

CONSUMO 2022 ESPAÑA

EL CONSUMIDOR
DEL SECTOR MUEBLES
DE COCINA EN ESPAÑA

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

25 ANOS



ÍNDICE

25 aniversario del Observatorio Cetelem Frank Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España	03
Editorial Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España	04
Los puntos clave. Infografía	05
Productos comprados	09
Gasto medio realizado	11
Medios de pago y financiación	14
Fuentes de información	16
Canal de compra	17
Motivos elección canal de compra	23
Otros aspectos de interés	30
Intención de compra	32
Gasto medio previsto	34
Canal de compra previsto	35
Ficha técnica	36



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



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



EDITORIAL

LILIANA MARSÁN

Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España

Los últimos años han sido tremendamente convulsos, primero con la pandemia, la crisis de suministros en el consumo, las tensiones geopolíticas y los problemas energéticos, y ahora con la situación económica de una elevada inflación y el temor a la recesión.

A raíz de la crisis financiera del 2008, el consumidor dejó de ser tan pasional y comenzó a ser más racional, informándose mucho antes de realizar cualquier compra y teniendo sus ideas muy claras ante qué producto comprar, dónde comprarlo y cuánto pagar por él. La pandemia lo que generó es un fenómeno de aceleración más profundo, esa digitalización que ya estaba presente en la sociedad y en el consumo, aumentó. Si el comercio electrónico ya funcionaba bien en nuestro país, siendo uno de los países europeos con mayor crecimiento, el confinamiento y la imposibilidad de acudir a las tiendas físicas lo elevó a cifras record.

El consumidor español es un consumidor totalmente informado y conectado. Somos uno de los países europeos con mayor penetración de smartphones por habitante, y esto permite a los consumidores estar informados las 24 horas del día y poder realizar compras en cualquier momento. Pero, además, y es un factor importante, esta-

mos ante un consumidor mucho más sensibilizado con la sostenibilidad y preocupado por el medio ambiente.

Pero la actual situación de elevada inflación ha impactado claramente en el consumo de los hogares españoles. Los ciudadanos han dejado de realizar muchas de las compras que tenían previstas o deciden retrasar la decisión debido al contexto de incertidumbre. En esta edición 2022 del estudio Consumo España, observamos como el porcentaje de consumidores ha caído en prácticamente todos los mercados analizados.

Por otro lado, hay que destacar que, tras varios años, la tienda física vuelve a recuperar su importancia y se posiciona como primer canal de compra por delante del online.

Disfruten de la lectura.

Un saludo,

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem

LOS PUNTOS CLAVE

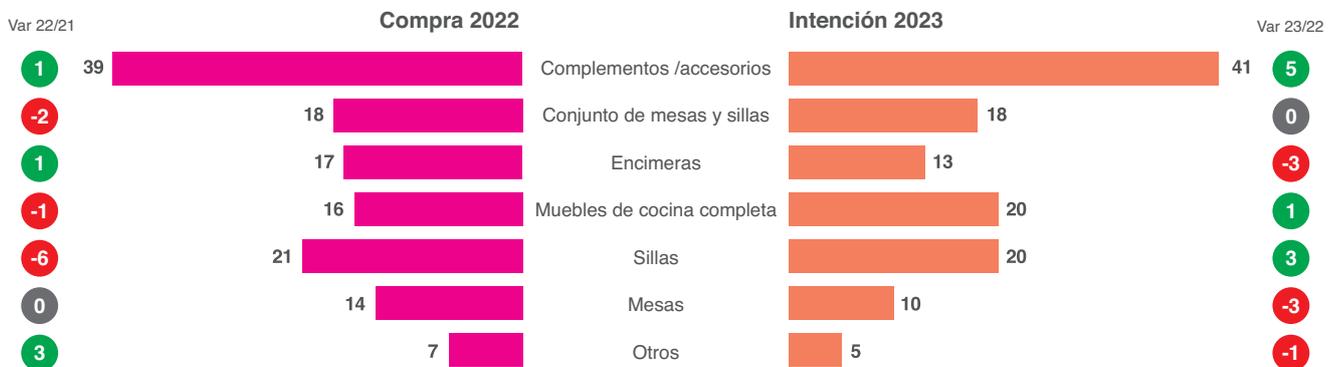
El **25%**

(mismo porcentaje que el año anterior) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector cocina en los últimos 12 meses, gastando una media de 831€, un 8% más que el año anterior.

El **23%**

(mismo porcentaje que el año anterior) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector cocina en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos 836€ de media, un 3% más que el año anterior.

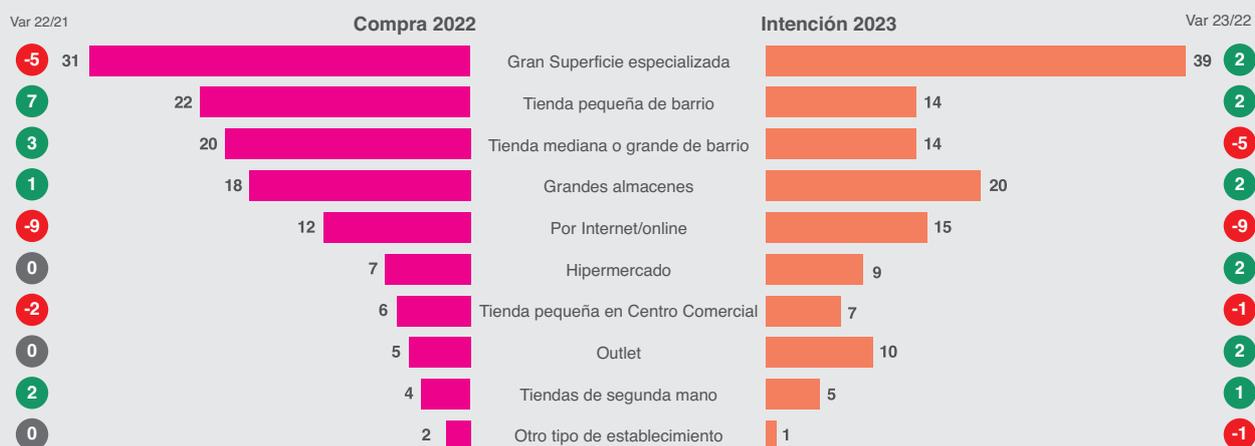
¿Qué tipo de producto del sector muebles de cocina has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los próximos 12 meses? (%respuesta múltiple)



Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

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?

Complementos y accesorios	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	32	-6
Tienda pequeña de barrio	24	5
Grandes almacenes	19	6

Conjunto de mesas y sillas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	36	7
Tienda mediana o grande de barrio	21	2
Grandes almacenes	18	4

Encimeras	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Tienda mediana o grande de barrio	31	17
Tienda pequeña de barrio	23	8
Gran Superficie especializada	20	-6

Muebles de cocina completa	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Tienda mediana o grande de barrio	29	1
Tienda pequeña de barrio	27	8
Gran Superficie especializada	21	-14

Sillas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	31	-5
Grandes almacenes	16	-2
Tienda pequeña de barrio	15	4

Mesas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	31	-3
Grandes almacenes	18	3
Tienda mediana o grande de barrio	15	6

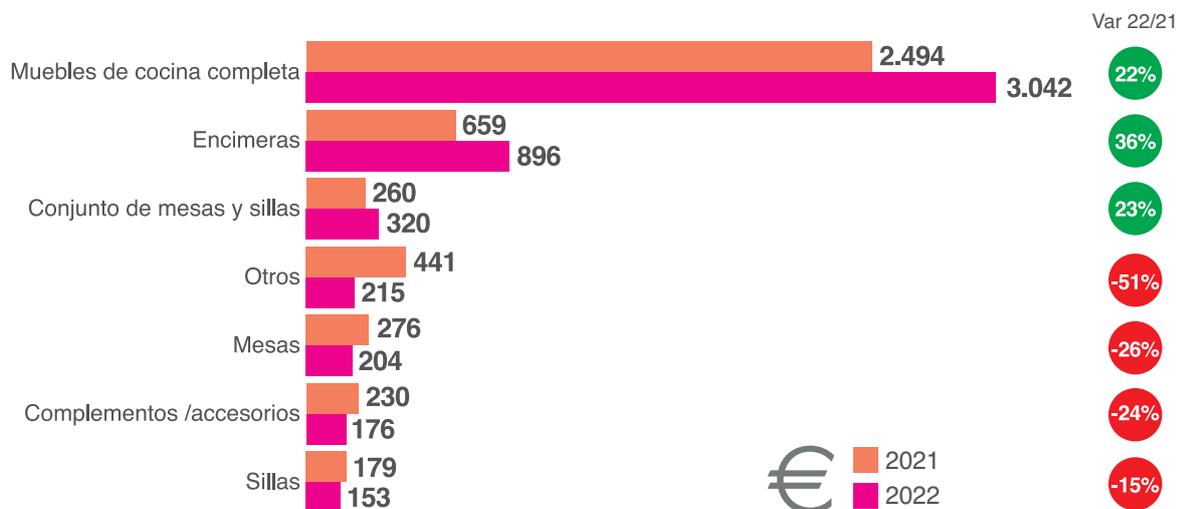
Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Tienda física o ecommerce ¿Cuánto han gastado en cada una?



