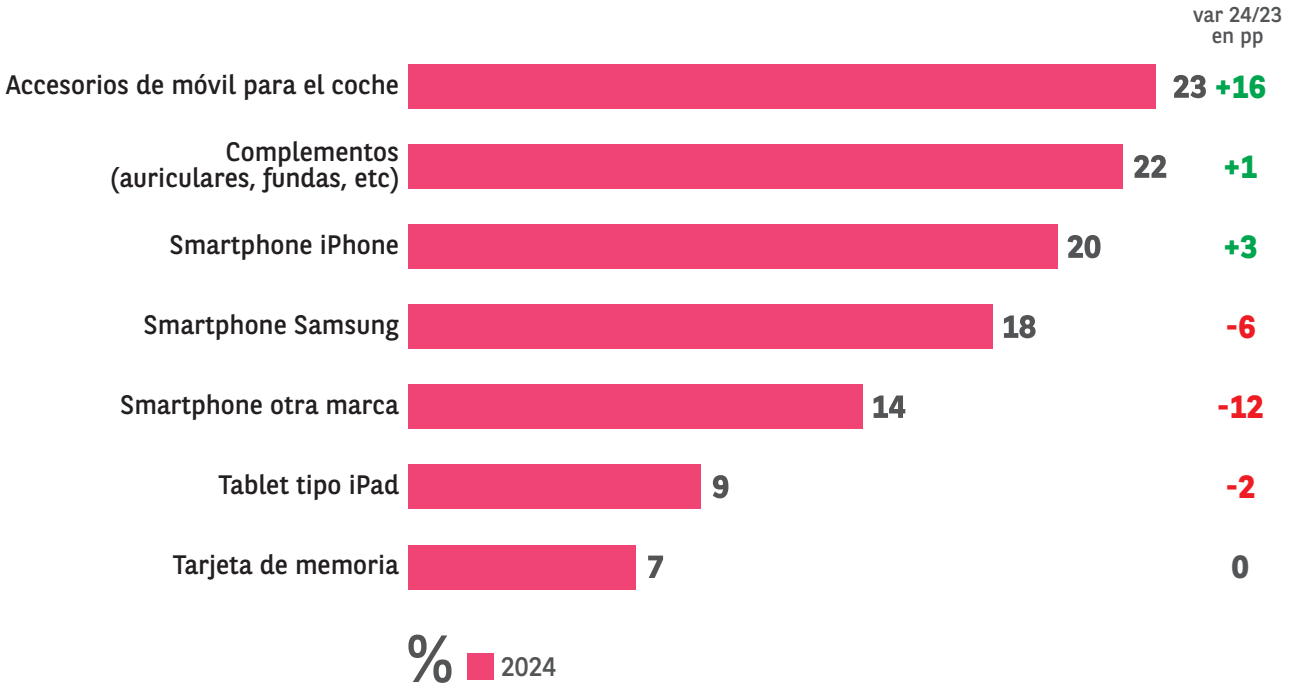
Sí **51%**

var 24/23 en pp **+1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 51% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector dispositivos móviles en 2024, un punto porcentual por encima de lo declarado para 2024.

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de dispositivo móvil en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de dispositivo móvil tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Observando por categoría, en primer lugar, los más pretendidos pasan a ser los accesorios de móvil para coche con un 23%, seguidos de los complementos con un 22%.

Para cerrar el top 3 encontramos los smartphone de Apple con un 22% de menciones y un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
434€ +15%	423€	354€

€ 2024

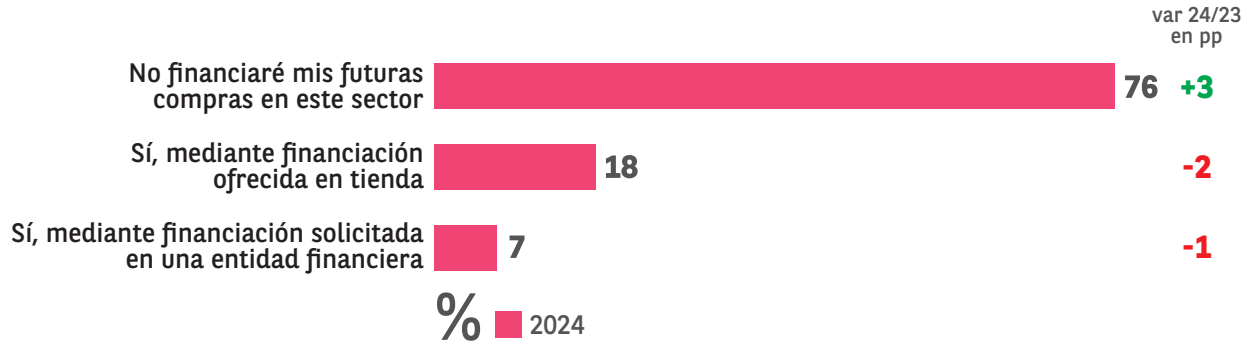
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los españoles encuestados pretenden realizar un gasto medio de unos 434€ en sus compras en este sector durante los próximos 12 meses, un 15% más de lo que pretendían gastar en este 2024.

La intención de gasto medio en tienda física ronda los 425€ y en tienda online los 350€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% respuesta múltiple)

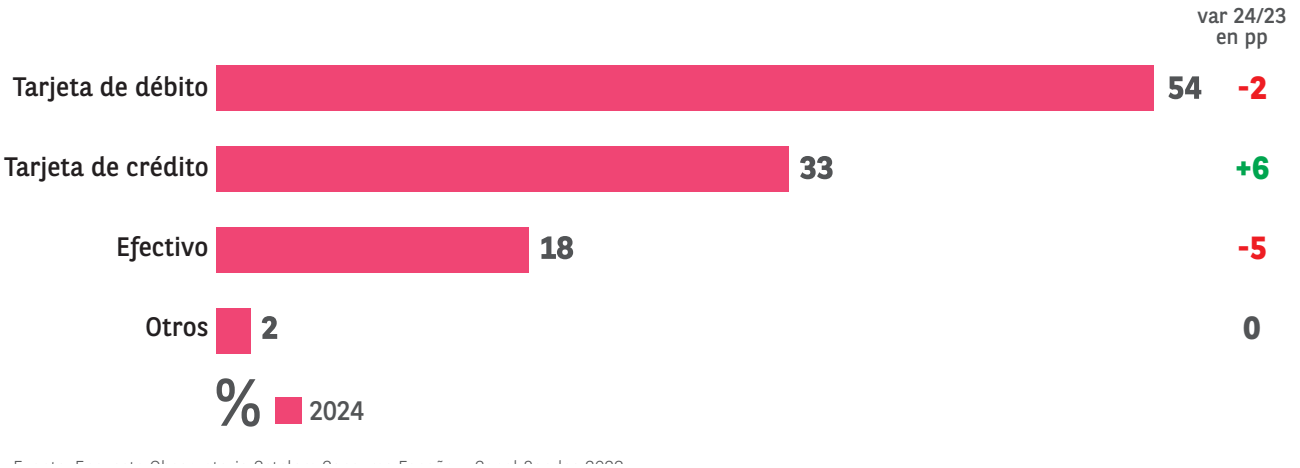


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 73% de los españoles encuestados no pretenden financiar sus compras en este sector durante los próximos 12 meses, descendiendo este porcentaje en un punto porcentual respecto a lo declarado en 2023.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Los españoles encuestados pretenden pagar sus compras mediante su tarjeta de débito en un 54% de los casos. De lejos le siguen los pagos con tarjeta de crédito y el efectivo con un 33% y un 18% respectivamente.

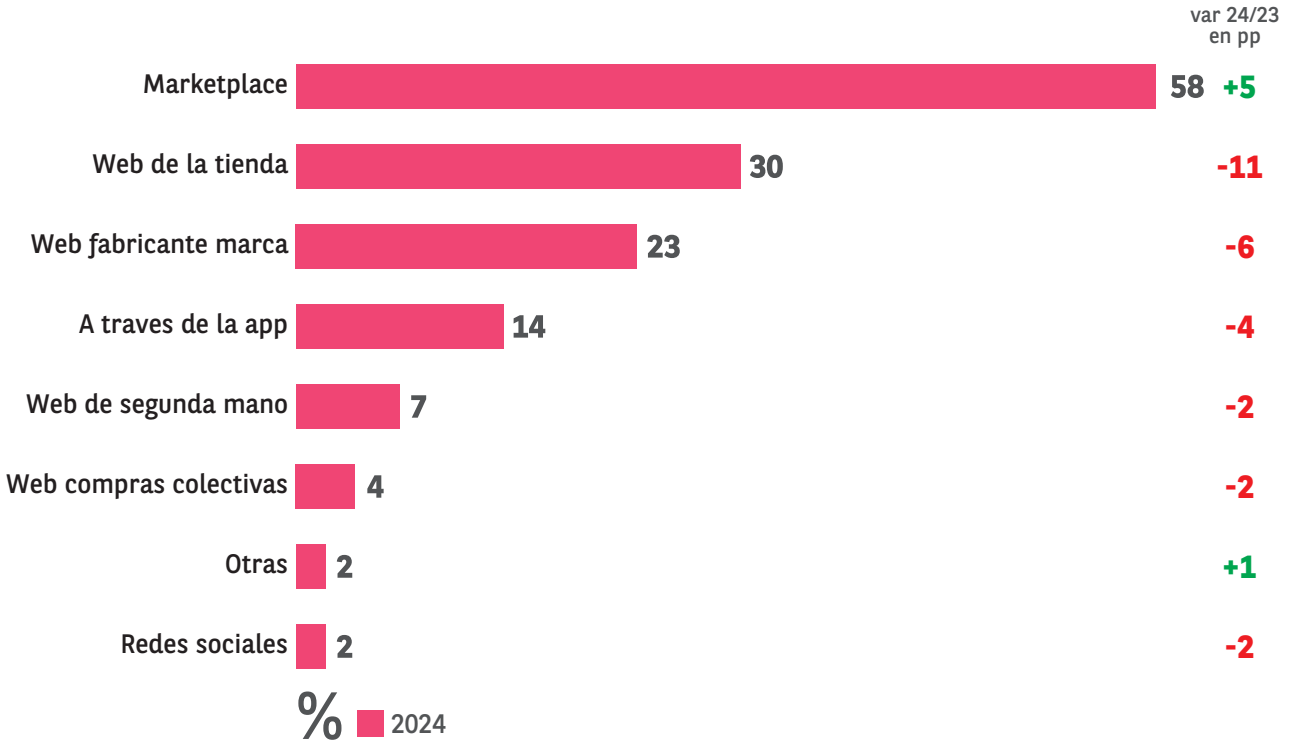
INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar telefonía / digital en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra en el que pretenden comprar los consumidores durante los próximos 12 meses, el 52% pretende realizar sus compras en este sector a través de la tienda online, seguidos de un 24% que comprará en grandes superficies especializadas y un 17% que lo hará en grandes almacenes. El top 3 es el mismo que aparecía para las intenciones de compra en este 2024.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Dentro de los que pretenden comprar online, el 58% lo hará a través de marketplaces aumentando este porcentaje en 5 puntos porcentuales. La web de la tienda y la del fabricante o marca cierran el top 3 aunque ambas descienden en 11 y 6 puntos respectivamente.

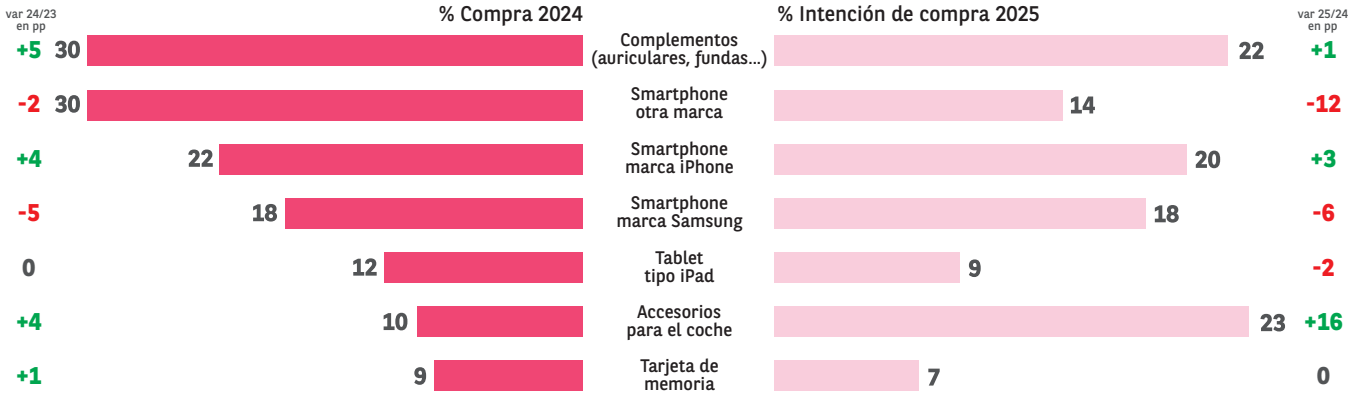
CONCLUSIONES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

El **58%** (**-5pp**) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses, gastando una media de **410€** (**+1%**)

El **51%** (**+1pp**) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector dispositivos móviles en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **434€** (**+15%**)

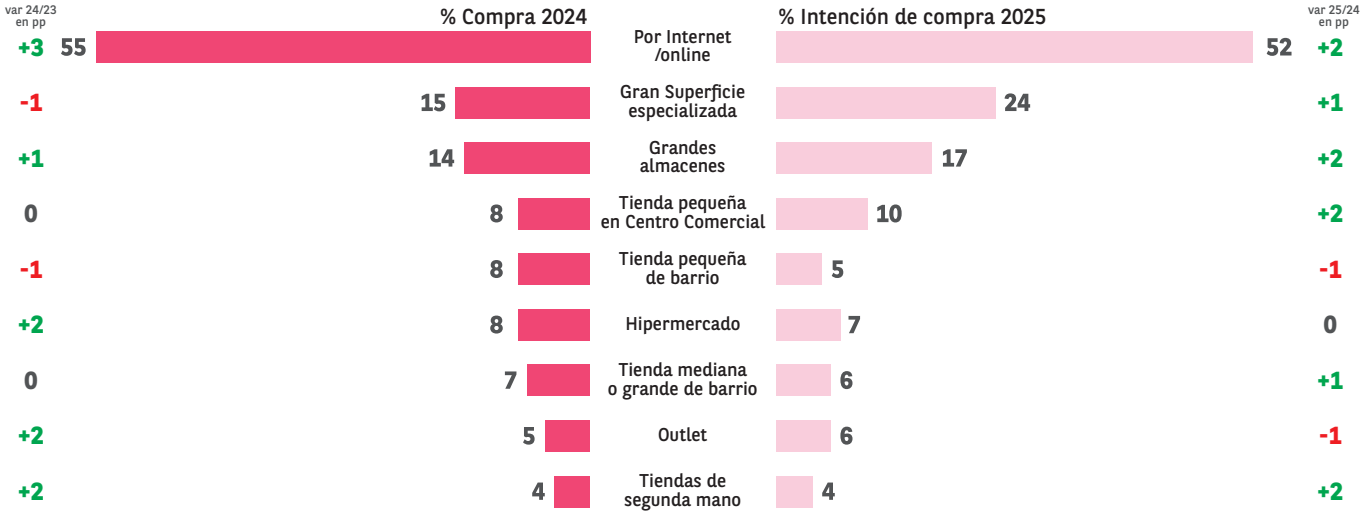
Compras e intención de compra

¿Qué tipo de dispositivo móvil has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



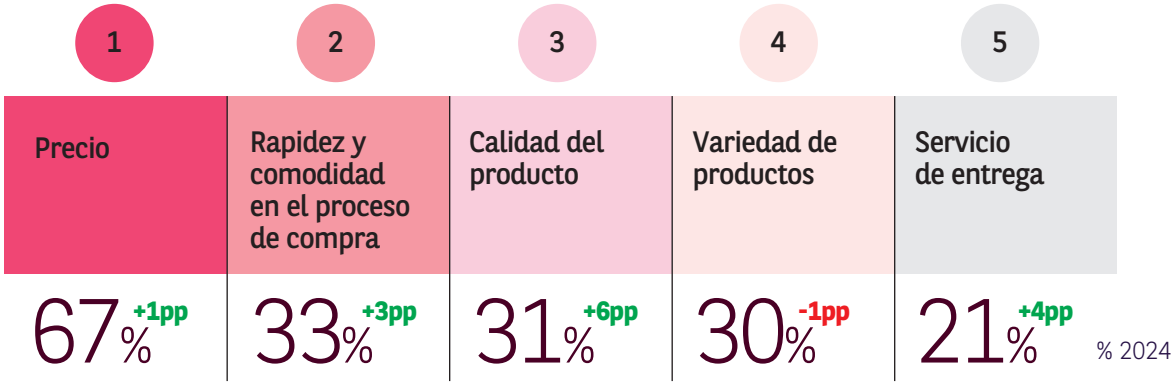
Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



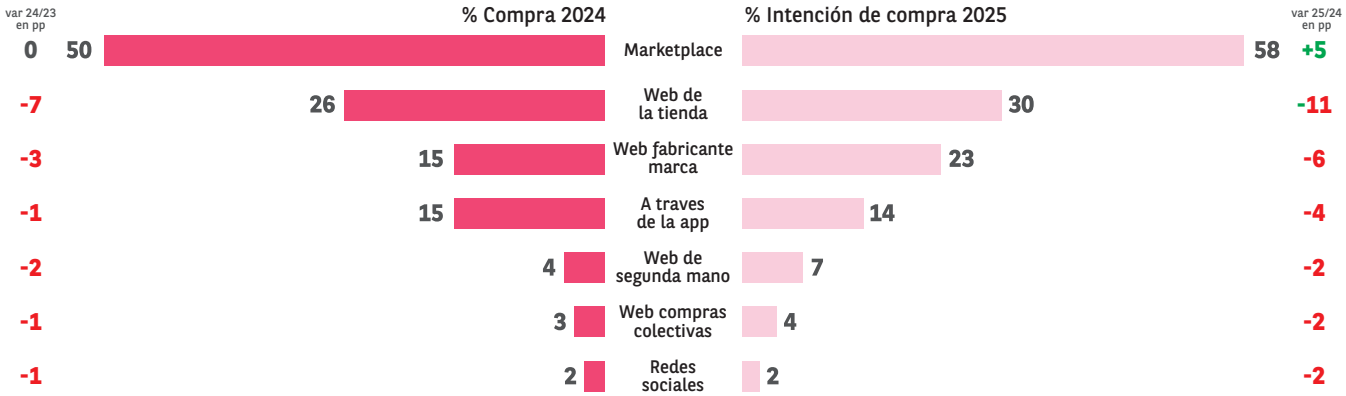
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

La calidad del producto se posiciona como tercera variable más importante y con fuerte crecimiento respecto al año anterior.

