

# CONSUMO ESPAÑA<sup>2022</sup>

## EL CONSUMIDOR DE LA BICICLETA EN ESPAÑA



 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)  
 [cetelem.es](http://cetelem.es)  
 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

25 AÑOS

**OBSERVATORIO**  
Cetelem

 **BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE 



# ÍNDICE

El Observatorio Cetelem, 25º Aniversario. Franck Vignard, CEO BNP Paribás Personal Finance en España	03
Introducción. Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España	04
Entrevista Toni Amat, Director Tradebike	05
Tipo de producto del sector bici que han comprado	07
Canal de compra	10
Motivo elección establecimiento	15
Importe medio gastado y medio de pago	28
Análisis de los aspectos generales del comportamiento de consumo de los compradores del sector bici	32
Intención de compra	45
Ficha Técnica	47



BIENVENIDOS

# FRANCK VIGNARD-ROSEZ

CEO BNP Paribas Personal Finance en España

Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem en España han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos. Son ya 25 años de análisis del consumo y es tiempo de reflexión y, por supuesto, de celebración. Tiempo de compartir con todos nuestros públicos todo este conocimiento adquirido con el paso del tiempo.

Hemos analizado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta y, en resumen, todo lo relacionado con el consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante y, desde el año 2021, cómo la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente afectan a la percepción del consumo y a la toma de decisiones de los consumidores. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las asociaciones patronales, la distribución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los diferentes documentos que comparte con distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo España, Sostenibilidad y Comercio electrónico), ediciones mensuales, índices de consumo y estudios temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico 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, un líder 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 estas páginas con vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar toda la información relativa a todos los estudios de El Observatorio Cetelem.

**Franck Vignard-Rosez,**  
CEO BNP Paribas Personal Finance en España



## INTRODUCCIÓN

# LILIANA MARSÁN

**Responsable de El Observatorio Cetelem,  
BNP Paribas Personal Finance en España**

Cetelem presenta la séptima edición de El Observatorio Cetelem de la bici. En esta nueva edición del 2022 mostramos información sobre un profundo análisis del consumo en el sector de la bici, y en varios aspectos relacionados con las tendencias generales tanto en consumo como en retail.

Los datos más destacados respecto a la encuesta realizada en nuestro estudio, es que un 25% de españoles encuestados afirma haber realizado una compra relacionada con el sector de la bici, lo que supone un descenso de 3 puntos respecto al 2021. El gasto medio realizado en el sector fue de aproximadamente 353€, un 13% más que el declarado el año anterior.

Respecto al canal de compra, se observa un crecimiento de las tiendas físicas que recuperan su peso poco a

poco, y en muchos productos superan al canal online.

Por último, señalar que la intención de compra en el sector para los próximos 12 meses es de un 17%, con un gasto previsto de unos 281€.

Estas son algunas de las conclusiones que os invitamos a conocer en nuestro Observatorio Cetelem del sector bici 2022.

Esperamos que la información sea de vuestro interés.

Un saludo

**Liliana Marsán**

Responsable de El Observatorio Cetelem



ENTREVISTA

# TONI AMAT

Director Tradebike

**El sector de la bicicleta facturó casi 3.000 millones en 2021, un 11% más que el año anterior. Con dos años consecutivos de crecimientos de dos dígitos, ¿Cómo crees que será este 2022 a nivel de facturación?**

Ya no nos acordamos que 2019 fue un año muy bueno con unos crecimientos espectaculares. En 2020, con el efecto pandemia, el ciclismo cogió un protagonismo muy importante y se convirtió en uno de los hobbies/deportes por excelencia. Recordemos que durante más de un año, todos los deportes de equipo y los gimnasios quedaron aparcados, como los viajes y la hostelería. Y además la utilización del transporte público daba mucho respeto. El 2021, ha sido un buen año, pues a pesar de todos los problemas de suministro, a nivel de unidades vendidas superamos ligeramente la extraordinaria cifra de 2020 en unas 6.000 unidades, después de dos años de grandes crecimientos. El incremento de facturación se ha debido básicamente, al incremento de los precios de las bicicletas, por las subidas de las materias primas y el transporte.

2022 se presenta como un año de regularización, donde las entregas de material poco a poco se van poniendo en su sitio. Será un año en el que difícilmente las cifras volverán a ser las de 2021. Ha sido un año en que esta regularización también ha afectado a todas las variables

que antes comentábamos: se ha vuelto a practicar deportes de equipo, a viajar, a salir de restaurantes...y la bicicleta ha perdido ese gran protagonismo de los dos últimos años. También debemos ser conscientes que los últimos 3 años se han vendido muchas bicis, en una proporción fuera de lo corriente, y el mercado debe digerir estas ventas. Es por ello que, posiblemente, 2022 sea un año en que la facturación baje. Para ser realistas, deberíamos hacer los cálculos y estimaciones partiendo de las cifras anteriores a la pandemia porque como decíamos, estos años de pandemia han sido años absolutamente fuera de lo normal.

**Por tipo de producto o gama, ¿Cuáles son los que están funcionando mejor a nivel de ventas y por qué?**

Los dos grandes protagonistas a nivel de novedad son por un lado las bicis eléctricas, unas bicicletas que han "democratizado" el ciclismo, acercándolo a todos los públicos sea cual sea el estado de forma o la edad -hoy en día son nº1 en facturación-, y por otro lado, y a un nivel más racing o aventurero, encontramos las "Gravel", una categoría nueva que te permite rodar por montaña y carretera, y que después de 3 años se ha consolidado absolutamente. Pero no debemos olvidarnos que a nivel de unidades, desde hace muchos años el MTB (Mountain Bike) siempre es nº1 y la bici infantil es nº2.

# El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

## El consumidor de la bicicleta en España

### **La crisis de componentes que está afectando tan duramente al sector del automóvil, ¿os está afectando también al sector del bike? ¿En qué medida?**

La crisis de componentes empezó en el sector del bike antes que en el automóvil. Las causas son el gran “boom” que tuvo el ciclismo en la pandemia y el consecuente incremento de la demanda, pero también el hecho de que la industria del bike tiene en Asia sus principales fabricas y proveedores, y los países asiáticos fueron los primeros en confinarse. También es importante destacar que las bicicletas son todavía más dependientes de los proveedores, pues montan una cantidad muy importante de componentes de diferentes marcas y, en algunas piezas como los grupos por ejemplo, los proveedores se concentran en muy pocas marcas. Todo ello frenó mucho la producción de bicicletas, y muchos fabricantes se encontraron con una gran cantidad de unidades no acabadas a falta de uno o dos componentes. Esto ha afectado mucho a las entregas y disponibilidades de bicis, con una falta absoluta de información, y descontrolando el mercado, las previsiones, las ventas y los stocks.

### **El porcentaje de usuarios de bici que la utiliza en sus desplazamientos diarios para ir al trabajo es todavía bajo, según los datos obtenidos en nuestro Observatorio, demandan mejores infraestructuras y un mayor respeto al ciclista. ¿Cuál es tu opinión al respecto?**

Es la gran asignatura pendiente de España. A nivel deportivo estamos al mismo nivel que países mucho más grandes, pero a nivel urbano las cifras son ridículas. En países vecinos como Alemania, Francia u Holanda, la venta de bicis urbanas representa entre un 65 y un 80% del total, mientras que en España es solo un 12%. Nos falta la cultura del ciclismo urbano; valorar y respetar la bicicleta como un medio de transporte sostenible e ideal para las grandes ciudades. Además, a parte de esta falta de cultura, evidentemente también hay una falta de las infraestructuras necesarias: carriles bici bien pensados y comunicados, parkings seguros, taquillas y duchas en las empresas... y una mentalidad de ayudas e incentivos para el uso de la bici, desde subvenciones a la compra de bicis a incentivos por asistir al trabajo en bici. Todavía nos queda mucho camino por recorrer. Un camino que además potenciaría la industria de la bici en España y podría generar mucha ocupación.

### **Centrándonos en la financiación, ¿Cuál crees que es el papel que juega dentro del sector?**

La financiación es una herramienta clave para este sector. No podemos olvidar que las bicis son un producto con un precio de compra elevado, a pesar de ser bajos si los comparamos con un automóvil o una motocicleta. El tener una herramienta para financiar de forma rápida y ágil la compra de bicicletas es de gran ayuda para el sector y especialmente para las tiendas, que hacen la compra más asequible y dinámica para el usuario.

### **Por último, ¿cómo ves el futuro del sector en los próximos 2 años?**

Después de tres años de unas cifras muy buenas, el sector tiene que estabilizarse. Proveedores y fabricantes tienen que regularizar sus entregas y el sector tiene que aprovechar ese gran “boom” que ha tenido y que nos ha situado en una posición privilegiada y que ha traído a muchos nuevos usuarios y practicantes a los que hay que fidelizar y motivar. Y, evidentemente, también hay que trabajar para mantener este protagonismo y buscar nuevos usuarios.

Por otro lado, como siempre ocurre, el éxito del “bike” de estos últimos años ha puesto el ciclismo en el punto de mira de mucha gente. Nuevos inversores o industrias como la del automóvil o la moto ya han entrado en el mundo del “bike” creando sus propias bicis o componentes, o comprando marcas existentes. Estos nuevos “players” harán evolucionar el sector con metodologías y técnicas más avanzadas que nos obligarán a modernizarnos y “ponernos las pilas” de forma rápida, como ya estamos viendo.

La bicicleta como transporte urbano, también debe coger protagonismo de una vez por todas en España. Actualmente hay ayudas europeas para ello y debería ser un buen momento para que nuestro país evolucione en este sentido y se ponga a la altura de algunos de nuestros países vecinos.

Por último, a nivel industrial, la gran crisis en la cadena de suministros está creando una nueva tendencia en la que se busca tener los proveedores más cerca y más controlados. Ello debería generar una reindustrialización, y España, que ha sido y es, un país importante en la automoción, también podría serlo en la bicicleta.

En fin, vienen años de cambios que prometen ser muy interesantes y buenos si sabemos aprovecharlos.



**de consumidores encuestados ha comprado algún producto relacionado con el ciclismo**

Un 25% de los consumidores españoles encuestados ha declarado haber comprado algún producto relacionado con el mundo de la bici frente al 28% del año

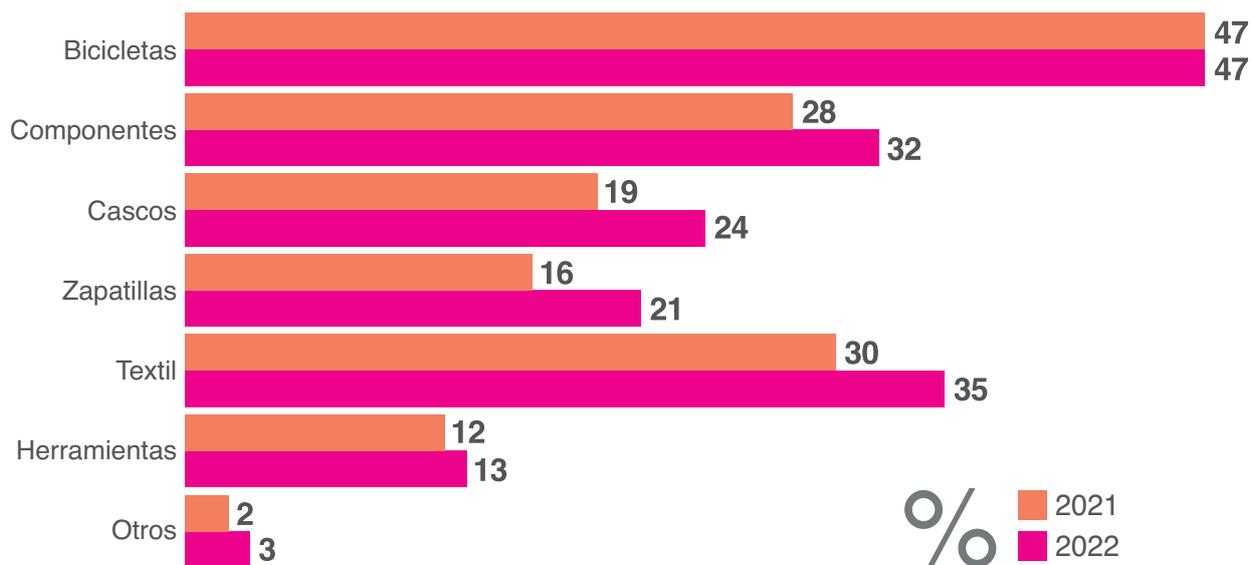
anterior, lo que supone un descenso de 3 puntos porcentuales respecto a 2021.

# El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

## El consumidor de la bicicleta en España

### Has comentado que has comprado productos relacionados con la bici en los últimos 12 meses. ¿Qué tipo de productos has comprado?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

La bici sigue siendo el producto más adquirido por el 25% de los usuarios que declaran haber comprado en este sector. Con un 47% de menciones se mantiene estable respecto al año anterior, pero hay que destacar que el resto de categorías aumenta respecto a 2021.