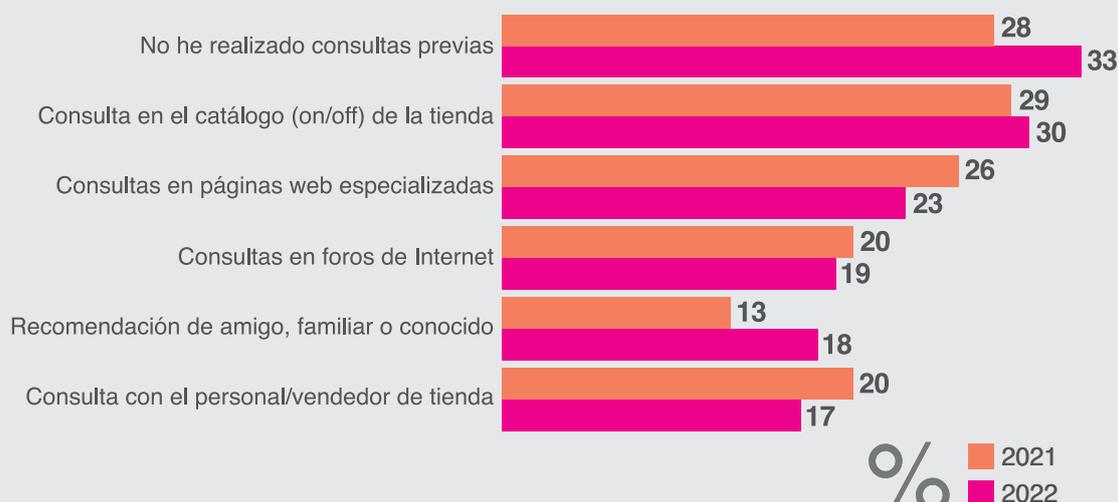
En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los muebles de cocina adquiridos en los últimos 12 meses? (abierto numérica)



Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

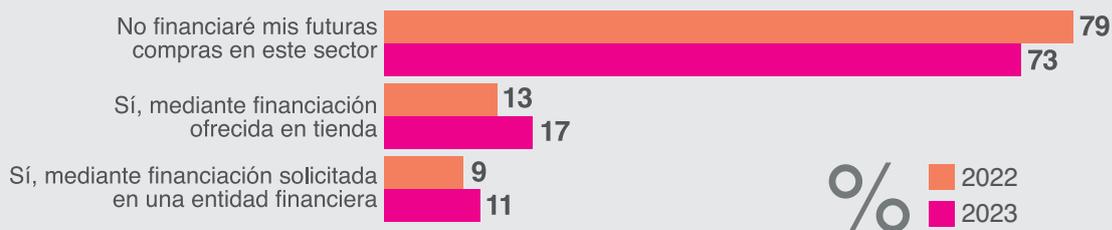
¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta? (%respuesta múltiple)



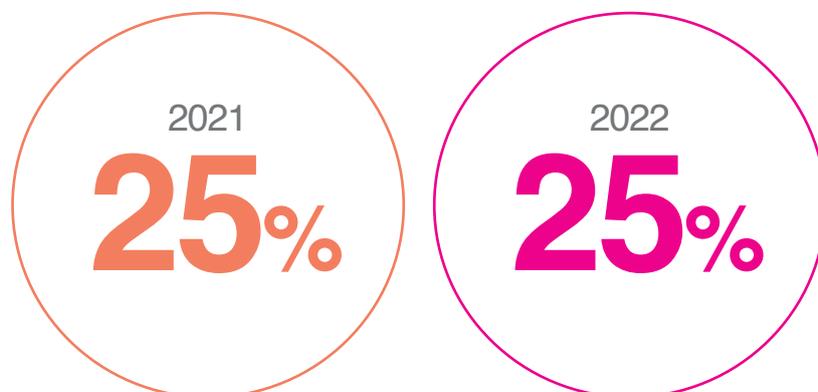
¿Con cuál de las siguientes frases te sientes más identificado/a al realizar la compra de este tipo de producto? (%respuesta única)



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



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO



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

El 25% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector muebles de cocina en 2022, por-

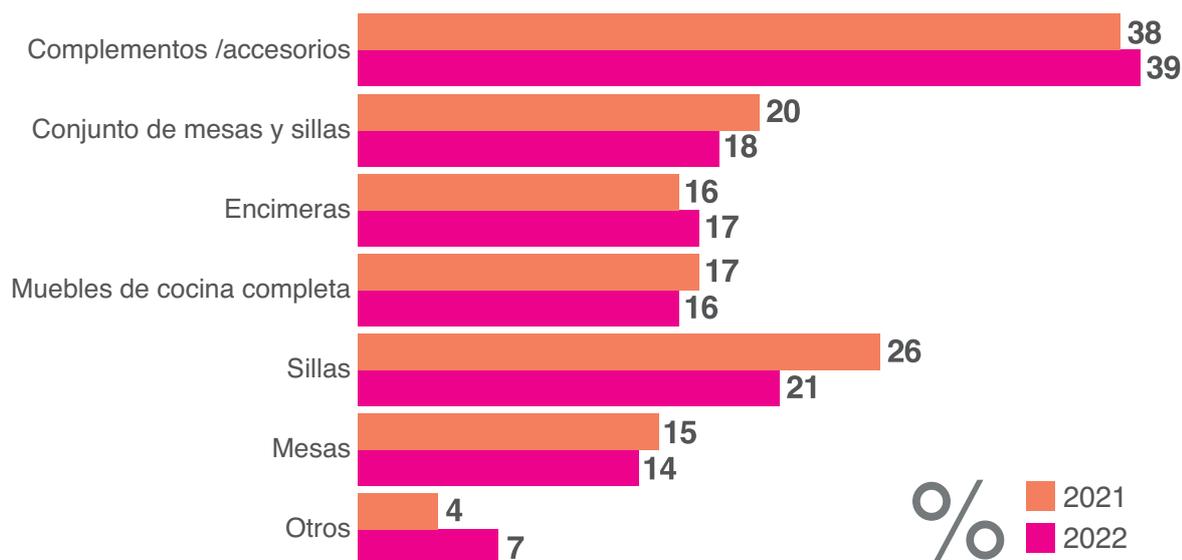
centaje que se mantiene estable respecto a lo manifestado el año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Has comentado que has comprado muebles de cocina en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo productos de los que aparecen a continuación has comprado durante los últimos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)



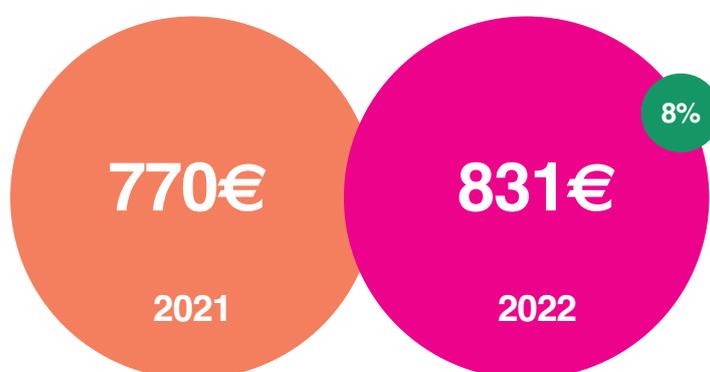
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En lo que respecta a las categorías de muebles de cocina adquiridas por los consumidores durante el último año, los complementos y accesorios vuelven a ser los más demandados con un 39% de menciones (1

punto por encima del porcentaje de 2021). Por detrás encontramos al conjunto de mesas y sillas con un 18% de menciones frente al 20% de 2021.

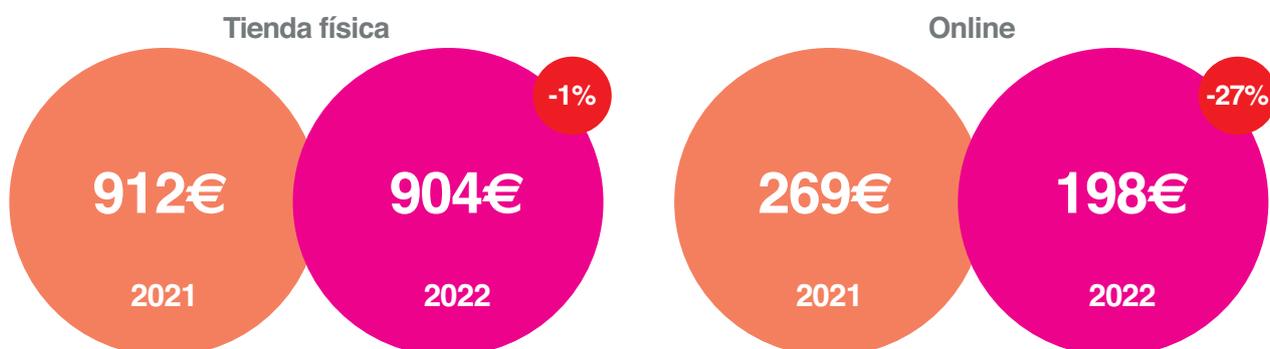
GASTO MEDIO REALIZADO

¿Cuánto te has gastado en los muebles de cocina que has adquirido en los últimos 12 meses? (abierta numérica)



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

Considerando ese gasto que has realizado de 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

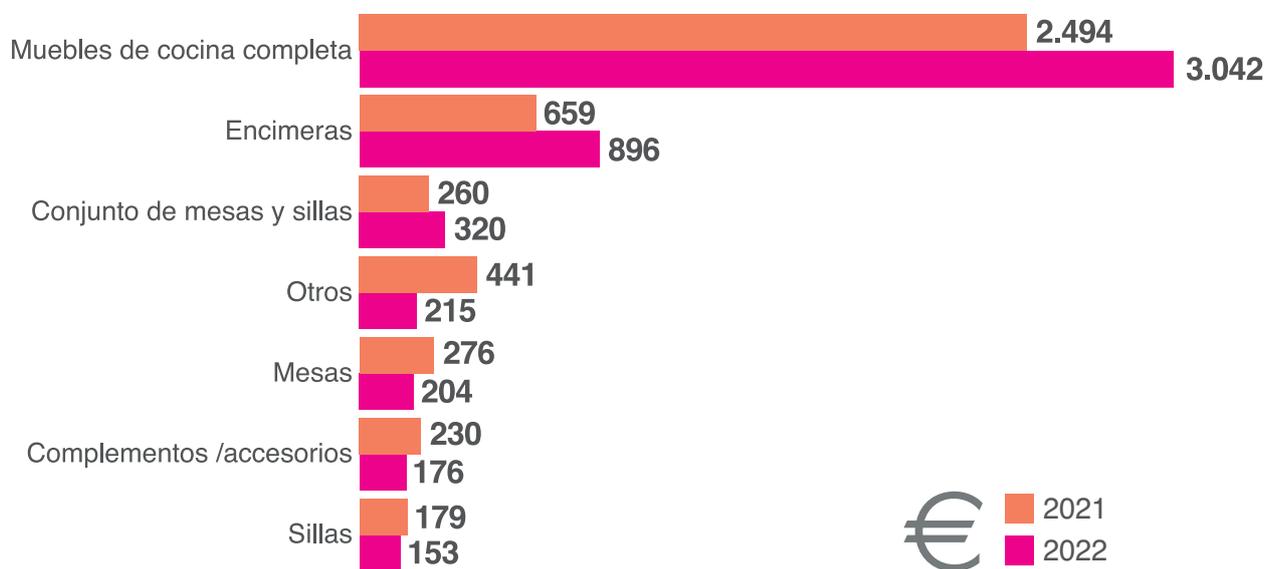
Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de mueble de cocina en los últimos 12 meses es de 831€, un 8% más respecto al gasto medio de 2021 en el que se gastaron 770€ de media.