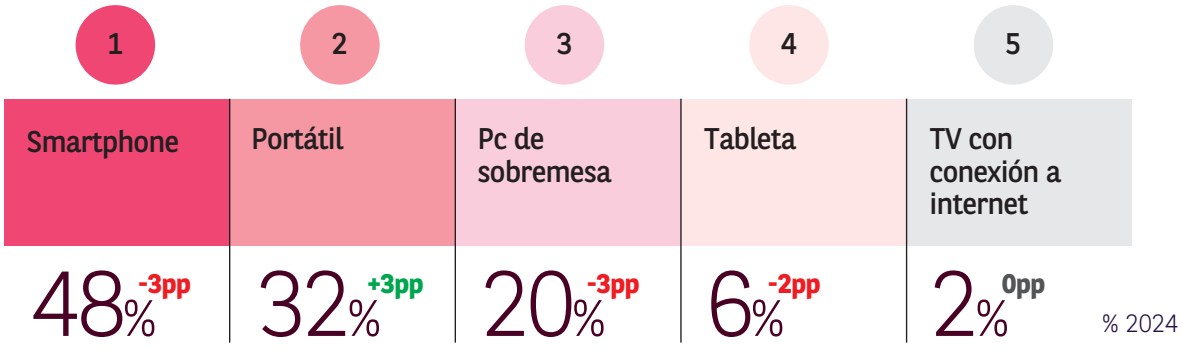


Y del 55% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)

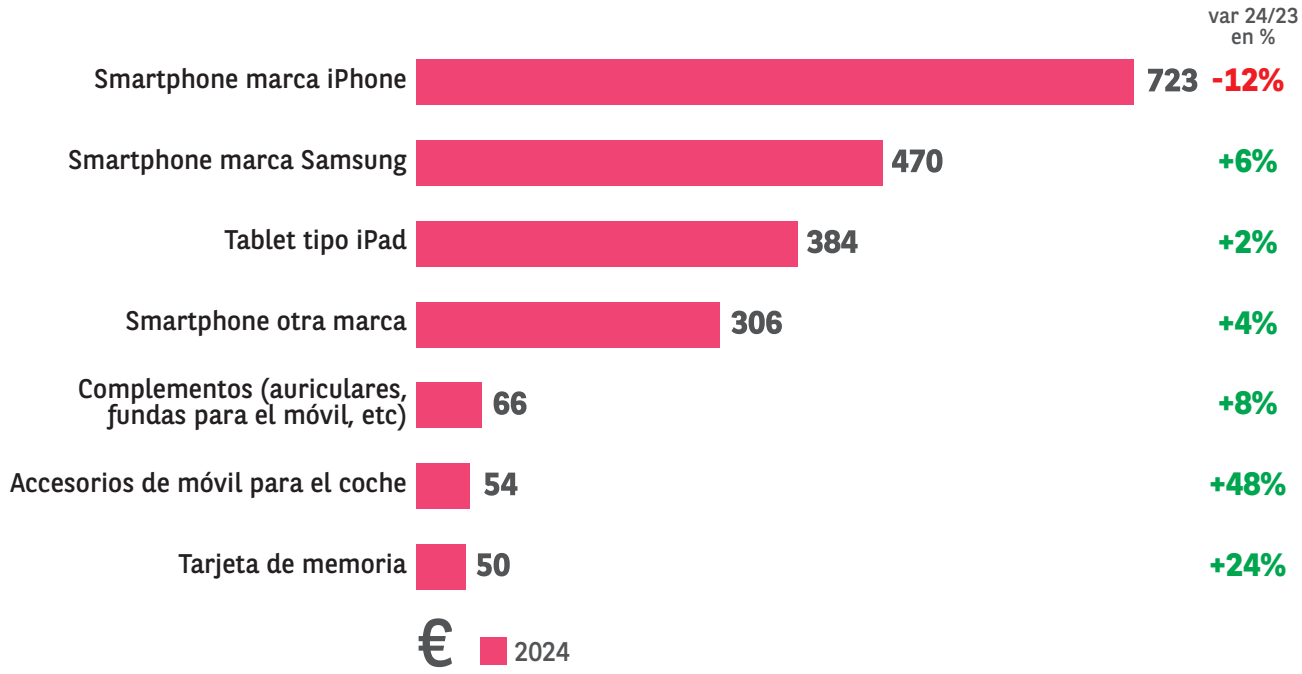


Gasto medio

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	410 €	+1%
Tienda física	387 €	+2%
Online	361 €	-3%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los dispositivos móviles adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO
Cetelem
BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR MUEBLE Y COMPLEMENTOS

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector Muebles y complementos**

06 **Tipo de producto comprado**

08 **Canal de compra**
11 Muebles de salón - comedor – despacho
11 Muebles para dormitorio matrimonio
12 Muebles para dormitorio infantil/juvenil
12 Sofás y sillones
13 Muebles para el baño
13 Muebles auxiliares
14 Muebles de terraza
14 Complementos
15 Decoración

16 **Motivos de elección de establecimiento**

18 **Gasto medio**

20 **Medio de pago y financiación**

21 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Muebles y complementos**
21 Fuentes de información en la decisión de compra

22 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

24 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

25 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

27 **Conclusiones del sector Muebles y complementos**

31 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR MUEBLES Y COMPLEMENTOS

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **52%**

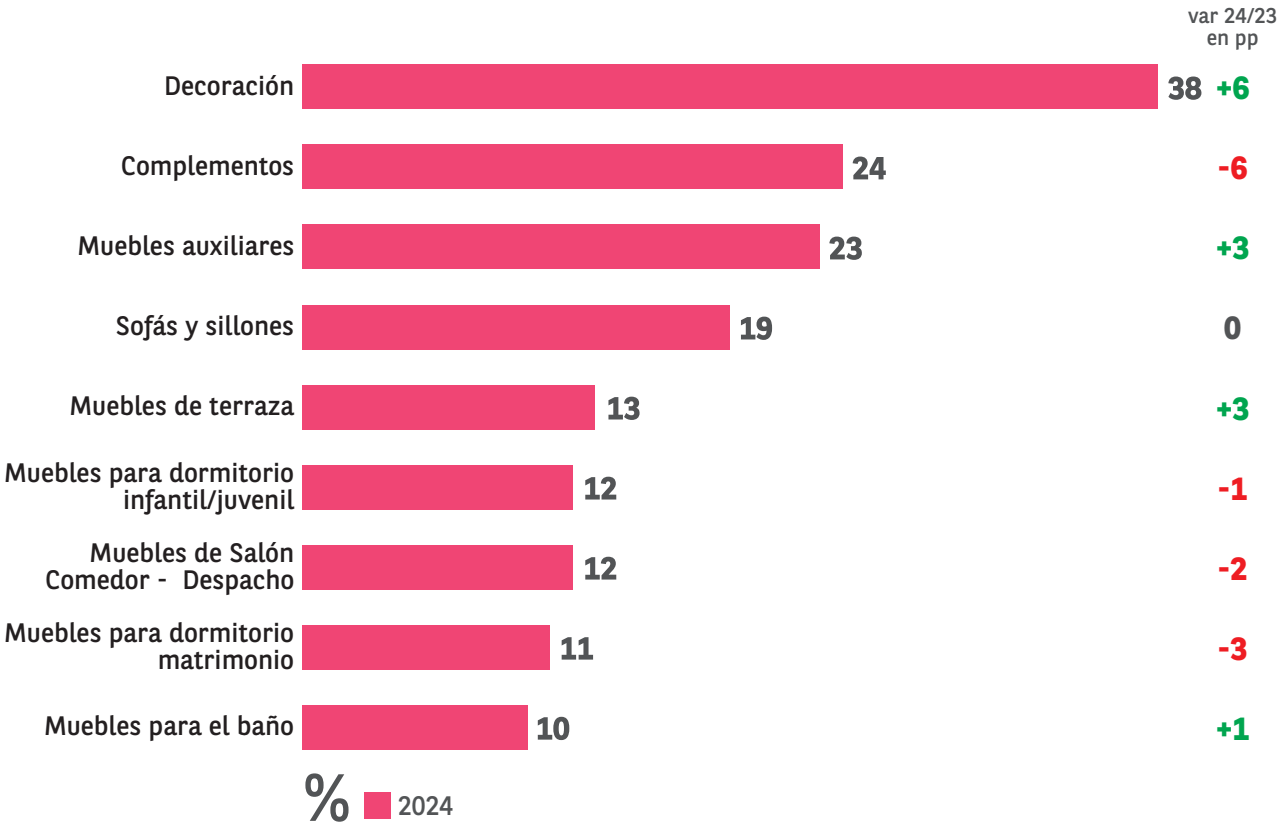
var 24/23 en pp **-4**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 52% de los consumidores españoles encuestados ha comprado productos del sector mueble y complementos en los últimos 12 meses, cuatro puntos porcentuales por encima de lo declarado hace un año. Si segmentamos por edades destacan por encima de la media dos grupos de consumidores, aquellos entre los 25 y 34 años y entre 35 y 44 años con un 57% y un 55% de menciones respectivamente.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado muebles en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de muebles para el hogar de los que aparecen a continuación has comprado durante los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías de muebles adquiridas por los consumidores durante el último año, hay que señalar que de las nueve analizadas sólo cuatro muestran porcentajes superiores al año anterior.

La decoración y los complementos han sido los dos productos más demandados con un 38% y un 24% de menciones respectivamente. Sin embargo, el comportamiento de dichas categorías respecto al año anterior ha sido muy diferente, ya que los elementos de decoración muestran

un crecimiento de 6 puntos respecto a 2023, mientras que los complementos descienden 6 puntos.

Los muebles auxiliares con un 23% de respuestas y un aumento de 3 puntos, ocupan el tercer puesto en el ranking. El resto de las categorías muestran porcentajes por debajo del 20%, aunque es importante señalar que los muebles de terraza muestran un crecimiento respecto al año anterior (13% vs 10% en 2023).

Si realizamos un análisis por edades, lo más reseñable es que el segmento de los consumidores entre los 25 y 34 años destaca 6 puntos porcentuales por encima de la media en la compra de elementos de decoración (44% vs 38% media) y 4 puntos en la compra de muebles para el dormitorio. Por otro lado, los mayores de 45 años superan en 4 puntos porcentuales a la media en la compra de muebles de terraza (17% vs 13% media) y 3 puntos en la compra de complementos.

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)

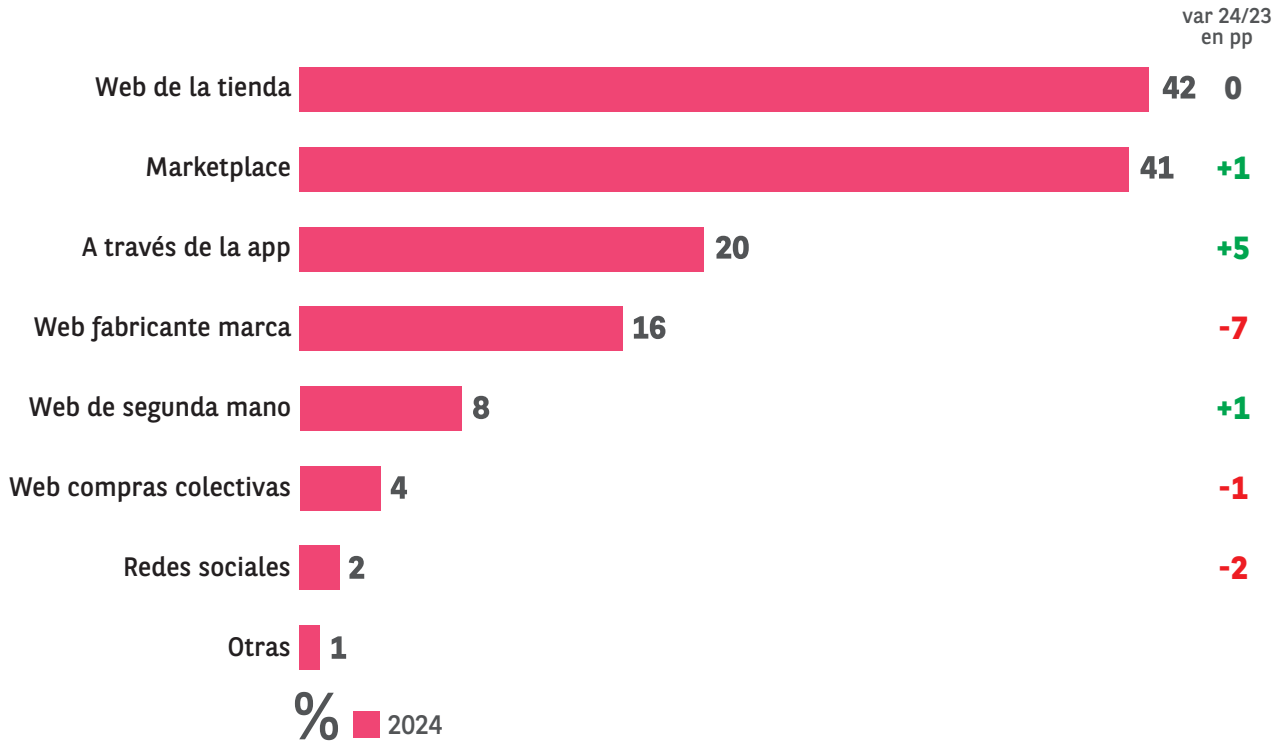
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de muebles en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las grandes superficies especializadas con un 40% de las menciones, y un aumento de 6 puntos respecto al año anterior, en qué descendieron. Le siguen las tiendas online con un 32% y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023. Los grandes almacenes con un 24% de menciones se mantienen en la tercera posición, pero mostrando un descenso de 3 puntos.

Hay que señalar que las tiendas medianas de barrio crecen 2 puntos respecto a 2023 y se posicionan en cuarto lugar con un 14% de respuestas obtenidas.

Si realizamos una segmentación por edades, lo más significativo es que los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan 9 puntos por encima de la media en sus compras realizadas en el canal online (41% vs 32% media).

¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)

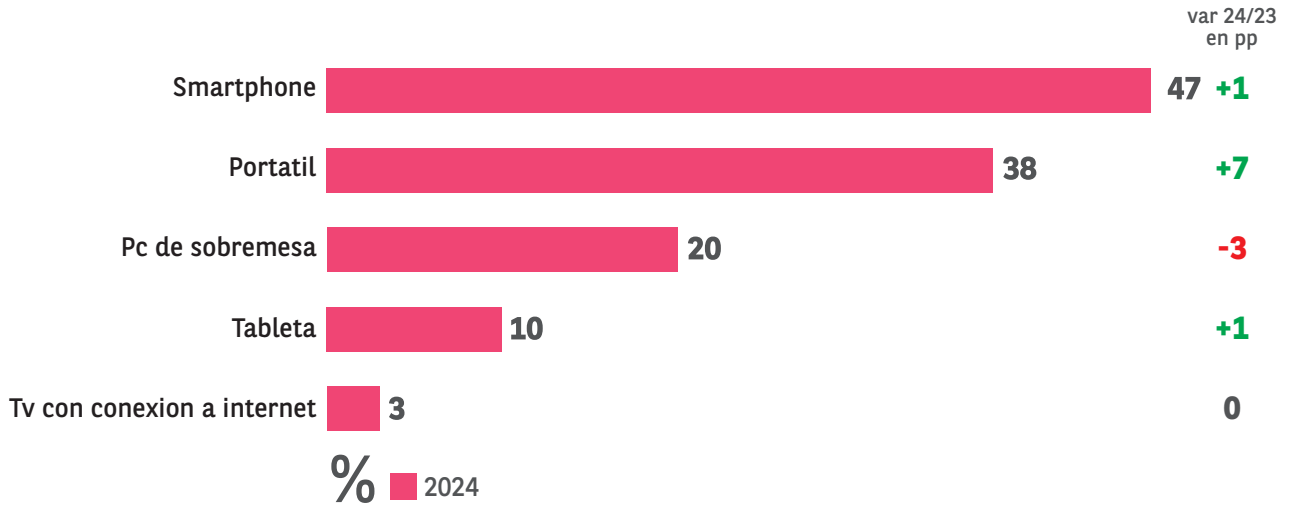


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre el 32% de consumidores que ha afirmado haber adquirido por internet algún producto de este sector, las páginas web de las tiendas (42%) y los Marketplace (41%), son las preferidas para realizar dichas compras.

Es importante señalar que las compras realizadas a través de la app muestran un importante crecimiento de 5 puntos y se posicionan en tercer lugar con un 20% de menciones.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El smartphone es el dispositivo más utilizado para realizar las compras online del sector mueble con un 47% de respuestas y un ligero crecimiento de 1 punto respecto a 2023. Le sigue el portátil que con un 38% de menciones muestra un importante aumento de 7 puntos porcentuales respecto al año anterior.

MUEBLES DE SALÓN - COMEDOR – DESPACHO

Muebles de Salón - Comedor - Despacho
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Hipermercado
43% +6	25% -5	24% +5	10% -6	9% +1

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Analizando el canal de compra según la categoría adquirida, aquellos que han comprado muebles de salón-comedor-despacho, lo han hecho principalmente en las grandes superficies especializadas con un 43% de menciones y un importante crecimiento de 6 puntos respecto a 2023.

Les sigue muy de cerca el canal online con un 25% de menciones pero con una importante caída de 5 puntos y los grandes almacenes con un 24% de respuestas y creciendo 5 puntos respecto a 2023.

MUEBLES PARA DORMITORIO MATRIMONIO

Muebles para dormitorio matrimonio
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Outlet
27% +8	26% -5	19% -7	17% -4	13% +8

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso de los muebles para el dormitorio de matrimonio es el canal online el que ocupa la primera posición (27%) y además mostrando un importante aumento de 8 puntos respecto a 2023. Le sigue muy de cerca la gran superficie especializada con un 26% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos.

MUEBLES PARA DORMITORIO INFANTIL/JUVENIL

Muebles para dormitorio infantil/juvenil
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Tienda pequeña de barrio
39% +5	27% +5	17% 0	14% 0	9% +4

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso de la compra de los muebles para los dormitorios infantiles/juveniles la gran superficie especializada es la gran favorita con un 39% de consumidores que declaran su compra en este canal y mostrando un aumento de 5 puntos respecto al año anterior.

Las compras por internet crecen también 5 puntos y con un 27% de respuestas se posicionan en un segundo lugar.

SOFÁS Y SILLONES

Sofás y sillones
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Por Internet/ online	Tienda pequeña de barrio
34% -6	20% +2	18% -6	16% +5	8% 0

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Aunque la gran superficie especializada sigue siendo la favorita para las compras de sofás y sillones, hay que señalar que estas sufren un importante descenso de 6 puntos respecto a 2023.

Las compras online, aunque en cuarta posición, muestran un crecimiento de 5 puntos respecto al año anterior.

MUEBLES PARA EL BAÑO

Muebles para el baño
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Por Internet/ online	Tienda mediana o grande de barrio	Tienda pequeña de barrio
38% +2	22% +2	21% +2	14% -2	13% +3

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo referente al Top 5 de canales preferidos para la compra de muebles de baño, todos crecen respecto al 2023 excepto la tienda mediana o grande de barrio.

4 de cada 10 consumidores que ha comprado muebles para el baño lo ha hecho en una gran superficie especializada que es la favorita y creciendo 2 puntos.

MUEBLES AUXILIARES

Muebles auxiliares
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Grandes almacenes	Tienda pequeña de barrio	Outlet
45% +2	27% -4	13% +1	10% +4	7% +3

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Está claro que a la hora de comprar los muebles auxiliares, la gran superficie especializada es la gran elegida con un 45% de menciones y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023.