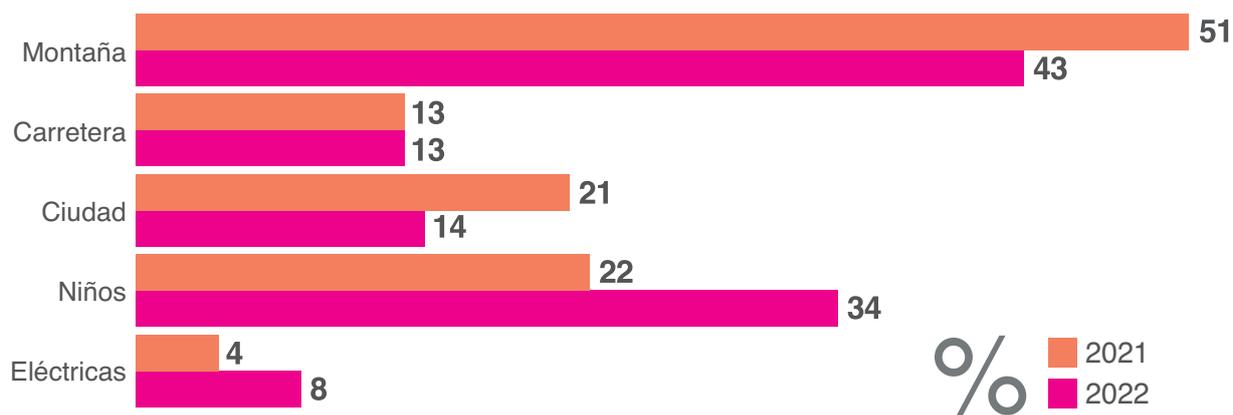
El textil es el siguiente producto más adquirido, así lo manifiesta el 35% con un aumento de 5 puntos respecto al año anterior. Le siguen los componentes con un 32% de menciones y un aumento de 4 puntos.

Los cascos con un 24% de menciones y el calzado con un 21% conforman el Top 5 de categorías más compradas, en ambos casos se produce un incremento de 5 puntos respecto a 2021.

Si segmentamos por edades, lo más destacable es que en la categoría de calzado, destacan los consumidores entre 25 y 34 años con un 35% de menciones frente al 21% de la media

## Sector bici

**Has comentado que has comprado una bicicleta en los últimos 12 meses. ¿Qué tipo de bici has comprado? (% Respuesta múltiple)**



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En referencia al tipo de bici más adquirida por los consumidores españoles que han declarado realizar este tipo de compra, la categoría más adquirida vuelve a ser la de montaña con un 43% de menciones, pero con una importante caída de 8 puntos porcentuales respecto a las cifras de 2021. Los consumidores mayores de 45 años destacan ligeramente por encima de la media con un 45% de menciones.

Le siguen la categoría de niños con un 34% y un fuerte incremento de 12 puntos respecto al año anterior. Los compradores más habituales de este tipo de bicis son aquellos con edades comprendidas entre los 35 y 44

años con un 60% de menciones, muy por encima de la media (+26 pp).

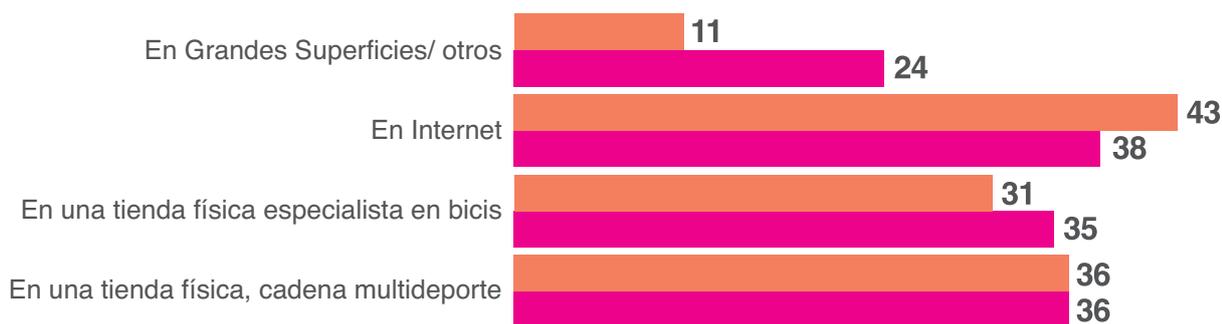
Por debajo del 20% nos encontramos las bicis de ciudad con un 14% (21% en 2021) y las de carretera que con un 13% de menciones se mantienen respecto al año anterior.

Es importante señalar el incremento del porcentaje de compradores de bici eléctrica que pasa del 4% en 2021 al 8% en 2022, siendo los usuarios entre 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 13% de menciones.

# CANAL DE COMPRA

## Canal de compra general

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos relacionados con la bici que has comprado en los últimos 12 meses? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

% 2021 2022

Tal y cómo observamos en el estudio de 2021, las compras online pese a tener un peso importante dentro del sector, pierden fuerza y se acercan a las tiendas físicas. En general hay que destacar que mientras

que las compras en el canal online disminuyen respecto al año anterior, aquellas realizadas en las tiendas físicas aumentan en todos los formatos.

## Sector bici

El 38% de los usuarios que han comprado en el sector de bici lo han hecho en el canal online frente al 43% que lo hizo en 2021. En este sentido destacan los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años con un 53% de menciones (15 puntos por encima de la media).

El siguiente formato preferido es la tienda física de una cadena multideporte, con un 36% de menciones manteniéndose respecto al año anterior. Los consumidores mayores de 44 años destacan por encima de la media con un 44% de menciones.

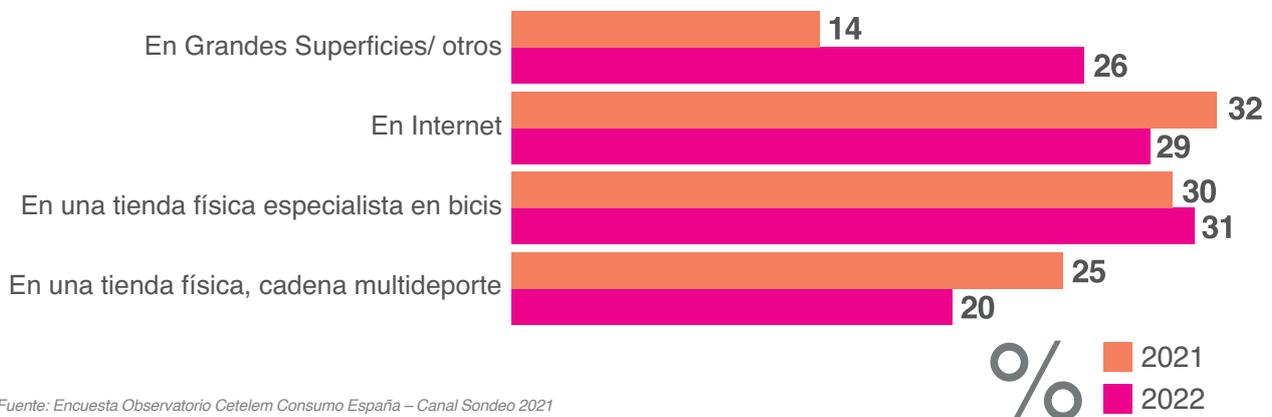
El 35% ha optado por comprar en una tienda física especialista en bicis con un 35% de menciones y un incremento de 4 puntos respecto a 2021. Por edades destacan los consumidores entre 18 y 24 años con un 46% de menciones.

Hay que destacar que, aunque las Grandes superficies especializadas presentan el porcentaje de compradores más bajo con un 24% de menciones, muestran el mayor crecimiento respecto al 2021 con un incremento de 13 puntos porcentuales.

## Canal de compra por tipo de producto

**¿En qué tipo de tienda has adquirido cada uno de los siguientes productos del sector bici que has comprado en los últimos 12 meses?** (% Respuesta múltiple)

### Bicis

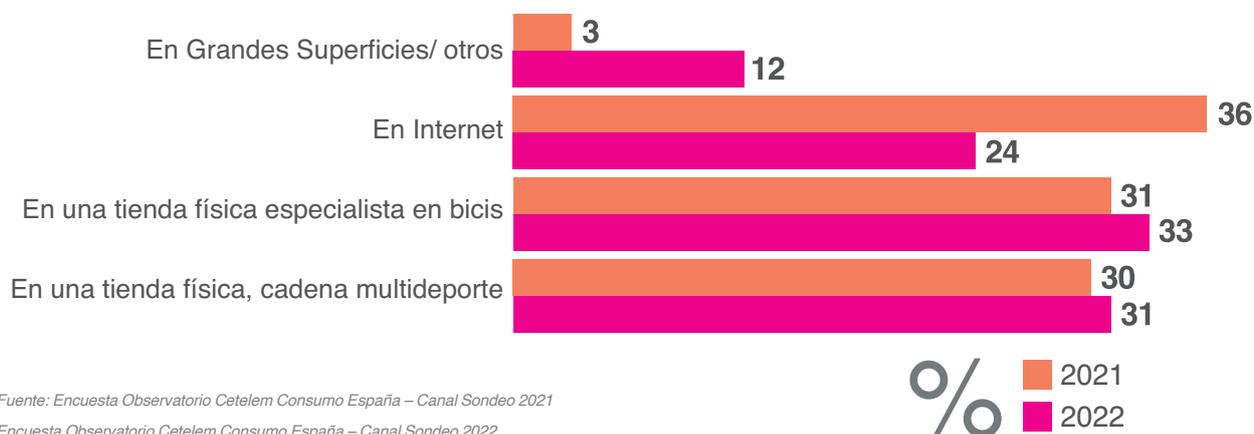


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En 2022, la tienda física especialista en bicis recupera la primera posición. El 31% de los usuarios que han adquirido una bici lo ha hecho en este canal, seguido del 29% que optó por el canal online (32% en 2021).

Es importante destacar el fuerte incremento de 12 puntos en el porcentaje de compradores en las grandes superficies especializadas con un 26% de menciones. Sin embargo, las compras de bici en las cadenas multideporte disminuyen 5 puntos respecto a 2021 (20% vs 25%).

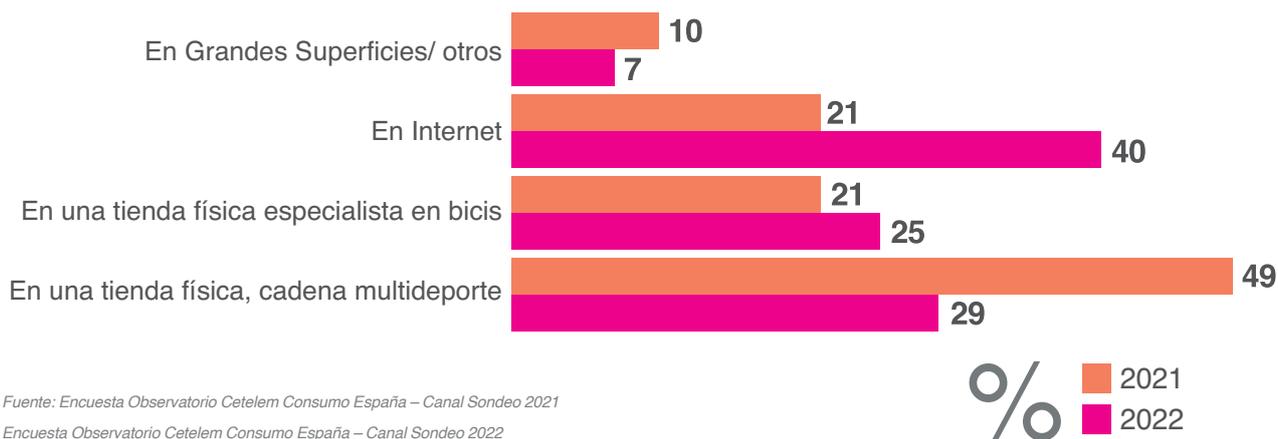
## Componentes



En la compra de componentes la tienda física especialista sigue siendo el canal preferido de compra con un 33% de menciones y un aumento de 2 puntos respecto a 2021, seguido de la cadena multideporte con un 31%.

Es importante destacar el fuerte descenso de 12 puntos de las compras de componentes en el canal online, así como el aumento de 9 puntos en el caso de las Grandes superficies especializadas.

## Cascos

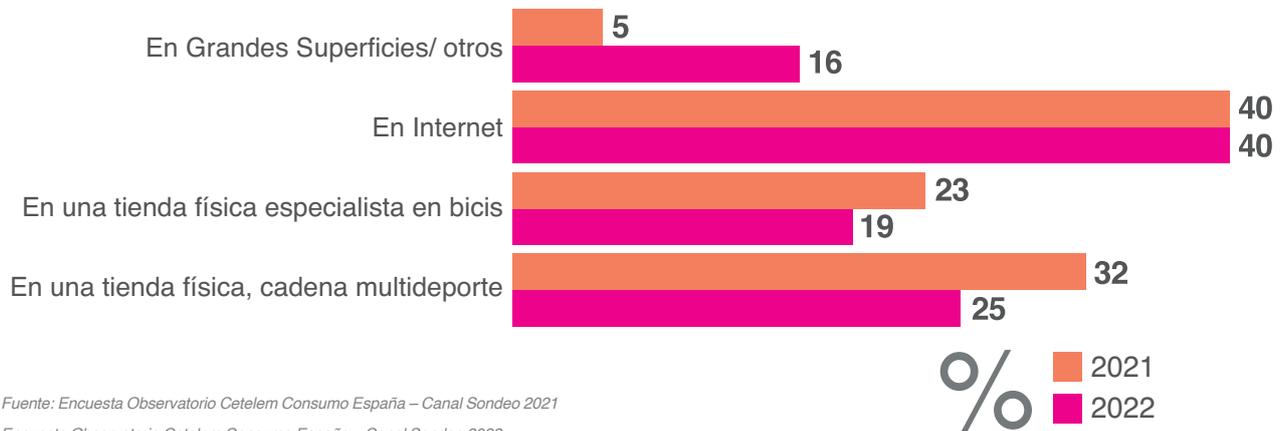


En el caso de la compra de cascos, lo más destacable es el fuerte incremento de 19 puntos porcentuales en las compras realizadas online, y el fuerte descenso

de 20 puntos en el caso de las realizadas en la cadena multideporte.