Si segmentamos por edades, los consumidores mayores de 45 años son los que han realizado un mayor gasto en torno a los 1.000€, lo que supone un 26% por encima de la media.

Y ¿cuál es el importe específico que has gastado en los muebles de cocina adquiridos en los últimos 12 meses? (abierto numérico)



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

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en muebles de cocina completa (3.042€), encimeras (896€) y conjunto de mesas y sillas (320€). El gasto medio ha aumentado en estas tres categorías, siendo el más notable en muebles de cocina

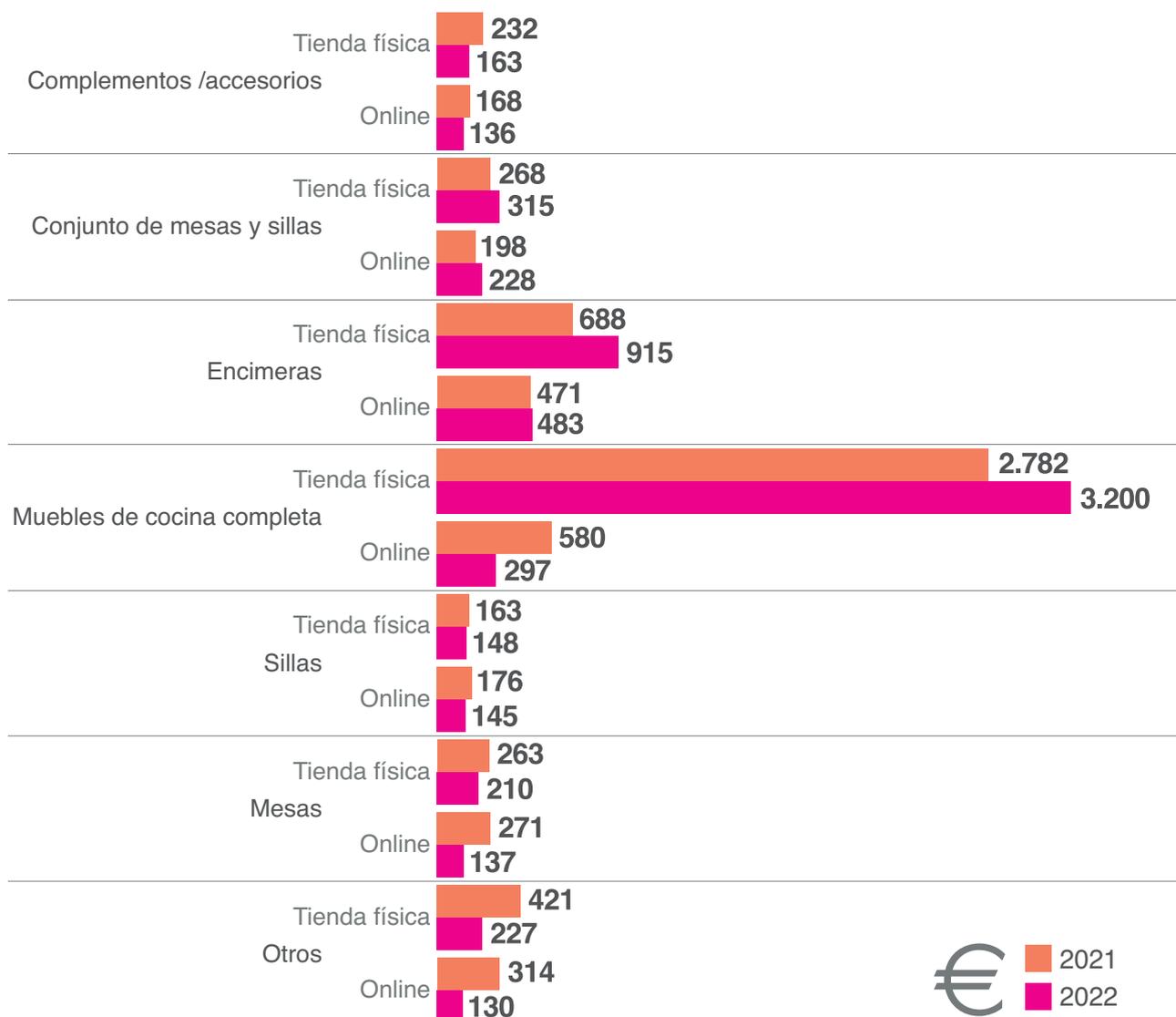
completa, que ha crecido un 22% respecto a 2021.

El resto de categorías presentan importes por debajo de los 400€ e inferiores a los destinados el año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina 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 (suma constante)



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

El gasto realizado en las tiendas físicas es mayor que el realizado en el canal online en todas las categorías analizadas.

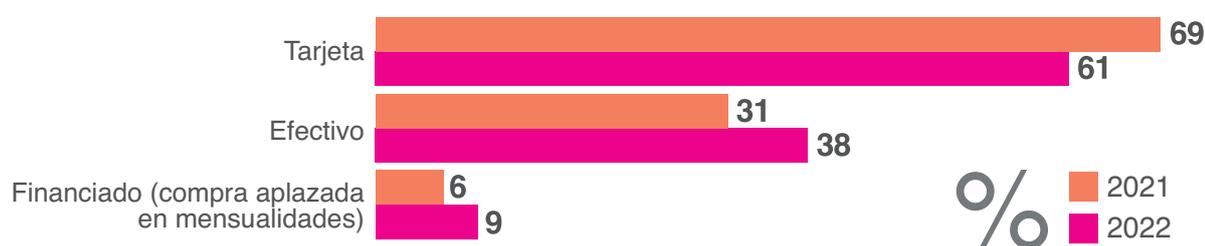
Con respecto a 2021, observamos un aumento del gasto realizado en tienda física en 3 de las seis categorías ana-

lizadas: Muebles de cocina completa, encimeras y conjuntos de mesas y sillas.

El gasto en el canal online, sólo crece en las compras de conjuntos de mesas y sillas y en encimeras.

Medio 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

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 8 puntos respecto a los datos de 2021.

El 38% de los consumidores que han comprado en este sector, han pagado sus compras en efectivo, mostrando un incremento de 7 puntos respecto al año anterior. En este sentido, hay que destacar que los jóvenes entre 18

y 24 años son los que más utilizan este medio de pago, con un 56% de menciones (18 puntos por encima de la media).

El pago mediante financiación crece 3 puntos respecto a 2021 con un 9% de menciones frente al 6% del año anterior. Los compradores con edades entre los 35 y 44 años, son los que más utilizan la financiación, con un 12% de menciones.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

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

(% Respuesta múltiple)



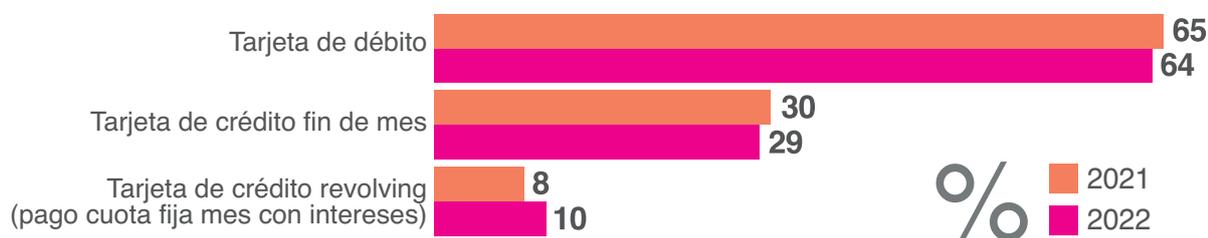
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector muebles de cocina, un 66% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró y un 38%

mediante financiación solicitada en una entidad financiera. Señalar que esta última muestra un aumento de 5 puntos porcentuales respecto a lo mencionado en 2021.

¿Qué tipo de tarjeta has usado?

(% Respuesta múltiple)



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

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 29% (destacando en este aspecto los mayores de 45 años con un 41% de menciones).

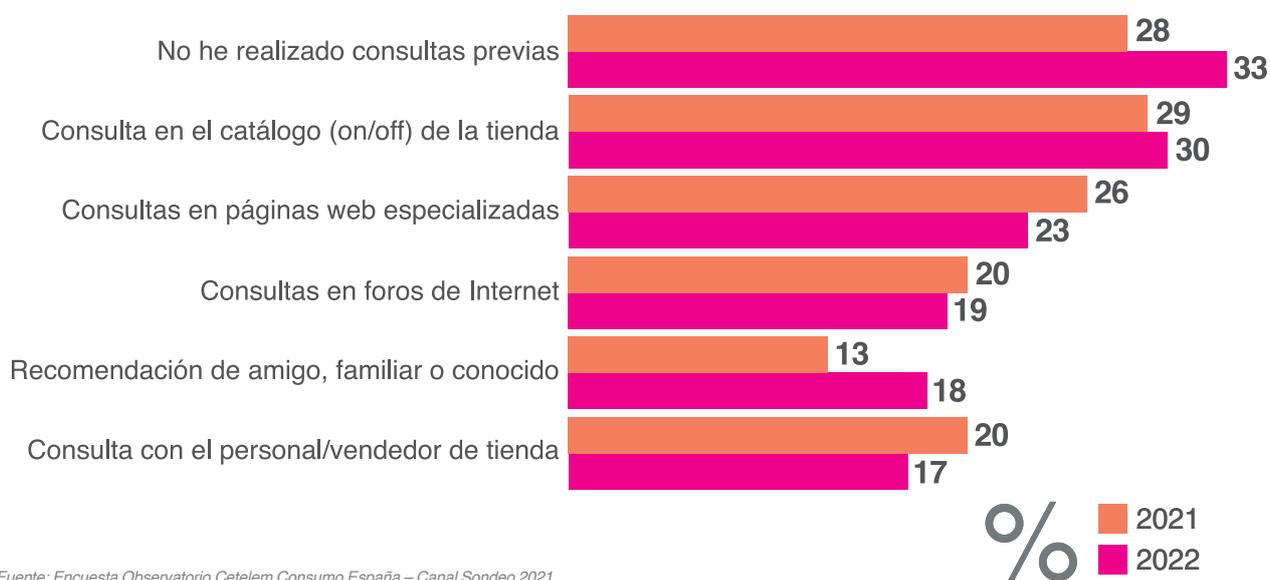
El pago mediante tarjeta de crédito revolving sigue mostrando porcentajes muy bajos con un 8% de menciones, aunque mostrando un ligero aumento de 2 puntos porcentuales respecto a 2021.