MUEBLES DE TERRAZA

Muebles de terraza
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Hipermercado	Grandes almacenes	Outlet
36% +2	30% +7	13% +4	13% -2	9% +5

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre aquellos consumidores que han comprado muebles de terraza, la gran superficie especializada (36%, +2 pp vs 2023) y el canal online (30%, +7 pp vs 2023) son los dos canales claramente favoritos.

COMPLEMENTOS

Complementos
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Outlet	Tienda pequeña de barrio
37% +8	34% -1	20% +2	12% +6	11% -5

% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

DECORACIÓN

Decoración
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda pequeña de barrio	Outlet
34% +4	32% +5	20% +2	14% -6	11% +8

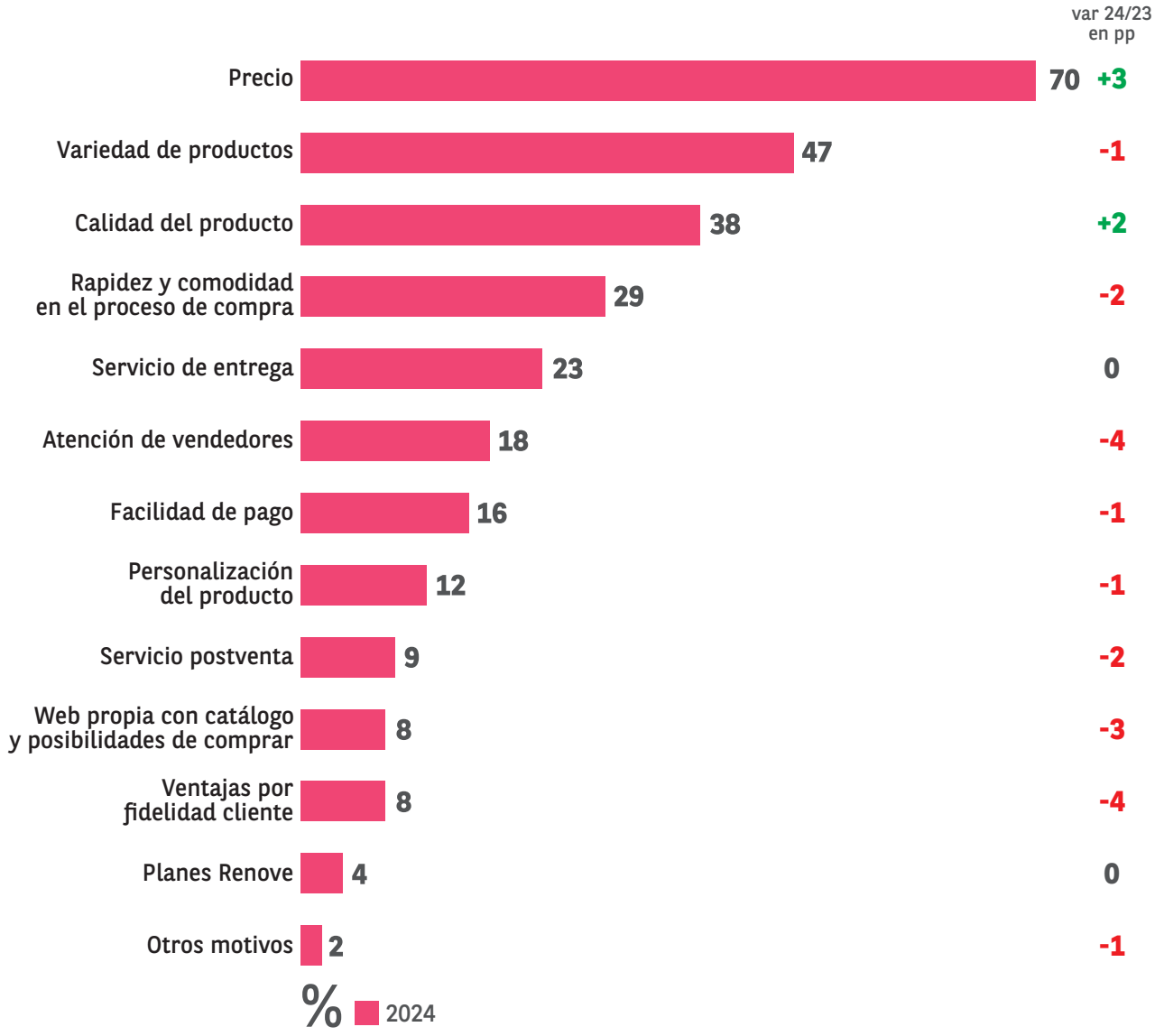
% 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a los canales elegidos para las compras de elementos de decoración y de complementos, los claros ganadores son el canal online y la gran superficie especializada, superando el 30% de menciones.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



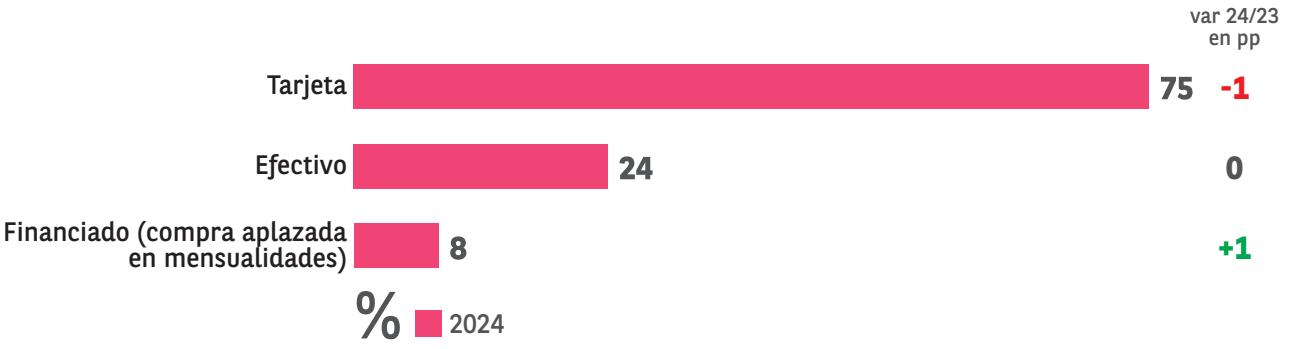
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El precio es lo más importante para 7 de cada 10 consumidores que han adquirido productos de este sector a la hora de decidir donde realizar la compra. Las siguientes variables más mencionadas son la variedad y la calidad del producto con un 47% y un 38% de menciones respectivamente.

Entre todas las variables analizadas solo crecen respecto al 2023 el precio y la calidad del producto.

GASTO MEDIO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)

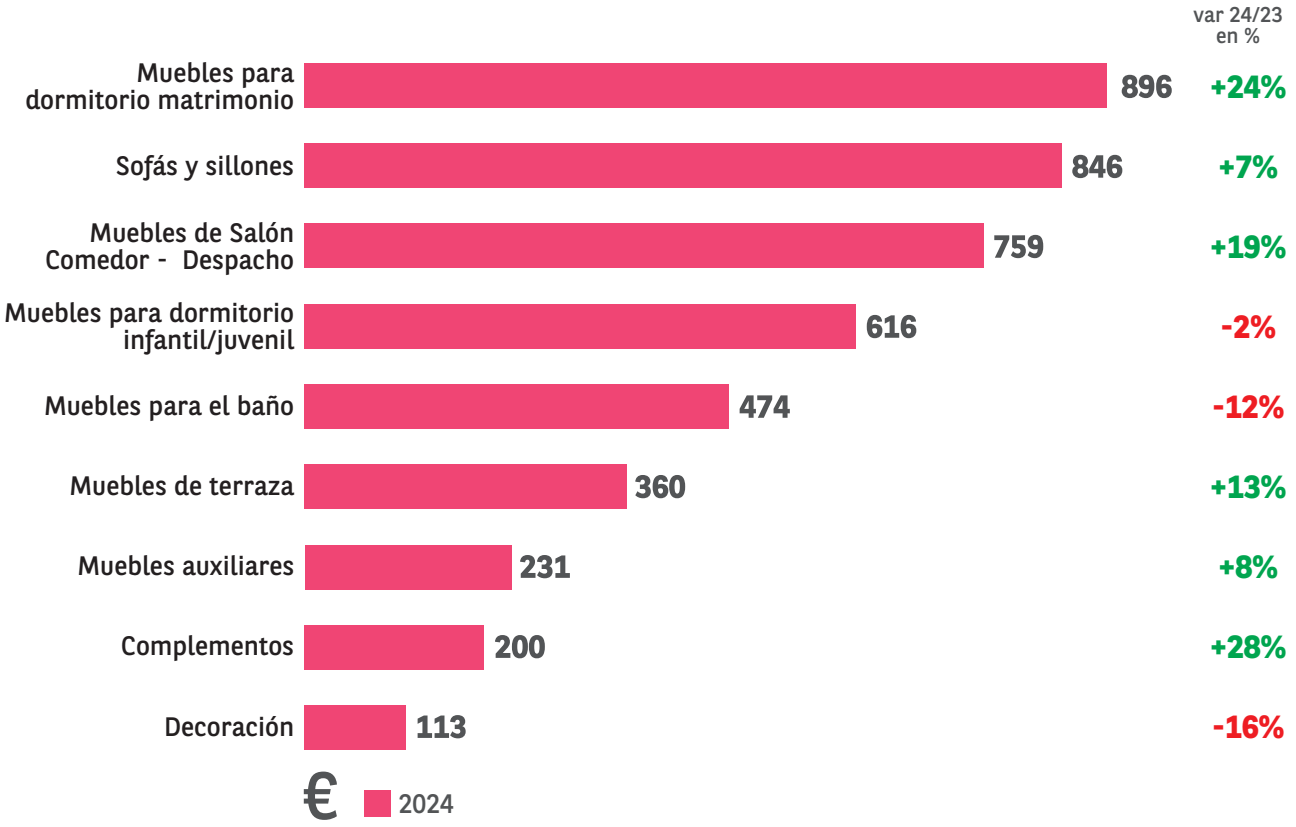


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra en el sector de muebles, complementos y decoración, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones frente al 74% del año anterior. Muy de lejos, encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 24% de menciones.

El pago mediante financiación continúa siendo el menos mencionado con un 8% de respuestas, y un ligero aumento de 1 punto respecto a 2023.

Y, ¿cuánto te has has gastado en los muebles y/o complementos adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



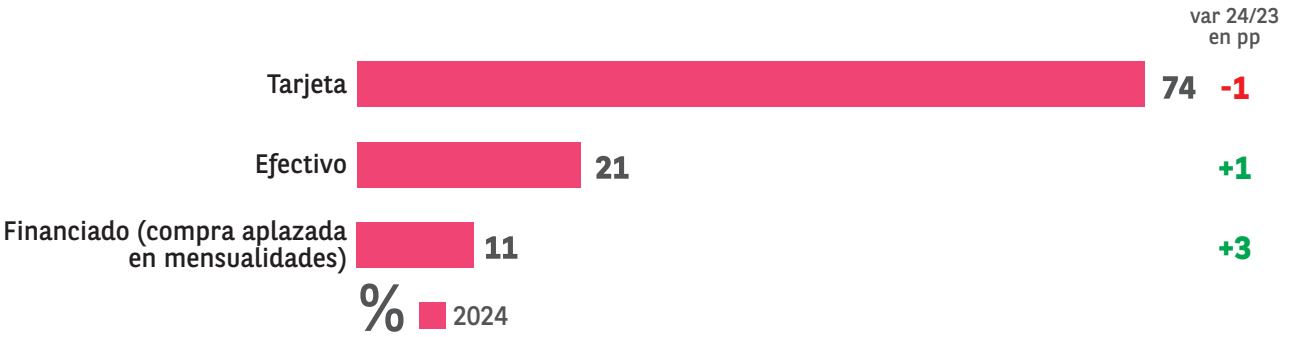
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más importante a destacar en lo referente al gasto realizado por categorías, es que de las 9 analizadas se produce un crecimiento en 6 de ellas, siendo los más notables el de complementos (+28%), muebles de dormitorio (+24%) y muebles de salón (+19%).

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido muebles para dormitorio (896€), sofás y sillones (846€) y muebles de salón (759€).

MEDIO DE PAGO Y FINANCIACIÓN

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

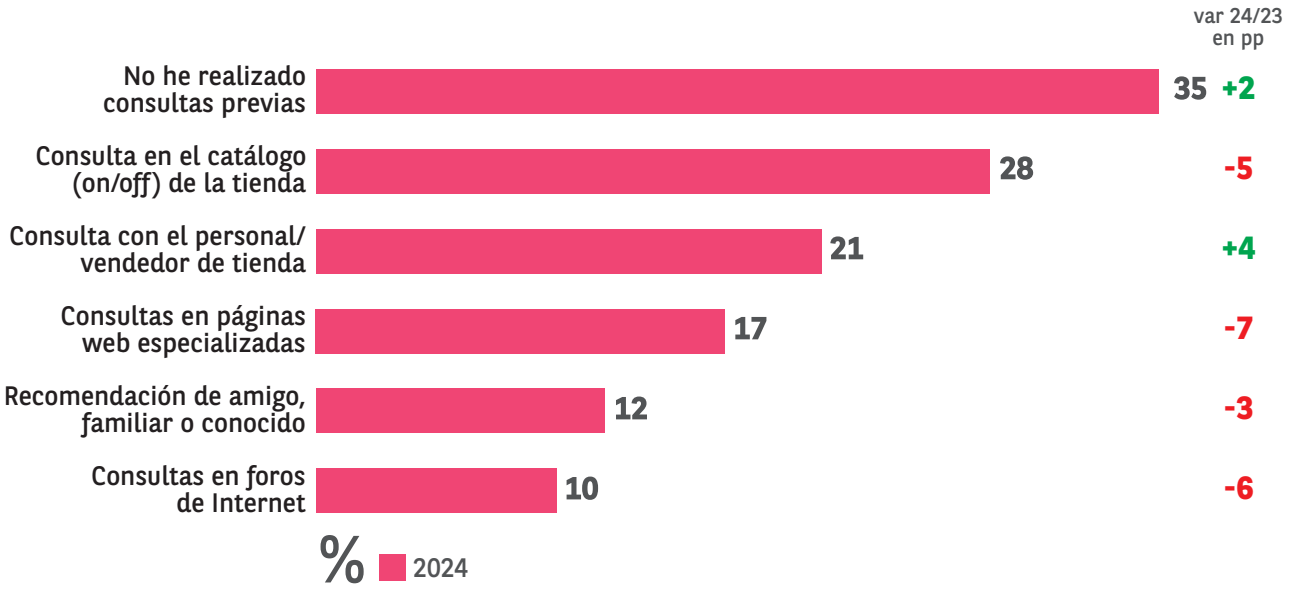
En la compra en el sector de muebles, complementos y decoración, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones frente al 74% del año anterior. Muy de lejos, encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 24% de menciones.

El pago mediante financiación continúa siendo el menos mencionado con un 8% de respuestas, y un ligero aumento de 1 punto respecto a 2023.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/ TECNOLOGÍA

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La mayor parte de los consumidores (35%) se deciden a comprar el producto del sector muebles sin realizar consultas previas. En segundo lugar, encontramos las consultas en los catálogos (on/off) de la tienda con un 28% de menciones pero con un importante descenso de 5 puntos respecto a lo manifestado el año anterior.

Las consultas al personal y vendedor de la tienda cobran más importancia y se posicionan en tercer lugar con un 21% de menciones y un crecimiento de 4 puntos respecto a 2023.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

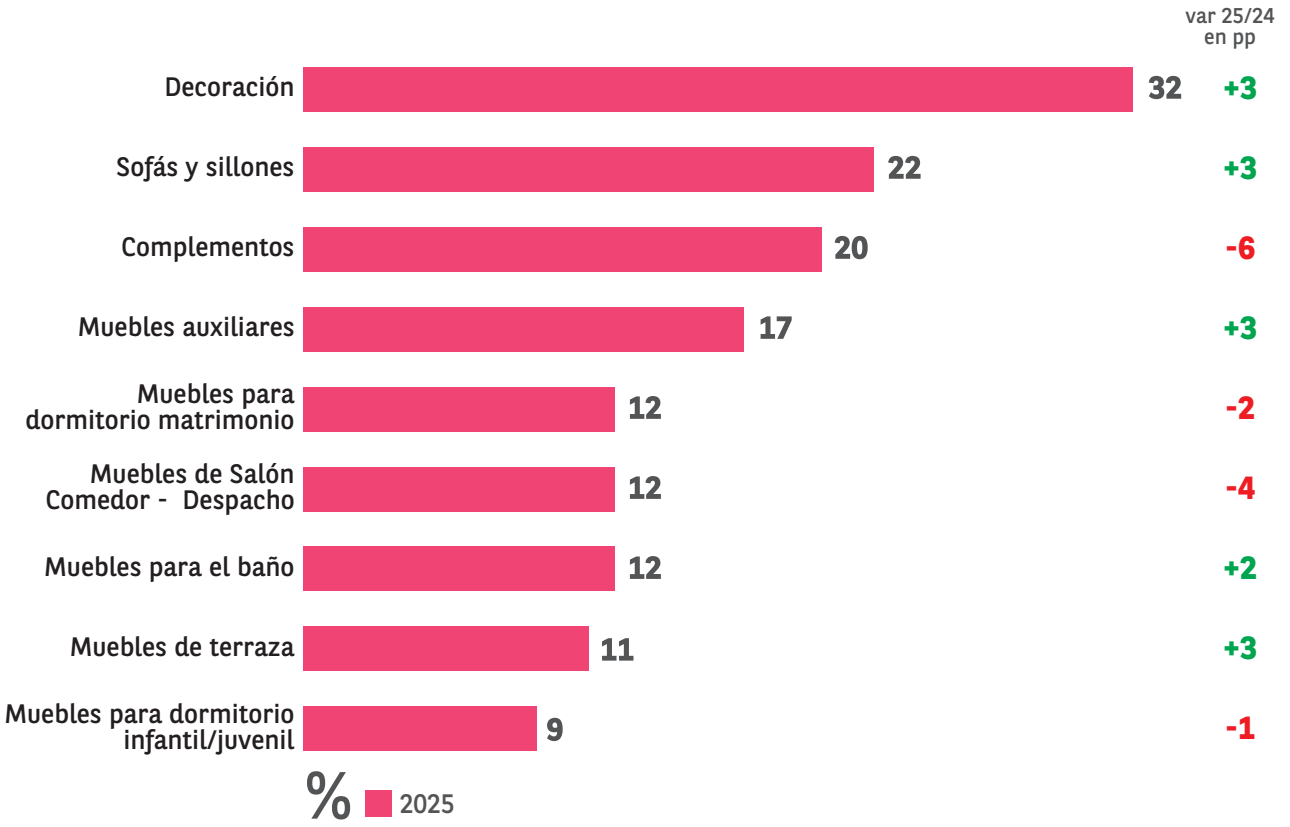
Sí **46%** | var 25/24 en pp **-3**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 46% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector mueble en los próximos 12 meses, 3 puntos por debajo respecto a lo manifestado el año anterior.