# Sector bici

## Calzado

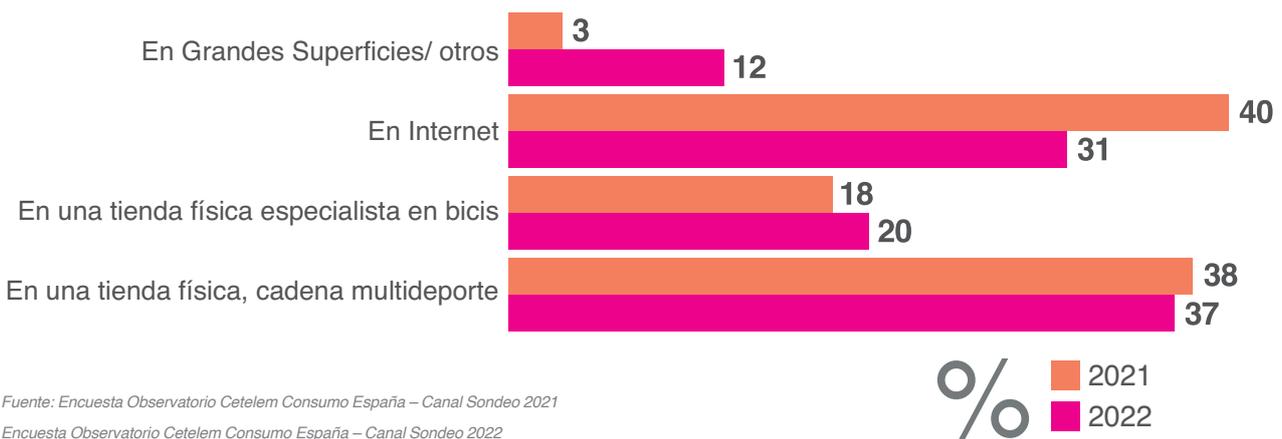


Internet es el canal preferido para las compras de calzado, con un 40% de menciones se mantiene respecto a 2021. Le siguen las compras en cadenas multideporte y en tiendas especialistas en bicis con un 25 y un 19% de menciones respectivamente. En ambos casos se

observa un descenso respecto al año anterior.

Es importante señalar el fuerte incremento de 11 puntos en las compras de calzado realizadas en las Grandes Superficies con un 16% de menciones.

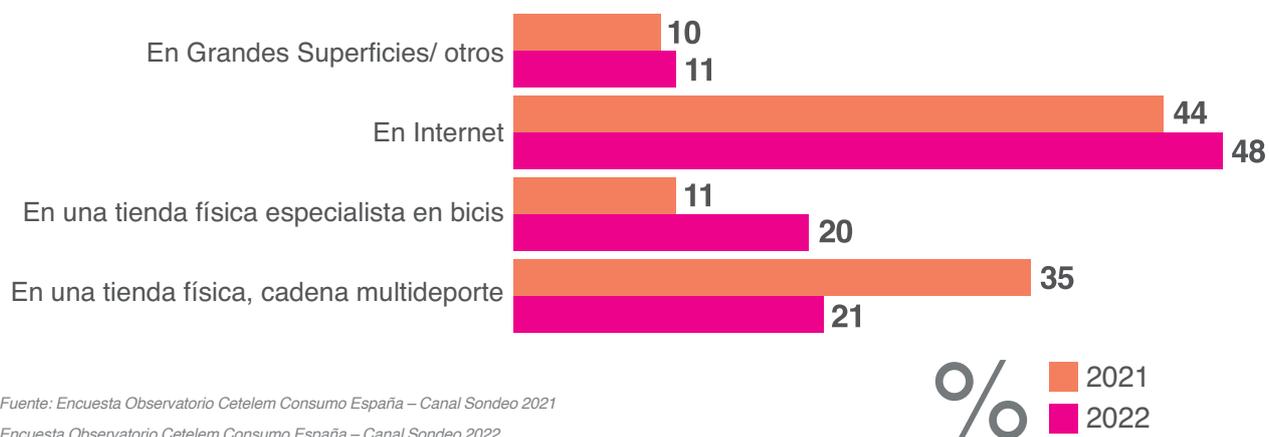
## Textil



Las compras de textil se realizan principalmente en las cadenas multideporte (37%) y en internet (31%), en este último se observa un importante descenso de 9 puntos respecto a 2021.

El 20% opta por realizar su compra en la tienda especialista en bicis, y el 12% en las grandes superficies, con un importante crecimiento de 9 puntos respecto a 2021.

## Herramientas

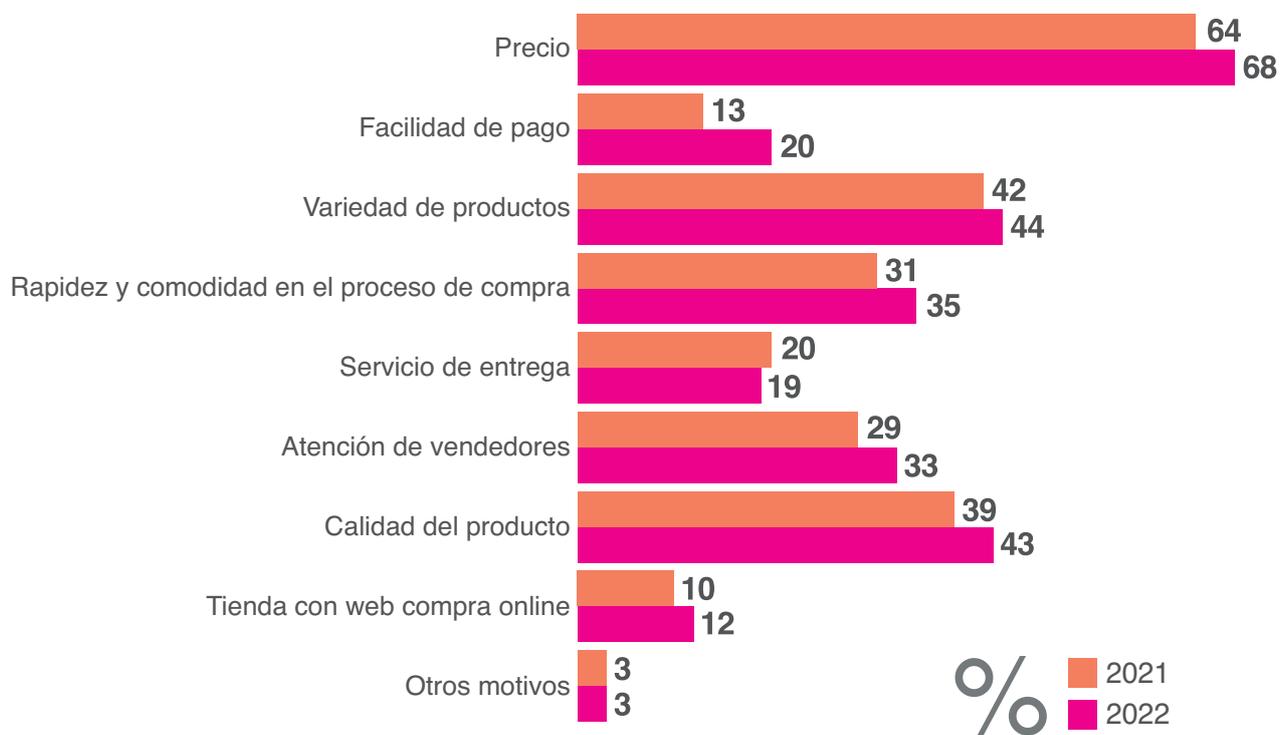


Las compras de herramientas son realizadas en el 48% de los casos en el canal online (44% en 2021). Muy de lejos le siguen las hechas en las cadenas multideporte (21% vs 35% en 2021) y las realizadas en las tiendas

especialistas en bici con un 20% de menciones y un importante aumento de 9 puntos respecto al año anterior.

# MOTIVO ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO

## Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

# El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

## El consumidor de la bicicleta en España

Los principales motivos que llevan al consumidor a elegir la tienda para comprar sus productos relacionados con el sector de la bici son el precio con un 68% de menciones y un incremento de 4 puntos respecto a 2021, la variedad de productos (44% vs 42% en 2021) y la calidad del producto con un 43% de menciones y un aumento de 4 puntos respecto al año anterior.

Hay que señalar que la atención de los vendedores con un 33% de menciones, continúa creciendo con un aumento 4 puntos respecto a los datos de 2021.

Otro de los aspectos que crece notablemente respecto al año anterior es la facilidad de pago con un 20% de menciones frente al 13% de 2021.

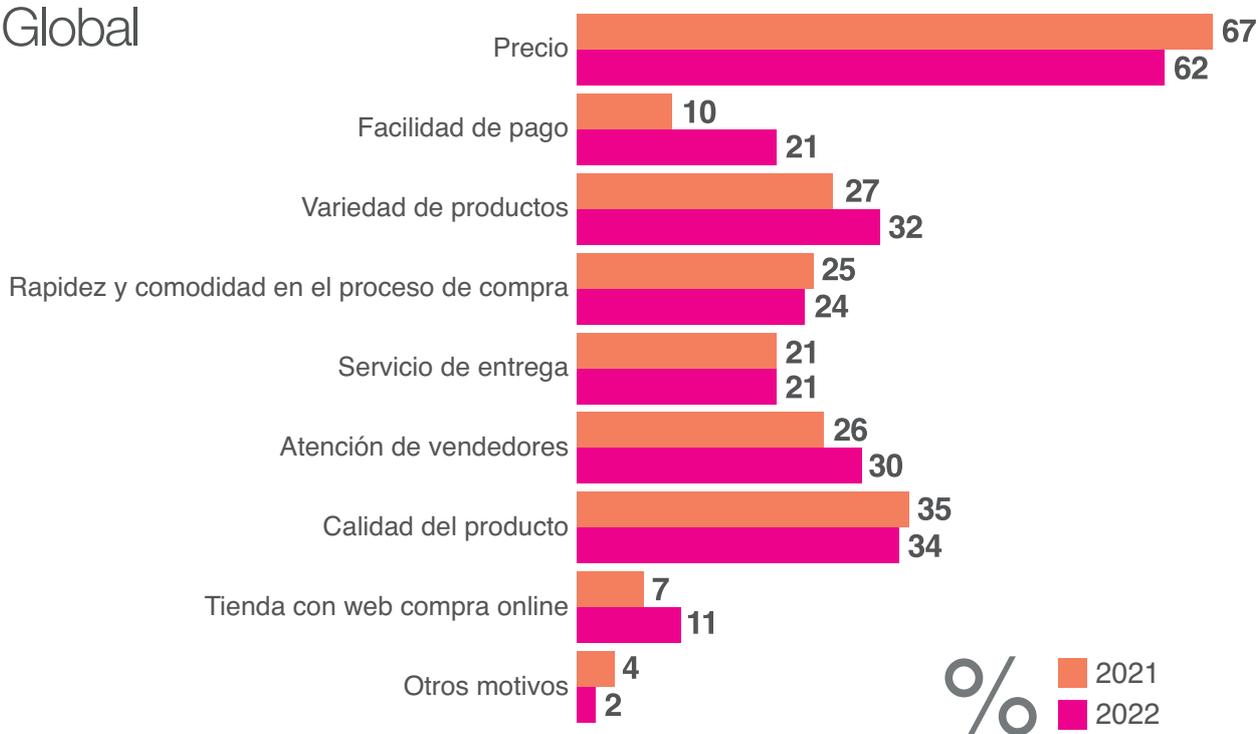
## Motivos de elección de establecimiento por tipo de producto

### Bicicletas

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido cada establecimiento para realizar la compra de bicicletas?

(% Respuesta múltiple máximo 3)

#### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

## Sector bici

El 62% de los compradores de bici menciona el precio como el factor principal a la hora de elegir el canal de compra, mostrando un descenso de 5 puntos respecto a 2021. La calidad y la variedad del producto es también importante, aunque a gran distancia del precio, con un 34 y un 32% de menciones respectivamente.

La atención recibida por parte de los vendedores continúa en aumento, con un 30% de menciones y un crecimiento de 4 puntos respecto a 2021, se posiciona en el cuarto lugar del ranking.

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado una bici lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

### Internet



### Tienda especialista en bicis



### Tienda cadena multideporte



### Grandes superficies

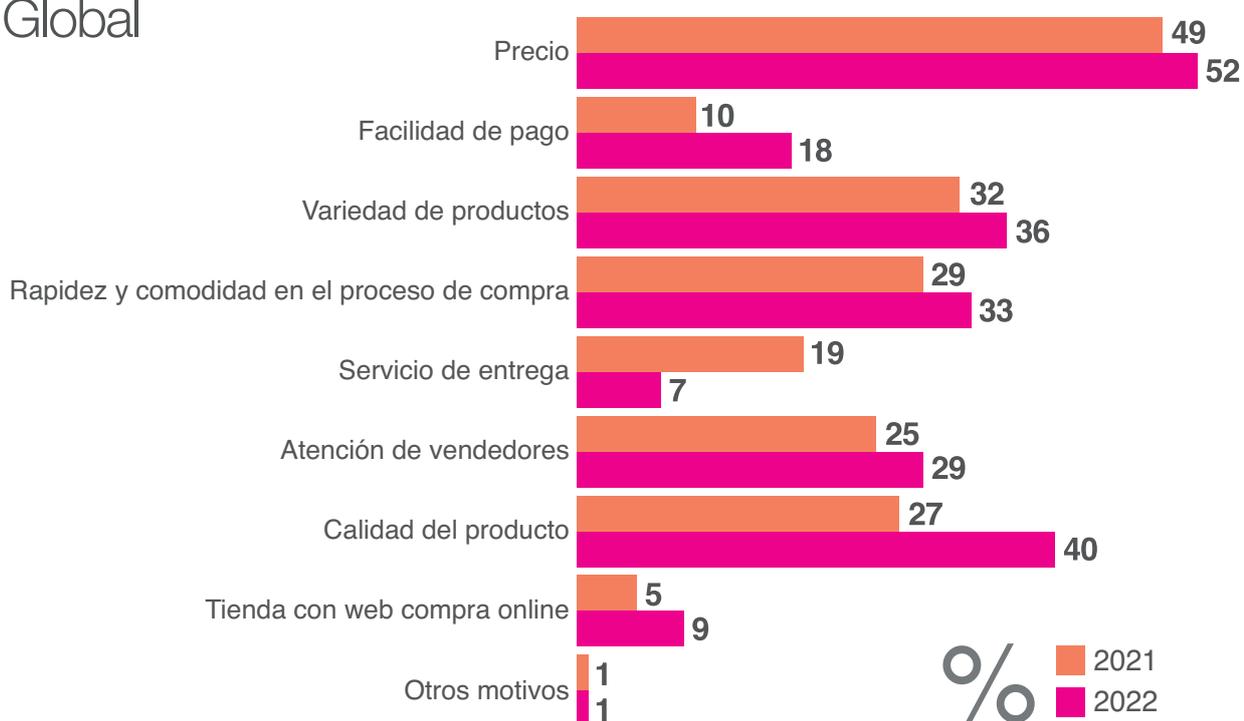


## Componentes

**¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido cada establecimiento para realizar la compra de componentes?**

(% Respuesta múltiple máximo 3)

### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

## Sector bici

En cuanto a la compra de componentes, lo primero que miran los compradores encuestados para decidirse por un tipo de tienda es el precio (52% vs 49% en 2021).