FUENTES DE INFORMACIÓN

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

Para la compra de productos del sector muebles de cocina, observamos cómo el 30% de los españoles encuestados consultan el catálogo de la tienda tanto online como offline (1 punto por encima de 2021).

Los más numerosos son aquellos que declaran no realizar consultas previas con un 33% de menciones y un crecimiento de 5 puntos porcentuales respecto a 2021. El top 3 lo cierran aquellos que consultan las webs especializadas con un 23% de menciones (26% en 2021).

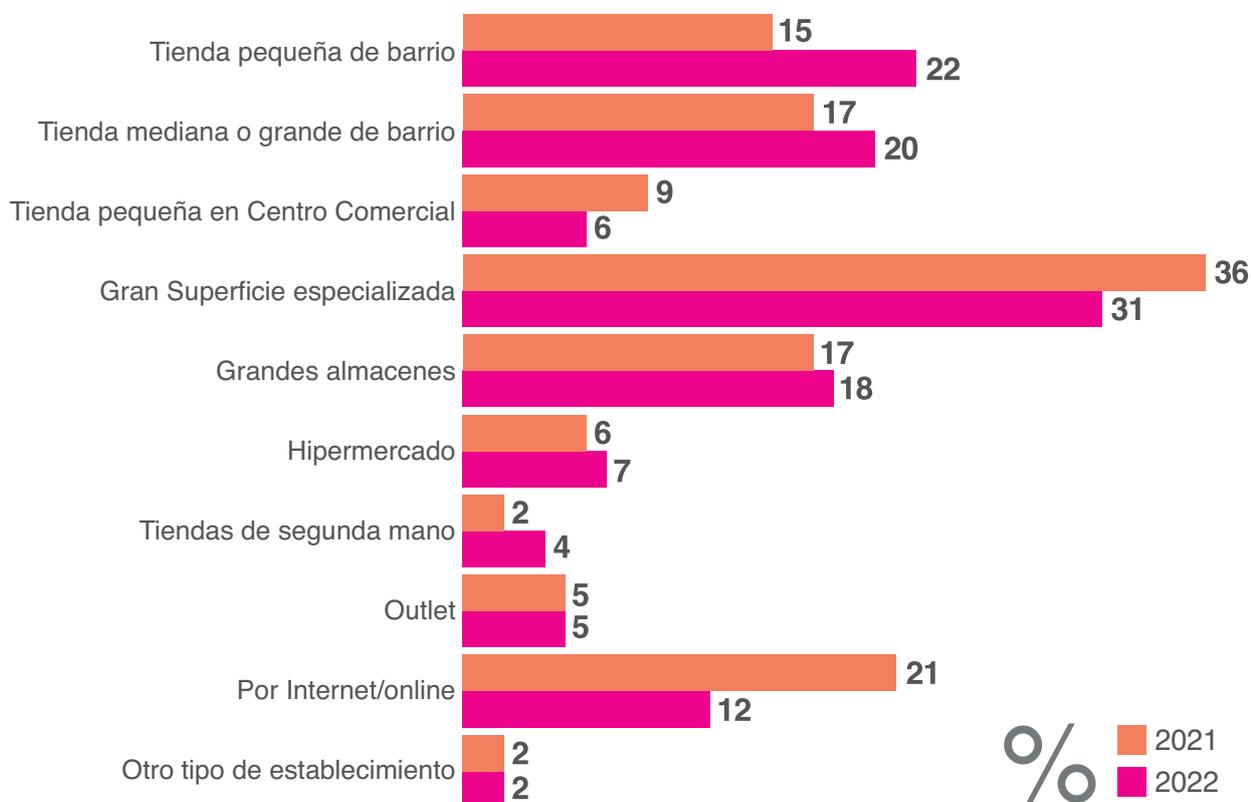
Por edades, lo más significativo es que los consumidores entre los 25 y 34 años destacan notablemente por encima de la media en la consulta de foros de internet con un 31% de menciones frente al 19% de la media. Y por otro lado, aquellos consumidores mayores de 45 años que se decantan por la consulta al personal de la tienda, con un 23% de menciones frente al 17% de la media.

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos del sector muebles de cocina que has comprado en los últimos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)

Tipo tienda GLOBAL



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

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

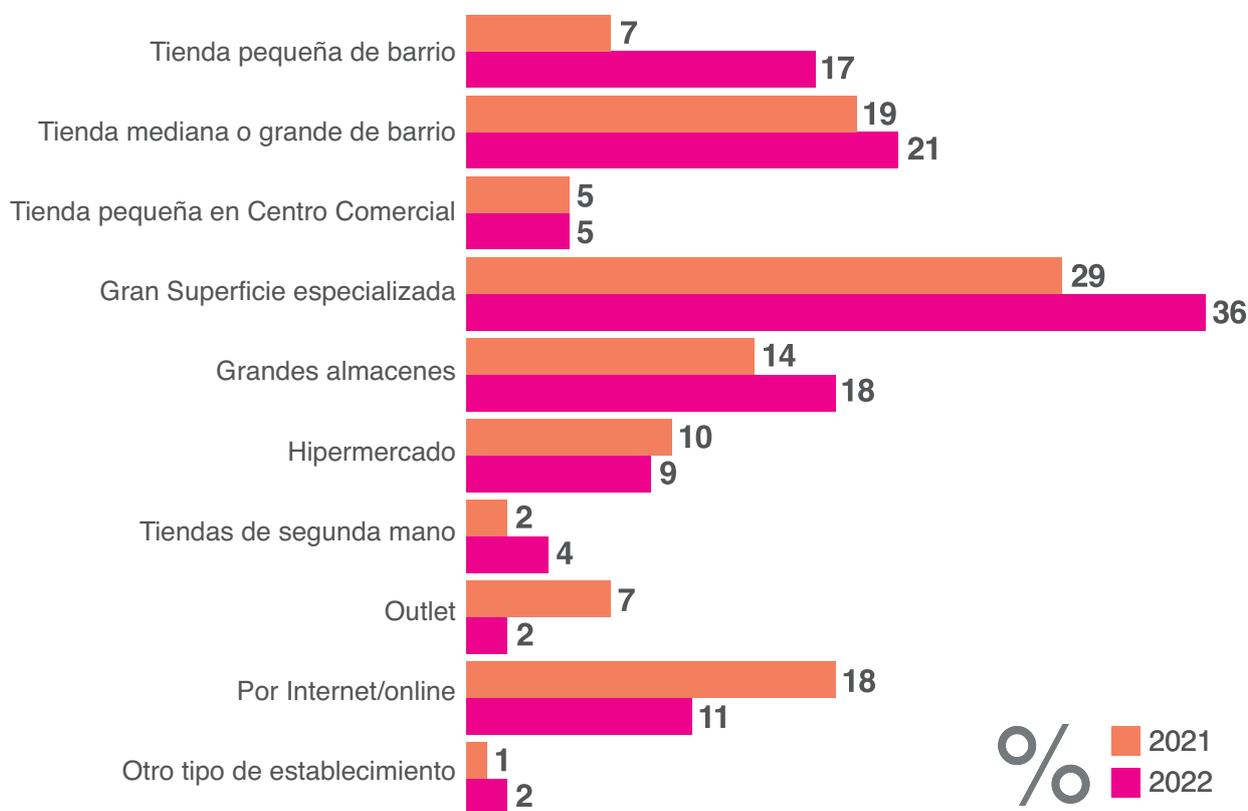
En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de muebles de cocina en general, las grandes superficies especializadas continúan siendo las preferidas para realizar este tipo de compras, aunque muestran un descenso respecto a 2021 (31% vs 36% en 2021).

Las tiendas de barrio recuperan su importancia y se posicionan entre las opciones preferidas por los consumido-

res. El 22% declara realizar sus compras en las tiendas pequeñas de barrio frente al 15% que lo declaraba el año anterior, y el 20% opta por las tiendas medianas y grandes (17% en 2021).

Es importante señalar la caída del canal online en este tipo de compras que pasa de un 21% de menciones en 2021 a un 12% en 2022.

Complementos y accesorios



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

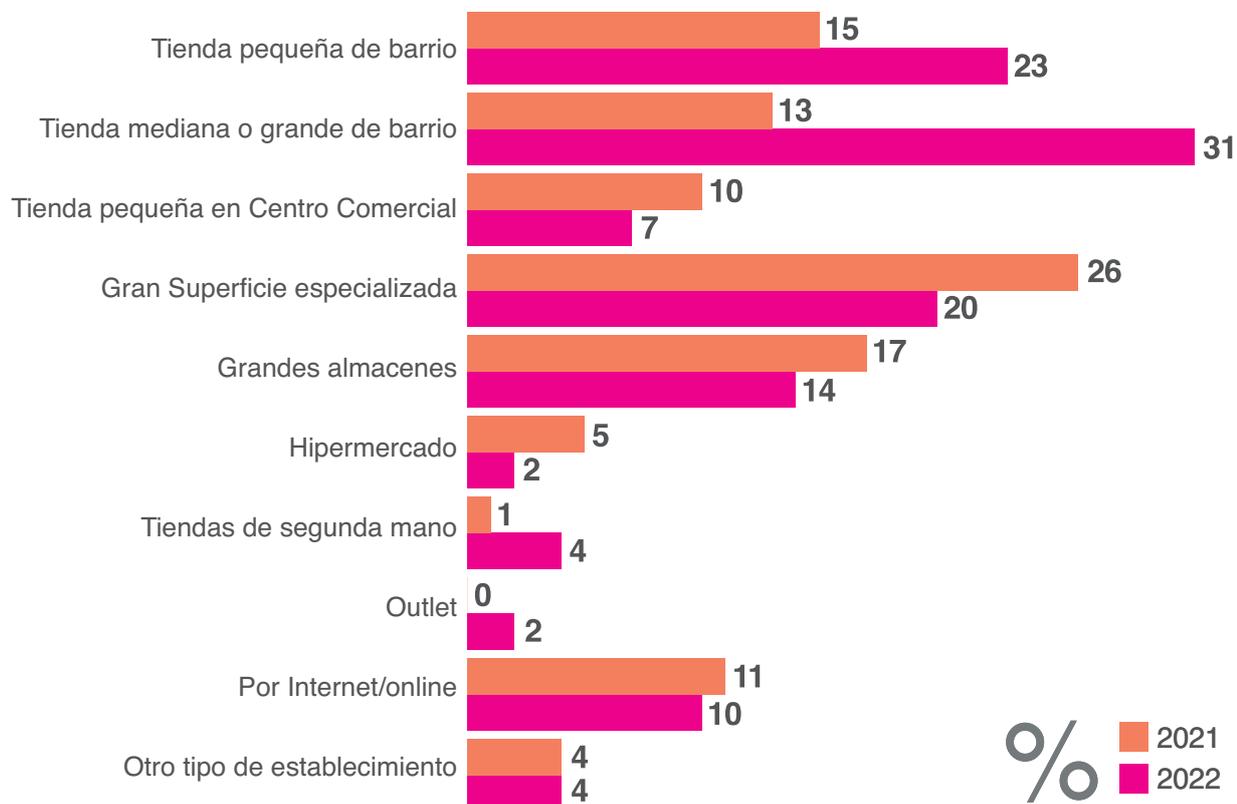
Para los conjuntos de mesas y sillas, en primer lugar, están las grandes superficies especializadas con un 36% de menciones y un fuerte crecimiento de 7 puntos porcentuales respecto al año anterior. Le siguen las tiendas medianas o grandes de barrio con un 21% (19% en 2021) y los grandes almacenes con un 18%, 4 puntos más que en 2021.

Es importante destacar el fuerte crecimiento de las compras realizadas en las tiendas pequeñas de barrio con un 17% de menciones frente al 10% del año anterior, así como el fuerte descenso de las compras online con un 11% vs 18% en 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Encimeras



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

En el caso de las encimeras, se produce un gran cambio en cuanto al canal de compra. La primera posición es para las tiendas medianas o grandes de barrio con un 31% de menciones y un aumento de 18 puntos porcentuales respecto a 2021. Le sigue la tienda pequeña

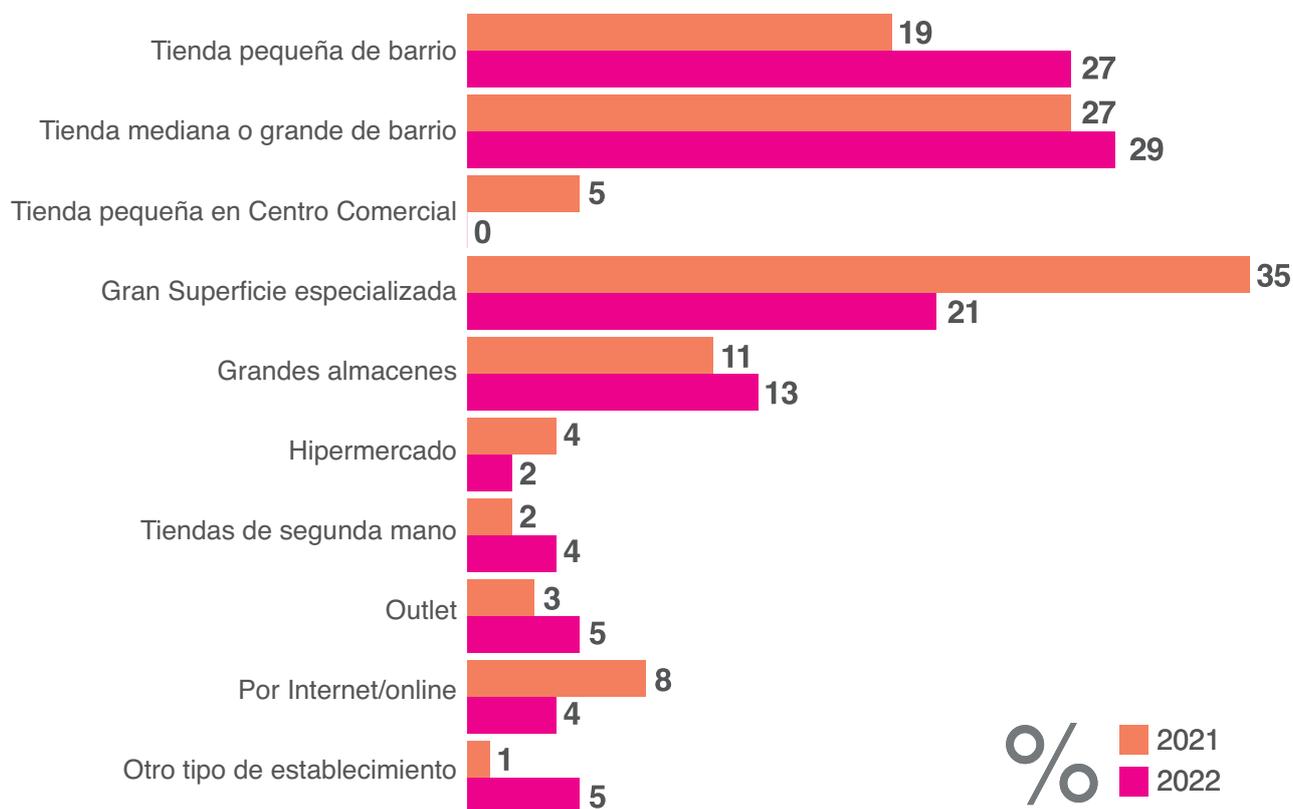
de barrio con un 23%, 8 puntos por encima del año anterior.

El resto de canales descienden notablemente respecto a los datos obtenidos en el estudio de 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Muebles de cocina completa



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

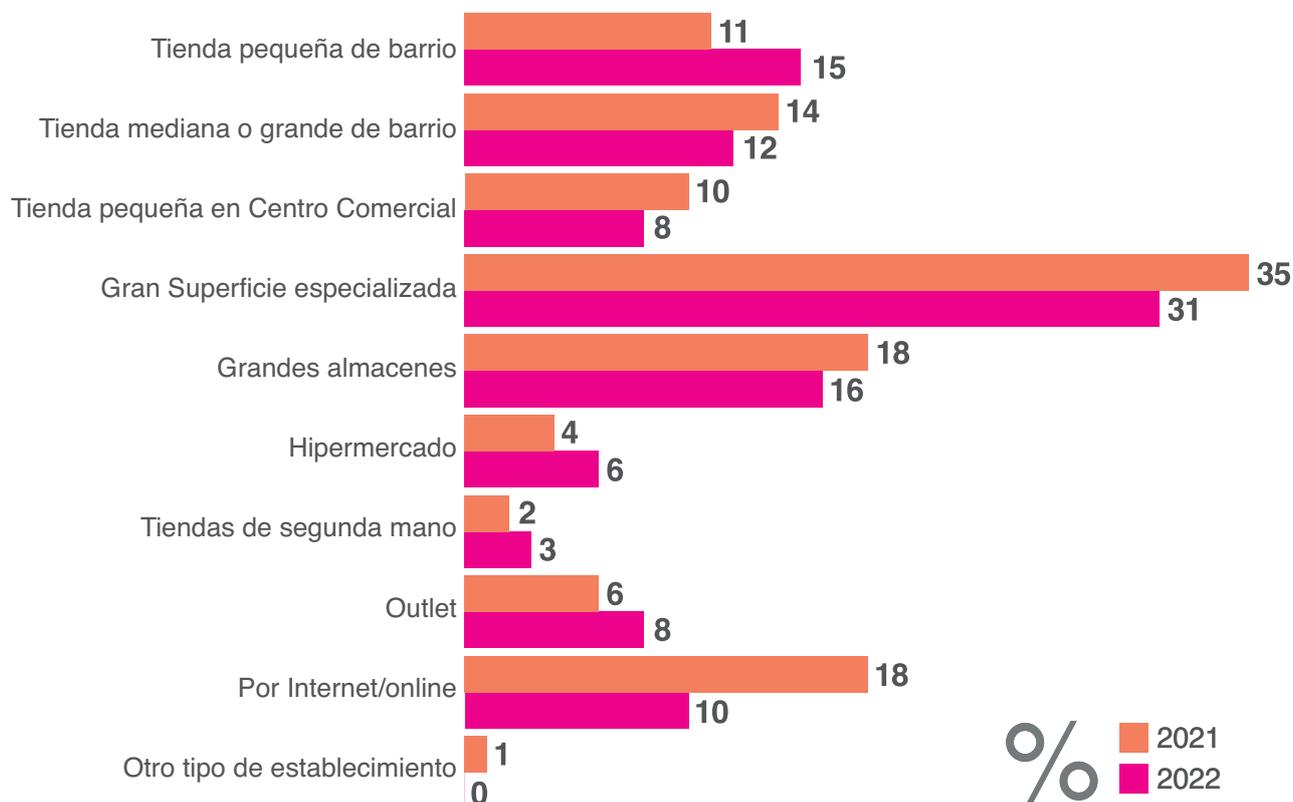
Los canales de compra elegidos para la compra de muebles de cocina completa son, en primer lugar, las tiendas medianas o grandes de barrio con un 29% de menciones y un aumento de 2 puntos. Le siguen las compras realizadas en las tiendas pequeñas de barrio

con un 27% de menciones y un fuerte aumento de 8 puntos porcentuales respecto a 2021. El tercer lugar lo ocupan las grandes superficies especializadas con un 21% de menciones, pero mostrando un gran descenso de 14 puntos respecto al año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Sillas



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

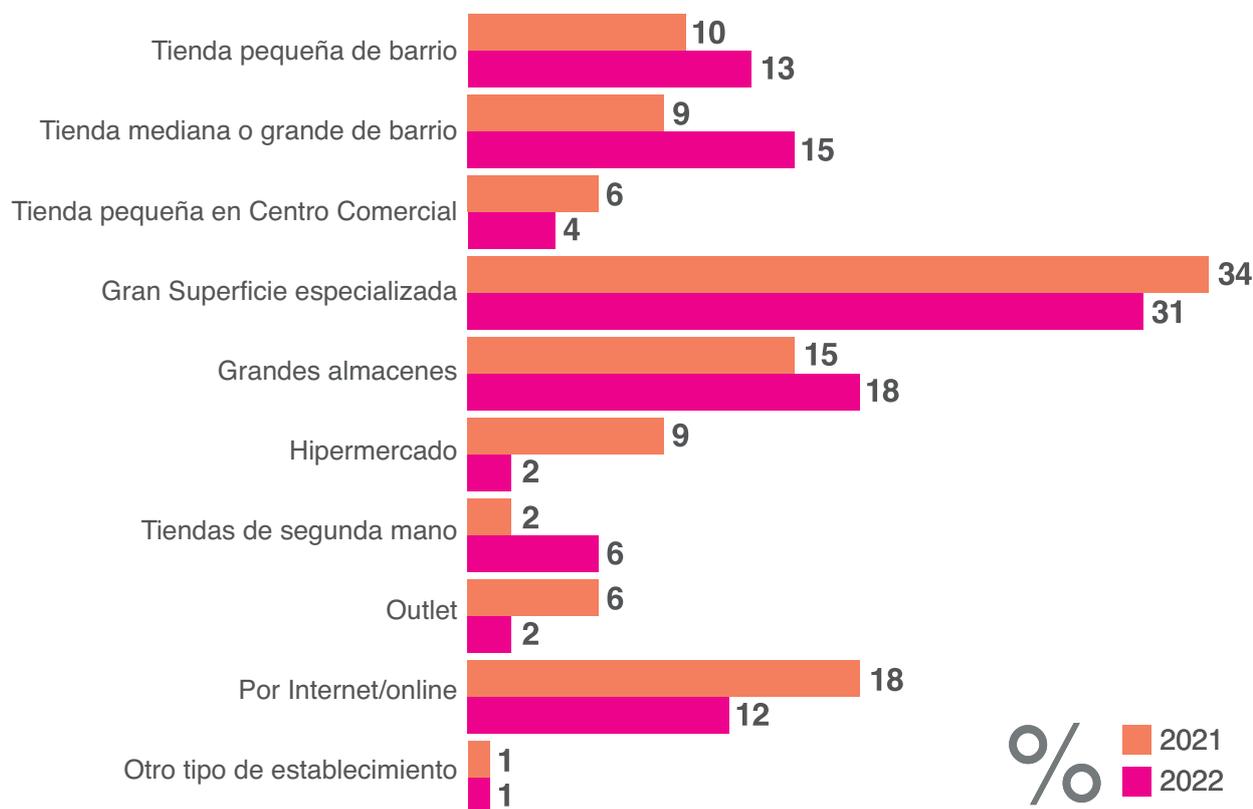
Para las sillas, en primer lugar, encontramos las grandes superficies especializadas (31% vs 35% en 2021), seguida por los grandes almacenes (16% vs 18% en 2021) y por las tiendas pequeñas de barrio con un 15% y un aumento de 4 puntos respecto a 2021.

El canal online desciende notablemente respecto al año anterior, con un 10% de menciones frente al 18% del 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Mesas



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

Para las mesas, en primer lugar, encontramos a las grandes superficies especializadas (31% vs 34% en 2021), seguido de los grandes almacenes con un 18% frente al 15% del año anterior, y por las tiendas medianas o grandes de barrio con un 15% de menciones, y un fuerte

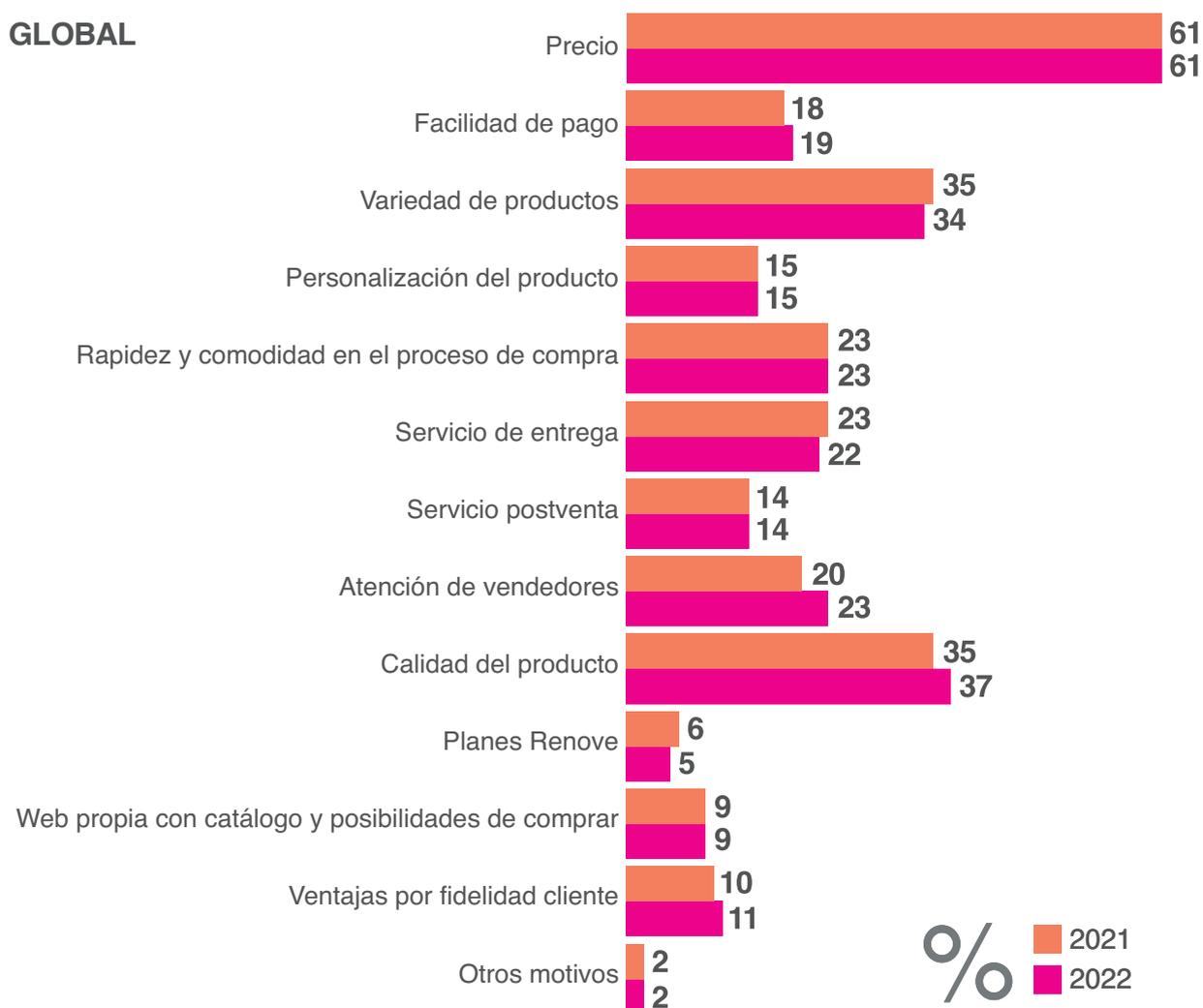
aumento de 6 puntos porcentuales respecto a 2021.

El canal online desciende en 6 puntos respecto a las declaraciones del año anterior.

MOTIVO ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO

¿Cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido estos establecimientos para realizar la compra de cualquier producto de este sector? (% Respuesta múltiple - máximo 3)

GLOBAL



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

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Los motivos que llevan a los consumidores a decidirse por comprar en un establecimiento u otro, son en general: el precio, la calidad del producto y la variedad de los

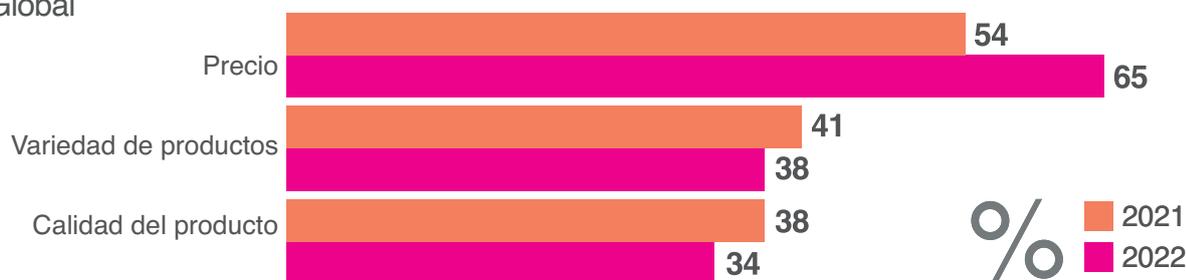
mismos, manteniéndose más o menos estables respecto a las declaraciones del año anterior.

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

(% Respuesta múltiple - máximo 3)

Complementos /accesorios (interiores de cajón, tiradores, iluminación, muebles/ accesorios, etc.)

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidimos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar complementos y accesorios, en general para los

españoles el precio es el más importante, seguido por la variedad de productos que se ofrece y la calidad de estos.

Respecto al análisis por tipo de tienda:

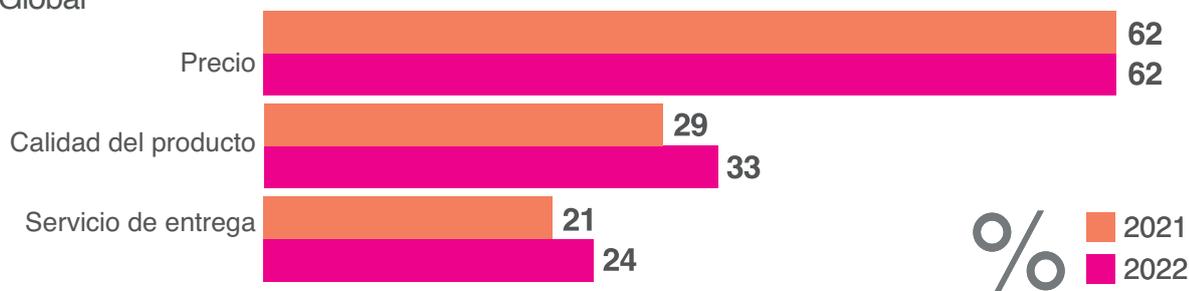
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	precio	atención de los vendedores
Tienda mediana o grande de barrio	calidad del producto	precio	atención de los vendedores
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
Grandes Almacenes	precio	variedad de productos	calidad del producto
Internet	precio	variedad de productos	servicio de entrega

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Conjunto de mesas y sillas

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidimos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar conjuntos de mesas y sillas, en general para los

españoles el precio es nuevamente el más importante, seguido por la calidad de productos y el servicio de entrega.

Respecto al análisis por tipo de tienda:

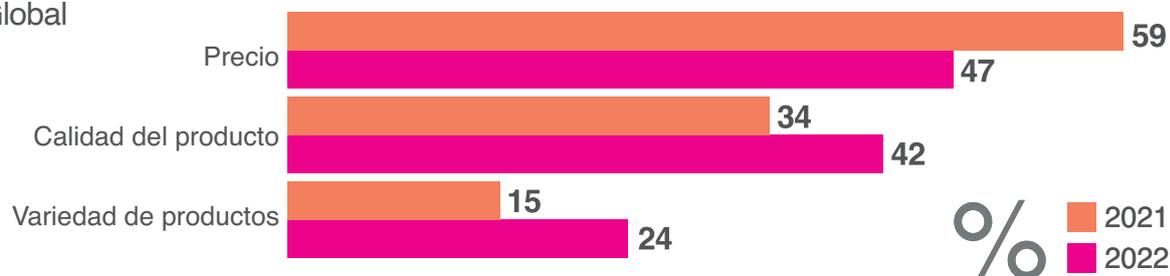
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Gran superficie especializada	precio	calidad del producto	variedad de productos
Grandes Almacenes	precio	calidad del producto	planes Renove
internet	precio	calidad del producto	servicio de entrega

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Encimeras

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidimos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar encimeras, en general para los españoles el precio

es el más importante. Le sigue la calidad del producto y la variedad de los mismos, que en ambos casos muestran un crecimiento respecto a 2021.

Respecto al análisis por tipo de tienda:

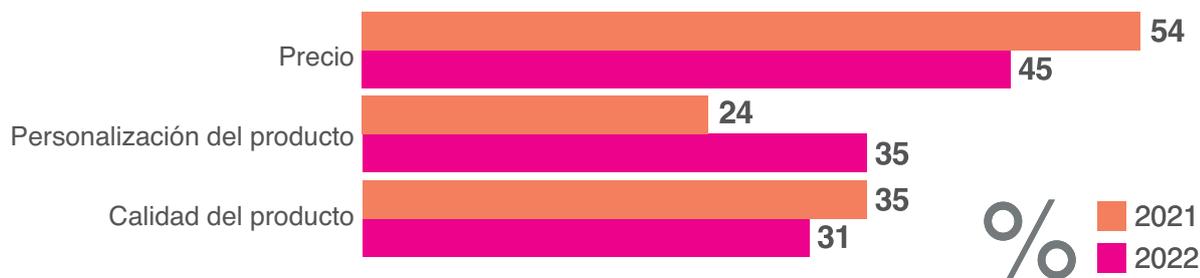
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Gran superficie especializada	calidad del producto	precio	servicio postventa
Grandes Almacenes	precio	atención de vendedores	personalización de productos
internet	precio	calidad del producto	variedad de productos

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Muebles de cocina completa

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidimos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar muebles de cocina completa, en general para los

españoles el precio es el más importante, seguido por la personalización del producto que crece notablemente respecto al año anterior, y por la calidad del mismo.

Respecto al análisis por tipo de tienda:

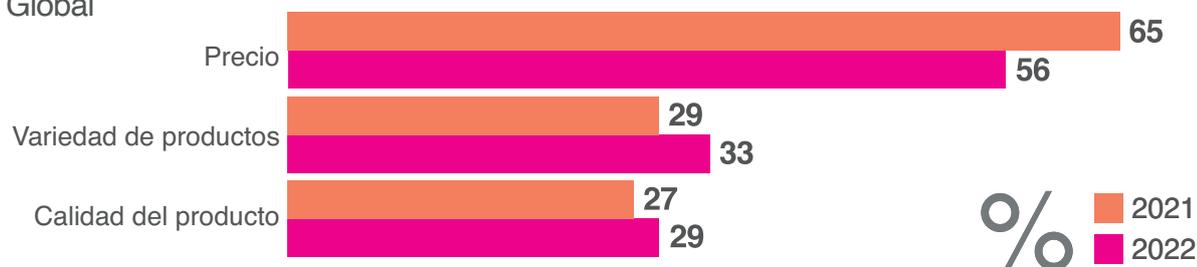
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	personalización de productos	calidad del producto
Tienda mediana o grande de barrio	precio	calidad del producto	atención de los vendedores
Gran superficie especializada	precio	servicio de entrega	personalización de productos

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Sillas

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidimos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar sillas, en general para los españoles el precio es el

más importante, seguido por la variedad de productos que se ofrece y por la calidad.

Respecto al análisis por tipo de tienda:

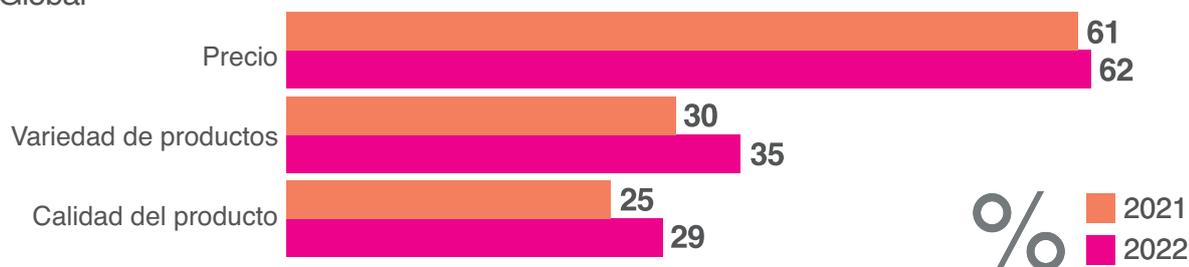
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	precio	calidad del producto	atención de los vendedores
Tienda mediana o grande de barrio	atención de los vendedores	rapidez y comodidad en el proceso de compra	precio
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
Grandes Almacenes	precio	calidad del producto	ventajas por fidelidad cliente

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

Mesas

Global



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar en un establecimiento u otro a la hora de comprar mesas, en general para los españoles el precio es

el más importante, seguido de la variedad y la calidad de los mismos. En los 3 casos, con crecimientos respecto al año anterior.

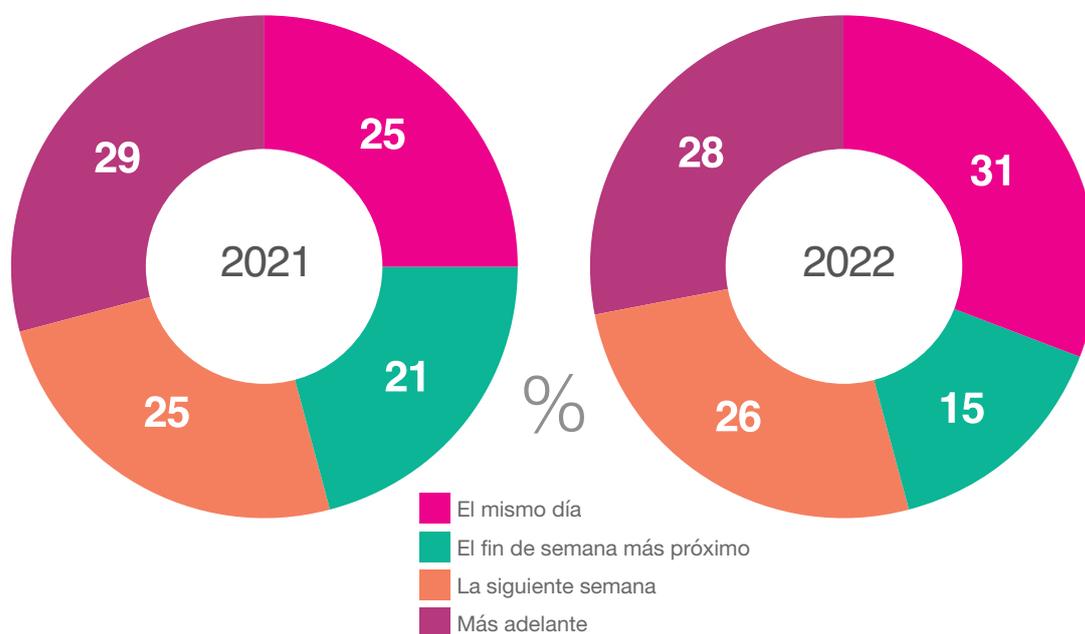
Respecto al análisis por tipo de tienda:

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
Grandes Almacenes	precio	variedad de productos	calidad del producto
internet	precio	variedad de productos	servicio de entrega

OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Lapso de tiempo necesidad – compra

¿Cuánto tiempo has tardado en realizar la compra desde el momento en que apareció la necesidad de comprar muebles de cocina/complementos?
(% Respuesta única)



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

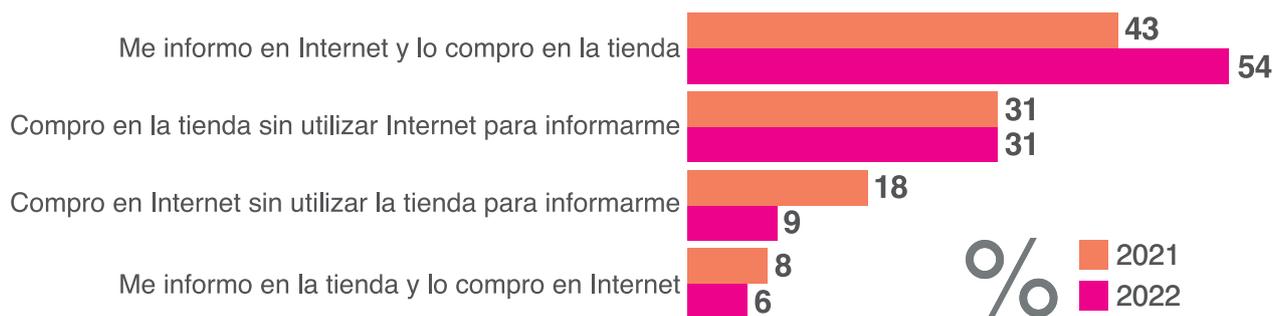
La mayor parte de los consumidores (31%) se deciden a comprar el producto del sector muebles de cocina en el mismo día de aparecer la necesidad (6 puntos por encima del 2021).

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

¿Con cuál de las siguientes frases te sientes identificado/a al realizar la compra de este tipo de producto?

(% Respuesta única)



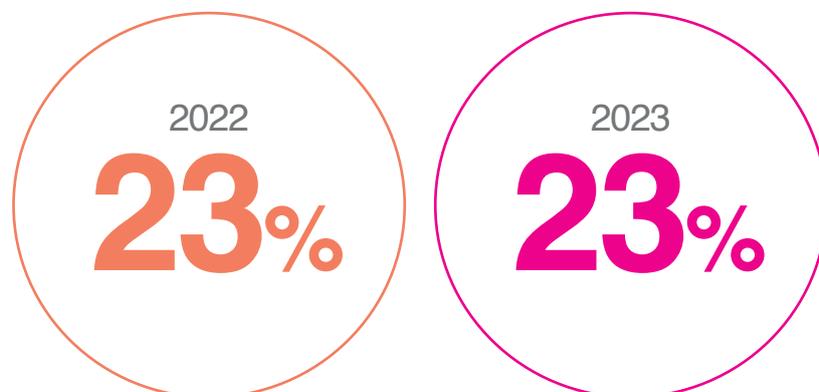
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Los consumidores que se informan en internet antes de comprar en tienda física continúan siendo mayoría con un 54% de menciones frente al 43% del 2021. Observa-

mos un importante descenso de aquellos que compran online sin utilizar la tienda física para informarse (9% vs 18% en 2021)



INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES



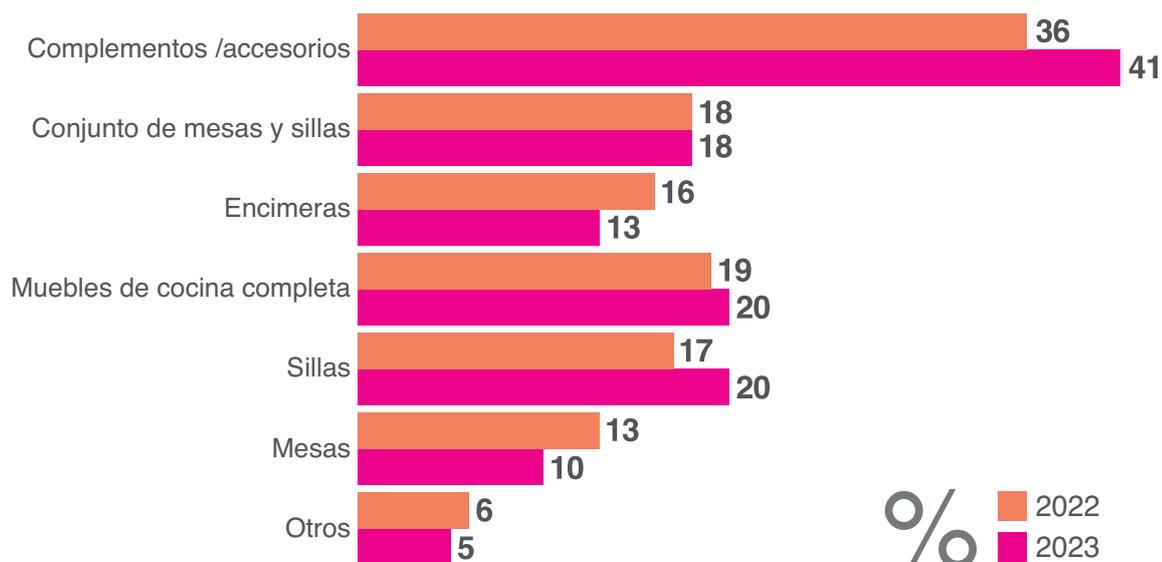
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 23% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector muebles de cocina en los próximos 12 meses, manteniéndose estable respecto a lo mencionado el año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

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



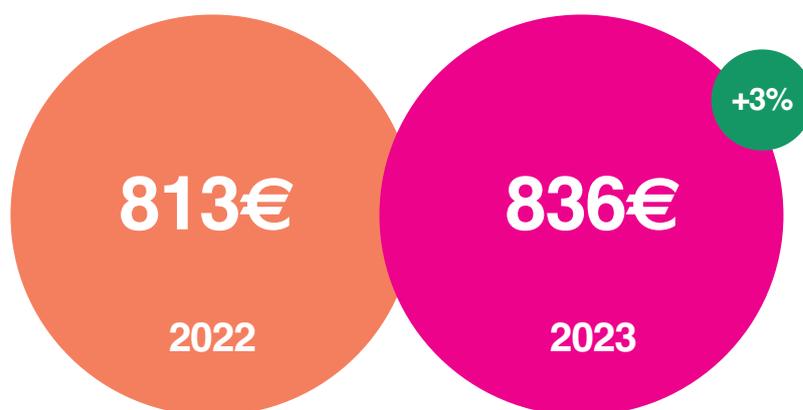
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En primer lugar, los más pretendidos vuelven a ser los complementos con un 41% de menciones y un aumento de 5 puntos. Les siguen los muebles de cocina com-

pleta y las sillas con un 20% de menciones, ambos con ligeros crecimientos respecto a 2021.

Intención gasto medio en los próximos 12 meses

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



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

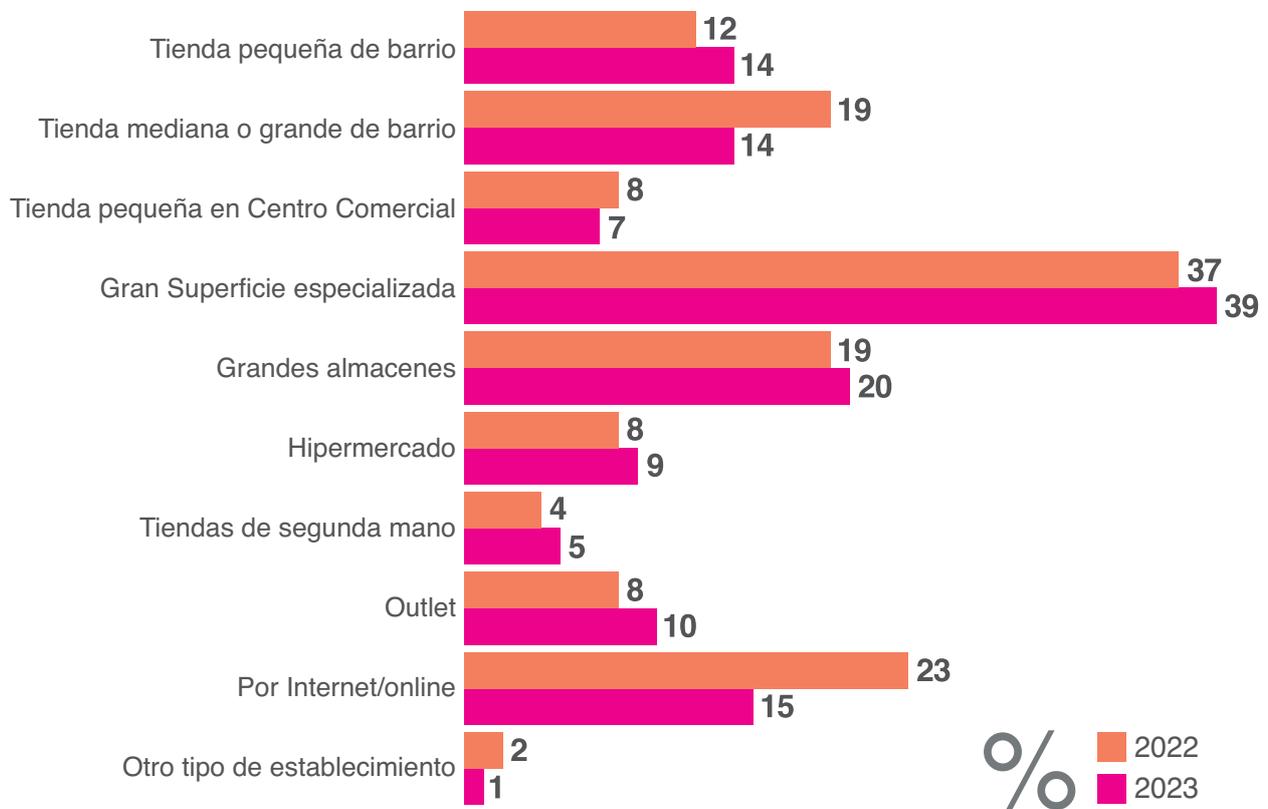
Los consumidores encuestados pretenden realizar un gasto de unos 836€ de media en sus compras en este

sector en los próximos 12 meses, lo que supone un 3% más que lo declarado hace 12 meses.

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 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 39% de los consumidores encuestados pretende realizar sus compras en este sector en grandes superficies especializadas, seguidos de un 20% que comprará en grandes almacenes.

Las compras online descienden 8 puntos respecto a las intenciones manifestadas el año anterior.



FICHA TÉCNICA

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 $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza

Consumo España 2022

El consumidor del sector muebles de cocina en España

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 $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza



OBSERVATORIO
Cetelem