Si segmentamos por edades, los consumidores con edades entre los 25 y 34 años y entre los 35 y 44 años destacan por encima de la media con un 53% y un 52% de menciones respectivamente.

Has dicho que tienes pensado comprar algún mueble / complemento en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de mueble / complemento tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En primer lugar, los más pretendidos son los accesorios de decoración con un 32% de menciones y un crecimiento de 3 puntos respecto al año anterior, el mismo aumento que los sofás y sillones con un 22% de respuestas y ocupando la segunda posición en el ranking.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
691€ +23%	662€	358€
€ 2024		

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio previsto para los próximos 12 meses es de unos 691€, un 23% más de lo previsto el año anterior. Los consumidores mayores de 45 años son los que realizarán un mayor gasto con un desembolso medio previsto de unos 880€, un 27% más que la media.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

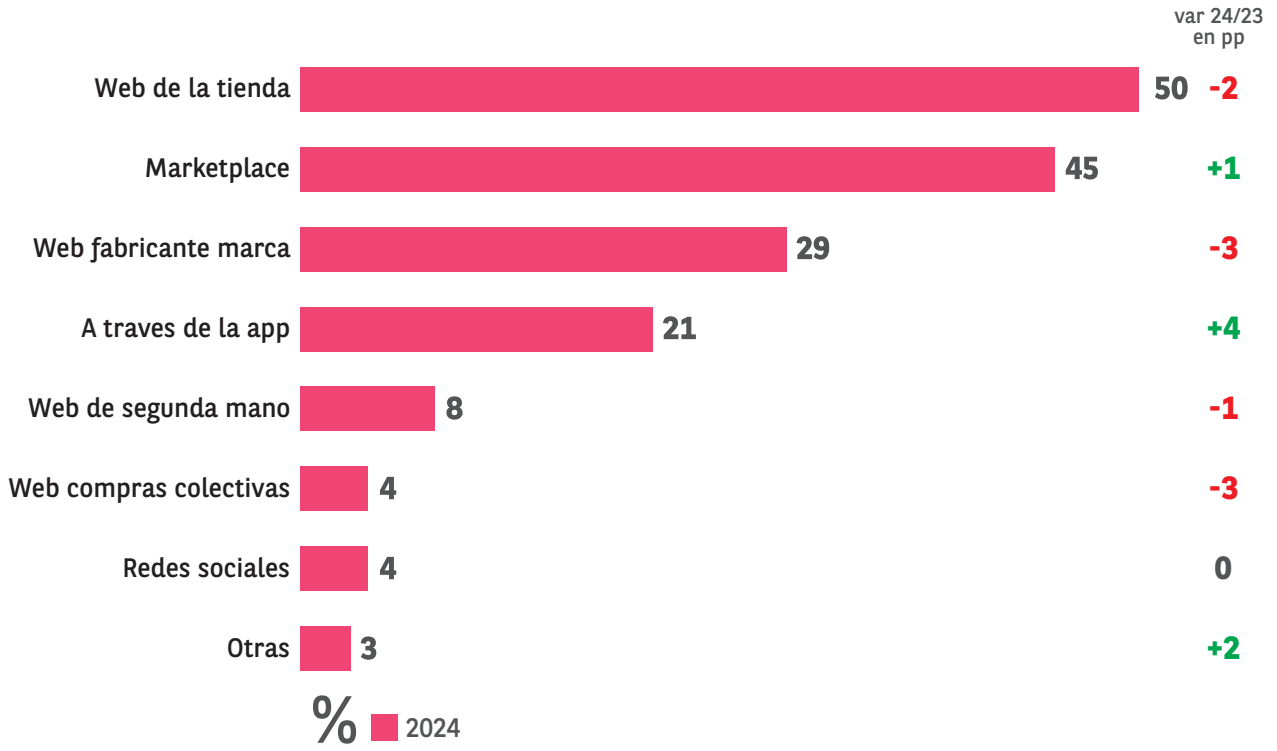
¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar algún tipo de mueble / complemento en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra más mencionados por los consumidores que tienen intención de comprar algún tipo de mueble o accesorio en los próximos 12 meses, son las grandes superficies especializadas con un 46% y un crecimiento de 4 puntos.

El canal online se mantiene estable respecto a 2023 con un 27% de respuestas, seguido de los grandes almacenes con un 25% de menciones y un aumento de 3 puntos.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

CONCLUSIONES DEL SECTOR MUEBLE Y COMPLEMENTOS

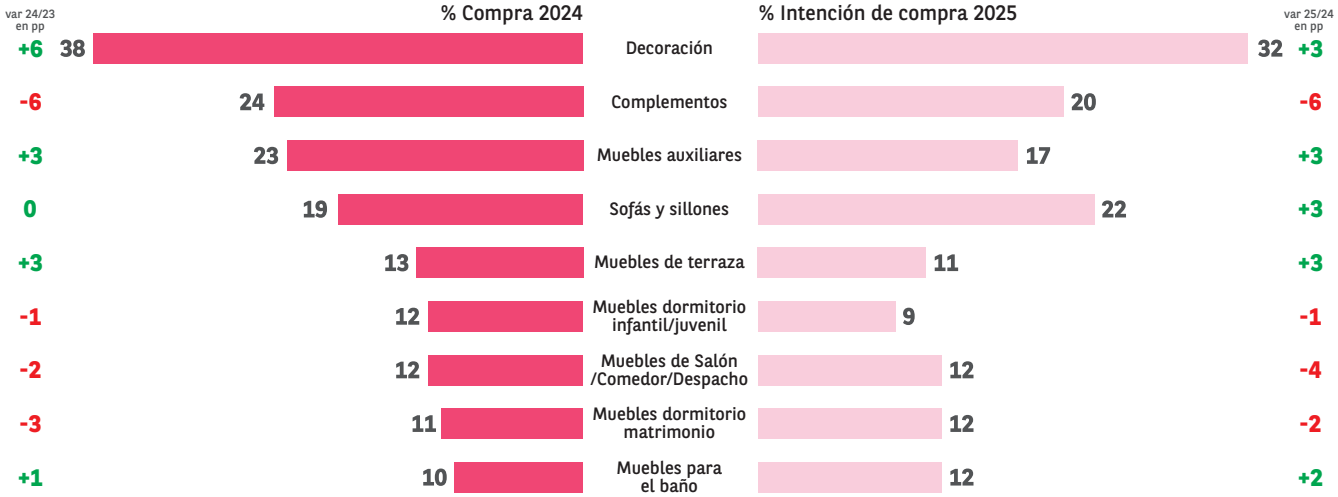
El **63%** **-3pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector muebles en los últimos 12 meses, gastando una media de **652€** **-3%**

El **46%** **-3pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector muebles en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **691€** **+23%**

Compras e intención de compra

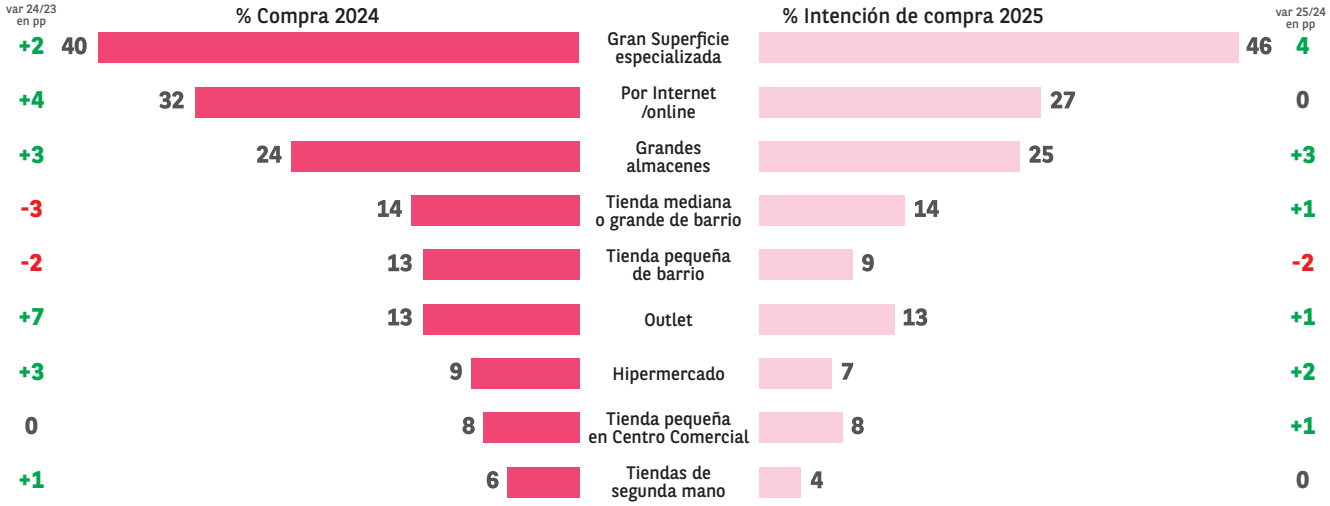
Los elementos de decoración y los complementos siguen liderando el ranking.

¿Qué tipo de producto del sector muebles has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



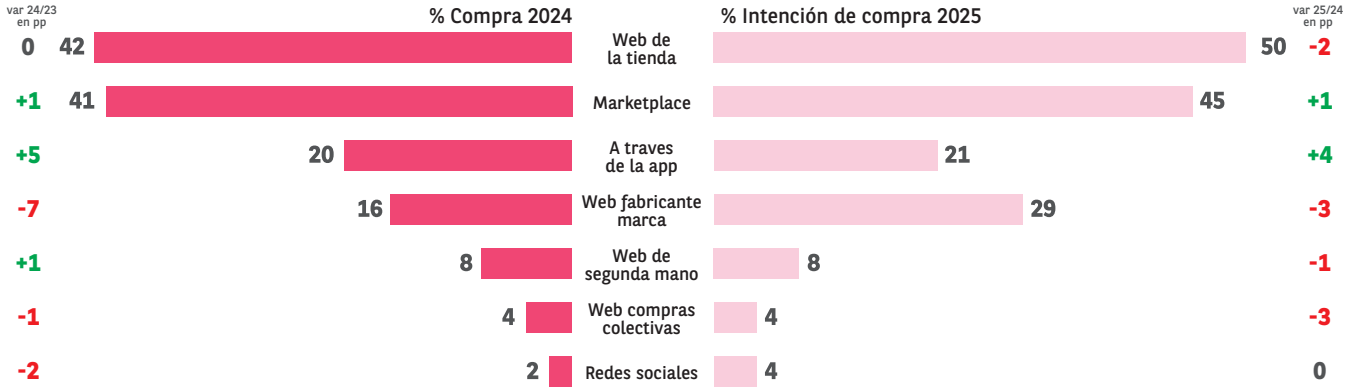
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5	
Precio	Variedad de productos	Calidad del producto	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Servicio de entrega	
70% +3pp	47% -1pp	38% +2pp	29% -2pp	23% 0pp	% 2024

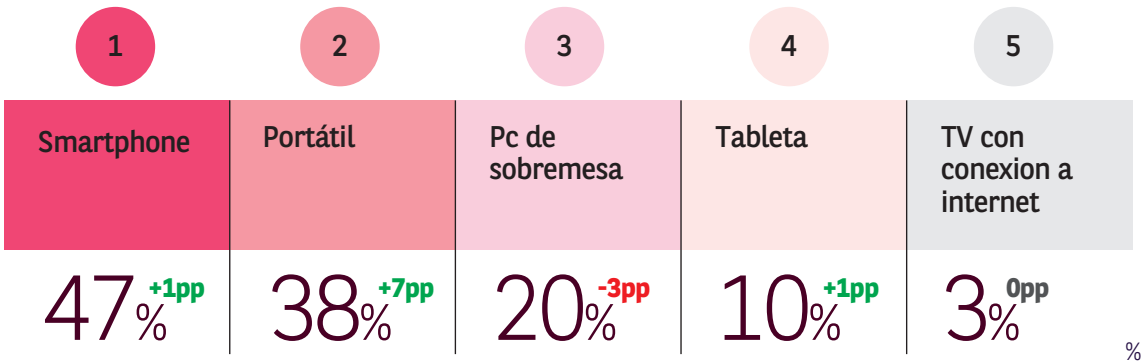
Y del 32% que ha comprado online...

Importante crecimiento de las compras realizadas a través de las app

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



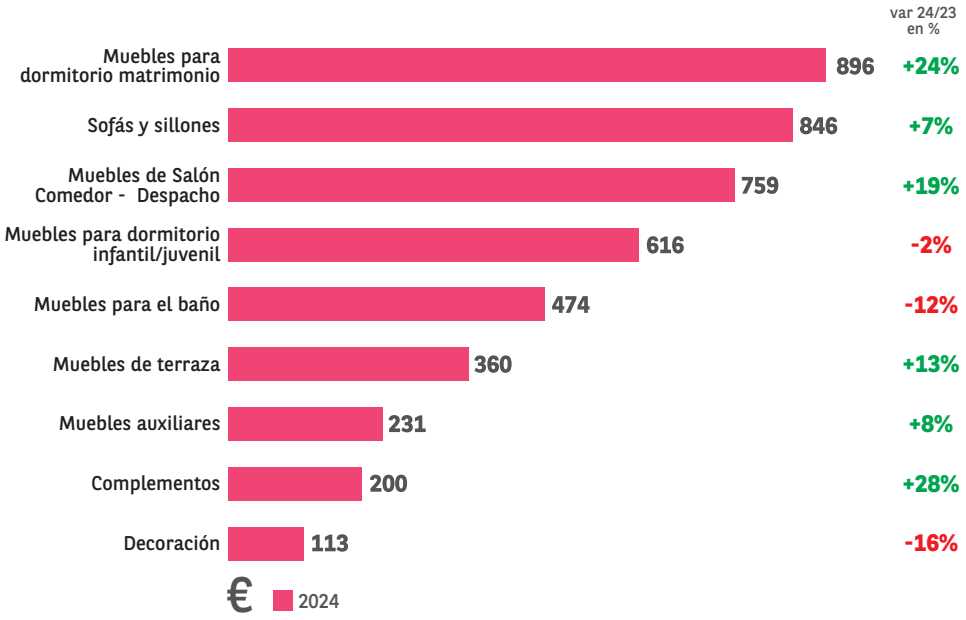
% 2024

Gasto medio

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	652 €	-3%
Tienda física	654 €	-1%
Online	320 €	-19%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los muebles de cocina adquiridos en los últimos 12 meses?
(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR ÓPTICA

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector Óptica**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Tiempo de renovación**
07
10 **Importe medio gastado y medio de pago**
10
11 **Medio de pago**
11
12 **Canal de compra**
12
Motivos de elección de establecimiento
13

15

18

19
Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Óptica
19 Fuentes de información en la decisión de compra

21 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

23 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

24 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

25 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

26 **Conclusiones del sector elementos de descanso**

30 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR ÓPTICA

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **36%** | var 24/23 en pp **-7**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 36% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector óptica en los últimos 12 meses, un 7% menos que el año anterior. Por edades no existen diferencias significativas a destacar.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

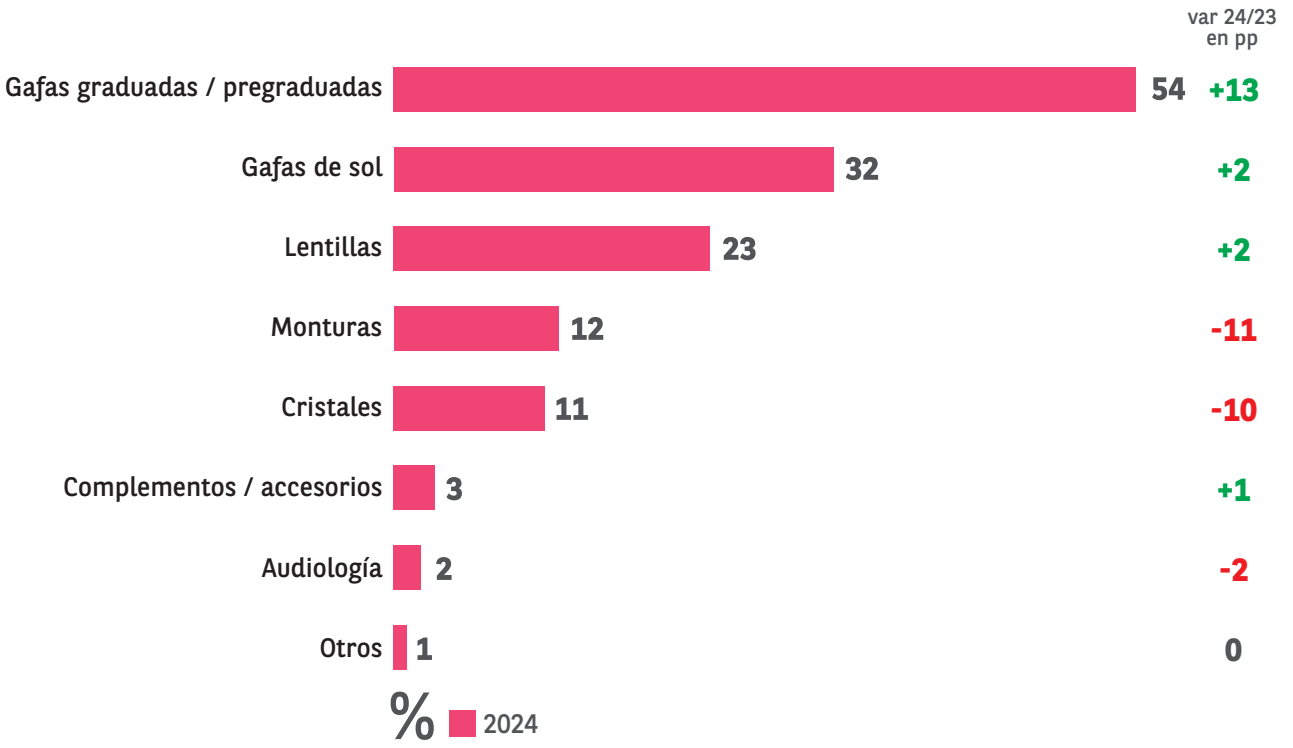
Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audiología en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías?
(% respuesta múltiple)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los españoles que han adquirido algún producto de óptica en el último año, encontramos que el 48% lo ha hecho en la categoría de productos de mujer que desciende 4 puntos respecto a 2023, seguido del 47% (+2 en 2023) que ha comprado en la categoría de productos de hombre.

La categoría de niños vuelve a ser la menos solicitada con un 13% de menciones aunque continua aumentando año tras año.

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los productos de óptica más comprados, vuelven a estar en primer lugar las gafas graduadas con un 54% de menciones y un fuerte aumento respecto al año anterior de 13 puntos porcentuales.

Le siguen las gafas de sol con un 32% (+2pp), y las lentillas que con un 23% de menciones y un aumento de 2 puntos se posicionan en tercer lugar, desbancando a las monturas que caen 11 puntos respecto a 2023 (12%).

Si segmentamos por edades lo más destacable es que los consumidores mayores de 45 años destacan por encima de la media en la compra de gafas graduadas con un 64% de menciones frente al 54% de la media y aquellos con edades entre los 25 y 34 años en las compras de gafas de sol (45% vs 32% media).