Una de las grandes diferencias respecto al año pasado es que el segundo lugar lo ocupa la calidad de productos con un 40% de menciones y un fuerte incremento de

13 puntos. El tercer lugar lo ocupa la variedad de productos con un 36% de menciones y un aumento de 4 puntos respecto a 2021.

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado componentes lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

### Internet



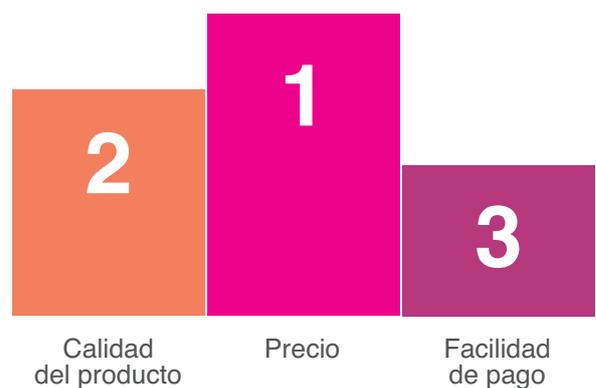
### Tienda especialista en bicis



### Tienda cadena multideporte



### Grandes superficies

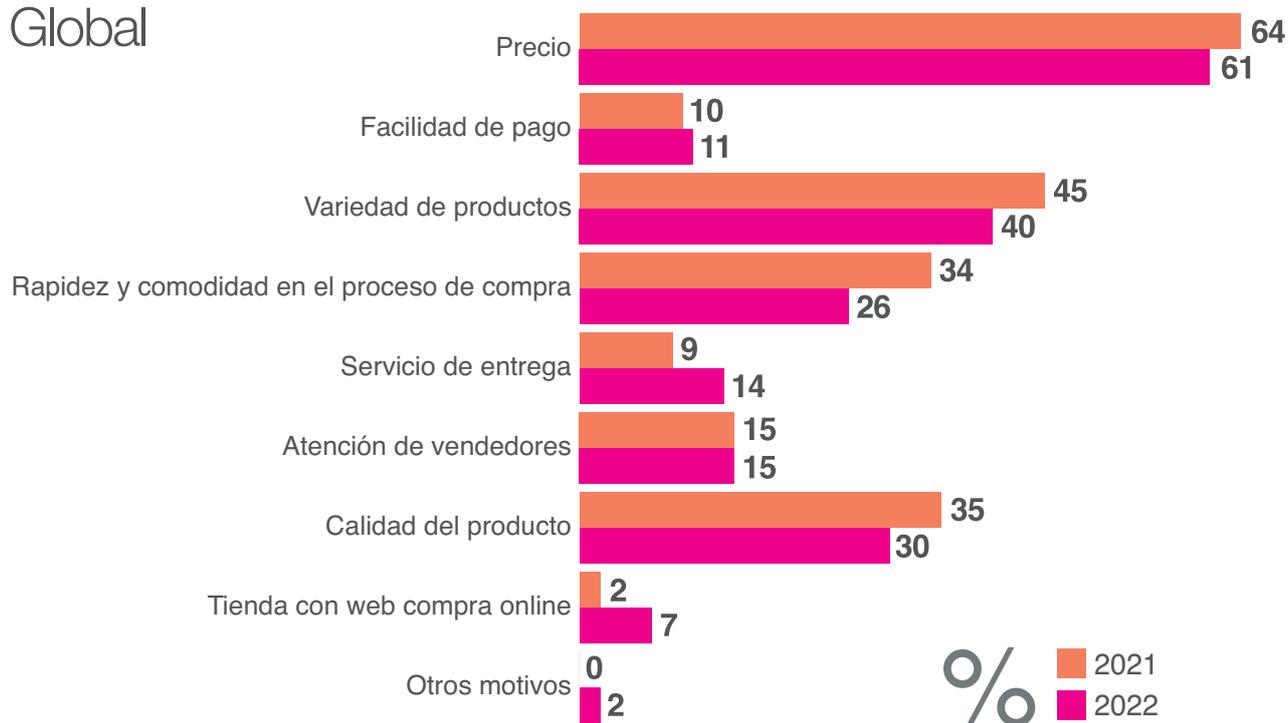


## Cascos

**¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido cada establecimiento para realizar la compra de cascos?**

(% Respuesta múltiple máximo 3)

### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

# Sector bici

En cuanto a la compra de cascos para la bici, lo primero que miran los compradores encuestados para decidirse por un tipo de tienda es el precio (61% vs 64% en 2021).

Le siguen la variedad y la calidad de los productos con un 40 y un 30% de menciones respectivamente, y un

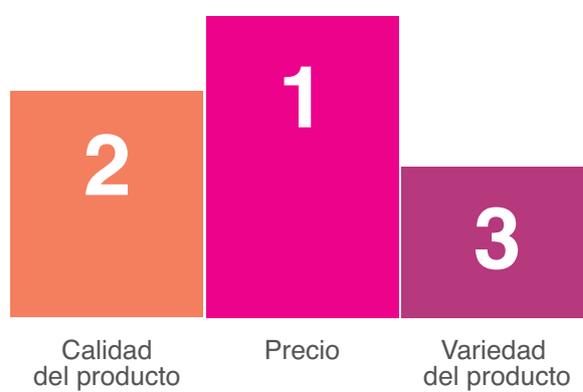
descenso de 5 puntos en ambos casos.

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado cascos para bici lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

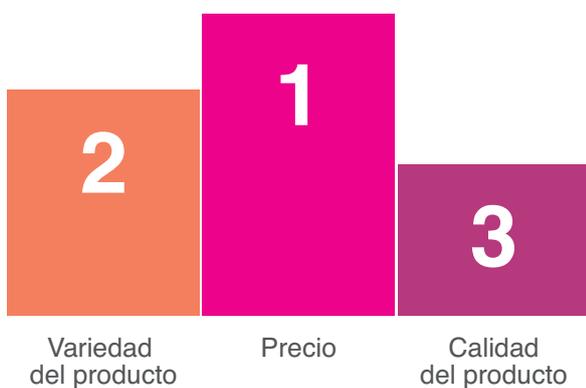
## Internet



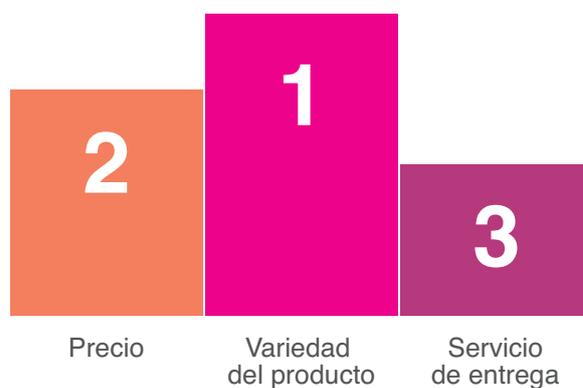
## Tienda especialista en bicis



## Tienda cadena multideporte



## Grandes superficies

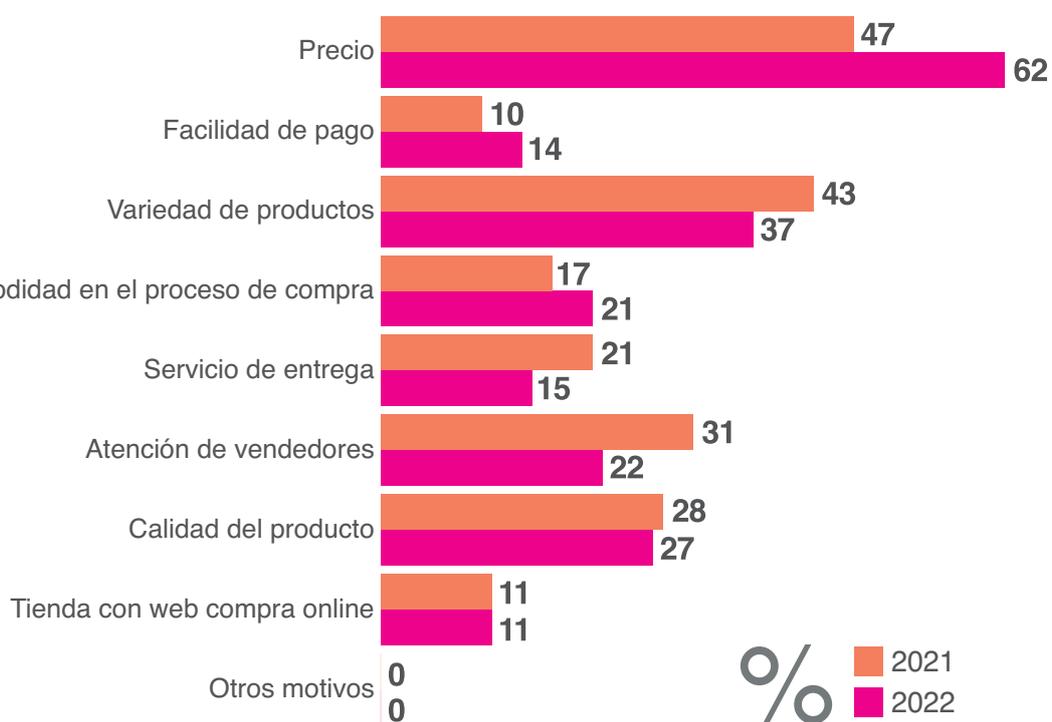


## Calzado

**¿Y cuáles son las tres principales razones por las que has elegido cada establecimiento para realizar la compra del calzado?**

(% Respuesta múltiple máximo 3)

### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

# Sector bici

Lo más destacable es la vuelta del precio como factor más importante a la hora de comprar calzado con un 62% de menciones frente al 47% del año anterior.

Le sigue la variedad de productos y la calidad, con un 37% y un 27% de menciones respectivamente, mos-

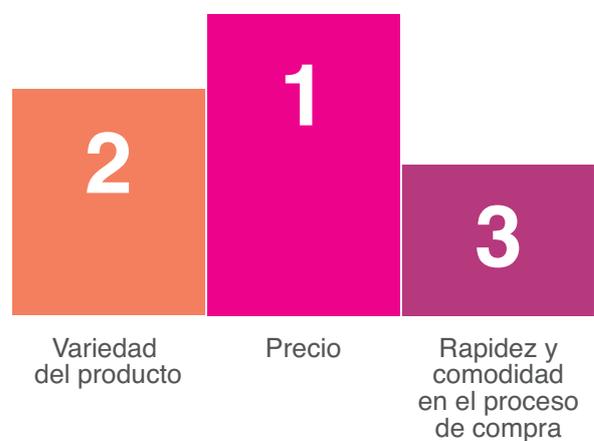
trando en ambos casos descensos respecto a 2021.

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado calzado para bici lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

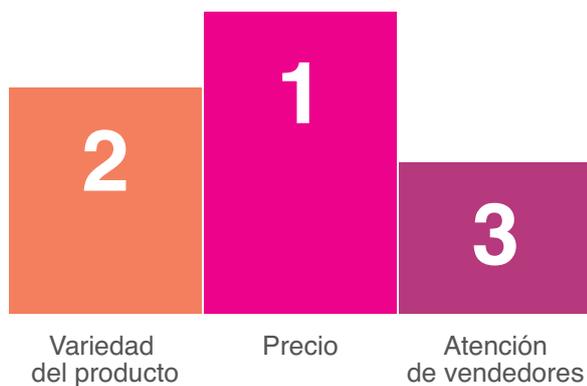
## Internet



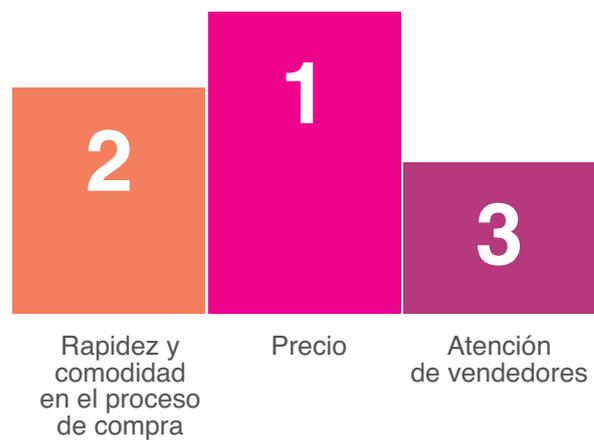
## Tienda especialista en bicis



## Tienda cadena multideporte



## Grandes superficies



## Textil

**¿Y cuáles son las tres principales razones por las que has elegido cada establecimiento para realizar la compra del textil?**

(% Respuesta múltiple máximo 3)

### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

## Sector bici

El precio vuelve ocupar la primera posición como motivo principal a la hora de comprar productos de textil de ciclismo con un 63% de menciones. Le sigue la variedad de productos con un 39% de menciones y un incremento de 7 puntos respecto a 2021.

El top 3 de motivos lo cierra la calidad del producto con un ligero aumento de 2 puntos y un total de 34% de menciones.

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado textil para bici lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

### Internet



### Tienda especialista en bicis



### Tienda cadena multideporte



### Grandes superficies

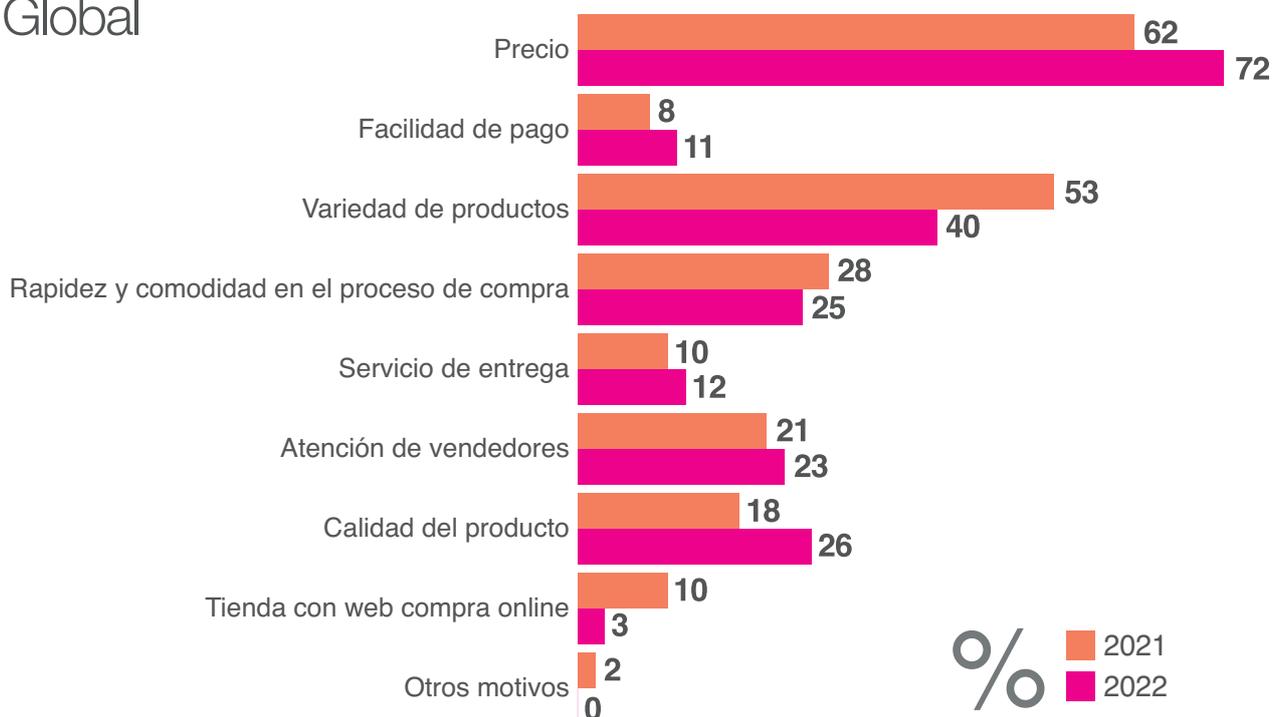


## Herramientas

**¿Y cuáles son las tres principales motivos por los que has elegido cada establecimiento para realizar la compra del herramientas?**

(% Respuesta múltiple máximo 3)

### Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

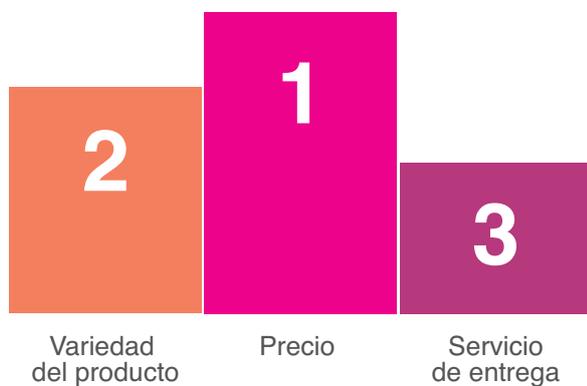
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

## Sector bici

El Top 3 de motivos para la compra de herramientas es precio, variedad de productos y la calidad. El 72% de los que han comprado herramientas lo ha hecho motivado por el precio, mostrando un aumento de 10 puntos respecto a 2021. El 40% se fijó en la variedad de productos (53% en 2021), y el 26% en la calidad (18% en 2021).

A continuación, mostramos el Top 3 de motivos por los que los consumidores españoles que han comprado herramientas para bici lo han hecho en un tipo de tienda concreto:

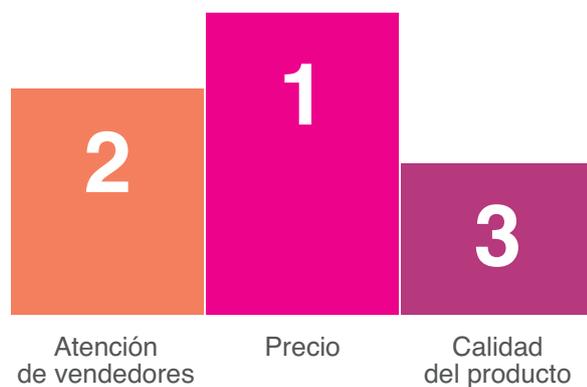
### Internet



### Tienda especialista en bicis



### Tienda cadena multideporte



### Grandes superficies

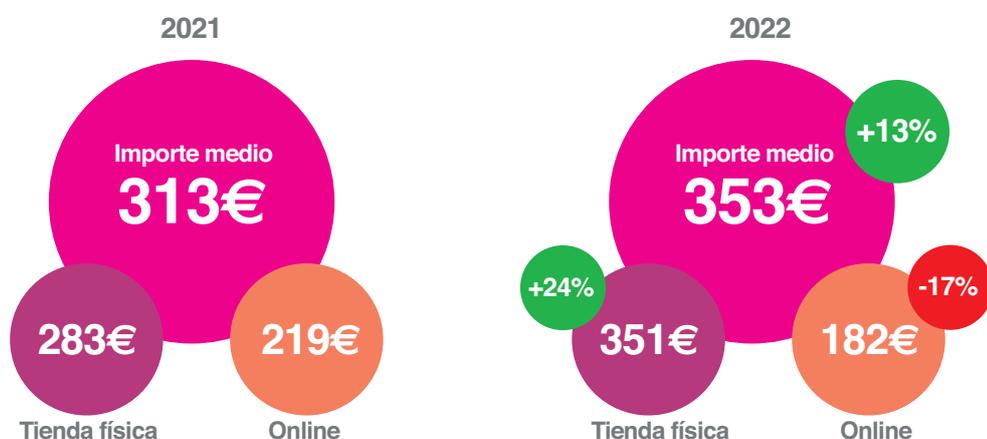


# IMPORTE GASTADO Y MEDIO DE PAGO

## Importe global gastado

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos relacionados con el ciclismo, adquiridos en los últimos 12 meses? *(abierta numérica)*

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

## Sector bici

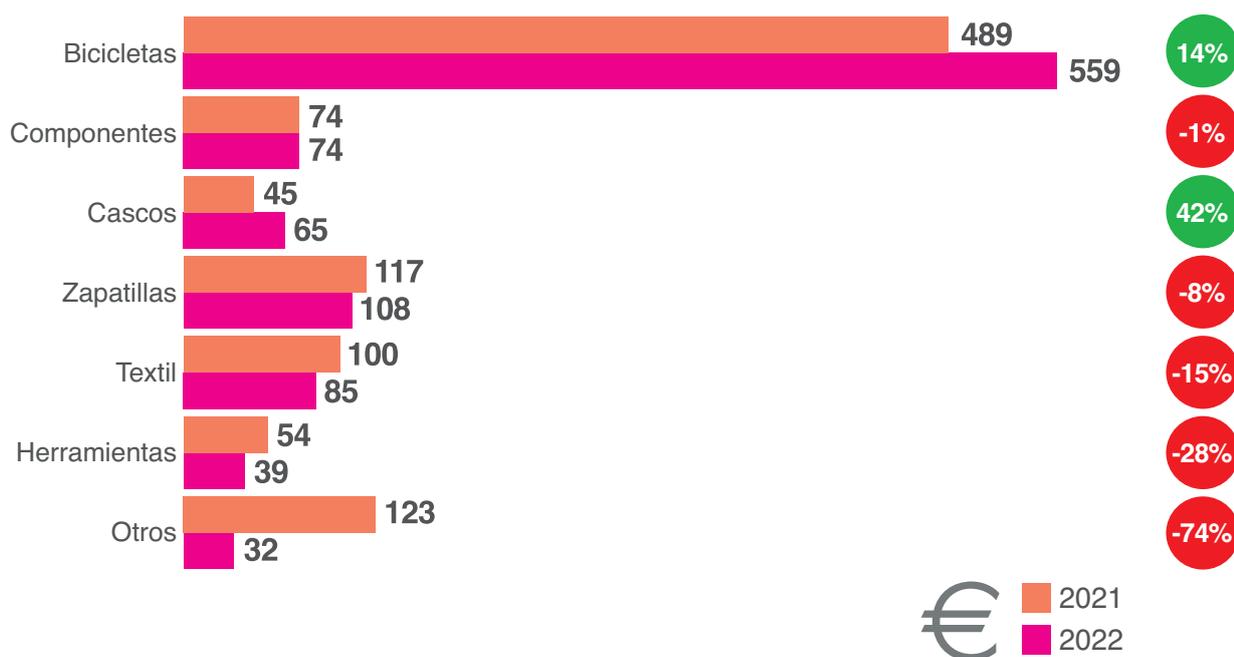
El 25% de españoles encuestados que declara haber comprado algún producto dentro del sector de la bicicleta en el último año, se gastó de media unos 353€, un 13% más que el año anterior.

Si desglosamos el gasto por tipo de canal, el importe

gastado en las tiendas físicas sigue siendo superior al de las tiendas online. El gasto medio en 2022 en las tiendas físicas ha sido de unos 351€ lo que supone un fuerte incremento del 24% respecto a 2021. El gasto por internet es algo inferior y ronda los 182€ con un descenso respecto al año anterior del -17%.

## Importe por tipo de producto comprado

**Y ¿cuánto te has gastado en estos productos en los últimos 12 meses?**  
(abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

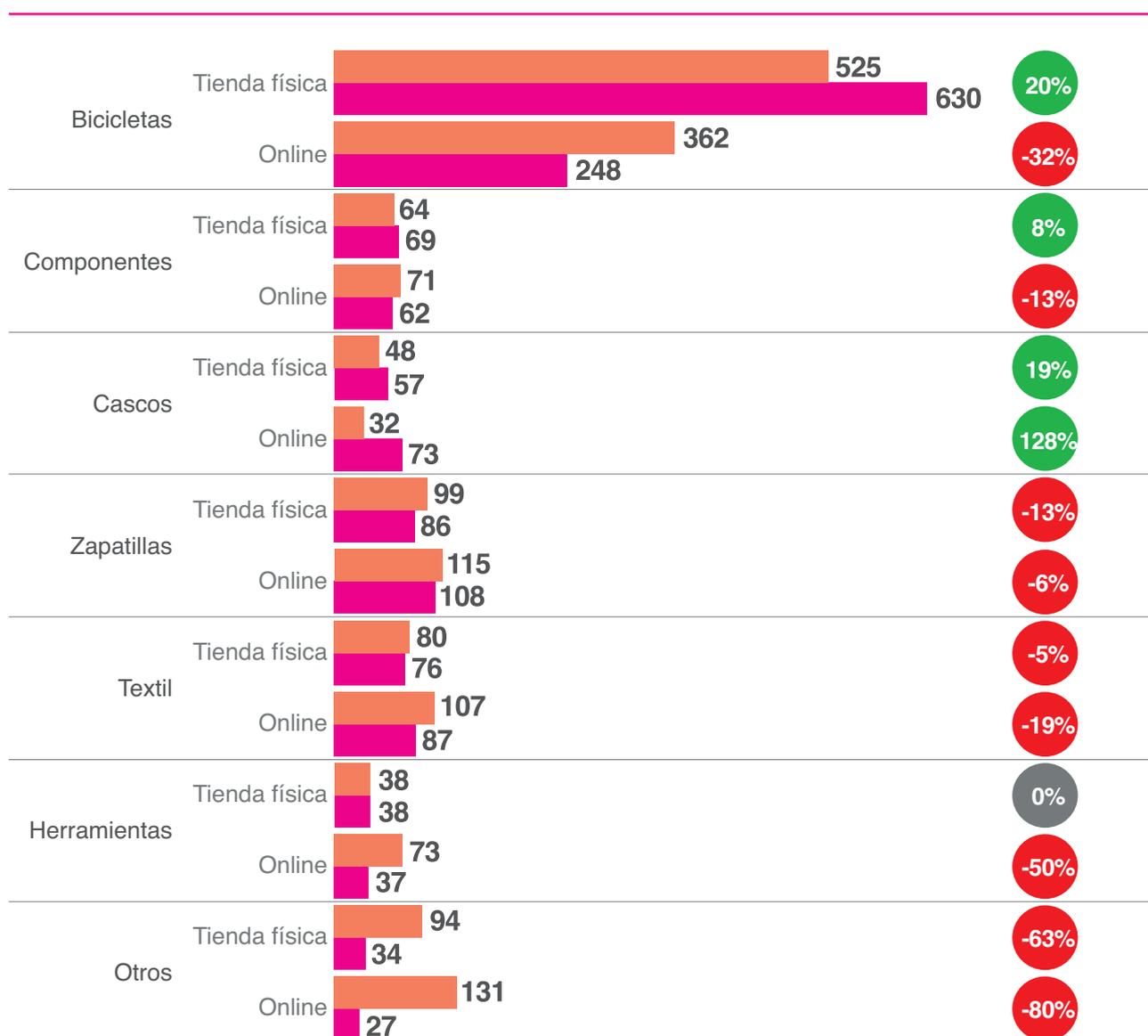
Si analizamos el gasto por tipo de producto adquirido, lo más destacable es que a diferencia del año pasado donde todos los gastos excepto los realizados en productos de textil aumentaban respecto a 2020, este año,

sólo crecen los gastos realizados en las compras de bicicletas (559€ vs 489€ en 2021) y en cascos (65€ v s 45€ v s 2021). El resto de gastos descienden respecto al año anterior.