TIEMPO DE RENOVACIÓN

¿Cada cuánto renuevas/cambias ?
(% respuesta única)

		2024	Var 2024/2023 (en pp)
Monturas	Anualmente o antes	**14%**	**+9**
	Entre 1 y 2 años	**30%**	**0**
	Entre 2 y 3 años	**26%**	**-6**
	Entre 3 y 4 años	**13%**	**-3**
	Más de cuatro años	**17%**	**+1**
Cristales	Anualmente o antes	**10%**	**0**
	Entre 1 y 2 años	**33%**	**-2**
	Entre 2 y 3 años	**28%**	**+1**
	Entre 3 y 4 años	**18%**	**+1**
	Más de cuatro años	**11%**	**-1**
Gafas de sol	Anualmente o antes	**11%**	**-1**
	Entre 1 y 2 años	**31%**	**+3**
	Entre 2 y 3 años	**32%**	**+5**
	Entre 3 y 4 años	**12%**	**-3**
	Más de cuatro años	**14%**	**-5**

Gafas graduadas / pregraduadas	Anualmente o antes	**6%**	**-1**
	Entre 1 y 2 años	**26%**	**+3**
	Entre 2 y 3 años	**34%**	**+1**
	Entre 3 y 4 años	**17%**	**-3**
	Más de cuatro años	**16%**	**-1**
Lentillas	Anualmente o antes	**75%**	**-5**
	Entre 1 y 2 años	**18%**	**+1**
	Entre 2 y 3 años	**2%**	**0**
	Entre 3 y 4 años	**3%**	**+2**
	Más de cuatro años	**2%**	**+1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta al plazo de renovación de los productos de óptica en el caso de las monturas oscila entre 1 y 3 años con un 56% de menciones, mostrando un ligero descenso respecto a lo mencionado en 2023. Aunque con un porcentaje de menciones bastante inferior, es importante señalar que se observa un importante crecimiento de 9 puntos de aquellos que afirman que las renuevan antes del año (14%).

En el caso de los cristales, el periodo más habitual de renovación sigue siendo entre 1 y 3 años con un 61% de menciones en total, algo menos que el año anterior.

En el caso de las gafas de sol, este año el periodo más mencionado es entre 2 y 3 años con un 32% de menciones y un importante crecimiento de 5 puntos respecto al 2023, muy seguido de aquellos que renuevan este producto entre 1 y 2 años con un 31% de respuestas(+2pp).

La categoría de gafas graduadas continúa siendo renovada mayoritariamente cada 2 o 3 años (34%). Aunque hay que señalar que cada vez son más los que adelantan su renovación a 1 y 2 años con un 26% de menciones y un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto a 2023.

En el caso de las lentillas no hay duda, todos aquellos usuarios de este producto coinciden mayoritariamente en que el plazo de renovación es anual, aunque este porcentaje desciende 5 puntos respecto a lo mencionado hace un año (75%).

IMPORTE MEDIO GASTADO

¿Cuánto te has gastado en el establecimiento de óptica en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
303€ -7%	302€ -11%	150€ +31%

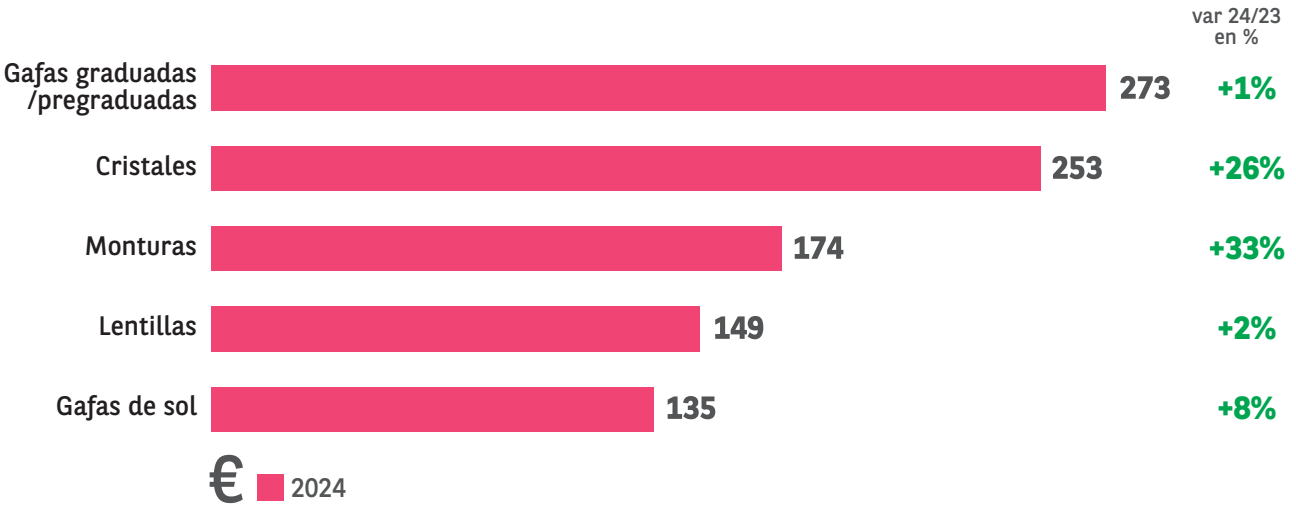
€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio realizado por aquellos consumidores españoles que han comprado productos de óptica en el último año desciende un 7% con un importe medio declarado de 303€. Si desglosamos por tipo de canal, el realizado en la tienda física continúa siendo muy superior al realizado online aunque hay que señalar que se produce un descenso del 11% en el gasto realizado en la tienda física mientras que el realizado por internet aumenta un 31% respecto a 2023.

Los mayores de 45 años son los que declaran el gasto mas elevado que asciende a unos 402€, un 33% más que la media.

Y, ¿cuál es el importe que has gastado en estos productos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



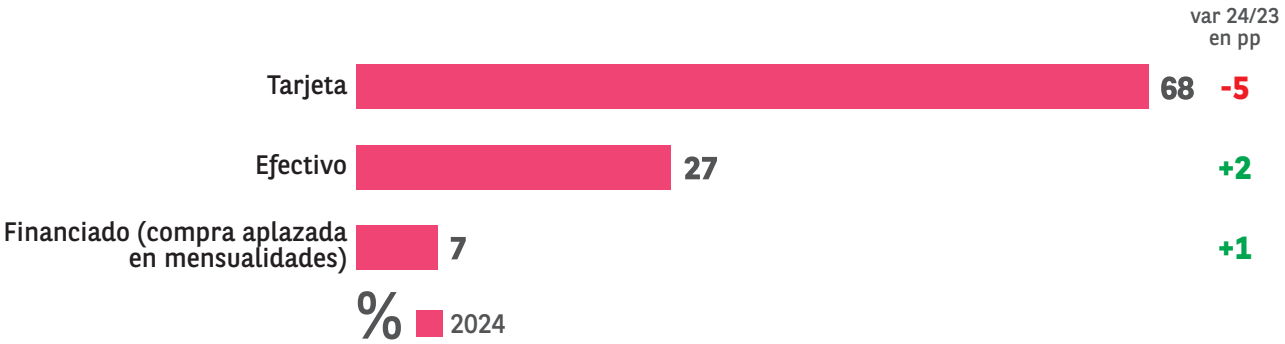
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más destacable en cuanto al gasto por producto, es que se produce un aumento respecto al año anterior en todas las categorías analizadas siendo los más notables el de monturas y el de cristales.

El mayor desembolso se ha realizado en las gafas graduadas (273€) y en los cristales (253€) cuyo gasto aumenta respecto a 2023 un 26%. En tercer lugar, encontramos a las monturas con un desembolso medio de 174€ y un fuerte crecimiento del 33%.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El medio de pago más utilizado en las compras de productos de óptica es un año más la tarjeta con un 68% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos respecto a 2023. Los consumidores entre los 35 y 44 años son los que más la utilizan destacando por encima de la media en 7 puntos porcentuales (75%).

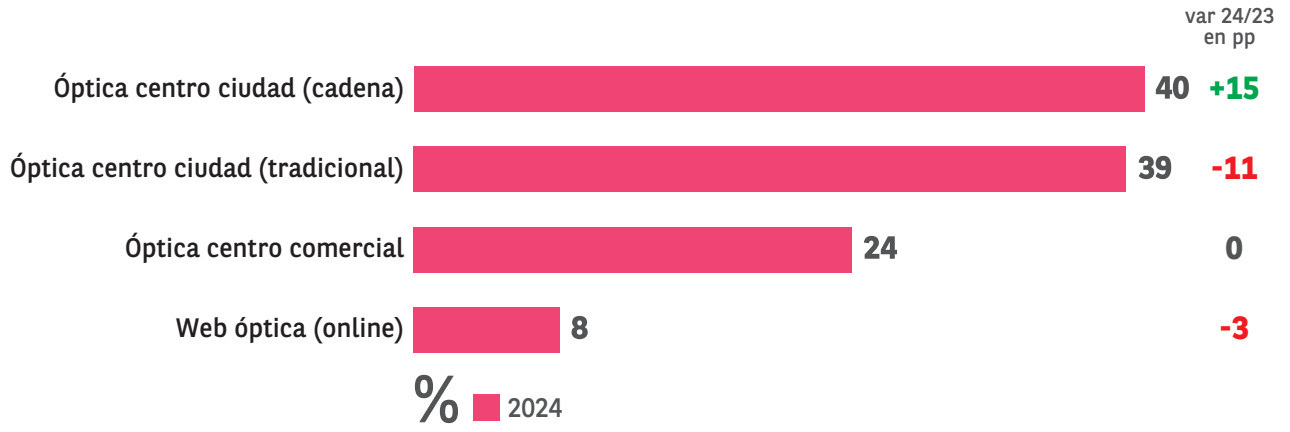
Entre las distintas modalidades, la tarjeta de débito es la más utilizada con un 61% de menciones, (-5pp vs 2023). La siguiente opción preferida es la tarjeta de crédito con pago a fin de mes con un 38% de consumidores que afirman haberla utilizado para sus compras, mostrando un crecimiento de 8 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Un 27% afirma que ha pagado sus compras en efectivo (25% en 2023), siendo los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 39% de menciones (+12pp).

La financiación continúa siendo el método de pago menos utilizado con un 7% de menciones, aunque muestra un ligero crecimiento de 1 punto porcentual respecto a 2023.

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)

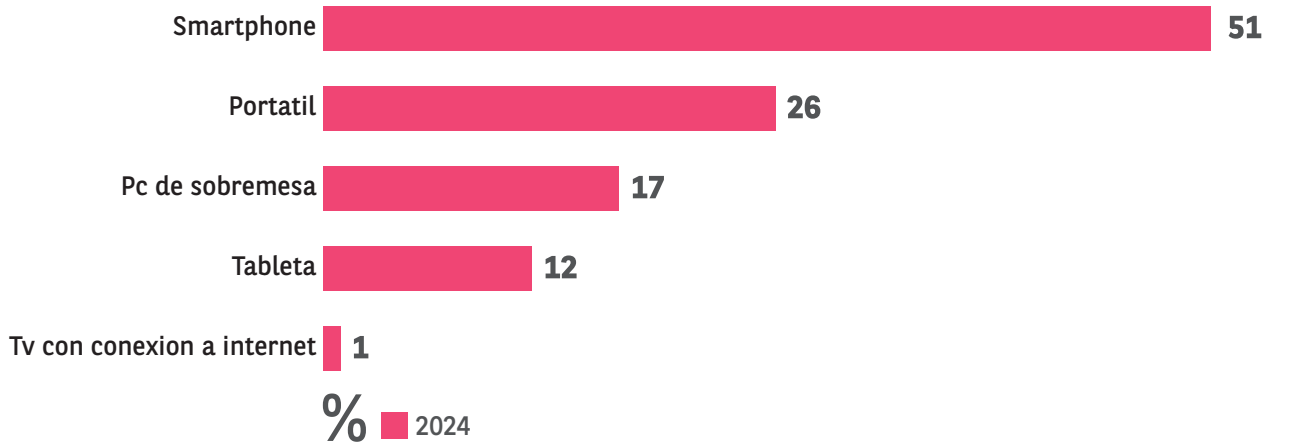


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las cadenas de ópticas situadas en centros de ciudad son los formatos más elegidos por los consumidores con un 40% de menciones y un importante crecimiento de 15 puntos porcentuales respecto al año anterior.

El porcentaje de compradores en las ópticas tradicionales de centros de ciudad ocupan el segundo lugar en el ranking, pero con un importante descenso de 11 puntos respecto a 2023.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
(% respuesta múltiple)



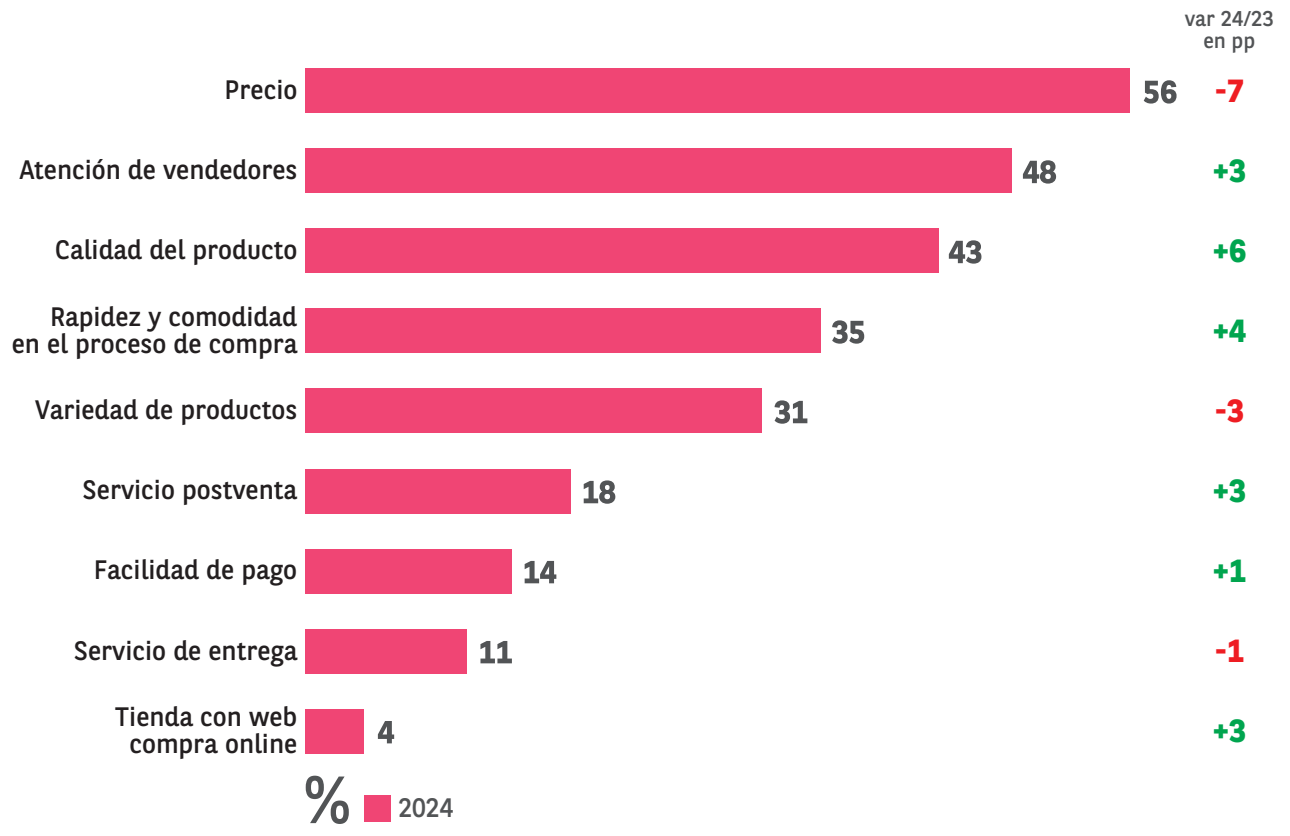
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El Smartphone es el dispositivo más utilizado por los consumidores que han realizado compras online del sector óptica, así lo manifiesta el 51% de ellos siendo aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media con un 63% de respuestas.

Las compras a través del portátil son las siguientes más mencionadas (26%), siendo los consumidores entre los 25 y 34 años los que destacan en este sentido con un 39% de respuestas, 13 puntos por encima de la media.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?
GLOBAL MOTIVOS
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

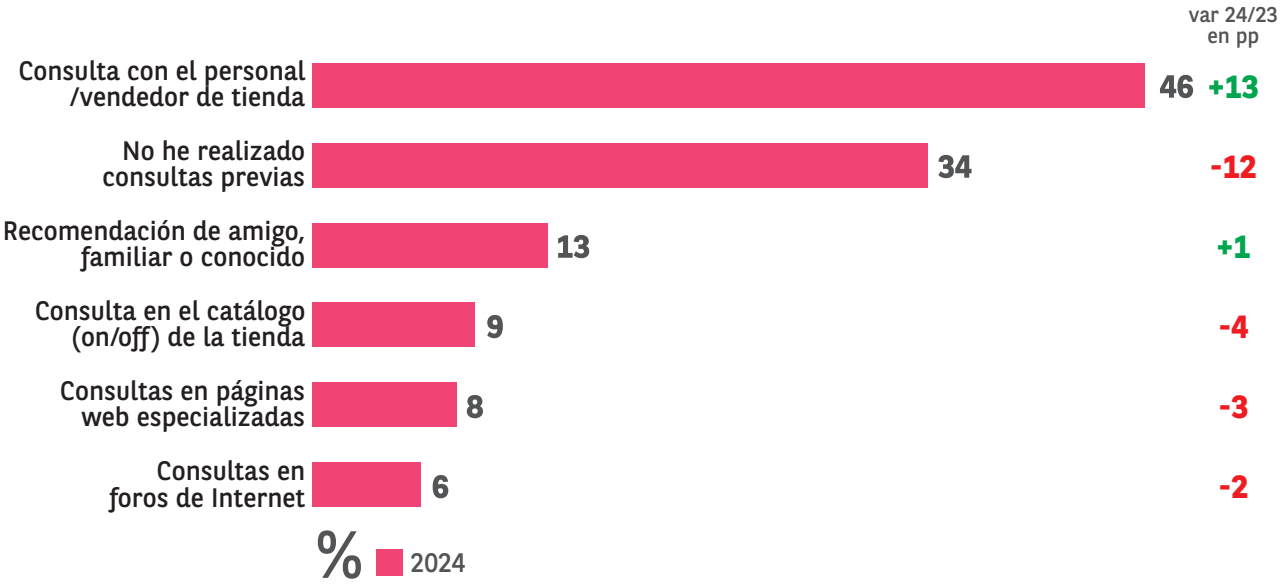
En cuanto a los motivos que llevan a los compradores de productos de óptica a decidirse por un tipo de tienda u otro, el precio sigue siendo el factor más mencionado con un 56% de menciones, aunque mostrando un notable descenso de 7 puntos respecto al año anterior.