# El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

## El consumidor de la bicicleta en España

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)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

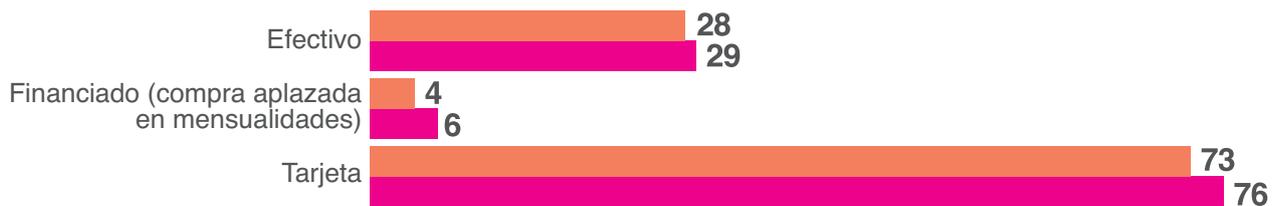


Si damos un paso más y además de analizar el gasto por tipo de producto también tenemos en cuenta el tipo de canal donde se ha realizado la compra, en general

observamos que la tienda física recupera su peso, y se observan incrementos en los gastos realizados en las mismas frente a los de las tiendas online.

## Medios de pago

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022



¿Has financiado en tienda o a través de una entidad financiera?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

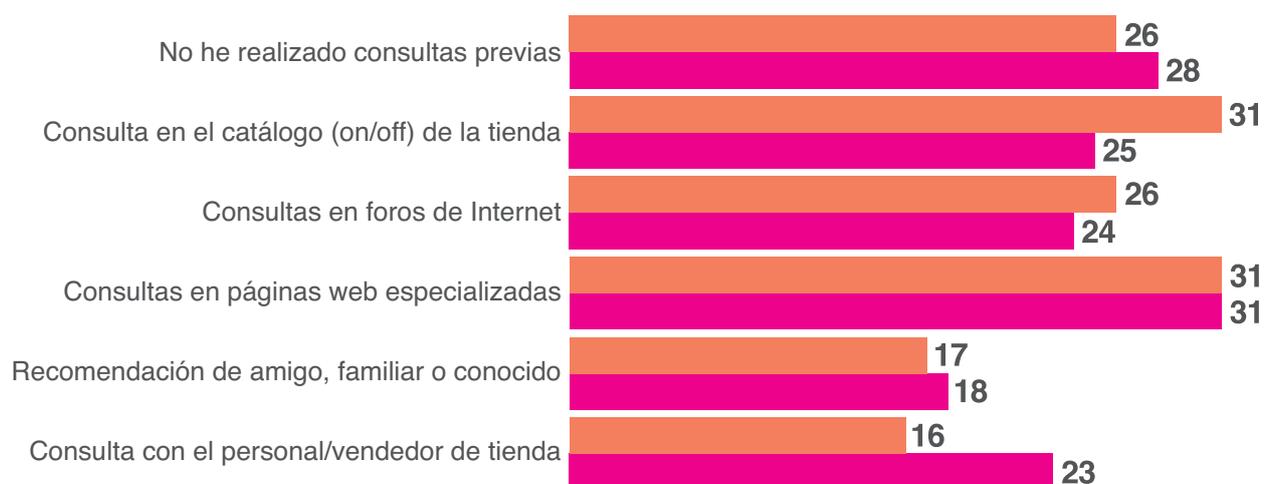
Los medios de pago más utilizados son la tarjeta y, muy por detrás, el efectivo. Observamos un ligero aumento del pago con tarjeta que pasa del 73% al 76% de menciones. El pago en efectivo es utilizado sólo por el 29% de los compradores.

La financiación crece ligeramente en 2022, entre los encuestados que han financiado su compra hay que destacar el fuerte incremento de la ofrecida en la propia tienda.

# ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR BICICLETA

## 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)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

% 2021 2022

## Sector bici

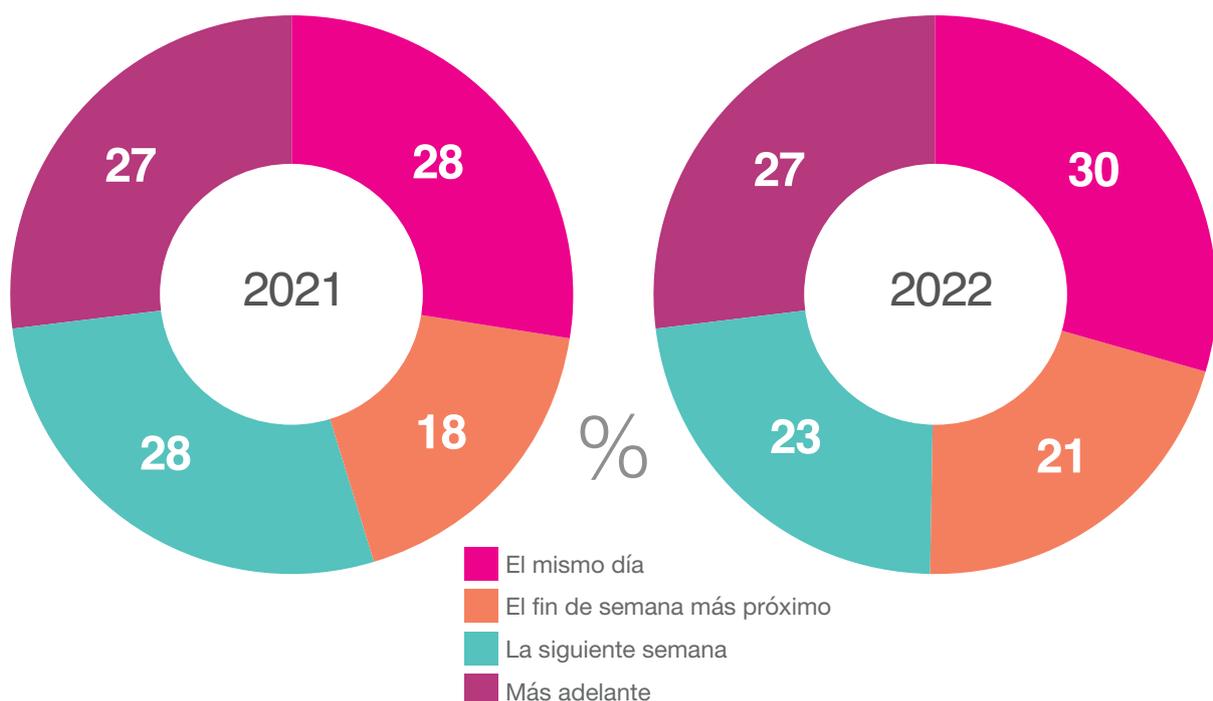
Las consultas en página webs especializadas ocupan este año el primer lugar con un 31% de menciones y manteniéndose respecto a 2021.

Existe un 28% de compradores que afirma que no ha realizado consultas previas antes de realizar su compra, creciendo ligeramente 2 puntos respecto a 2021.

Es importante señalar por un lado el fuerte descenso de las consultas realizadas en los catálogos de las tiendas que pasan del 31% en 2021 al 25% en 2022, y por otro el importante crecimiento de las consultas realizadas al personal de la tienda que pasa de un 16% a un 23% este año.

## Lapso de tiempo necesidad - compra

**¿Cuánto tiempo has tardado en realizar la compra del producto desde el momento en que apareció la necesidad de comprar productos relacionados con el ciclismo? (%respuesta única)**



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

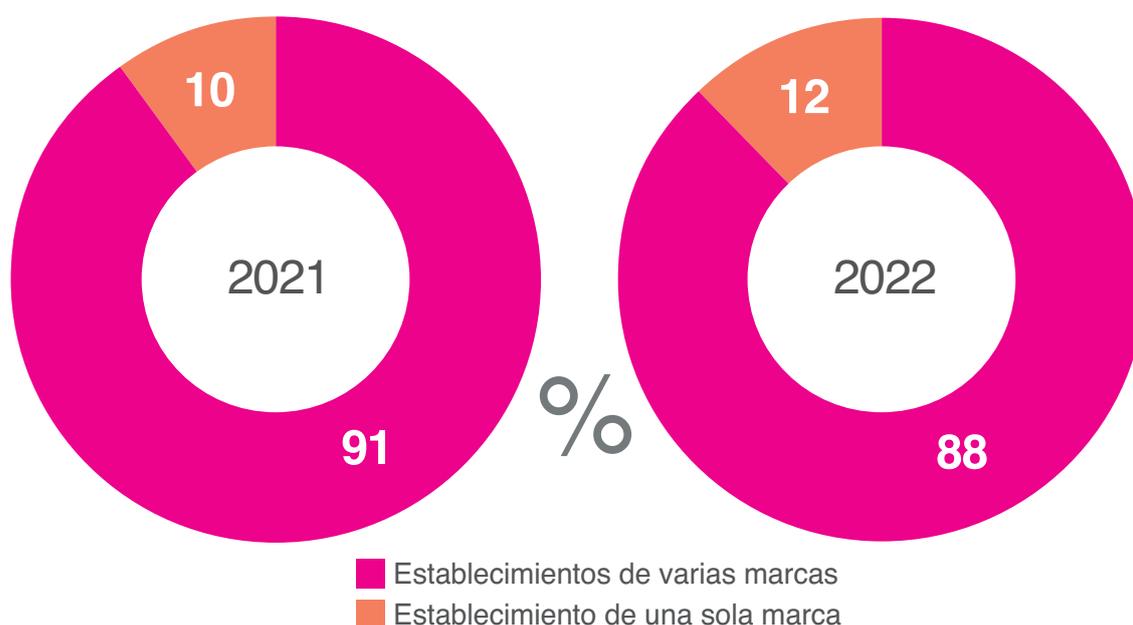
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 30% de los consumidores ha comprado su producto del sector bici el mismo día que les ha surgido la necesidad de comprarlo, dos puntos por encima del año anterior. Aumenta también el porcentaje de aquellos que realizan su compra el fin de semana más próximo, que pasan de un 18% en 2021 al 21% en 2022.

Podemos decir, que se observa un descenso en aquellos que meditan más su compra, ya que solo el 23% de los compradores optan por tomarse una semana para decidirse frente al 28% del año pasado.

## Establecimiento de compra preferido

¿En qué tipo de establecimiento prefieres comprar tu bici? (%respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En lo que respecta al tipo de establecimiento preferido para adquirir la bicicleta, los españoles encuestados lo tienen claro, al margen de la tipología de tienda (ver apartado anterior), lo que quieren es que esta les ofrezca la

opción de varias marcas. El 88% de ellos así lo afirma, con un descenso de 2 puntos porcentuales respecto al año anterior.

## Reparaciones y mantenimiento

### ¿Dónde llevas la bici para realizar arreglos o modificaciones?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022



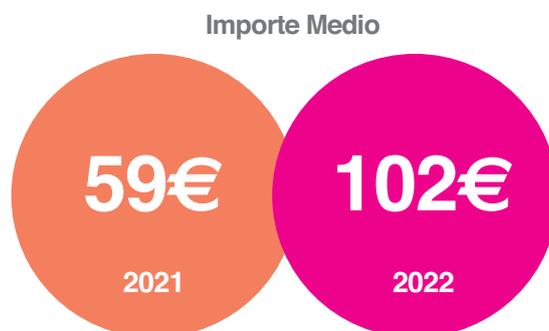
En lo que respecta al mantenimiento y reparación de la bici, los datos se mantienen prácticamente igual al año anterior.

La mayor parte de los usuarios de bici acuden a un taller

cuando necesitan hacer una reparación, disminuyendo el porcentaje en 3 puntos respecto al año anterior. (44% vs 47% en 2021). El 32% realiza las reparaciones ellos mismos (32% en 2021) y el 30% acude a la tienda donde compró su bici.

### ¿Cuál es el importe medio que has gastado en la reparación de tu bici o en productos relacionados con la reparación de tu bici en los últimos 12 meses?

(% Respuesta única)



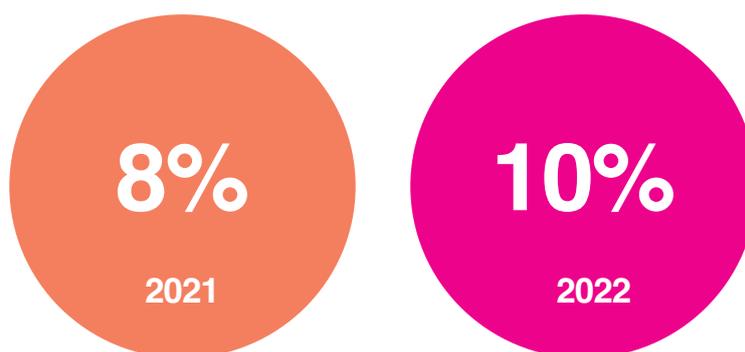
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El presupuesto que han destinado aquellos consumidores que han reparado su bici en los últimos 12 meses es de 102€ de media, un 74% más que en 2021.

## Seguros

¿Tienes seguro para tu bici? (% Respuesta única)

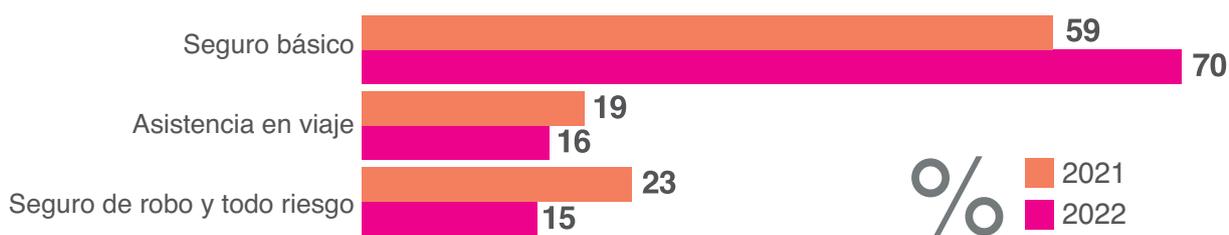


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 10% de los encuestados que tienen bici disponen de un seguro

¿Qué tipo de seguro tienes? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

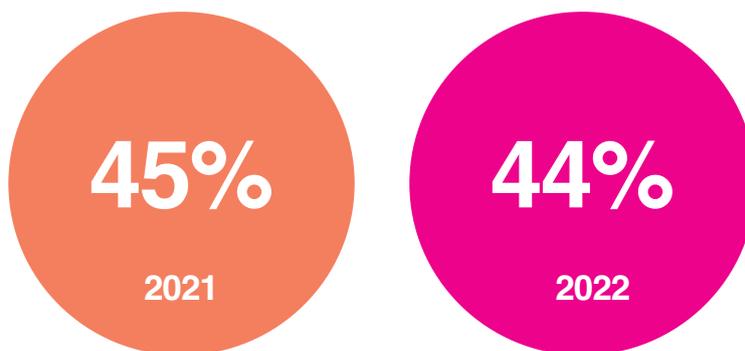
Sólo el 10% de los españoles encuestados que han afirmado tener bici tiene un seguro. Al contrario que en años anteriores, el porcentaje de los que dispone

de un seguro básico aumenta notablemente pasando de un 59% al 70% en 2022. El resto de coberturas disminuyen respecto a 2021.

## Sector bici

### ¿Considerarías interesante disponer de una ampliación de la garantía para tu bicicleta? (% Respuesta única)

---



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

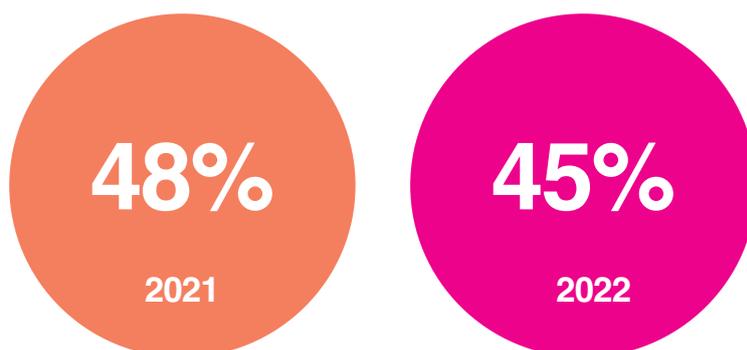
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

---

En lo que respecta a la ampliación de la garantía para la bicicleta el 44% afirma considerarlo como una opción interesante.

### ¿Contratarías un servicio de mantenimiento anual para tu bicicleta? (% Respuesta única)

---



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

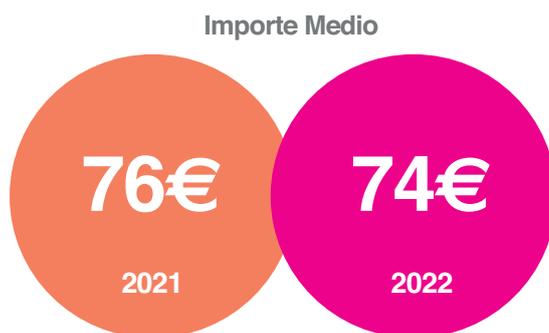
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

---

El 45% de los encuestados que tiene bici contrataría un servicio de mantenimiento anual para su bicicleta, lo que supone un descenso de 3 puntos porcentuales respecto a 2021.

## ¿Qué importe considerarías adecuado por dos revisiones anuales?

(Respuesta abierta en €)

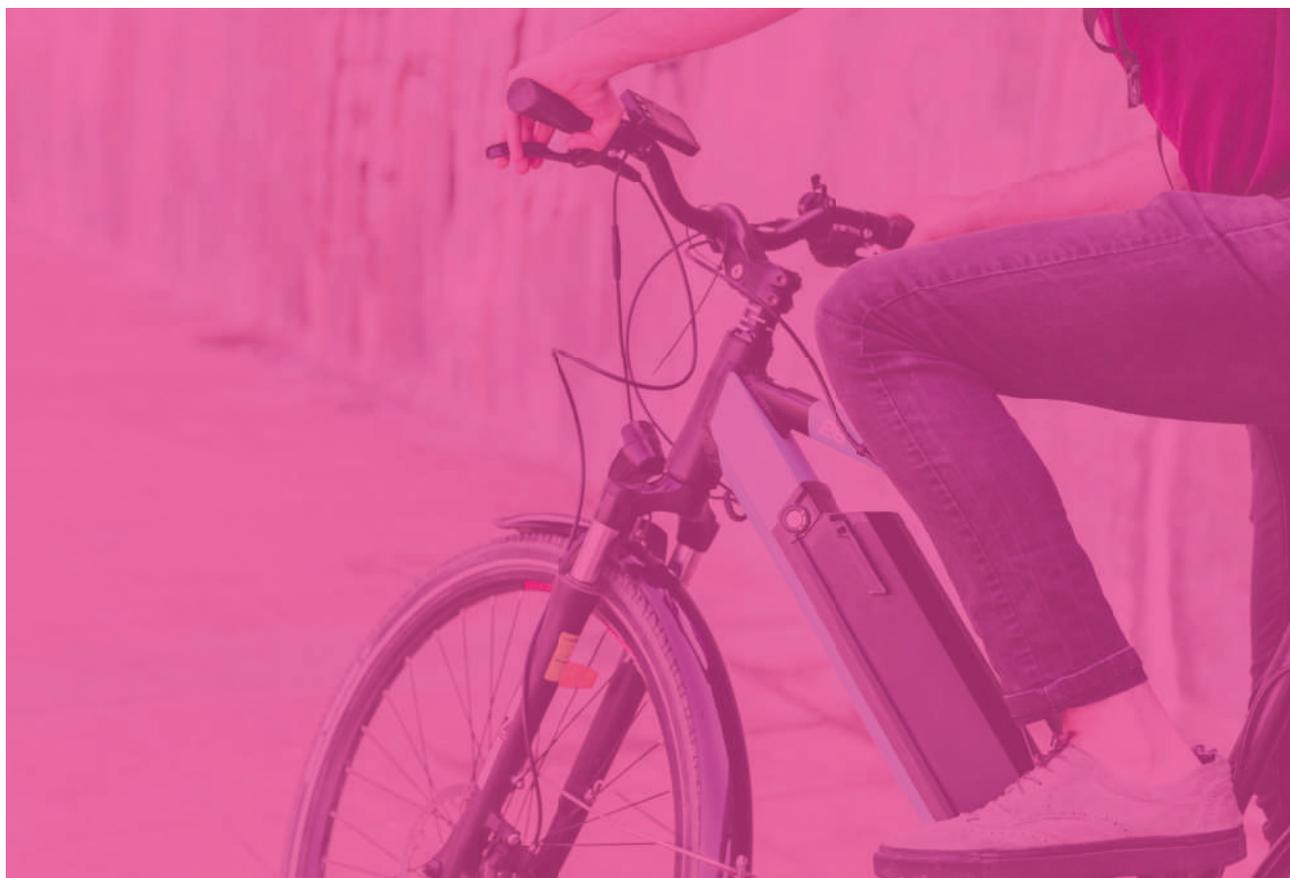


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

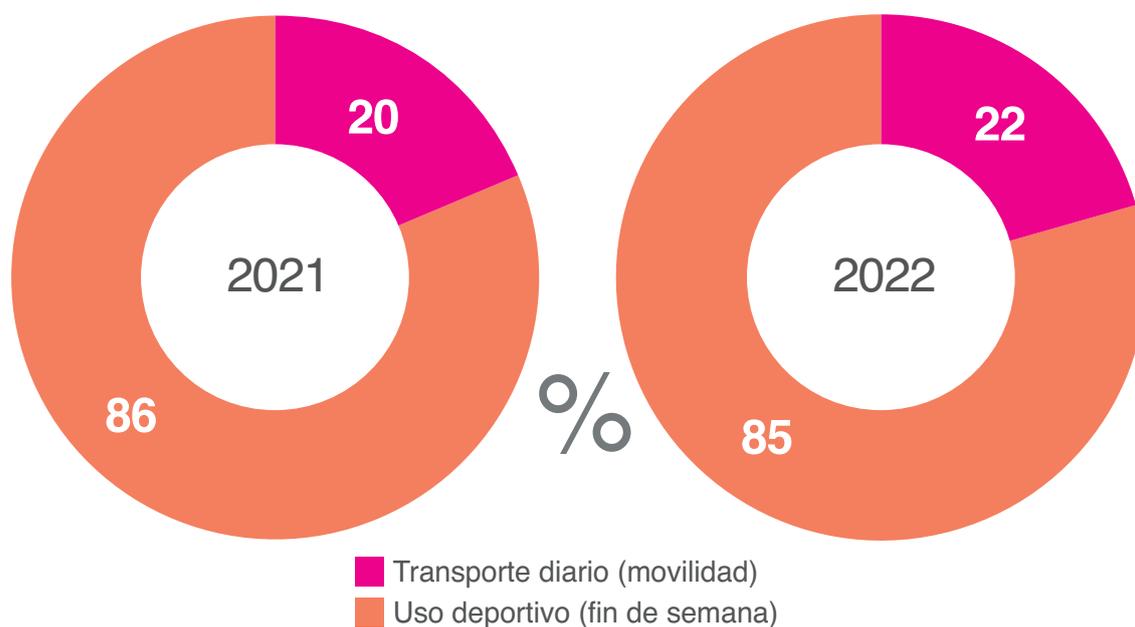
El 45% de los usuarios de bici declara que contrataría un servicio de mantenimiento anual para su bicicleta,

estarían dispuestos a pagar por este servicio 74€ de media, muy similar a lo declarado en 2021.



## Uso de la bici

¿Sueles usar tu bici como medio de transporte diario o como uso deportivo?  
(%respuesta única)



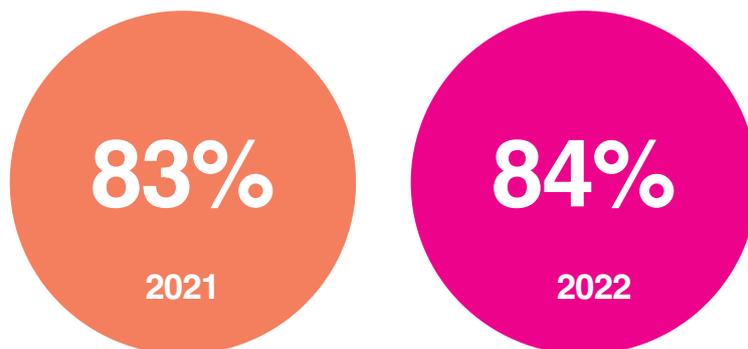
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Los datos mostrados son prácticamente iguales a los obtenidos en 2021, un 85% de los encuestados que tienen bici la utilizan como uso deportivo y un 22% como

transporte diario para desplazarse. Es importante señalar que este último crece ligeramente en 2 puntos respecto a 2021.

### ¿Crees que la bici puede ser un medio de transporte más?

(% Respuesta única)



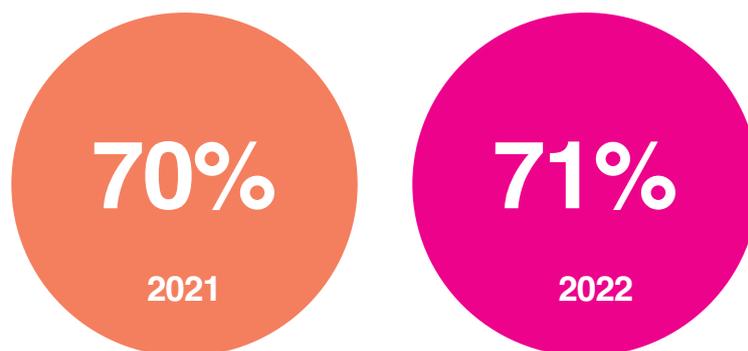
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 84% de los usuarios de bici opinan que puede llegar a ser un medio de transporte más (+1 pp vs 2021).

### ¿Crees que el sector de las bicis necesitaría de alguna ayuda o plan PIVE para impulsar la compra de bicicletas?

(% Respuesta única)



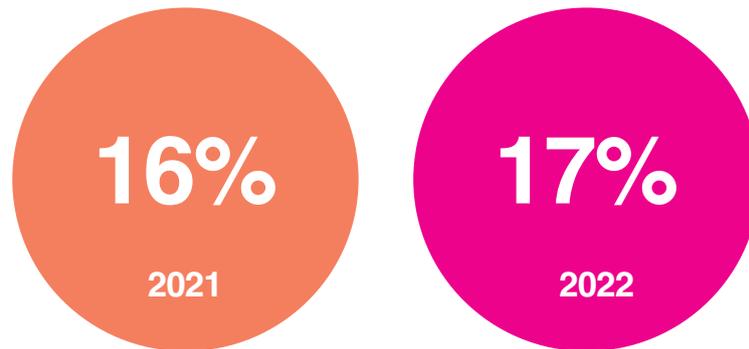
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 71% de los usuarios de bici opinan el sector necesita de ayuda o plan Pive para impulsar la compra de bicis (+1 pp vs 2021)

# Uso bici para ir al trabajo

¿Y sueles usar tu bici en tus desplazamientos para ir al trabajo?  
(%respuesta múltiple)



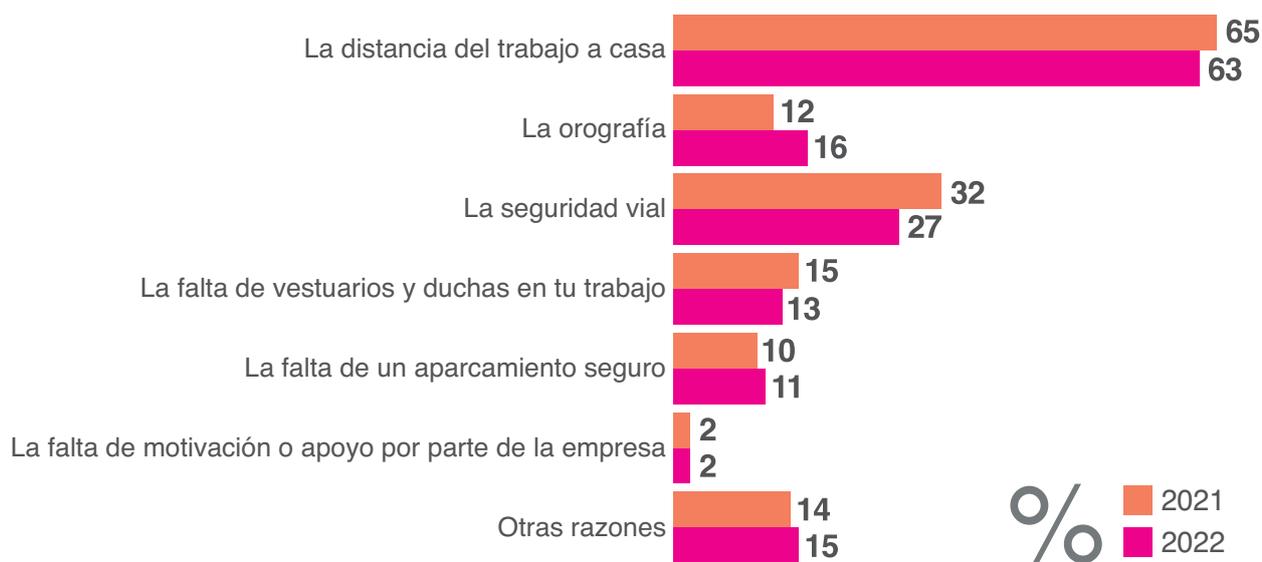
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022



## ¿Cuál es la principal razón para no utilizar la bicicleta para ir a trabajar?

(% respuesta múltiple - máximo 3)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

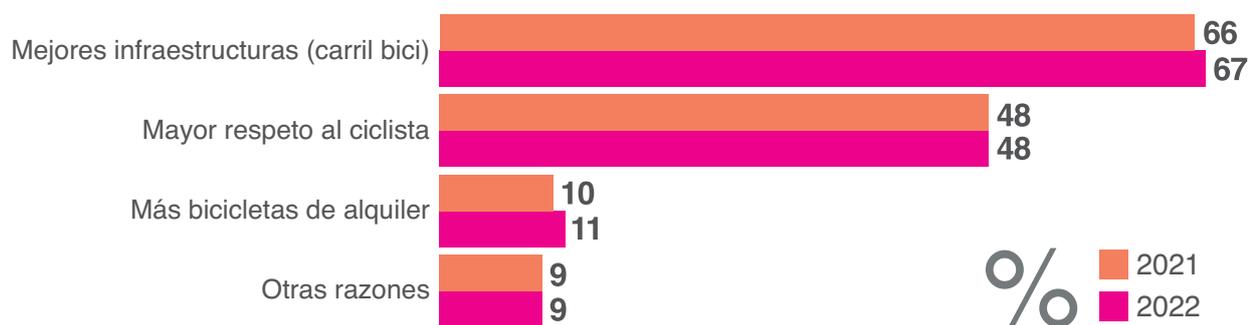
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Se mantiene con respecto al año pasado el ranking de motivos mencionados como frenos a la hora de usar la bici para ir al trabajo. La distancia con un 63% de menciones es el principal freno, pero también es importante la seguridad vial para un 27% de los encuestados.

Otros aspectos menos mencionados, pero también importantes son la orografía, la falta de acondicionamiento en las oficinas o el problema de aparcamiento.

## Necesidades para el ciclista

¿Qué echas en falta en tu ciudad/ pueblo para poder utilizar más la bicicleta como medio de transporte? (%respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

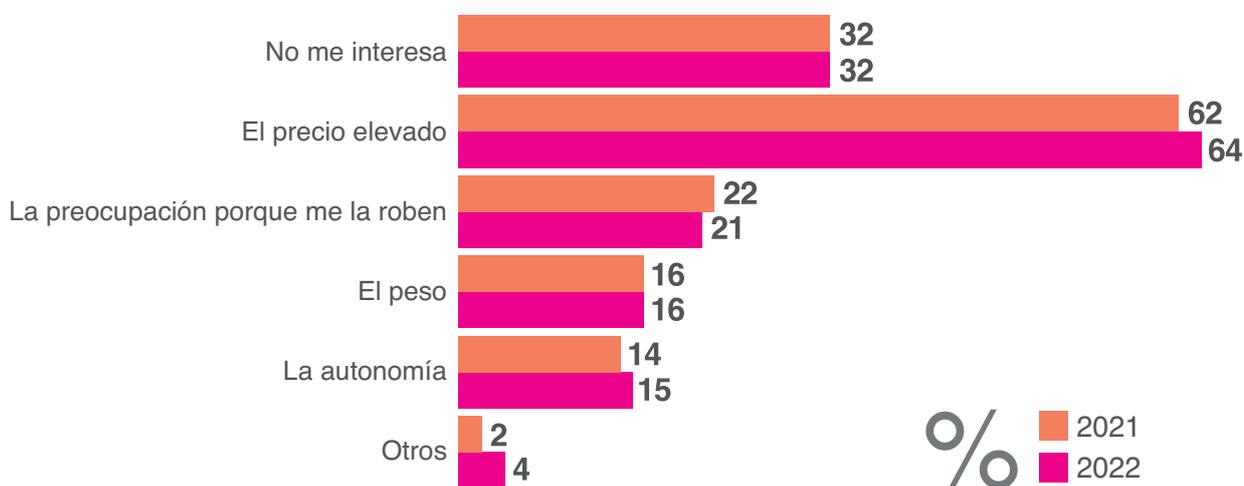
Avanzamos un paso más, y hemos preguntado a los consumidores sobre lo que echan en falta en su lugar de residencia para poder utilizar más la bicicleta como medio de transporte. Al igual que el año pasado, la demanda

de mejores infraestructuras y un mayor respeto al ciclista, son los dos aspectos más mencionados por los consumidores. El 67% (66% en 2021) demanda mejores infraestructuras y el 48% un mayor respeto al ciclista.

## La bici eléctrica

El 80%(+1 pp vs 2021) de los usuarios de bici conoce el concepto de bici eléctrica. El 24% (22% en 2021) de ellos afirma haber probado este tipo de bici.

### ¿Cuáles serían las principales razones que te impiden comprar una bicicleta de pedaleo asistido? (%respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

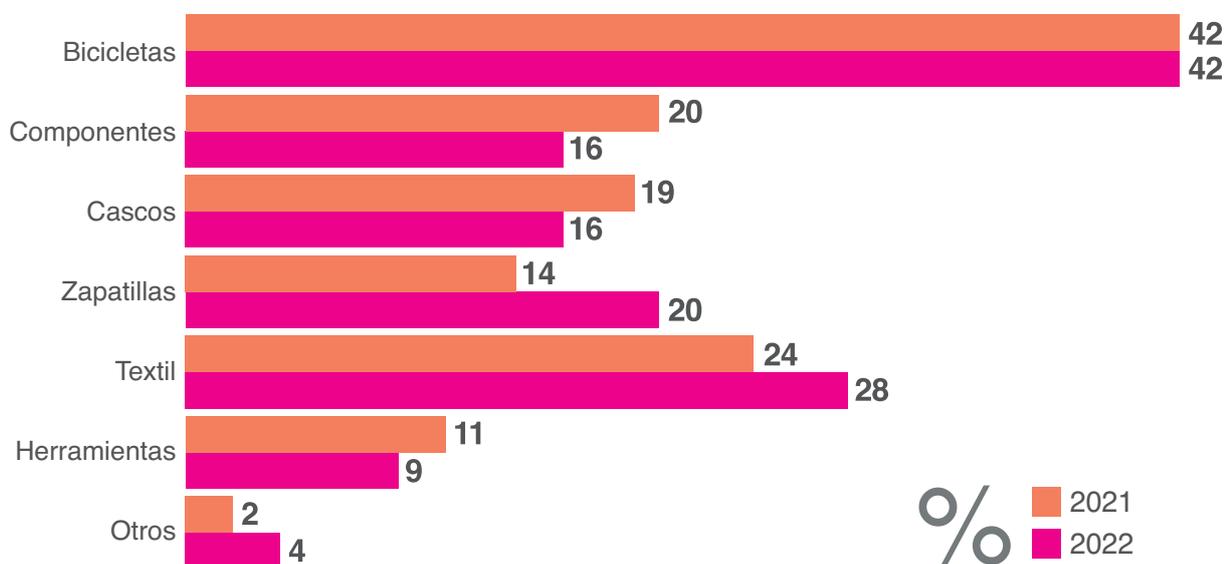
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Tal y como afirma el 64% de los encuestados, es su elevado precio la principal razón por la que no se deciden

a comprar bici eléctrica. Aunque también el 32% declara que no son de su interés.

# Intención de compra los próximos 12 meses

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 17% de los encuestados tiene intención de adquirir algún producto relacionado con la bicicleta en los próximos 12 meses, lo que supone un descenso de 3 puntos respecto a 2021.

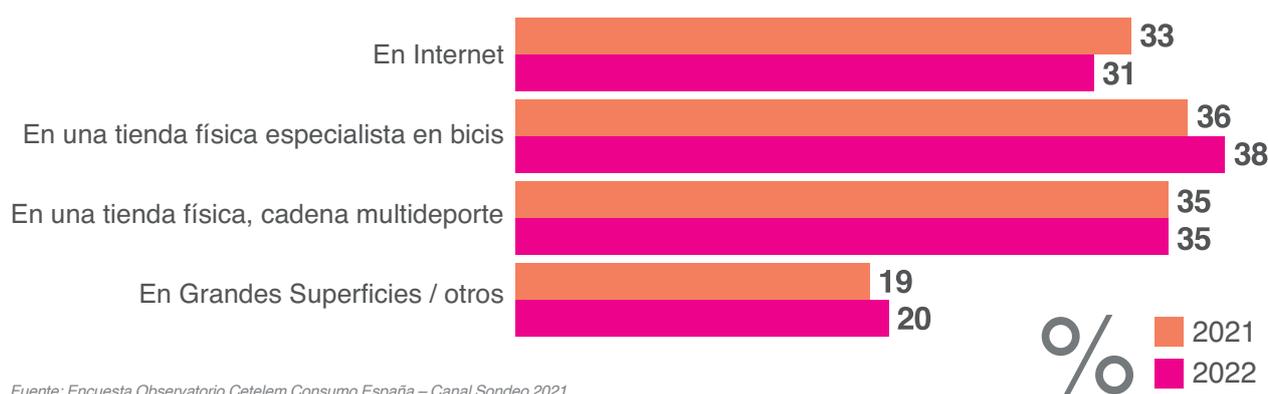
Los productos con más demanda son los relacionados con las bicicletas y el textil, con un 42% y un 28% de menciones respectivamente.

Hay que destacar el incremento de 6 puntos porcentuales en la intención de compra de calzado.

# El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

## El consumidor de la bicicleta en España

### ¿En qué tipo de tienda tienes pensado comprar algún tipo de producto relacionado con la bici en los próximos 12 meses? (% respuesta múltiple)



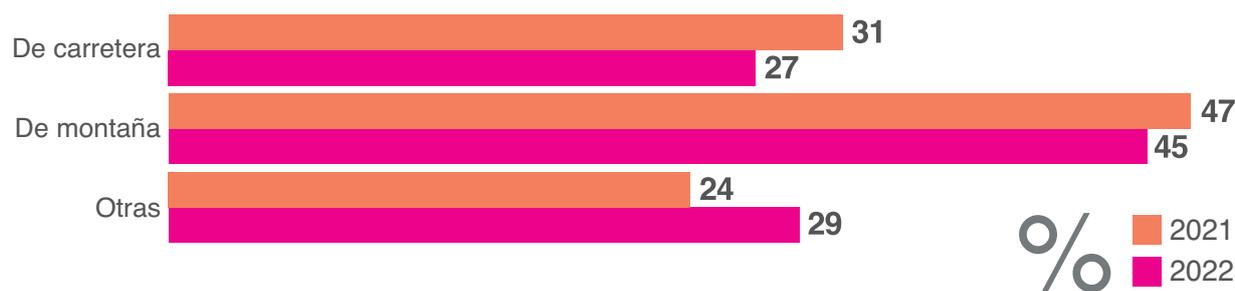
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

La tienda especialista en bicis con un 38% de menciones y un crecimiento de 2 puntos, es a priori el canal más demandado para realizar las compras de este sector de

para los próximos 12 meses. Le sigue muy de cerca la cadena multideporte con un 35% y el canal online con un 31% y un descenso de 2 puntos respecto a 2021.

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre aquellos que han declarado tener intención de comprar una bici en los próximos 12 meses, la más demandada es la de montaña con un 45% de menciones, pero con un descenso de 2 puntos porcentuales.

dada es la de montaña con un 45% de menciones, pero con un descenso de 2 puntos porcentuales.



# FICHA TECNICA

## El Observatorio Cetelem Consumo España 2022

### Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2022.

#### 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.

## **El Observatorio Cetelem Consumo España 2021**

### **Encuesta a consumidores**

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2021.

#### **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