La importancia de la atención de los vendedores con un 48% de respuestas obtenidas continúa aumentando (+3pp), siendo los consumidores mayores de 45 años los que más valoran este aspecto con un 57% de menciones. El top 3 lo cierra la calidad del producto con un 43% y un crecimiento de 6 puntos respecto a 2023.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ÓPTICA

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

La importancia de la atención personalizada por parte del personal de la óptica se posiciona en primer lugar con un 43% de menciones y un fuerte crecimiento de 13 puntos respecto al año anterior, destacando notablemente por encima de la media los consumidores mayores de 45 años (55%)

El porcentaje de aquellos que declaran no realizar consultas previas antes de la compra con un 34% de respuestas desciende 12 puntos respecto a 2023, siendo los consumidores entre 35 y 44 años los que destacan en este sentido (40%, +6pp vs media).

El resto de opciones muestran valores muy inferiores por debajo del 15%.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

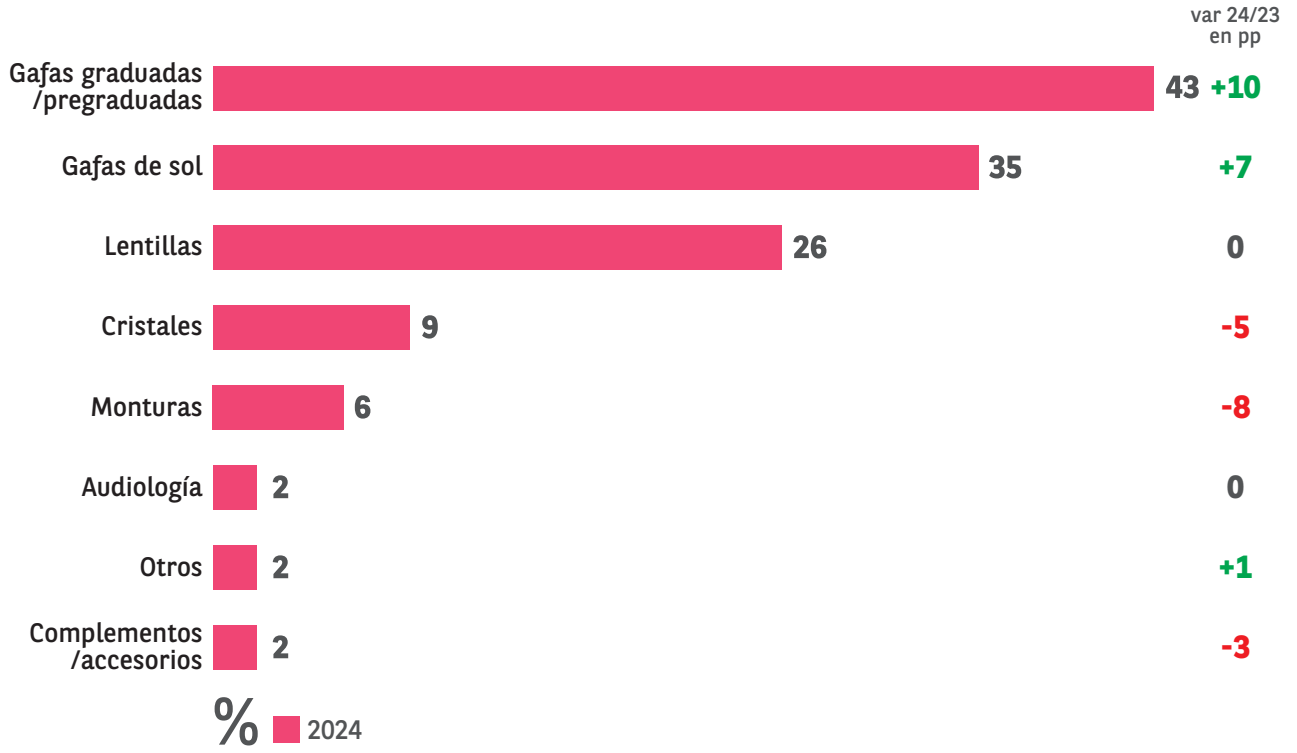
Sí **34%**

var 24/23 en pp **-4**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 34% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector óptica en los próximos 12 meses, lo que supone un descenso de 4 puntos porcentuales respecto a las intenciones manifestadas el año anterior.

Has dicho que tienes pensado comprar algún producto de Óptica / Audifonía en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



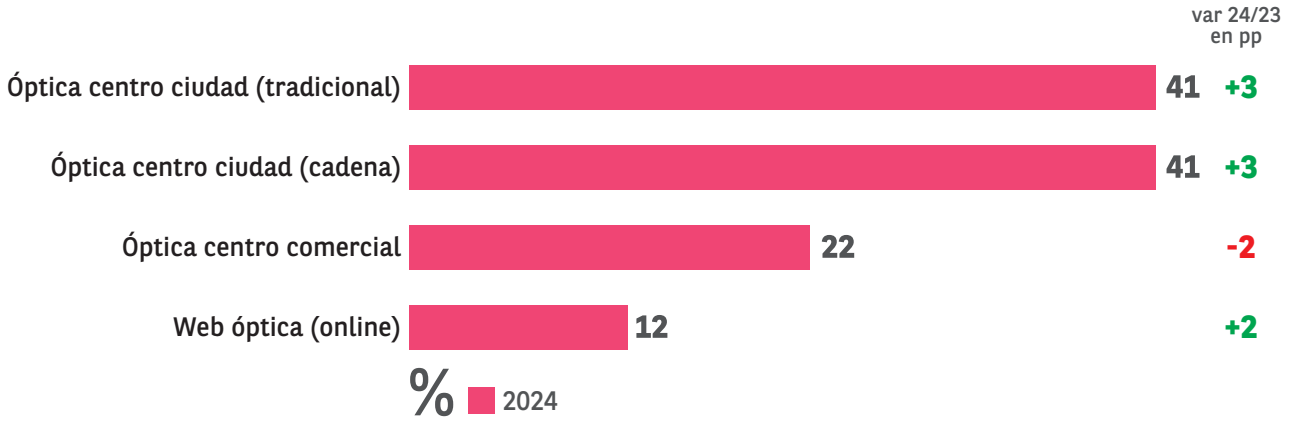
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto a las categorías con más intención de compra, las gafas graduadas con un 43% de menciones y un crecimiento de 10 puntos, son las más demandadas de cara a los próximos 12 meses.

Le siguen las gafas de sol con un 35% de respuestas y mostrando también un aumento respecto al año anterior.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de establecimiento pretendes adquirir productos de óptica / audifonía en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las ópticas tradicionales de centro de ciudad y las pertenecientes a cadenas, son los dos formatos con más intenciones de compra de cara a los próximos 12 meses, con un 41% de menciones en ambos casos y mostrando crecimientos respecto al año anterior.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
263€ +19%	257€	134€

€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio previsto por los consumidores que comprarán productos del sector cocina en los próximos 12 meses es de 263€, un 19% más que el declarado hace un año.

Los consumidores mayores de 45 años son los que más gastarán con un desembolso medio previsto de 349€, un 33% más que la media.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ÓPTICA

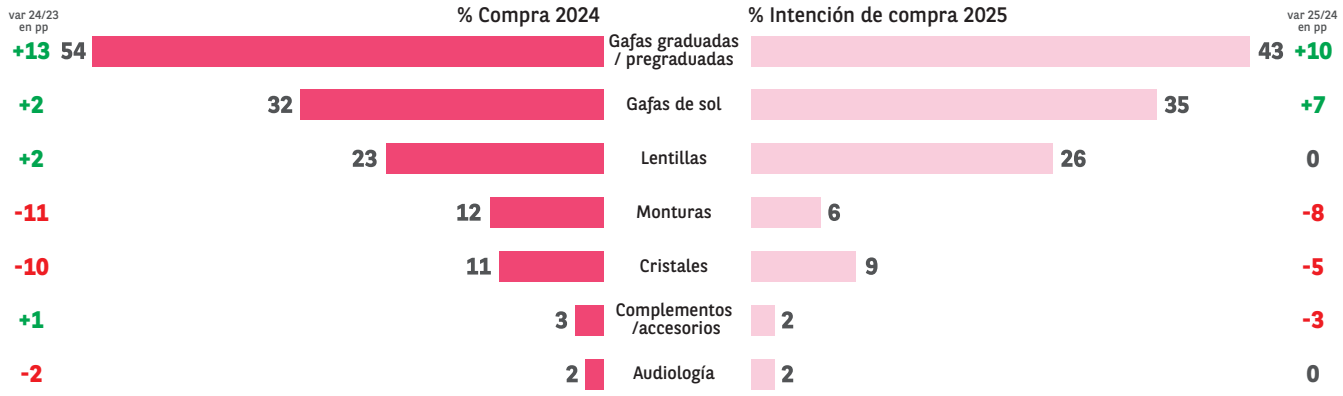
El **36%** **-7pp** de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector óptica en los últimos 12 meses, gastando una media de **470€** **+5%**

El **34%** **-4pp** de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector óptica en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **263€** **+19%**

Compras e intención de compra

Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audiología en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías?
(% respuesta múltiple)

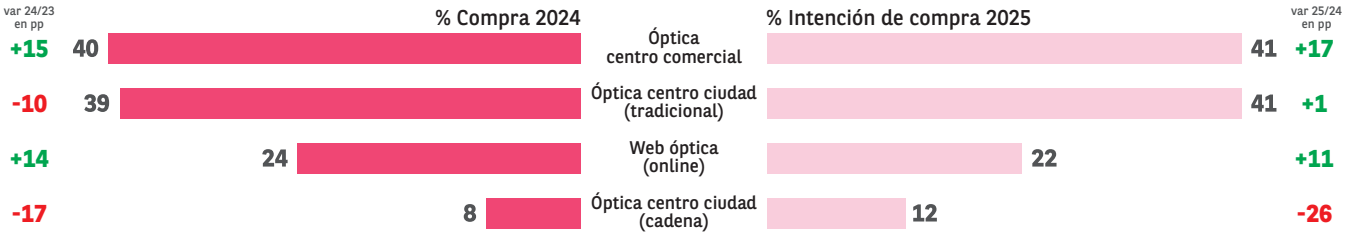
Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos has comprado y cuáles tienes intención de comprar?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Las compras realizadas en las ópticas de centros comerciales lideran tanto las compras en 2024 como las intenciones para los próximos 12 meses, mostrando fuertes crecimientos en ambos casos.

Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



Por tipo de producto, ¿dónde compran los consumidores españoles?

MONTURAS	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	47 %	**+28**
Óptica centro ciudad (tradicional)	39 %	**-22**
Web óptica (online)	13 %	**+10**
Óptica centro ciudad (cadena)	2 %	**-16**

LENTILLAS	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro ciudad (tradicional)	35 %	**-10**
Óptica centro comercial	32 %	**+15**
Web óptica (online)	21 %	**0**
Óptica centro ciudad (cadena)	14 %	**-9**

CRISTALES	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro ciudad (tradicional)	46 %	**-11**
Óptica centro comercial	39 %	**+21**
Web óptica (online)	11 %	**+10**
Óptica centro ciudad (cadena)	8 %	**-18**

AUDIOLOGÍA	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro ciudad (tradicional)	53 %	**+10**
Óptica centro comercial	19 %	**-1**
Web óptica (online)	15 %	**+3**
Óptica centro ciudad (cadena)	14 %	**-18**

GAFAS DE SOL	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	36 %	**+5**
Óptica centro ciudad (tradicional)	28 %	**-12**
Web óptica (online)	28 %	**+17**
Óptica centro ciudad (cadena)	10 %	**-11**

COMPLEMENTOS / ACCESORIOS	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro ciudad (tradicional)	36 %	**-5**
Óptica centro ciudad (cadena)	26 %	**+18**
Web óptica (online)	22 %	**+9**
Óptica centro comercial	20 %	**-22**

GAFAS GRADUADAS / PREGRADUADAS	**2024**	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	39 %	**+15**
Óptica centro ciudad (tradicional)	37 %	**-8**
Web óptica (online)	24 %	**+20**
Óptica centro ciudad (cadena)	2 %	**-27**

Gasto medio

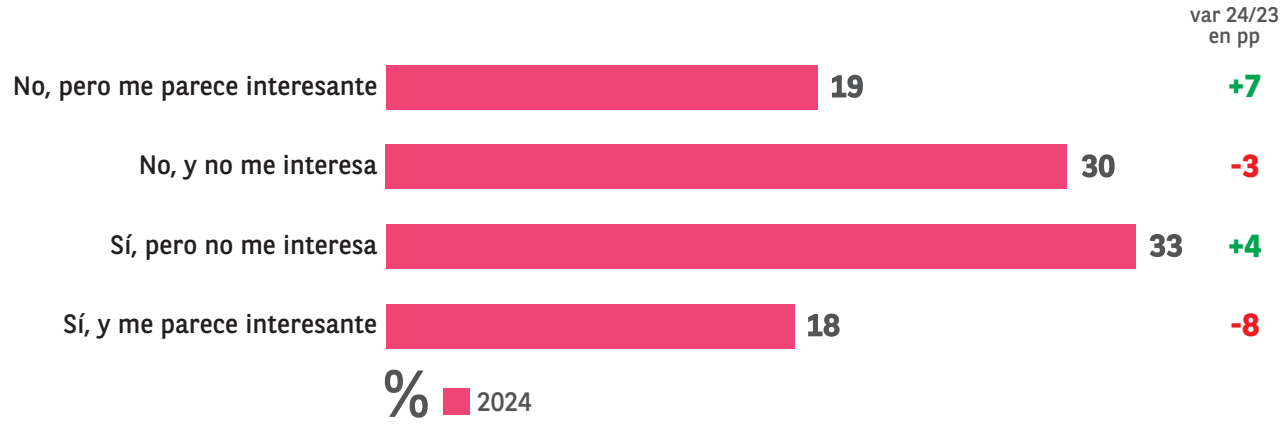
Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2023	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	303 €	-7%
Tienda física	302 €	-11%
Online	150 €	+31%

Proceso de compra

La opción de contratar un seguro de protección ante rotura o robo de las gafas, cada vez más presente entre los consumidores.

¿Te han ofrecido en tu óptica un seguro de rotura/robo de la gafa?
(% respuesta única)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR REFORMAS

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

ÍNDICE

03 **El Observatorio Cetelem**.
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 **Editorial.**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 **Sector reformas**

06 **Tipo de reforma realizada**

09 **Establecimiento donde ha contratado la reforma**

10 **Gasto medio**

11 **Medio de pago**

12 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector reformas**
12 Fuentes de información en la decisión de compra

14 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

17 **Intención de gasto para los próximos 12 meses**

18 **Intención medio de pago para los próximos 12 meses**

19 **Intención de financiación para los próximos 12 meses**

20 **Elección de establecimiento para los próximos 12 meses**

21 **Conclusiones del sector Reformas**

24 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,

las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estás páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de

los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR REFORMAS

En los últimos 12 meses, ¿has realizado algún tipo de reforma en tu hogar?
(% respuesta única: sí - no por productos)

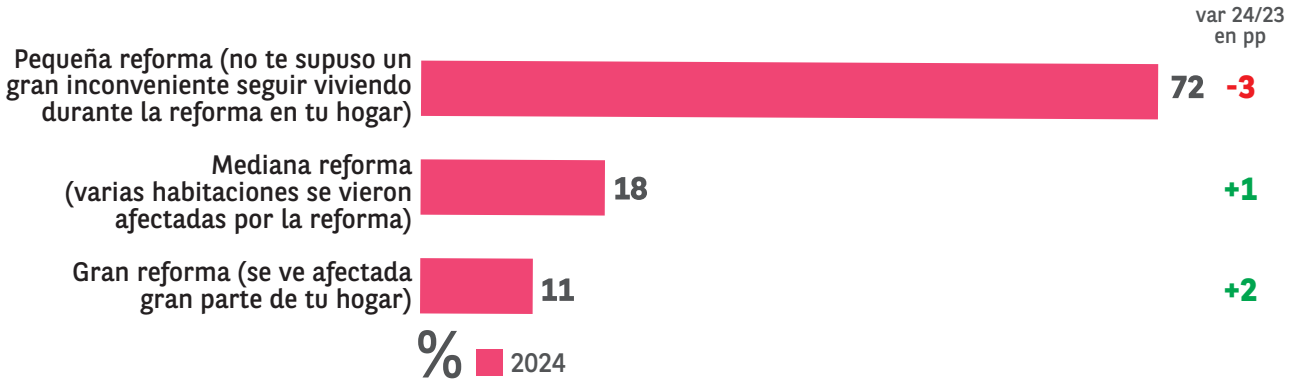
Sí	var 24/23 en pp
31%	-3

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 31% de los españoles encuestados ha realizado alguna reforma en su hogar los últimos 12 meses, 3 puntos porcentuales por debajo de lo declarado en 2023.

TIPO DE REFORMA REALIZADA

¿Qué tipo de reforma has realizado en tu hogar en los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

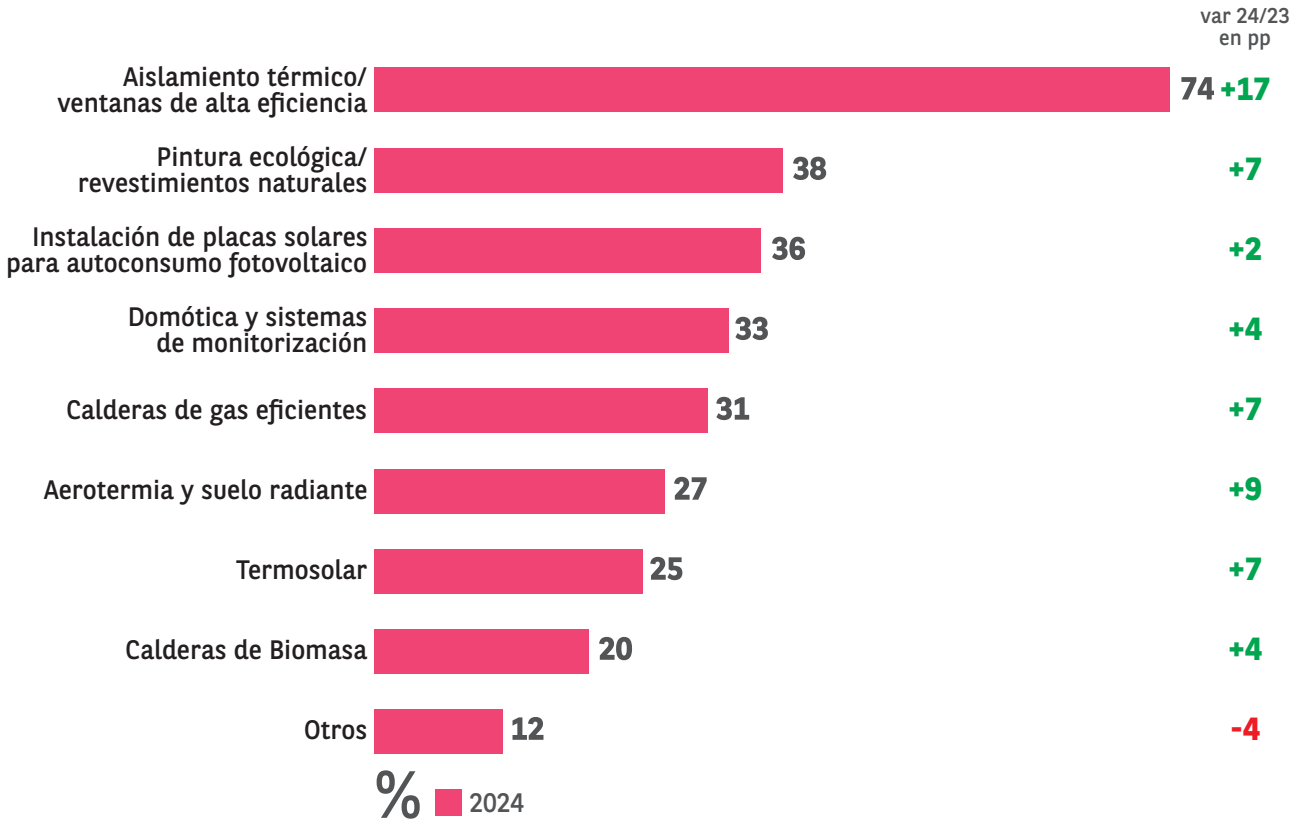
En lo que respecta al tipo de reforma que han realizado los españoles durante el último año, las pequeñas reformas han vuelto a ser claramente las más demandadas con un 72% de menciones, aunque descienden en 3 puntos porcentuales.

Con porcentajes muy inferiores a las pequeñas reformas, las medianas reformas obtienen un 18% de menciones y las grandes un 11%, aumentando uno y dos puntos respectivamente respecto al año anterior.

Un 30% de los encuestados que ha realizado alguna reforma en los últimos 12 meses nos dice que está relacionada con la mejora de la eficiencia energética de su hogar, manteniéndose al mismo nivel que el año anterior.

El 48% de los españoles que han realizado alguna reforma, lo ha hecho por necesidad (2 puntos porcentuales por debajo de 2023), y el 52%, por gusto.

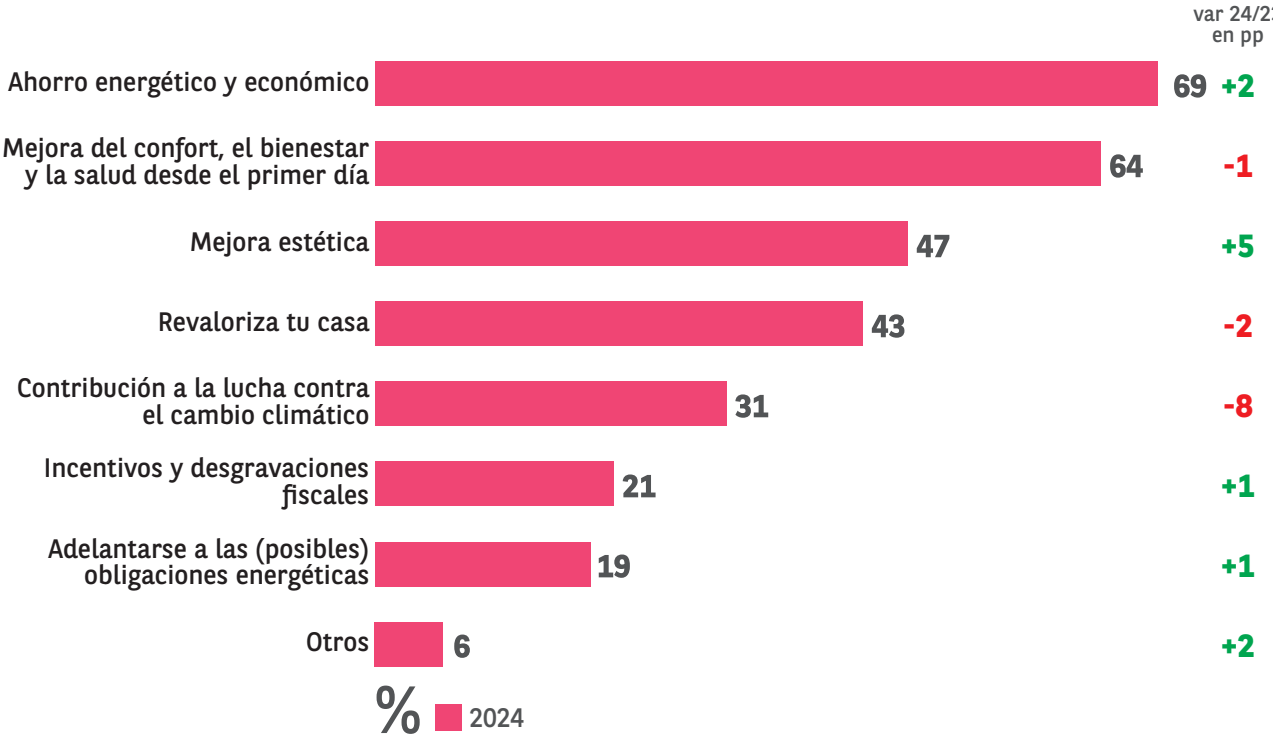
¿Has instalado alguna de las siguientes opciones para mejorar la eficiencia energética del hogar?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los encuestados que realizaron alguna reforma relacionada con la mejora de la eficiencia energética de su vivienda, el 74% nos dice que instaló asilamiento térmico o ventanas de alta eficiencia (un importante aumento de 17 puntos), seguido de un 38% que optó por la pintura ecológica o revestimientos naturale. Las siguientes categorías más destacadas son la instalación de placas solares (que aumenta en 2 puntos), la domótica y las calderas de gas eficientes con un 36%, 33% y 31% respectivamente.

¿Por qué razones realizarías principalmente una reforma para mejorar la eficiencia energética de tu hogar?
(% respuesta múltiple)

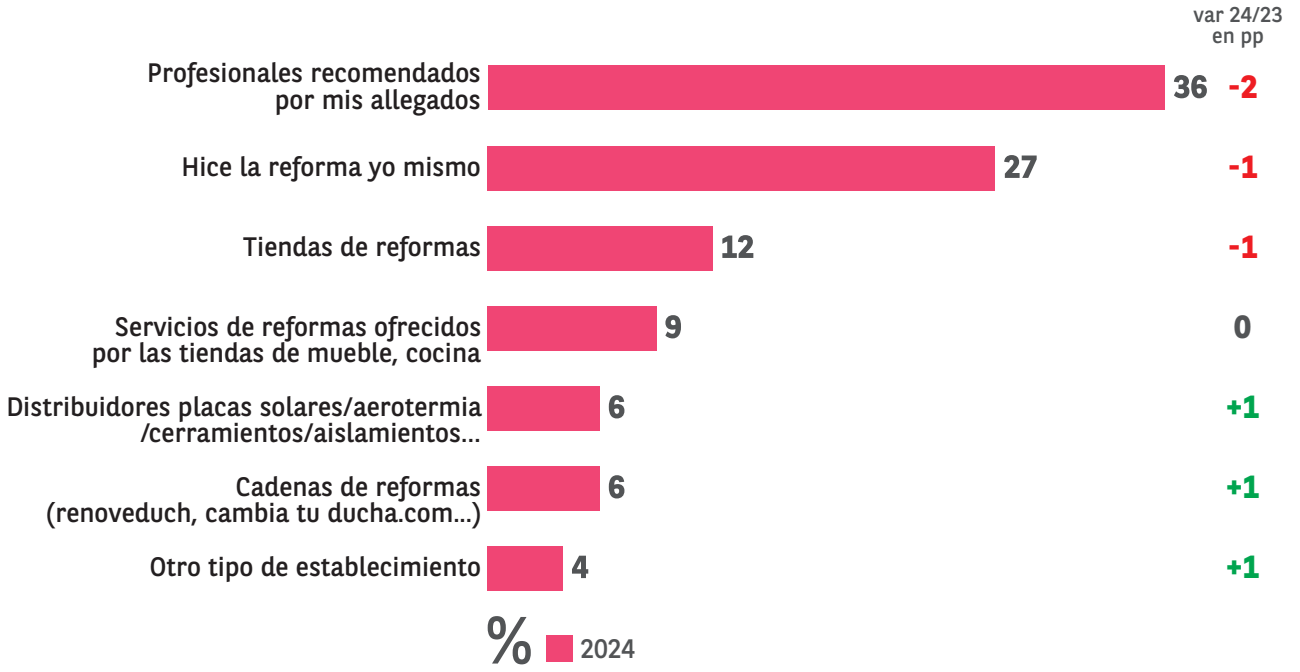


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a las razones por las que se decidirían a realizar una reforma que mejorase la eficiencia energética de su hogar, el 69% lo haría por el ahorro energético y el consecuente ahorro económico, seguido de un 64% que priorizaría la mejora del confort, bienestar y salud y del 47% que la realizaría por mejorar la estética de su vivienda. Mucho menos valoradas son razones como los incentivos y desgravaciones fiscales y el adelantarse a posibles obligaciones energéticas.

ESTABLECIMIENTO DONDE HA CONTRATADO LA REFORMA

¿En qué tipo de establecimiento solicitaste el servicio de reforma?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al establecimiento elegido por los consumidores para sus reformas en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a los profesionales recomendados por amigos o familiares con un 36% de las menciones, aunque continúan en descenso como el año anterior, esta vez de 2 puntos porcentuales.

El 27% optó por realizar la reforma ellos mismos aunque también desciende en un punto respecto a 2023.
El 12% acudió a una tienda de reformas y el 9% la contrató en la tienda donde compro los muebles o la cocina.

GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado aproximadamente en la reforma en los últimos 12 meses? (sin incluir muebles o electrodomésticos)
(Abierta numérica)

Importe medio

3.835€

€ 2024

var 24/23 en %

+4%

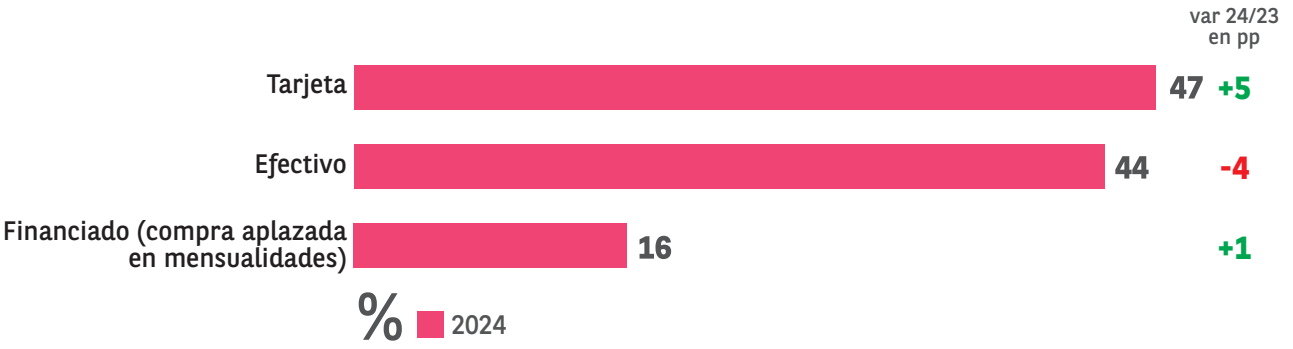
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que han realizado alguna reforma en los últimos 12 meses es de 3.835€, lo que supone un aumento del 4% respecto a lo destinado el año anterior.

Si segmentamos por edades, aquellos mayores de 45 años destacan por encima de la media con un gasto medio declarado que ronda los 5.000€, lo que supone un 35% más que la media.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para la contratación de la reforma, el pago en efectivo deja de ser el más elegido por los consumidores con un 44% de menciones, volviendo a descender en 4 puntos. El 47% opta por el pago con tarjeta (5 puntos por encima de 2023) que continua en aumento año tras año y el 15% declara haber financiado su reforma (13% en 2023).
Entre los consumidores que financiaron su reforma el año anterior, este año destacan los que lo hacen a través de la oferta recibida en la tienda (64%).

De aquellos que han utilizado como medio de pago la tarjeta, en general se observa un ligero aumento en la utilización tanto de la tarjeta de débito como de la de crédito de fin de mes.

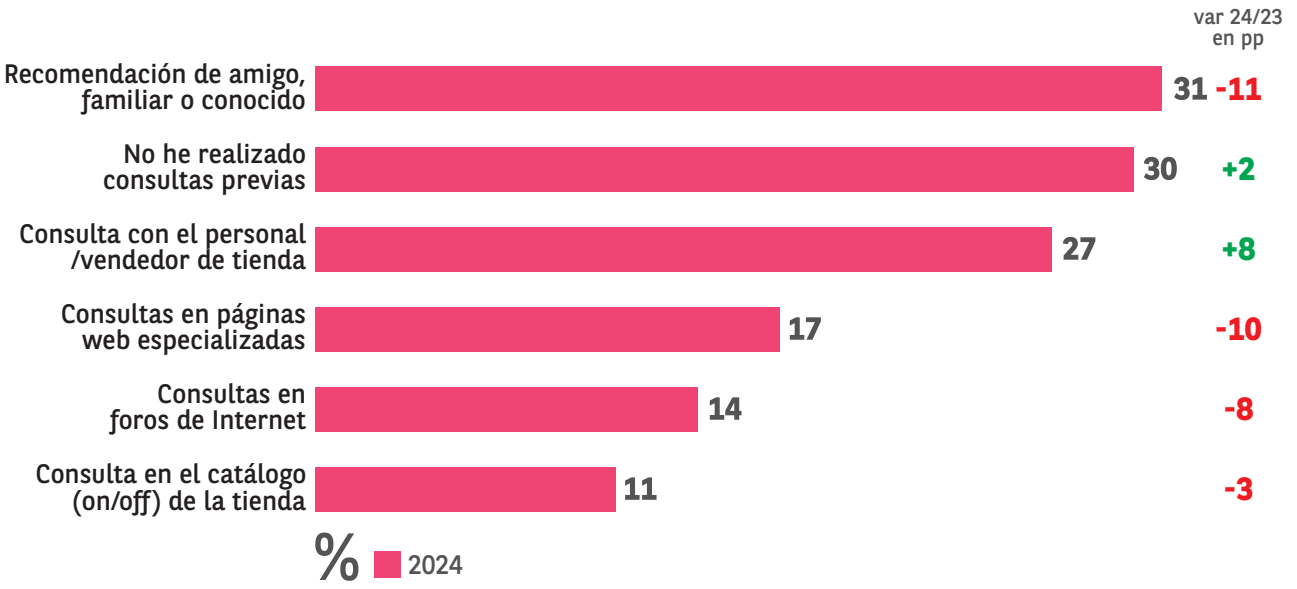
Con un 64% encontramos a los que declaran haber usado su tarjeta de débito y con un 37% a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito fin de mes.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR REFORMAS

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

El **40%** **+2** de los consumidores que han realizado alguna reforma en los últimos 12 meses se han informado a través de internet antes de decidir con quién contratar la reforma (+2 puntos porcentuales respecto al año anterior).

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 31% de los consumidores que han realizado alguna reforma en los últimos 12 meses han recurrido a las recomendaciones de familiares o amigos para informarse antes de contratar el servicio con un profesional determinado, con un descenso de 11 puntos respecto a las declaraciones de 2023.

Se observa un aumento en el porcentaje de españoles que afirman consultar con el personal de la tienda.
La media de presupuestos que piden los consumidores antes de decidirse por la empresa que le realizará su reforma pasa a ser de 2 en 2024, en lugar de los 3 del año anterior.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de realizar algún tipo de reforma en tu hogar?
(% respuesta única: sí - no por productos)

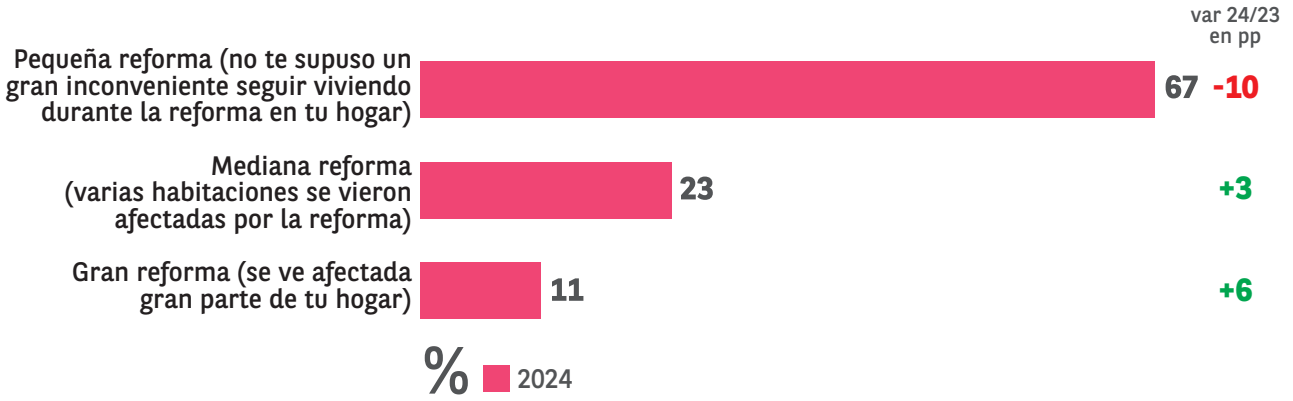
Sí **33%**

var 24/23 en pp **-1**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 33% de los españoles encuestados declara su intención de realizar algún tipo de reforma del hogar en los próximos 12 meses, un punto porcentual por debajo de lo declarado en 2023.

Has dicho que tienes pensado realizar algún tipo de reforma en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de reforma tienes pensado realizar?
(% respuesta múltiple)

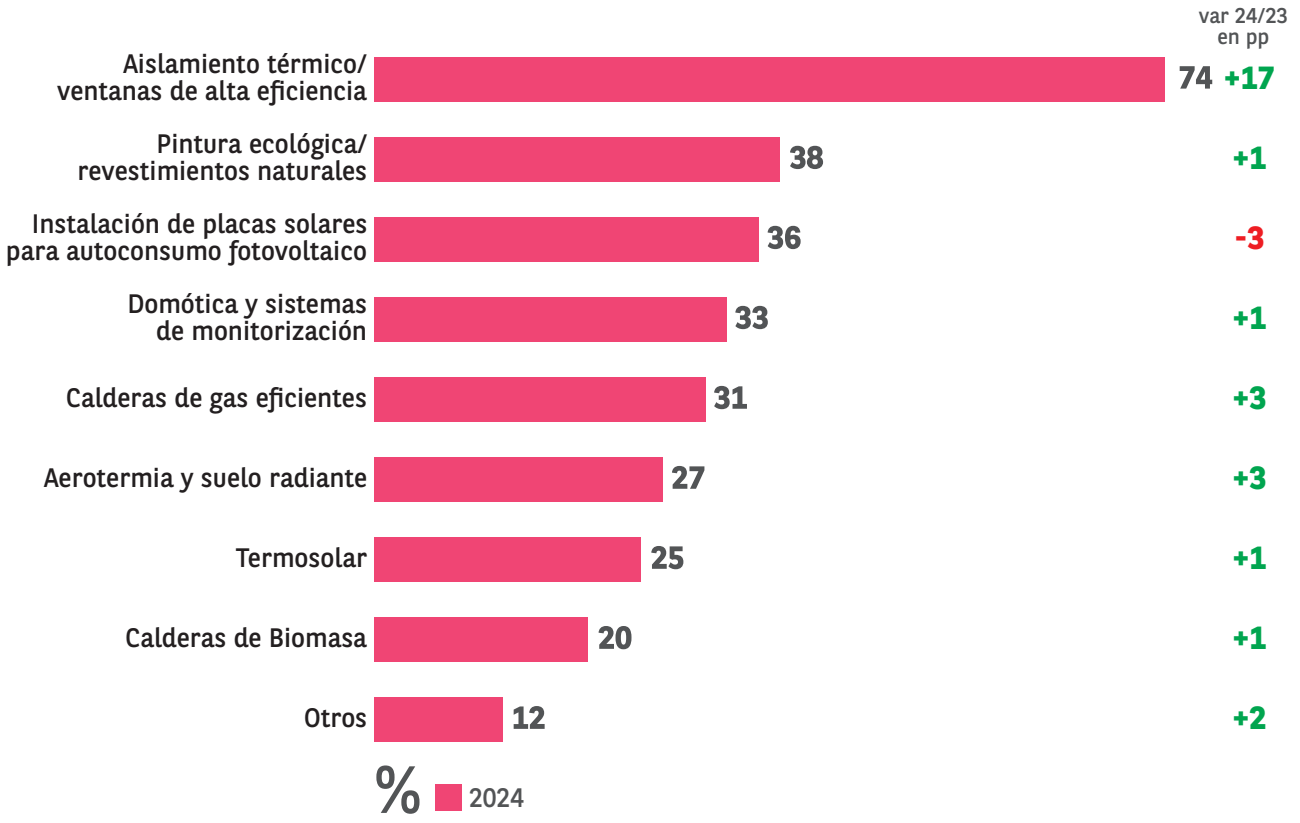


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En primer lugar, las más pretendidas vuelven a ser las pequeñas reformas con un 67%, le siguen las medianas con un 23% (20% en 2023), y por último las grandes reformas con un 11%, mismo porcentaje que en 2023.

El 29% de los consumidores dice que alguna de las reformas que pretende realizar está directamente relacionada con la mejora de la eficiencia energética de su hogar, descendiendo este porcentaje en un punto respecto a las intenciones mostradas el año anterior.

¿Has instalado alguna de las siguientes opciones para mejorar la eficiencia energética del hogar?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 74% de los consumidores con intención de realizar alguna reforma para mejorar la eficiencia energética de su vivienda, nos dice que estará relacionada con el aislamiento térmico. 36 puntos por detrás encontramos a los que optarán por la pintura ecológica o por revestimientos naturales, y con un 36% a los que pretenden instalar placas solares.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar en reformas en el próximo año?
(Abierta numérica)

Importe medio

3.018€

€ 2024

var 25/24 en %

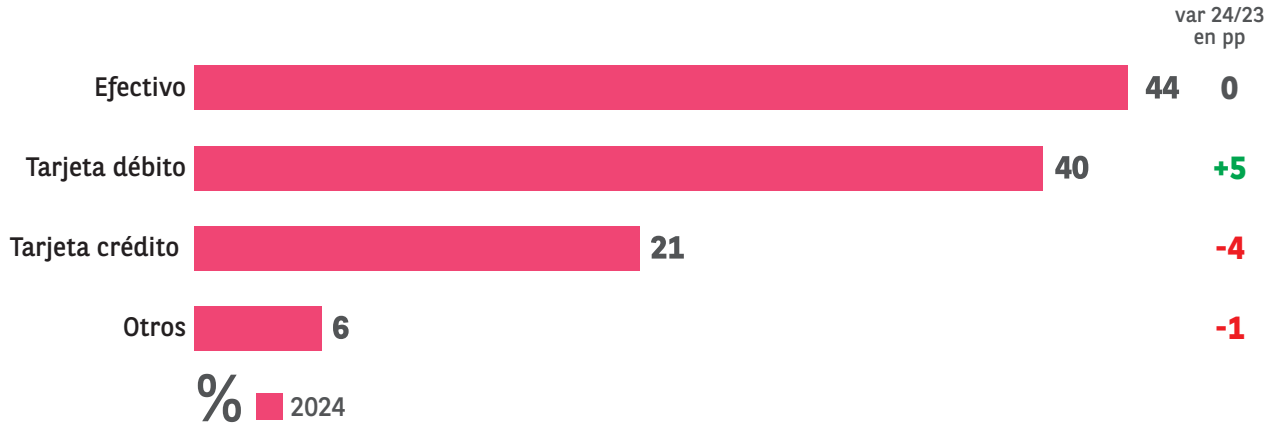
-4%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al gasto medio que los consumidores pretenden destinar a sus reformas del año que viene, encontramos un descenso del 4% respecto a las intenciones del año anterior, rebajando la cifra hasta los 3.018€ de media.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)

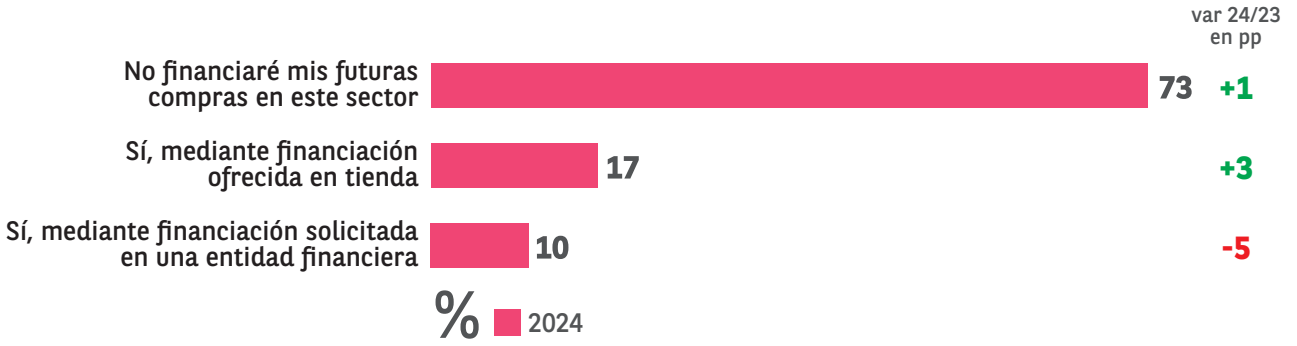


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El efectivo es el medio de pago que pretenden utilizar el 44% de los encuestados que realizarán una reforma en los próximos 12 meses, seguidos del 40% que pagará mediante su tarjeta de débito y de un 21% que optaría por la de crédito.

INTENCIÓN DE FINANCIACIÓN PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% respuesta múltiple)

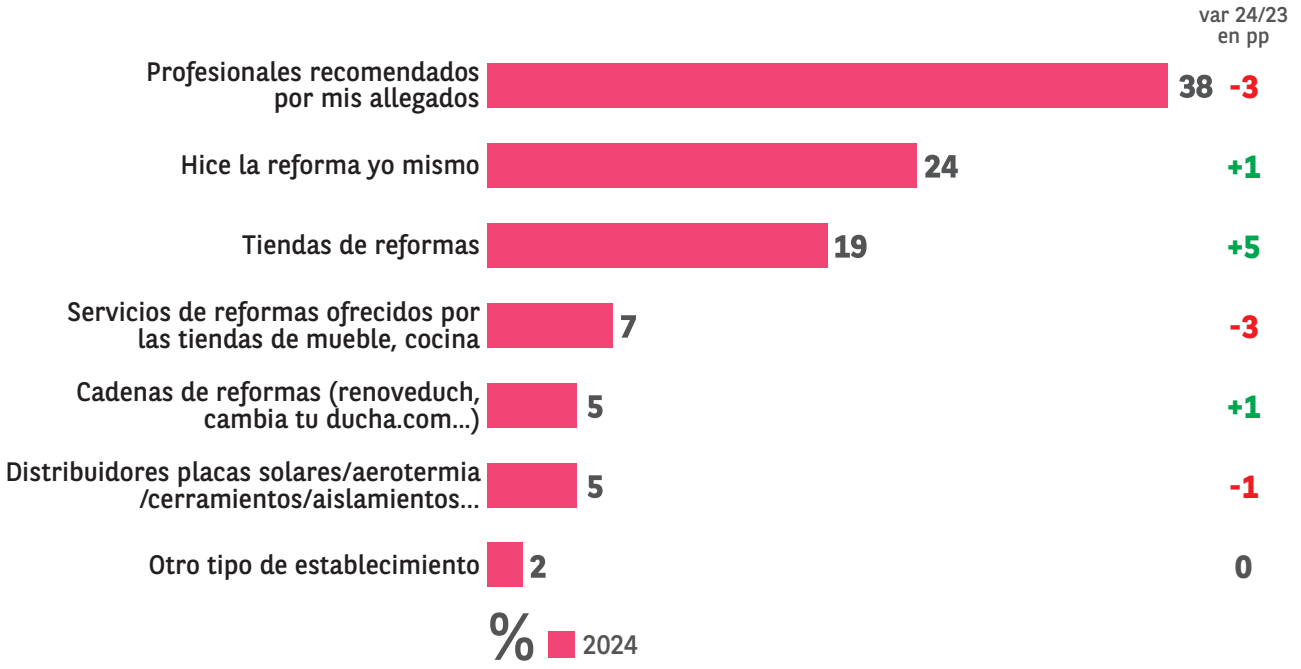


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto a la intención de financiar sus reformas, el 73% responde que no lo hará. Los que optarán por la financiación ofrecida en tienda crecen hasta el 17%, y los que prefieren la solicitada a su entidad financiera descienden del 15% al 10%.

ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de establecimiento solicitarás el servicio de reforma?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los profesionales recomendados por familiares y amigos vuelven a mostrar las intenciones más altas con un 38%. Por detrás, encontramos a los que pretenden realizar la reforma ellos mismos con un 24% y a los que recurrirán a tiendas de reformas que aumentan del 14% al 19%.

CONCLUSIONES DEL SECTOR REFORMAS

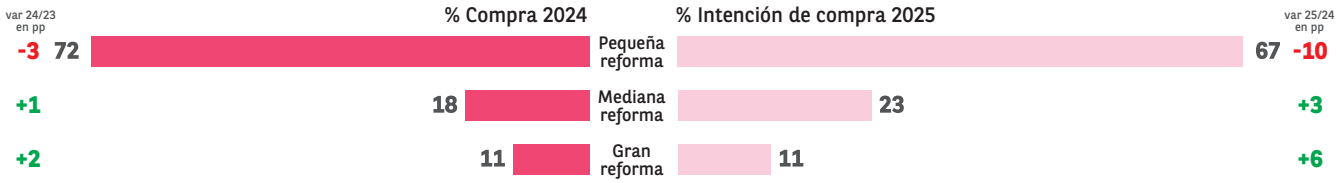
El **31%** (**-3pp**) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector reformas en los últimos 12 meses, gastando una media de **3.835€** (**+4%**)

El **33%** (**-1pp**) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector reformas en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **3.018€** (**-4%**)

Compras e intención de compra

Observamos una cierta tendencia a la realización de reformas de mayor envergadura

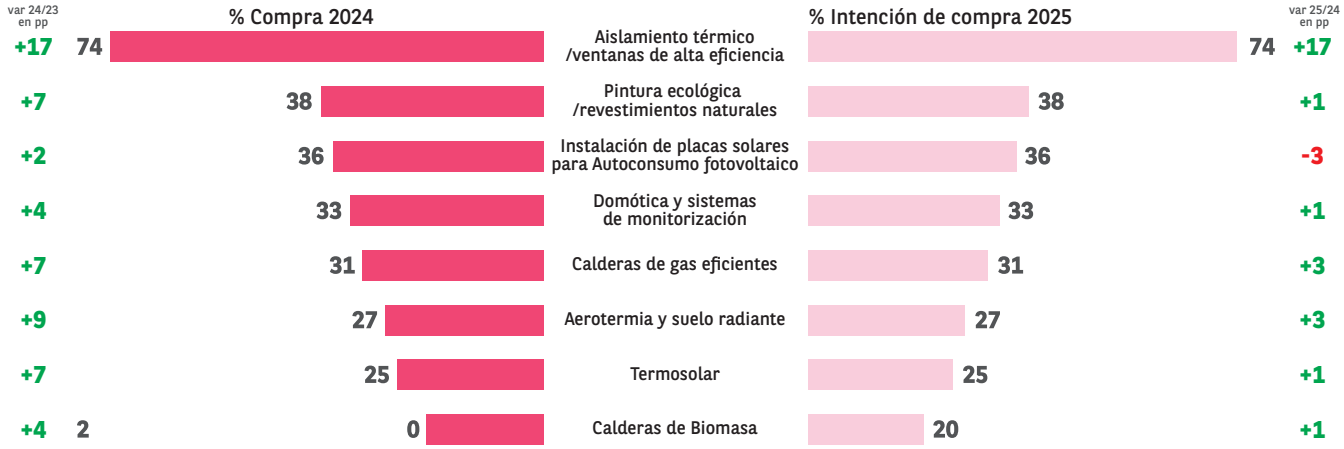
¿Qué tipo de reforma has realizado en tu hogar en los últimos 12 meses, y/o qué tipo de reforma tienes pensado realizar?
(% respuesta múltiple)



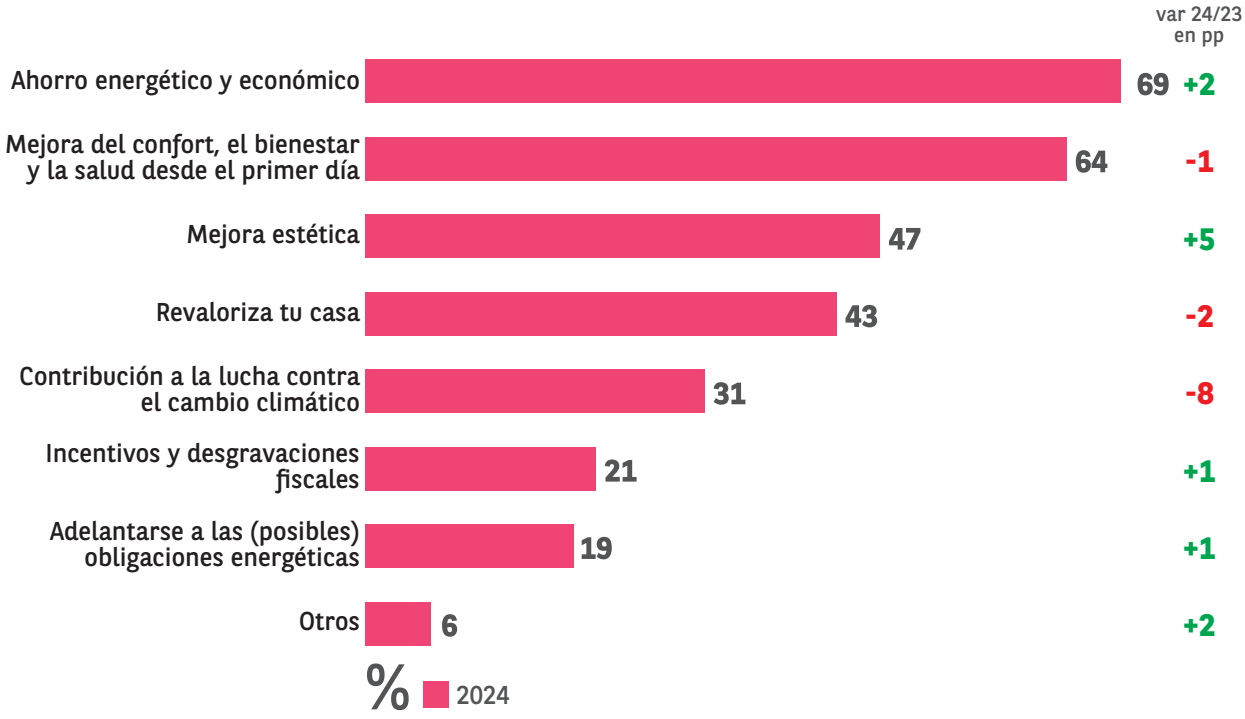
El **31%** de los consumidores que realizaron alguna reforma en los últimos 12 meses afirma que está relacionada con la mejora de la eficiencia energética de su vivienda.

Opciones de mejora de efiencia energética instaladas y con intención de ser instaladas

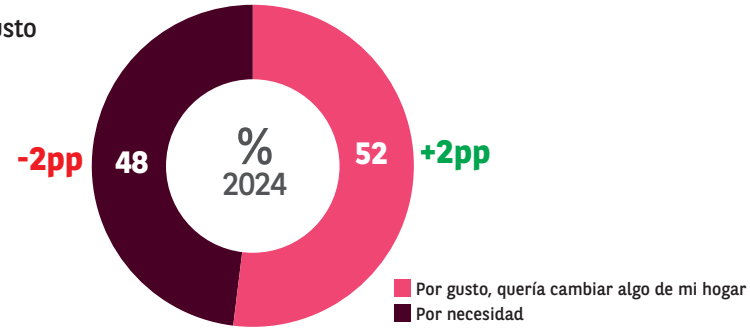
Todas las opciones de mejora de eficiencia energética para el hogar crecen, con especial atención al aislamiento térmico y ventanas de alta eficiencia.



Razones para realizar inversión en mejora eficiencia energética

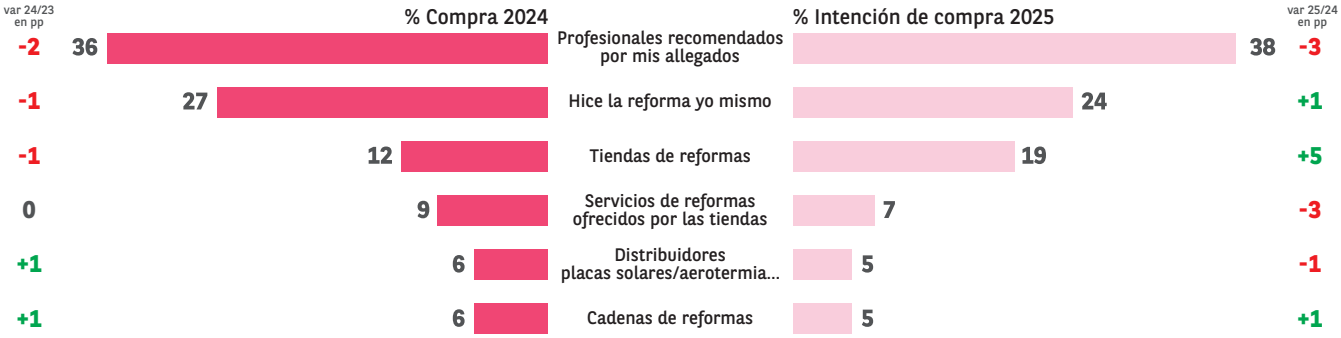


¿Has realizado la reforma por gusto o por necesidad?
(% respuesta única)



Canal de compra

¿En qué tipo de establecimiento solicitaste el servicio de reforma y/o en que tipo de establecimiento lo solicitarás?
(% respuesta múltiple)



Gasto medio

¿Qué importe destinaste en tus reformas del último año y/o qué importe tienes pensado destinar en reformas en el próximo año?
(Numérica abierta)

Compra 2024
Importe medio
3.835€
var 24/23 en %
+4%

Intención de compra 2025
Importe medio
3.018€
var 25/24 en %
-4%

FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

Universo:
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

Muestra:
El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE