

CONSUMO ²⁰²² ESPAÑA

EL CONSUMIDOR
DEL SECTOR ELECTRO
EN ESPAÑA

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

25 AÑOS

OBSERVATORIO
Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



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
La voz de los partners	05
Entrevista a Alberto Sánchez, CEO Sánchez Giner	06
Entrevista a Zebenzuy Rancel, CEO Ultima Informática	08
Entrevista a Josep Domingo, Director General Auna	10
Los puntos clave. Infografía	12
Productos comprados	14
Gasto medio realizado	17
Medios de pago y financiación	19
Fuentes de información	20
Canal de compra	26
Motivos elección canal de compra	32
Otros aspectos de interés	34
Intención de compra	36
Gasto medio previsto	37
Canal de compra previsto	38
Ficha técnica	



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

LA VOZ
DE LOS
PARTNERS



ENTREVISTA

ALBERTO SANCHEZ

CEO Sanchez Giner

Para empezar, nos gustaría conocer los orígenes y evolución de Sanchez Giner ¿Qué nos puedes contar al respecto?

La empresa nació a principios de los años 60 de la mano de mi abuelo, D. Alberto Sánchez Giner. De una pequeña tienda de electricidad, con mucho esfuerzo y trabajo, la empresa fue incorporando nuevas líneas de producto hasta convertirse en lo que es en la actualidad, un centro de venta dedicado al equipamiento total del hogar.

Poco a poco, no solo llegamos a atender las necesidades de clientes en Granada, sino que ampliamos nuestras ubicaciones a otras provincias como Almería y Málaga. Además, desde hace ya casi 15 años con nuestra plataforma ecommerce, ofrecemos nuestros productos y servicios al mercado nacional e internacional.

El contexto económico actual tras la pandemia, y actualmente con la alta inflación es complicado, y afecta directamente al consumo de los hogares españoles. ¿Cuál sería tu valoración general al respecto?

Efectivamente, nos encontramos en un escenario desfavorable para el consumo lo que se ve reflejado en las cifras de ventas.

Esperamos que los acontecimientos que nos han llevado a esta situación se puedan resolver en el corto plazo y que podamos volver a unas cifras de inflación más contenidas.

En estos momentos, lo que podemos hacer como empresa es facilitar las compras a nuestros clientes, siendo las ofertas financieras imprescindibles para animar el consumo.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Centrándonos en el sector del mueble y electrodoméstico, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas en nuestro Observatorio Cetelem Consumo España, el porcentaje de compradores en ambos sectores desciende ligeramente respecto al año anterior, pero el gasto medio declarado aumenta. ¿cuál es en vuestra opinión la situación actual del mercado?

En mi opinión, se están dando datos confusos. La subida de las materias primas, la logística, la energía, etc... ha repercutido directamente en el precio final que paga el cliente por los productos. Esto hace que el gasto medio sea superior pero ciertamente obligado por estos factores no porque el cliente busque un mix de venta superior.

Recientemente habéis comenzado con la comercialización de placas solares en vuestros centros ¿Qué te gustaría destacar sobre este tema?

Creo que hay dos factores muy claros que nos han llevado a tomar esta decisión. Por una parte, constantemente tratamos de ofrecer nuevos servicios a nuestros clientes y, por otra, entendemos que nos tenemos que unir al mundo ecológico y de la sostenibilidad poniendo así nuestra aportación al entorno.

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

Como ya hemos comentado anteriormente, la financiación en el consumo es un elemento clave. No solo facilitamos al cliente su compra si no que ayudamos a que compre lo que realmente quiere, no solo lo que puede.

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

Hay mucha incertidumbre por la situación internacional y la crisis energética. Esto nos lleva a ser muy prudentes en nuestras decisiones de inversión.

Está claro que las empresas debemos digitalizarnos, apoyarnos cada vez más en las tecnologías para mejorar nuestra gestión.

Vemos una evolución de la tienda física hacia espacios que transmitan al comprador una experiencia única y vemos un ecommerce cada vez más potente y desarrollado.



ENTREVISTA

ZEBENZUY RANCEL

CEO Última Informática

Para empezar, nos gustaría conocer los orígenes y evolución de Última Informática ¿Qué nos puedes contar al respecto?

Última Informática como otros muchos proyectos, nace con unos recursos muy limitados: un emprendedor, sin apenas estructura más allá que la de un garaje en un domicilio particular como taller de montaje de equipos... pero con un valor diferenciador como son la pasión y dedicación desde el segundo uno.

El objetivo inicial, fue el poder tener la oportunidad de cubrir las necesidades tecnológicas en los centros educativos públicos de Canarias. De esos comienzos personalmente me llevo los mejores recuerdos.

A partir de esa base de clientes y pasado un año, se abre la primera de las tiendas, un pequeño local de 45 metros ubicado en el actual Centro Comercial Nívaria, con una plantilla de cuatro personas con una visión apasionada de su trabajo. El objetivo era el de llevar la marca al público más generalista ofreciendo el mismo servicio y dedicación que nos permitió crecer el primer año con nuestro principal cliente hasta entonces.

A partir de ahí y gracias a la magnífica visión de todo el equipo, se comenzó a sembrar la semilla de lo que somos hoy, una empresa formada por un equipo de más de 50 personas con un denominador común, la pasión por nuestro trabajo y el haber podido convertir nuestro hobby en nuestra forma de vida, manteniendo todos y cada uno de los valores que desde el primer día nos han traído hasta aquí.

El contexto económico actual tras la pandemia, y actualmente con la alta inflación es complicado, y afecta directamente al consumo de los hogares españoles. ¿Cuál sería tu valoración general al respecto?

Sin lugar a dudas la actual situación, pero sobretudo la incertidumbre que genera un futuro desconocido afectan a la vida diaria y por tanto al consumo de todas las personas. Es por eso, que trabajamos siempre en facilitar en la medida de lo posible el acceso a la tecnología, vivimos en una sociedad tecnológica donde ya no hablamos de artículos que puedan ser un "capricho" o un "lujo", estamos hablando de que la tecnología hoy en día es un bien de primera necesidad. Hoy no se concibe un mundo sin estar conectado y es por eso que todos debemos hacer fuerza para que la tecnología sea accesible para todos.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Centrándonos en el sector de la informática, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas en nuestro Observatorio Cetelem Consumo España, el porcentaje de compradores ha crecido notablemente respecto al año anterior, sin embargo, el gasto medio declarado desciende ligeramente. ¿cuál es en vuestra opinión la situación actual del mercado?

Creo que todo va un poco relacionado con lo anterior. La informática y la tecnología en general, son un bien de primera necesidad, nadie puede quedarse atrás por lo que se entiende que el número de compradores crezca siempre. Otra cosa diferentes es, que debido a la situación actual o futura, un comprador sea algo más comedido a la hora de invertir en un equipo, una tablet o un portátil, y se decantará por aquel que cubra la necesidad sin generar un gasto innecesario.

¿Te gustaría destacar algo acerca de las novedades o aspectos importantes dentro de vuestra empresa?

Sin lugar a dudas, el EQUIPO que forman todas y cada una de las personas que día tras día suman para ofrecer lo mejor de cada uno, convirtiendo a Ultima Informática en una realidad, nacida de una idea conceptual donde pensábamos que todo se podía hacer mucho mejor.

En un mundo globalizado como en el que vivimos, la diferencia la marcan los pequeños detalles, y sin lugar a dudas esa es nuestra gran arma competitiva. Personalmente, es un motivo de orgullo poder ver como desde el que está desde el principio, como el que se suma hoy al proyecto su objetivo es sumar y crecer buscando siempre lo mejor para el equipo y para todas aquellas personas que acuden a Ultima Informática depositando

su confianza en nosotros, con la certeza de que van a encontrar siempre a una persona que buscará justo lo que necesita, primando el rendimiento frente al gasto sin motivo.

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

Hoy en día es fundamental. Como comentaba, debemos de hacer todo lo posible por facilitar a cualquier persona el acceso a la tecnología, y una buena manera es la posibilidad de poder financiar y pagar cómodamente tu equipo, portátil... En Ultima Informática nos tomamos muy en serio el poder llegar a cualquier tipo de cliente, y una buena manera de demostrarlo es el poder ofrecer una financiación sin intereses en todas las compras.

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

Afortunadamente, vivimos en un sector que fruto de la necesidad de todos y cada uno, hace que en cierta medida se viva en una burbuja donde parece que las grandes crisis o periodos algo más comprometidos no tengan un impacto tan negativo como en otros sectores.

Razón de más para seguir trabajando en formulas que nos permitan diferenciarnos del resto de competidores. Para todos los que trabajamos en Ultima Informática el futuro es ahora, 2 años es una perspectiva demasiado lejana pero sin lugar a dudas manteniendo nuestros valores y buscando siempre el poder mejorar personalmente espero un futuro prometedor lleno de trabajo y dedicación, está en nuestras manos.



ENTREVISTA

JOSEP DOMINGO

Director General Auna

Para empezar, nos gustaría conocer los orígenes y evolución de Auna ¿Qué nos puedes contar al respecto?

Aúna Central de Compras y Servicios, S.L. (que opera bajo la marca "Aúna Distribución") es el resultado de la fusión de dos compañías: Electroclub, S.L. fundada en 1976 y Almacenistas Agrupados, S.L. fundada en 1991. Ambas compañías operaban como centrales de compras y servicios. La primera en el sector de material eléctrico y la segunda en los sectores de fontanería, calefacción y aire acondicionado.

Aúna inició su andadura comercial en enero de 2019 y jurídicamente fue eficaz a partir del 2 de diciembre de ese año.

Actualmente cuenta con 93 empresas asociadas (cada una es titular de una participación social) que, sumadas a las empresas vinculadas a estas, suman 150 compañías y 450 puntos de venta.

Aúna está presente en España, Portugal y en el Principado de Andorra. Así mismo estamos asociados al grupo internacional Imelco, presente en más de 15 países.

En el año 2021 la facturación agregada del grupo fue de 1.510 M de € lo que nos confiere en torno al 20% de cuota en los mercados que operamos.

En este ejercicio 2022, nuestra previsión es cerrar en torno a los 1.800 M de €.

El contexto económico actual tras la pandemia, y actualmente con la alta inflación es complicado, y afecta directamente al consumo de los hogares españoles. ¿Cuál sería tu valoración general al respecto?

En general los indicadores no invitan al optimismo, ya que, por ejemplo, los datos de evolución del empleo en el sector de la construcción en septiembre recuperan vigor tras la caída del verano, pero no recuperan el nivel de empleo de la primavera. Nuestro sector acusará los efectos de este dato dentro de unos meses, cuando verifiquemos que se terminan menos obras, que es cuando nosotros entramos en juego.

Por otro lado, la confianza del consumidor en julio siguió acusando un fuerte ajuste a la baja. Así, el índice de sensibilidad hacia la reforma baja más de 20 puntos en comparación al primer semestre de 2021 en tanto que las previsiones de inversión en bienes duraderos de los

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

consumidores cae un 28% respecto a junio de 2021. Se trata de valores de sensibilidad que adelantan un importante ajuste en la demanda tras el verano, ya iniciado a partir de junio si se elimina el efecto inflacionario.

En consecuencia, esperamos una clara desaceleración en el último trimestre de este año y un 2023 con muchas incógnitas por resolver: ¿terminará la guerra?, la desaceleración de la economía ¿moderará la inflación?, ¿cómo se comportarán las materias primas si baja la actividad?

En mi opinión muy personal, 2023 puede ser muy volátil en función de los acontecimientos geopolíticos.

Centrándonos en el sector de la climatización, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas en nuestro Observatorio Cetelem Consumo España, tanto el porcentaje de compradores como el gasto medio declarado, aumenta respecto al año anterior. ¿cuál es en vuestra opinión la situación actual del mercado?

Hay un claro movimiento hacia productos más amigables con el medio ambiente. Por ejemplo, verificamos un descenso de entorno al 10% en las calderas de gas, en tanto que la aerotermia crece un 50%. Hay que pensar que la aerotermia duplica o incluso triplica el precio de una caldera tradicional. También se ha disparado la venta de calderas de pellets y leña ante las previsiones de posibles cortes de gas y el precio del mismo. Esto puede explicar el incremento del gasto medio a que os referís.

¿Te gustaría destacar algo acerca de las novedades o aspectos importantes dentro de vuestra empresa?

Nuestra razón de ser es mejorar la competitividad de las empresas del grupo, contribuyendo a su perdurabi-

lidad. Para eso desplegamos todos los servicios que puede contribuir a mejorar sus cuentas de resultados, desde la negociación de compra del producto comercial hasta la financiación de sus ventas.

Estamos ultimando una aplicación B2B para facilitar la venta digital por parte de nuestros socios al profesional instalador. Con esto y con la financiación, debutamos en la ayuda, también en la venta, no sólo en la compra.

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

Es el lubricante de la venta. En muchos casos es una ayuda determinante en la toma de decisión del consumidor final para acometer una reforma o una inversión. Actualmente, con el auge de la EE.RR, la financiación al consumo es un factor clave, dados los importes de inversión.

Y no hace falta que me extienda acerca del papel que la financiación juega en la operación corriente de cualquier empresa.

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

Cada vez más digitalizado y muy enfocado a la sostenibilidad del medio ambiente. Esto significa que los instaladores serán técnicos muy cualificados, lo que nos obligará a ser cada vez más competentes y profesionales también "aguas arriba".

Somos un sector, por otra parte, muy resiliente a los avatares de la economía o a factores imprevisibles como fue, por ejemplo, la pandemia.

Tenemos futuro.

LOS PUNTOS CLAVE

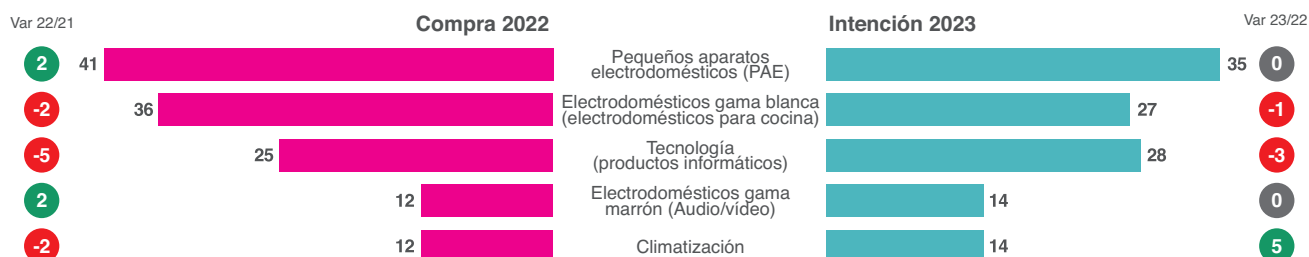
El
63%

(3 puntos por debajo del año anterior)
de los consumidores encuestados ha comprado algún producto electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses, gastando una media de 468€, un 4% menos que el año anterior.

El
51%

(un punto por debajo del año anterior)
de los consumidores encuestados tiene intención de comprar electrodomésticos o tecnología en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos 455€ de media, un 3% menos que el año anterior.

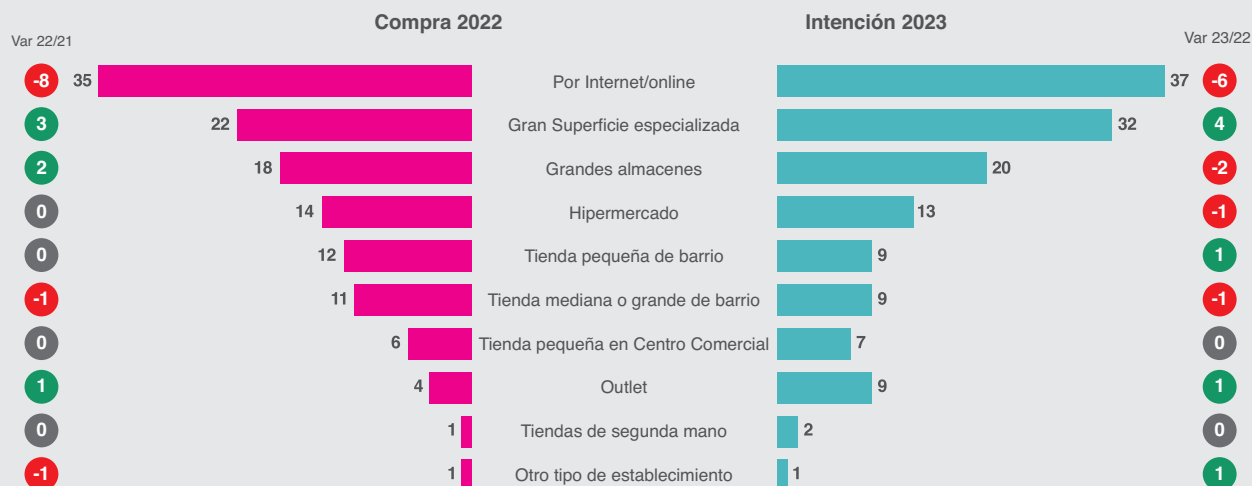
¿Qué tipo de electrodoméstico o tecnología has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los próximos 12 meses? (%respuesta múltiple)



Consumo España 2022

El consumidor del sector electro 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?

Gama blanca	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	24	4
Por Internet/online	23	-7
Grandes almacenes	19	3

Gama marrón	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Por Internet/online	39	-6
Gran Superficie especializada	23	6
Grandes almacenes	12	-4

PAE	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Por Internet/online	36	-3
Grandes almacenes	18	4
Hipermercado	18	-1

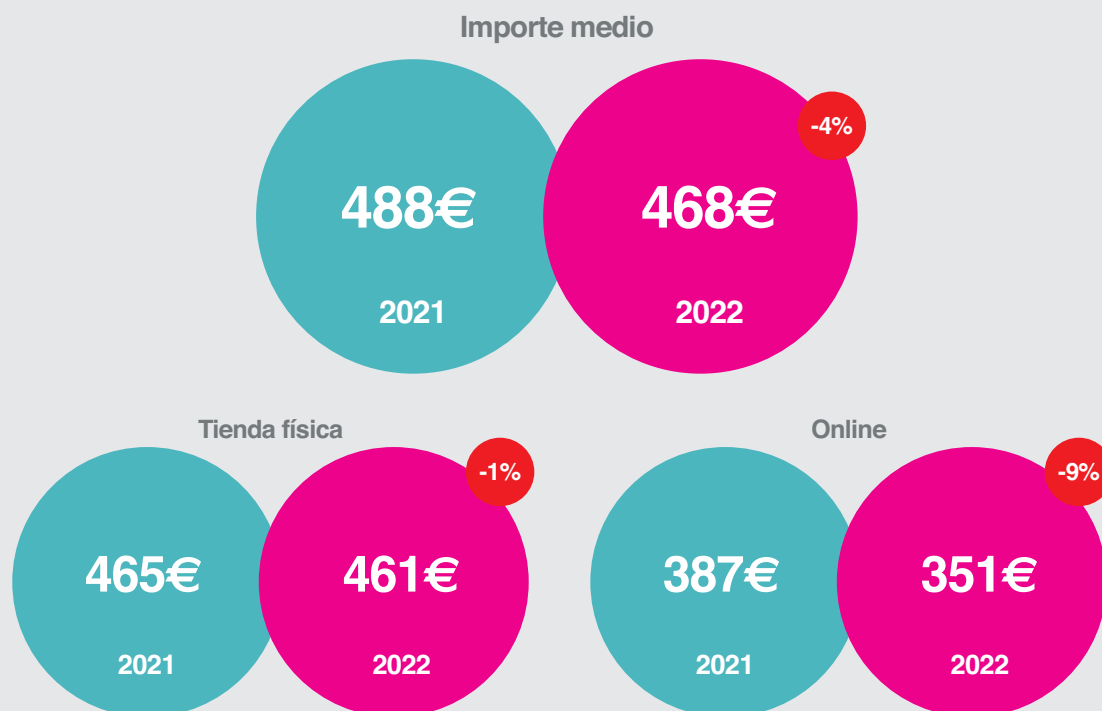
Climatización	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Gran Superficie especializada	32	13
Por Internet/online	17	-6
Grandes almacenes	16	3

Tecnología	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Por Internet/online	51	-6
Gran Superficie especializada	17	1
Grandes almacenes	14	1

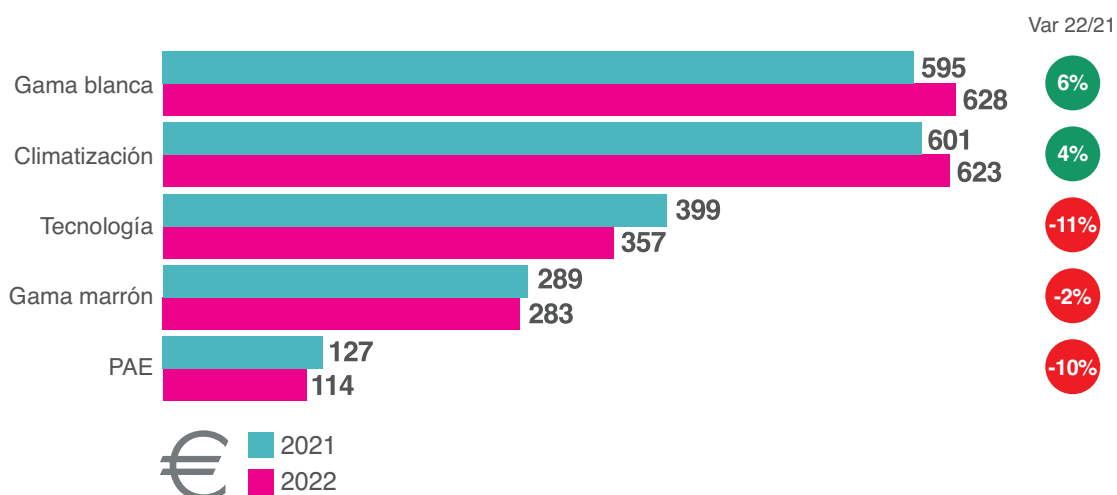
Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

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



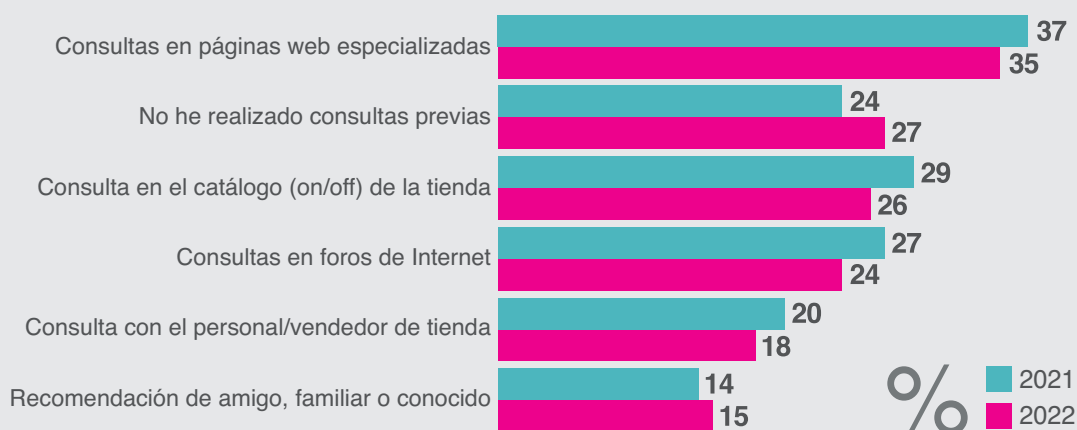
En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los electrodomésticos adquiridos en los últimos 12 meses? (abierto numérica)



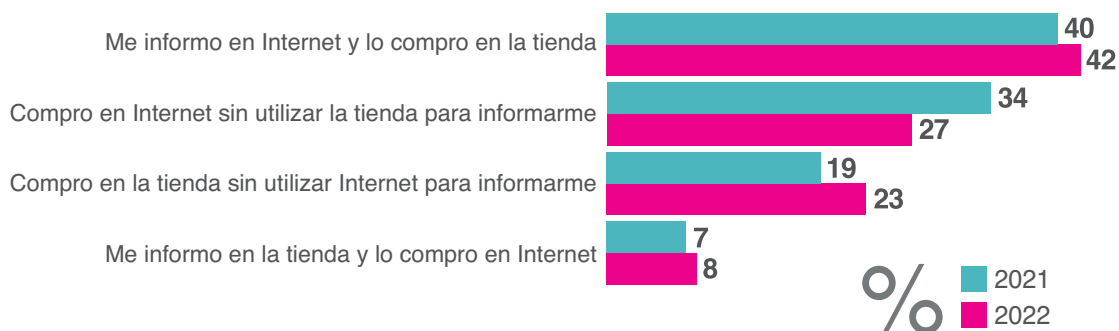
Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

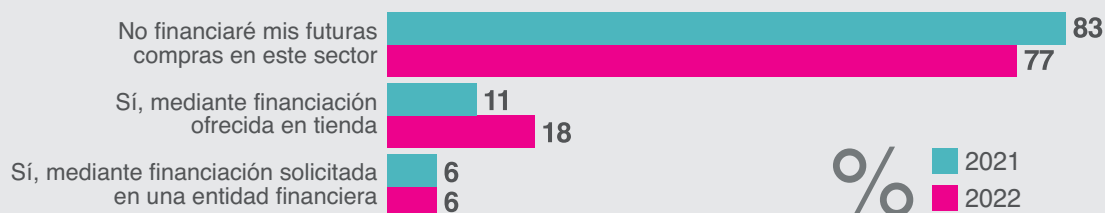
¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta? (%respuesta múltiple)



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

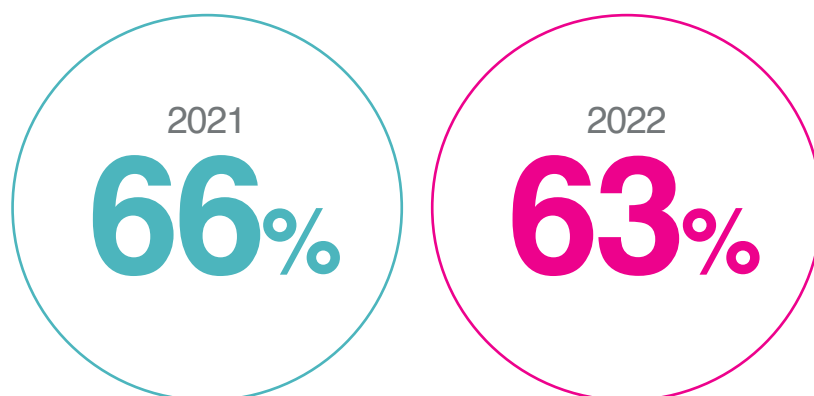


¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector? (%respuesta múltiple)





TIPO DE PRODUCTO COMPRADO



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

El 63% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector electrodomésticos y tecnología en 2022, 3 puntos porcentuales por debajo del año anterior.

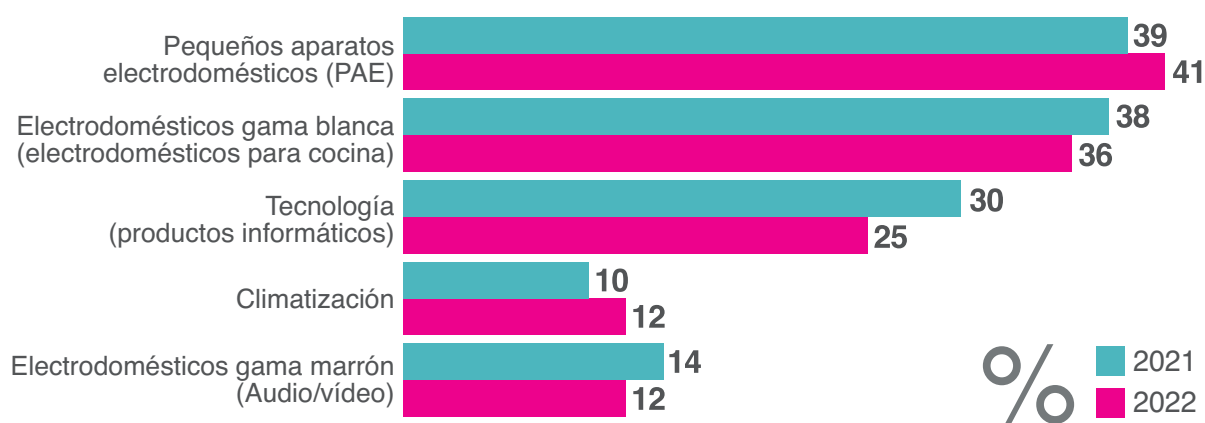
Destacan por encima de la media los consumidores de 25 a 34 años con un 68% de menciones.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Has comentado que has comprado electrodomésticos/tecnología 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

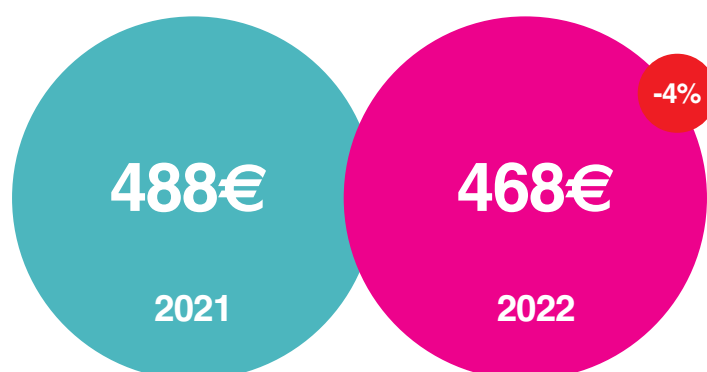
En lo que respecta a las categorías de electrodomésticos/tecnología adquiridas por los consumidores durante el último año, los pequeños aparatos electrodomésticos (PAE) vuelven a ser los más demandados con un 41% de menciones. Le siguen los electrodomésticos de gama blanca con un 36% de menciones (38% en 2021) y los productos informáticos con un 25% de menciones bajan 5 puntos respecto al año anterior (en la compra

de productos de tecnología informática destacan los consumidores más jóvenes de 18 a 24 años con un 38% de menciones).

La gama marrón también descende respecto a 2021 con un 12% de menciones y la climatización asciende dos puntos (12% vs 10% en 2021).

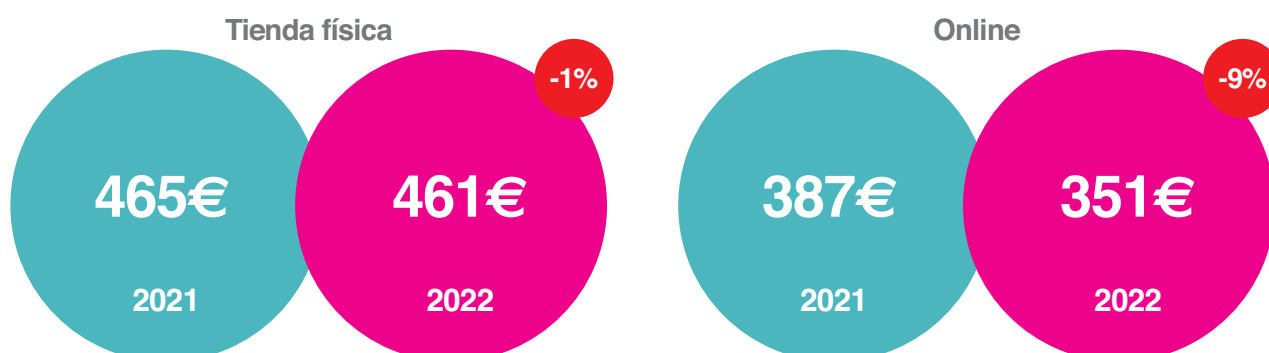
GASTO MEDIO Y MEDIO DE PAGO

¿Cuánto te has gastado en los electrodomésticos/tecnología 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

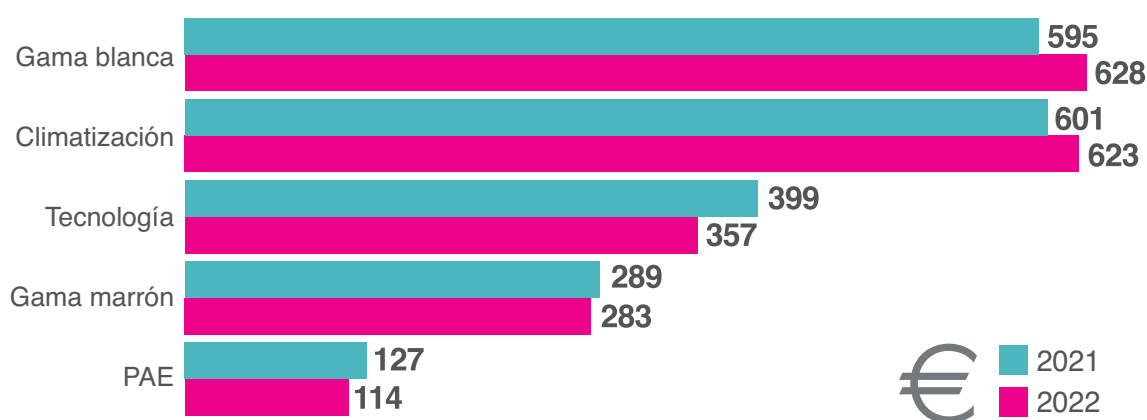
Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses es de 468 euros, un 4% menos respecto al gasto medio de 2021, en el que se gastaron 488 euros de media.

Si desglosamos entre canal online y offline, en ambos casos el gasto se ha visto disminuido pero en mayor medida en el caso de las compras por internet (-9% respecto a 2021).

Y ¿cuál es el importe específico que has gastado en los electrodomésticos adquiridos en los últimos 12 meses? *(abierta numérica)*



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

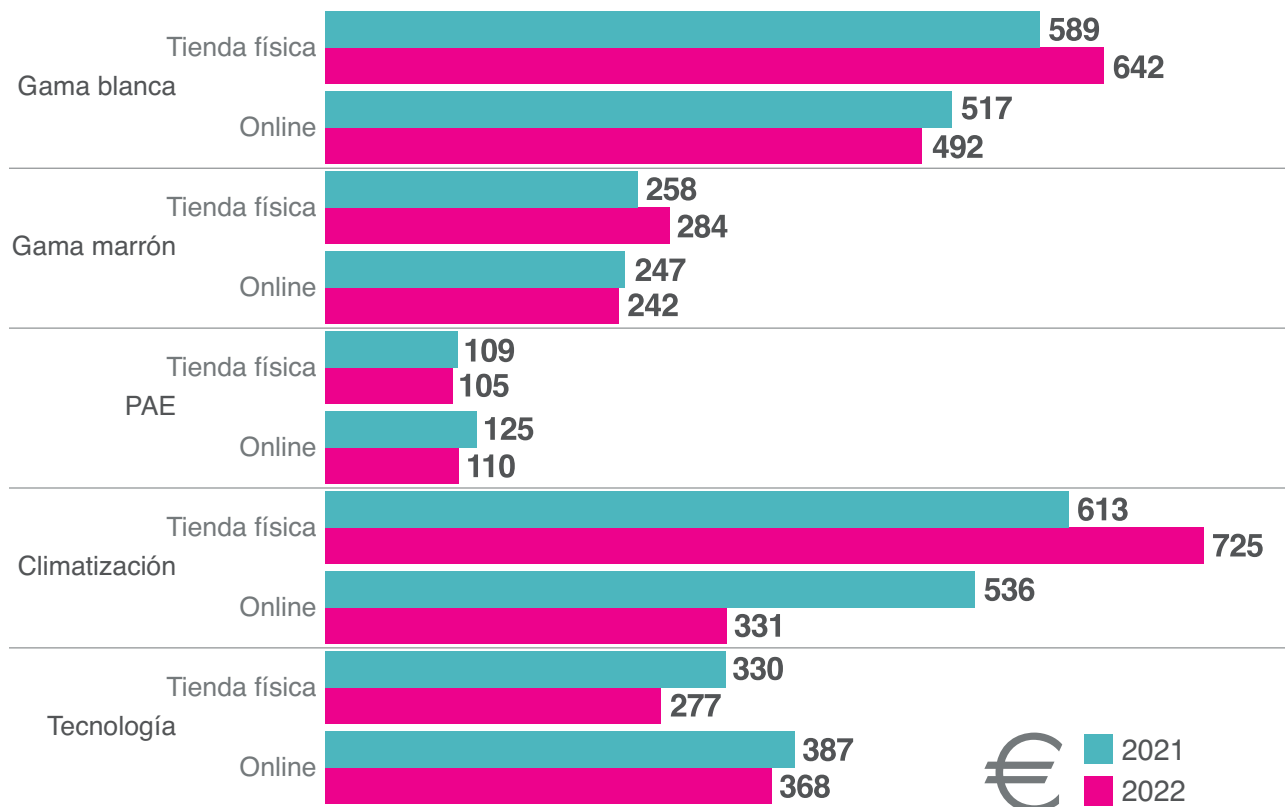
Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido gama blanca (628€) y climatización (623€). En ambas categorías ha aumentado el gasto medio en unos 30€, en cambio, para las categorías restantes apreciamos una ligera caída respecto al año anterior.

En el caso de los productos de climatización, destacan por encima de la media los consumidores de 35 a 44 años con un gasto medio de 870€.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro 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)*



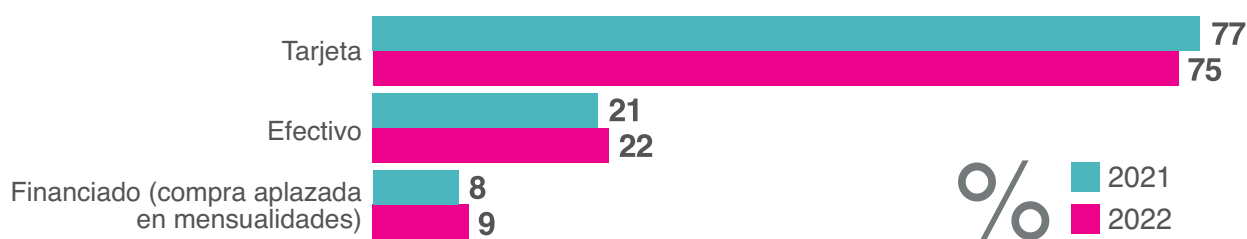
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El gasto medio en tienda online desciende para todas las categorías, destacando en climatización con una caída de 200€ respecto al año anterior.

En tienda física el gasto medio aumenta en las categorías de gama blanca, gama marrón y climatización.

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 electrodomésticos/tecnología, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones, 2 puntos porcentuales por debajo del año anterior.

En segundo lugar, pero muy lejos del pago con tarjeta encontramos el pago en efectivo, con un 22% frente al 21% que lo declaró en 2021.

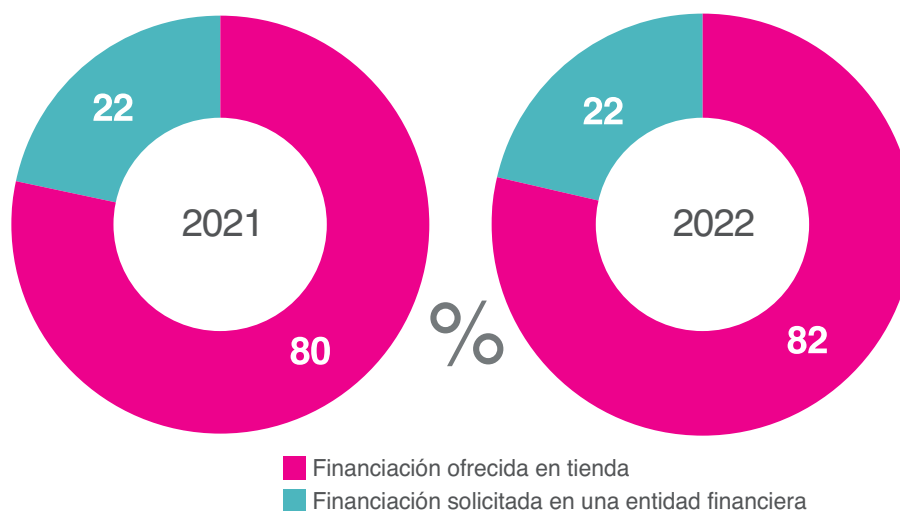
El 9% declara haber financiado su compra de electrodomésticos y/o tecnología frente al 8% del año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

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

(% Respuesta múltiple)



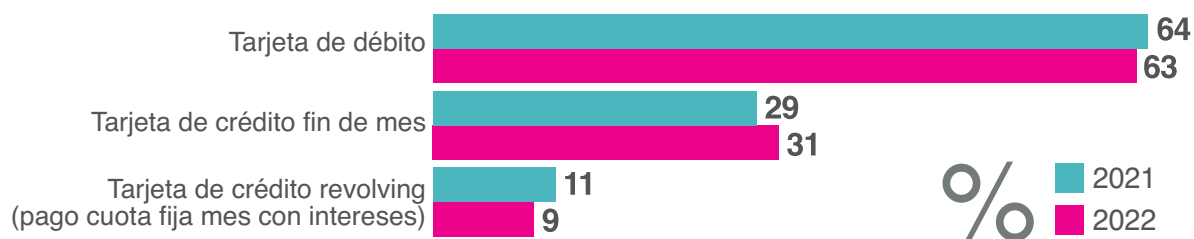
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector electro, un 82% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida

en la tienda donde compró, 2 puntos más que el año anterior.

¿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 63% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utiliza-

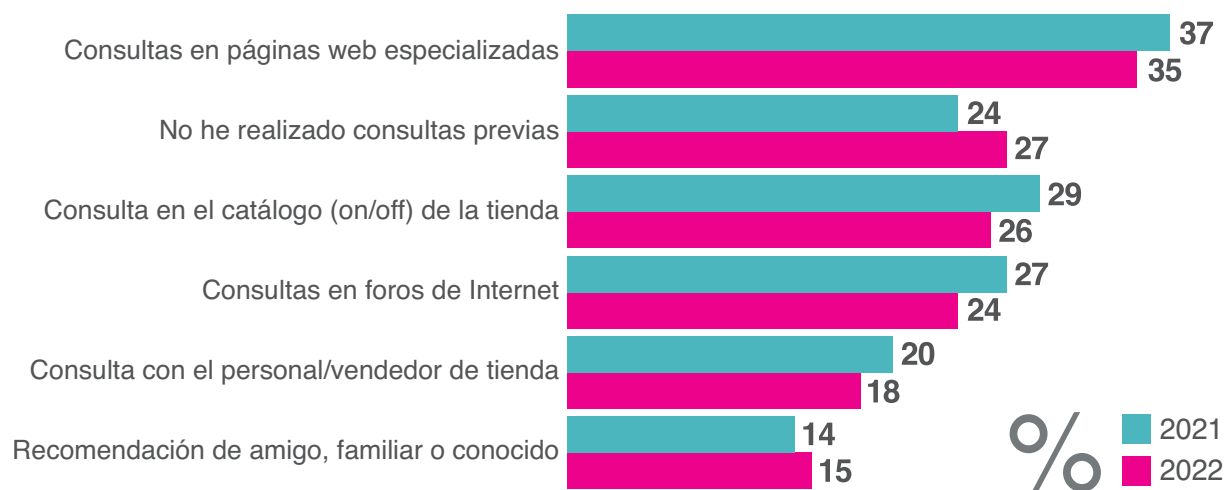
ron su tarjeta de crédito con un 31% y a los que pagaron con tarjeta de crédito revolving con un 9%.

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 electrodomésticos y tecnología, observamos cómo el 35% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (2 puntos porcentuales menos que en 2021). Los que consultan el catálogo de la tienda tanto online como offline son el 26% y los que consultan en

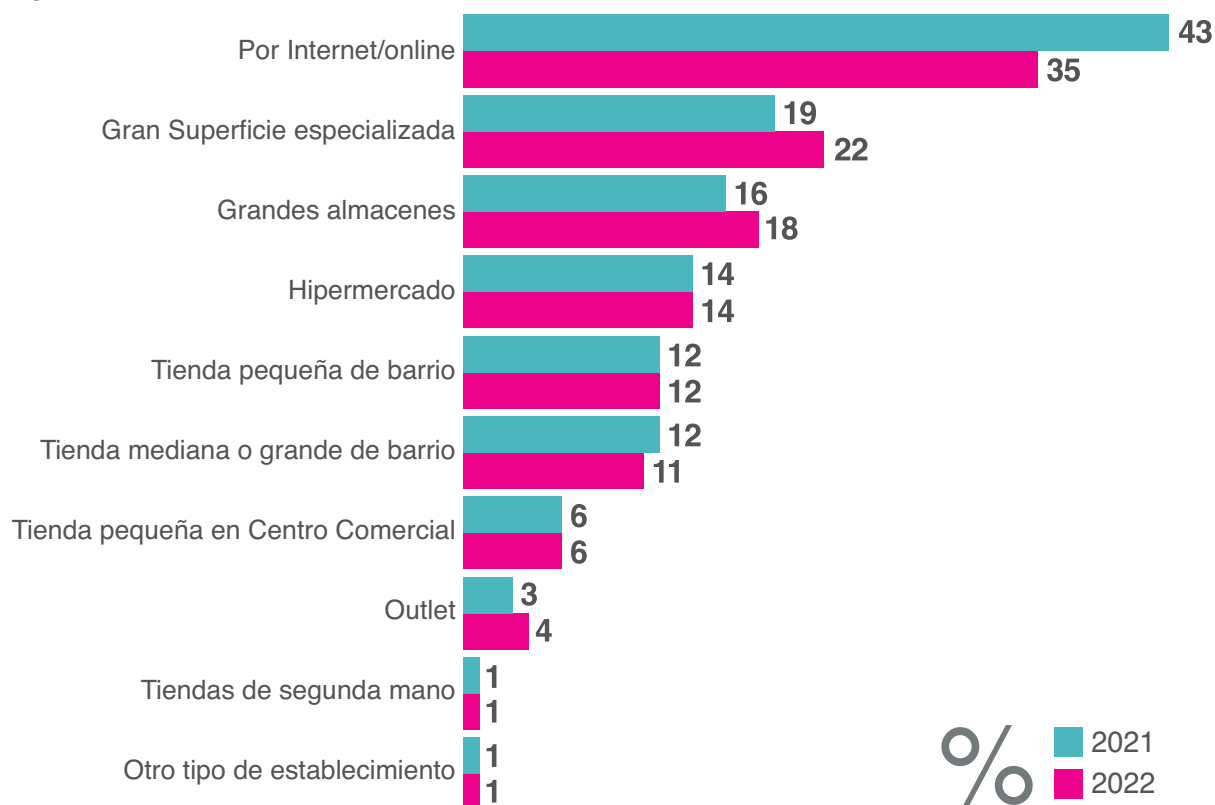
foros de internet cierran el top 3 con un 24% de menciones.

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

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos del sector electrodomésticos/tecnología 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

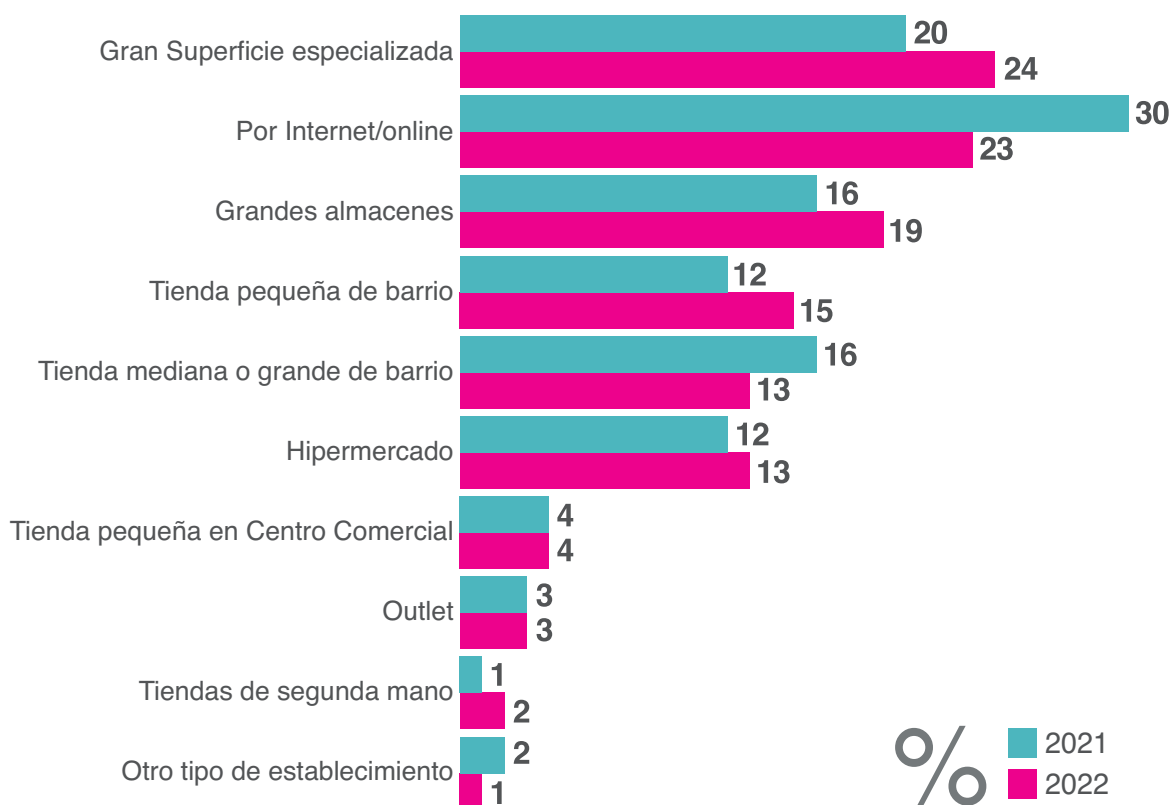
Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de electrodomésticos y tecnología en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online con un 35% de menciones que cae 8 puntos porcentuales respecto a 2021. Las

grandes superficies especializadas con un 22% (3 puntos más que en 2021) y los grandes almacenes con un 18% (2 puntos más respecto a 2021) completan el top3. El resto de canales se mantienen al nivel del año anterior.

Gama blanca



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

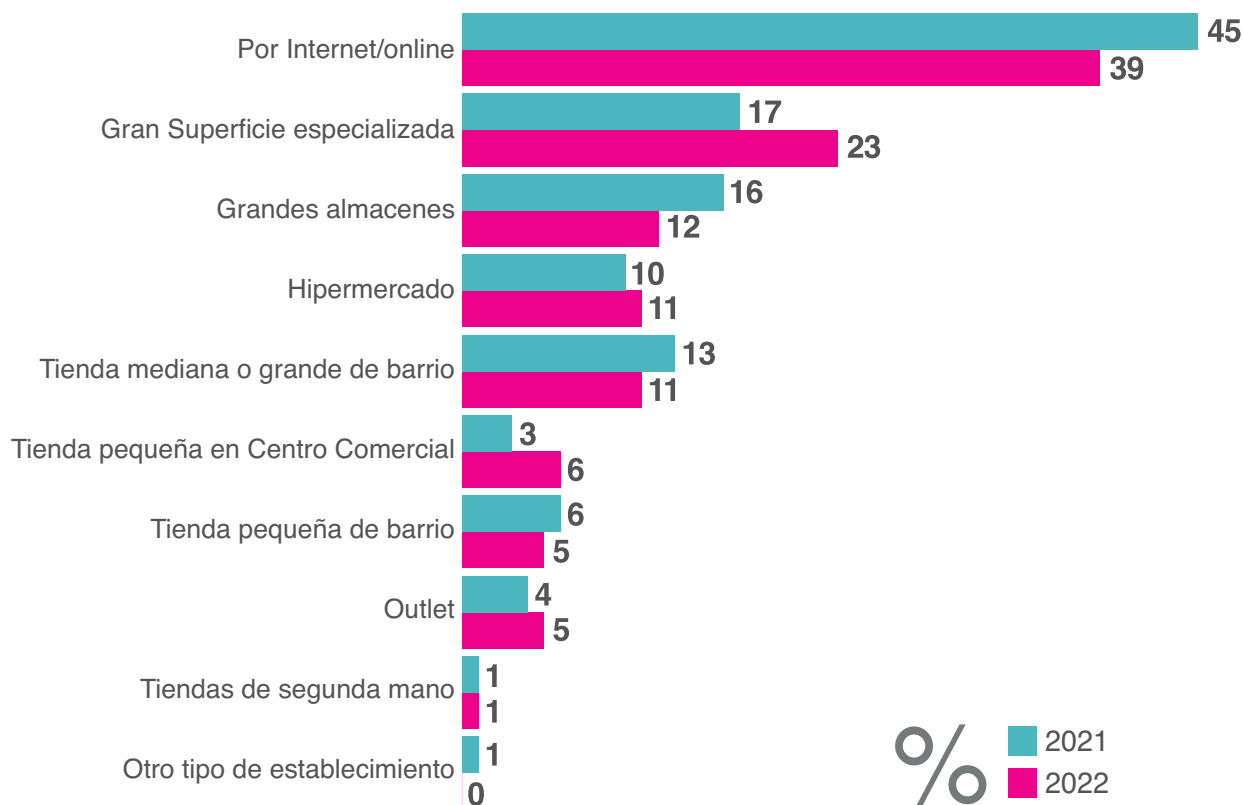
Analizando el canal de compra según la categoría comprada, aquellos que han comprado gama blanca, este año lo han hecho principalmente en grandes superficies especializadas (24%, 4 puntos más que en 2021). En

cambio, las compras online bajan del 30% en 2021 al 23% en 2022, y un 19% optó por los grandes almacenes (3 puntos más que en 2021).

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Gama marrón



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

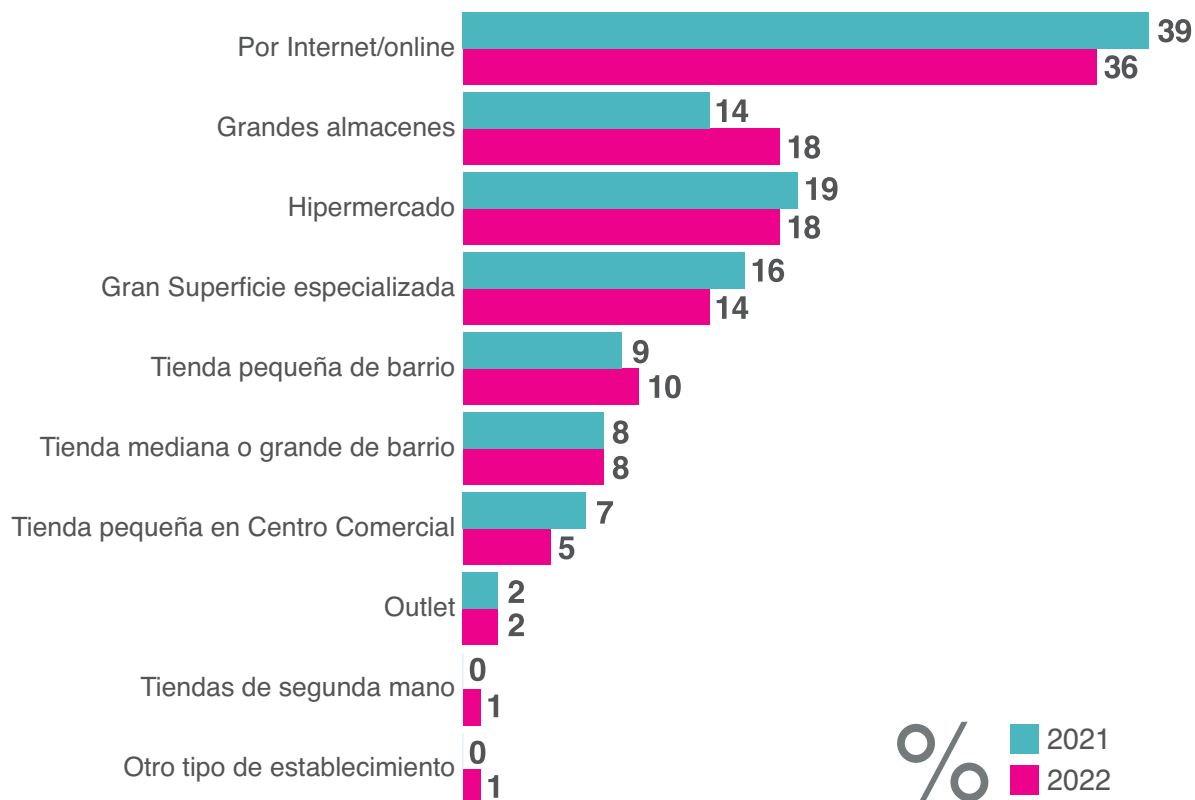
Para los electrodomésticos de gama marrón, el top 3 lo forman en primer lugar la tienda online (39% vs 45% en 2021), seguidas por las grandes superficies especializadas (23%, 6 puntos más que en 2021) y por los grandes almacenes (12% vs 16% en 2021).

Las tiendas pequeñas de centro comercial y los hipermercados aumentan su porcentaje respecto al año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)



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

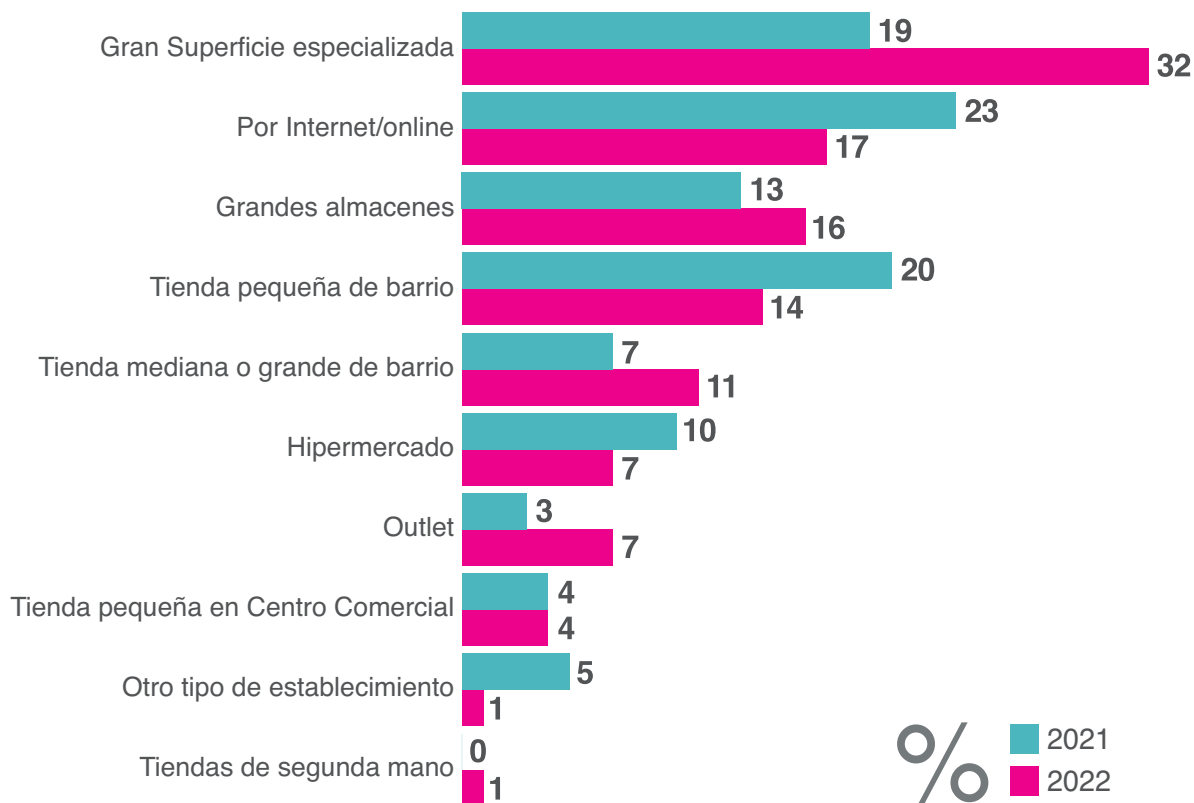
Para los PAE, en primer lugar, está la tienda online con un 36% de menciones frente al 39% del año anterior. Le siguen las compras realizadas en los grandes alma-

cenes y los hipermercados con un 18% cada uno (+4 y -1 puntos respecto a 2021 respectivamente).

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Climatización



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

Las grandes superficies especializadas alcanzan el primer puesto con un importante aumento de 13 puntos porcentuales respecto al año anterior.

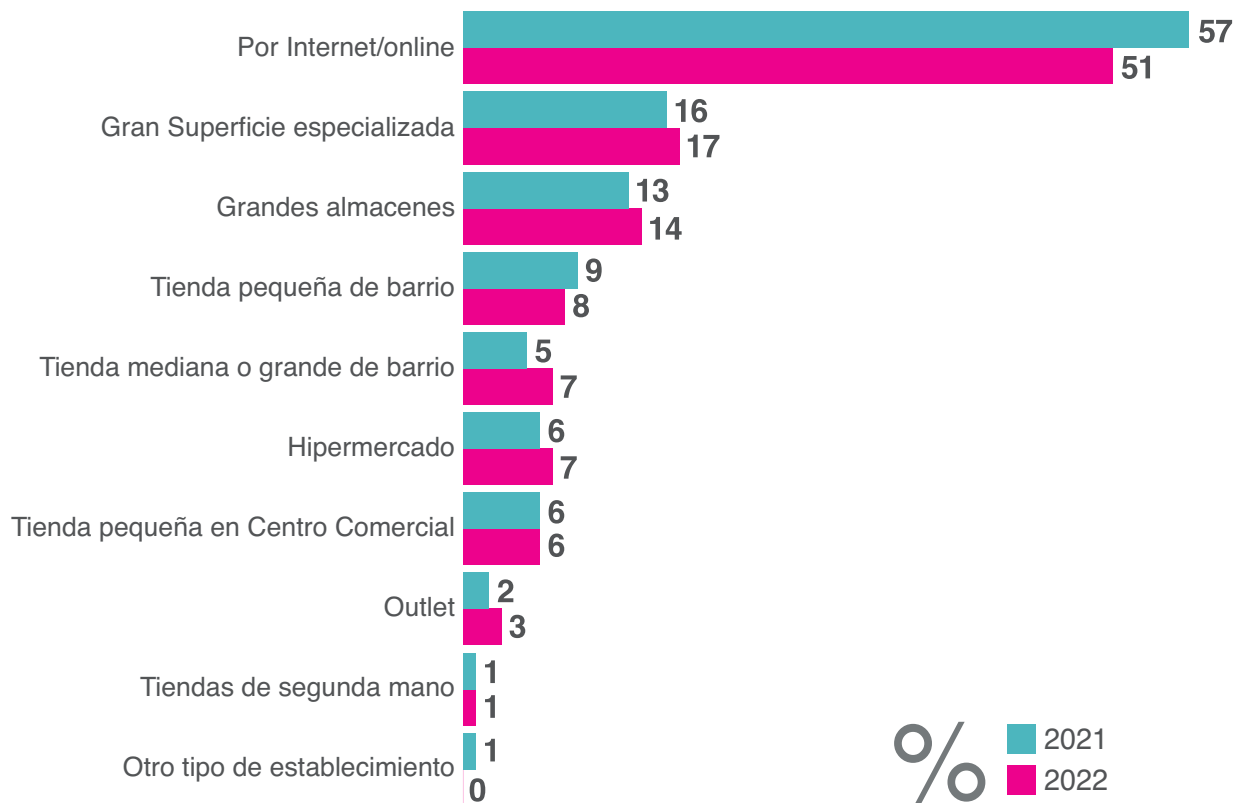
El 17% los ha adquirido en la tienda online, frente al 23% que lo declaró en 2021.

Las compras en grandes almacenes ocupan el tercer puesto en el ranking pasando de un 13% al 16% de menciones.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Tecnología informática



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

Para los productos de tecnología, en primer lugar y destacando claramente sobre el resto de canales, volvemos a encontrar la tienda online (57%) que presenta un descenso de 5 puntos respecto a 2021.

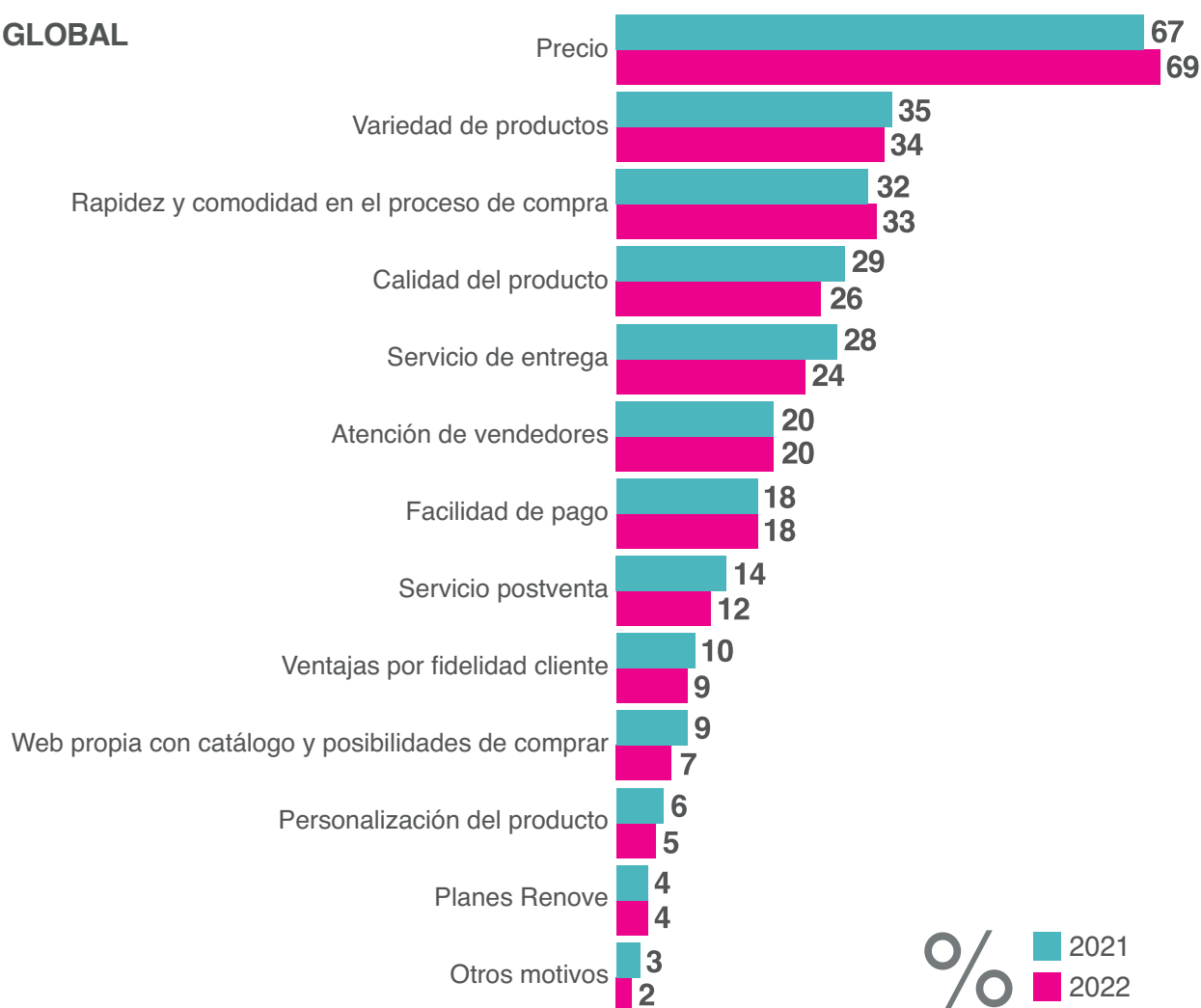
Las grandes superficies especializadas con un 16% de menciones ocupan el segundo lugar en el ranking con un aumento de 2 puntos.

El resto de tiendas se encuentran por debajo del 10% a excepción de los grandes almacenes, que cierra el top 3 con un 13% de menciones.

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 electro en España

En general, a la hora de comprar productos de tecnología o informática con independencia del tipo de tienda elegido, el precio es el principal motivo por el que se guían los consumidores (67%). Otras variables importan-

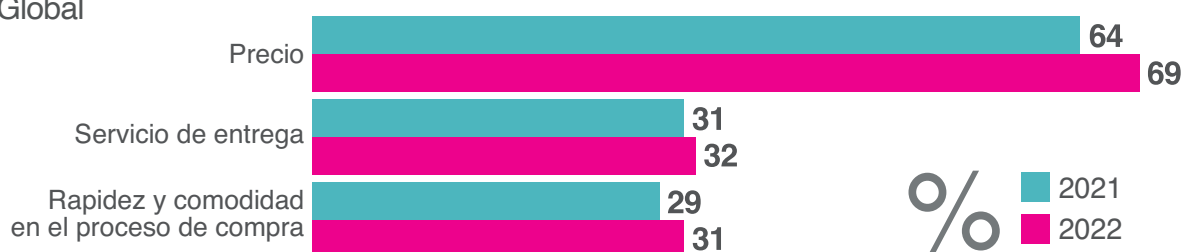
tes son la variedad de productos (35%) y la rapidez y comodidad en el proceso de compra (32%), en ambos casos se observan ligeros aumentos respecto a 2021.

¿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)

Gama Blanca

Global



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

En el caso concreto de la compra de productos de Gama Blanca, el precio es el motivo principal para elegir la tienda con un 64% de menciones aumentando 2 puntos respecto a 2021. El servicio de entrega y la variedad de productos son los siguientes más mencionados por los consumidores.

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

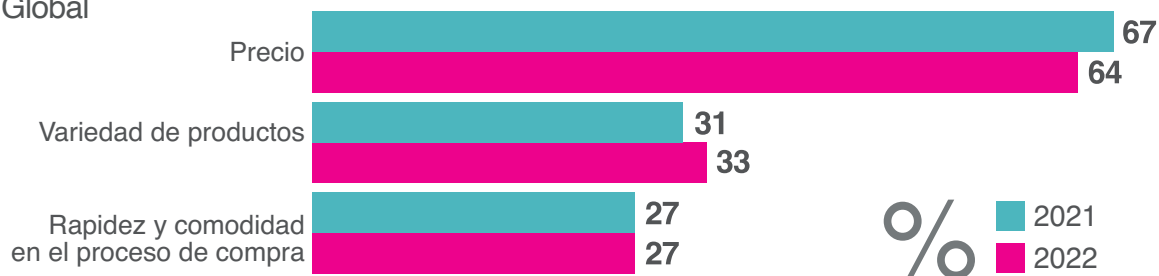
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	precio	servicio de entrega
Tienda mediana o grande de barrio	precio	servicio de entrega	atención de los vendedores
Tienda pequeña en centro comercial	atención de vendedores	precio	rapidez y comodidad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

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Gama marrón

Global



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

A la hora de comprar gama marrón y de manera global, el precio con 64% de menciones y un descenso de 3 puntos porcentuales es el motivo principal.

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

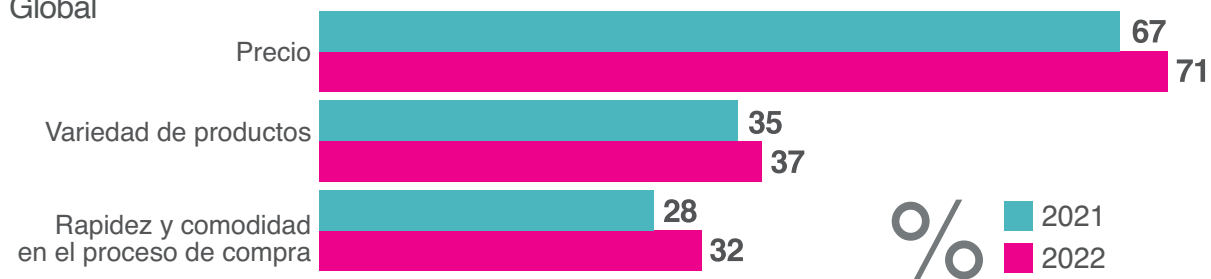
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
Grandes Almacenes	precio	variedad de productos	calidad del producto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

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

PAE

Global



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

El precio vuelve a ser también la variable más importante a la hora de adquirir PAE, seguido de la variedad de productos y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, tal y como ocurría en 2021 y los 3 motivos con un aumento de entre 3 y 4 puntos.

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

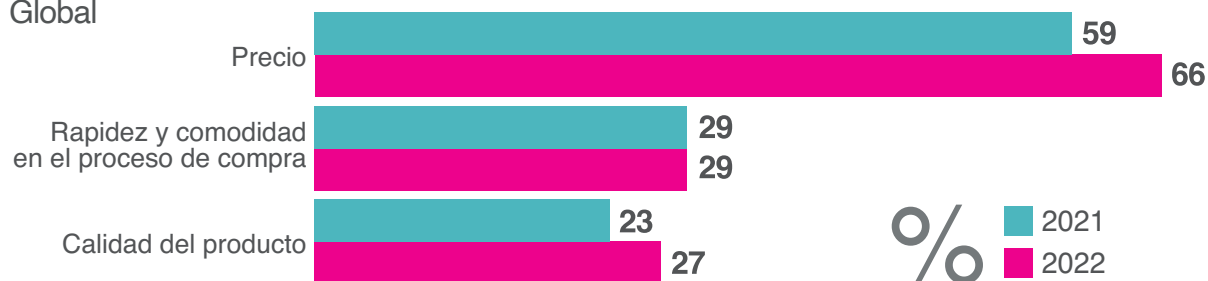
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Tienda mediana o grande de barrio	precio	atención de los vendedores	calidad del producto
Tienda pequeña en centro comercial	precio	atención de los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

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Climatización

Global



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

Precio (con un aumento de 7 puntos), rapidez y comodidad en el proceso de compra y calidad del producto, forman el top 3 en el caso de los productos de climatización.

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

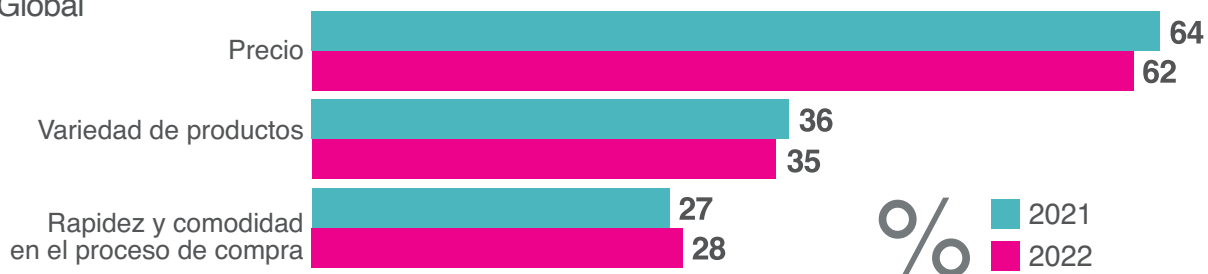
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	precio	calidad del producto
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Grandes Almacenes	precio	calidad del producto	variedad de productos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

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

Tecnología informática

Global



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

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

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

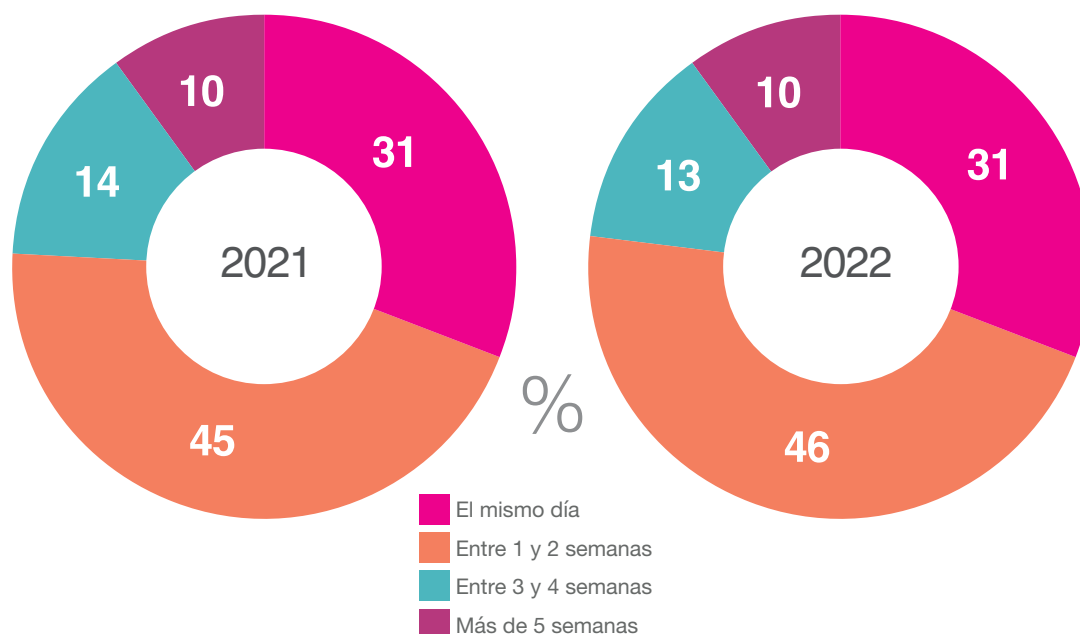
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña de barrio	atención de los vendedores	precio	calidad del producto
Tienda mediana o grande de barrio	atención de los vendedores	precio	facilidad de pago
Tienda pequeña en centro comercial	precio	facilidad de pago	rapidez y comodidad en el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

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 electrodomésticos/tecnología?

(% 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 (46%) se deciden a comprar el producto del sector electro entre 1 y 2 semanas después de aparecer esa necesidad de adquirirlo,

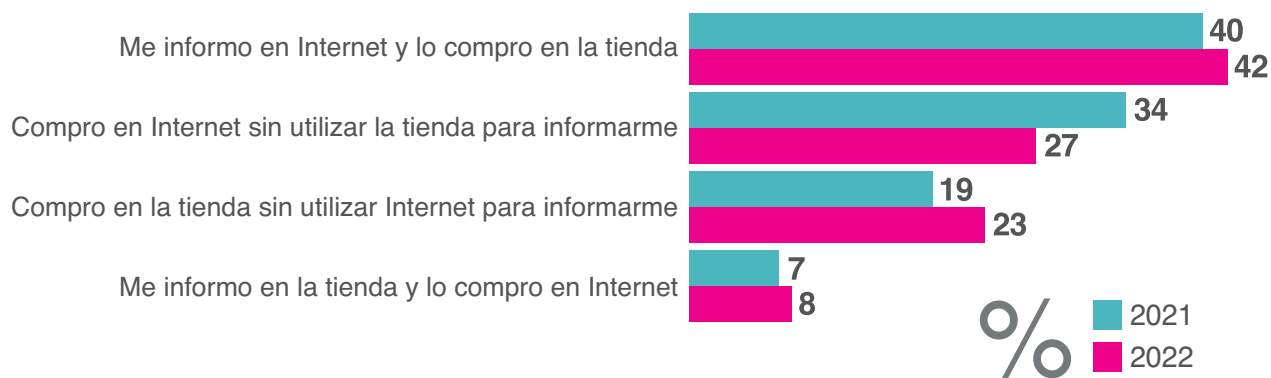
opción que aumenta un punto porcentual respecto al año anterior. En el resto de opciones el porcentaje de menciones se mantiene igual que en 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

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

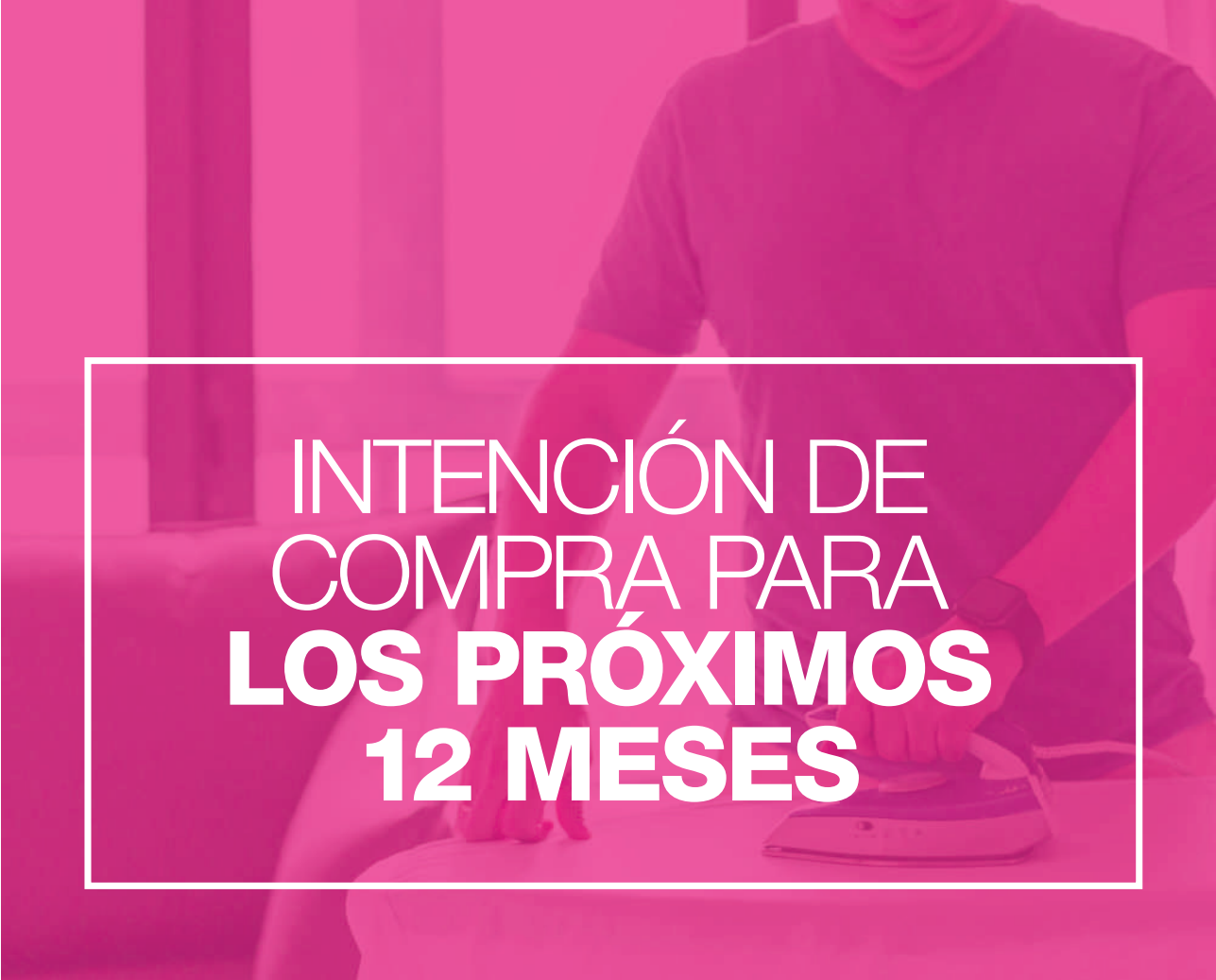
(% Respuesta única)



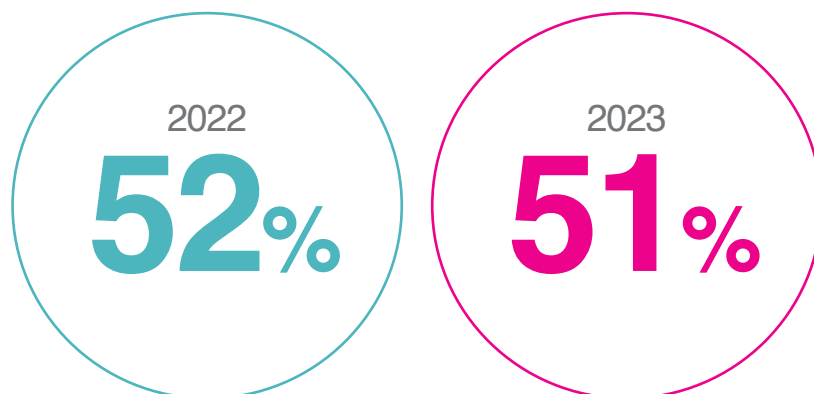
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Observamos un ligero aumento de aquellos consumidores que declaran comprar en tienda física, tanto infor-

mándose previamente en internet (42% vs 40% en 2021), como no (23% vs 19% en 2021).



INTENCIÓN DE COMPRA PARA **LOS PRÓXIMOS 12 MESES**



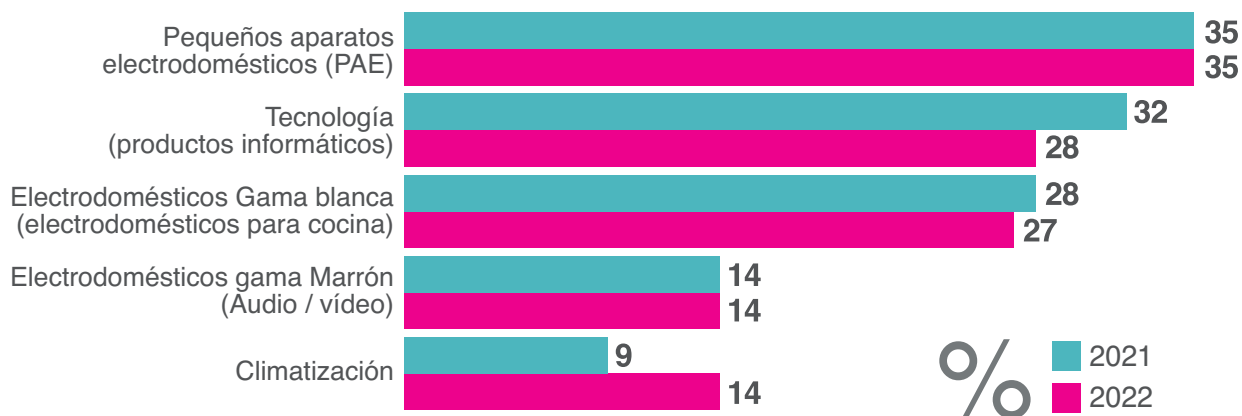
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 51% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector electrodomésticos/tecnología en 2022, un punto menos que el año pasado.

Consumo España 2022

El consumidor del sector electro en España

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



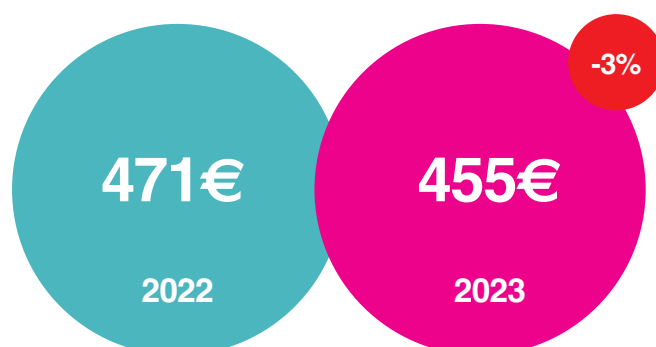
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

De cara a los próximos 12 meses, la categoría que presenta un incremento respecto al 2021 es la climatización (+5 puntos). Los pequeños aparatos electrodomésticos, la tecnología informática y la gama blanca forman el top 3 de productos a adquirir tal y como ocurría el año anterior.

En la intención de compra de productos informáticos vuelven a destacar los consumidores más jóvenes de 18 a 24 años con un 39% de menciones.

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)

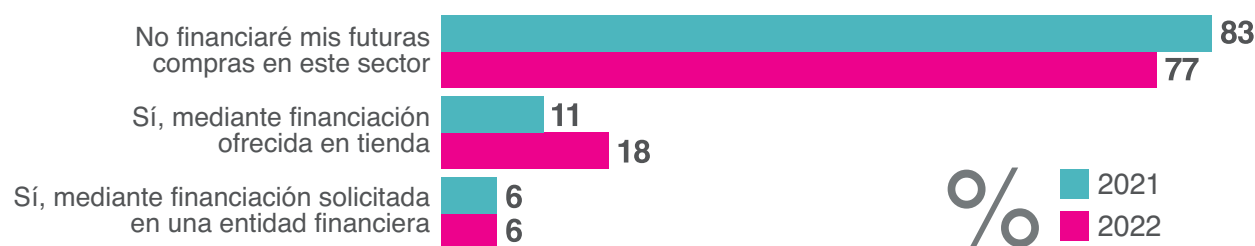


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

De cara a los próximos 12 meses, los encuestados prevén gastar una media de 455€ en sus compras de este

sector, descendiendo en un 3% el gasto previsto respecto a las intenciones mostradas para este 2022.

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



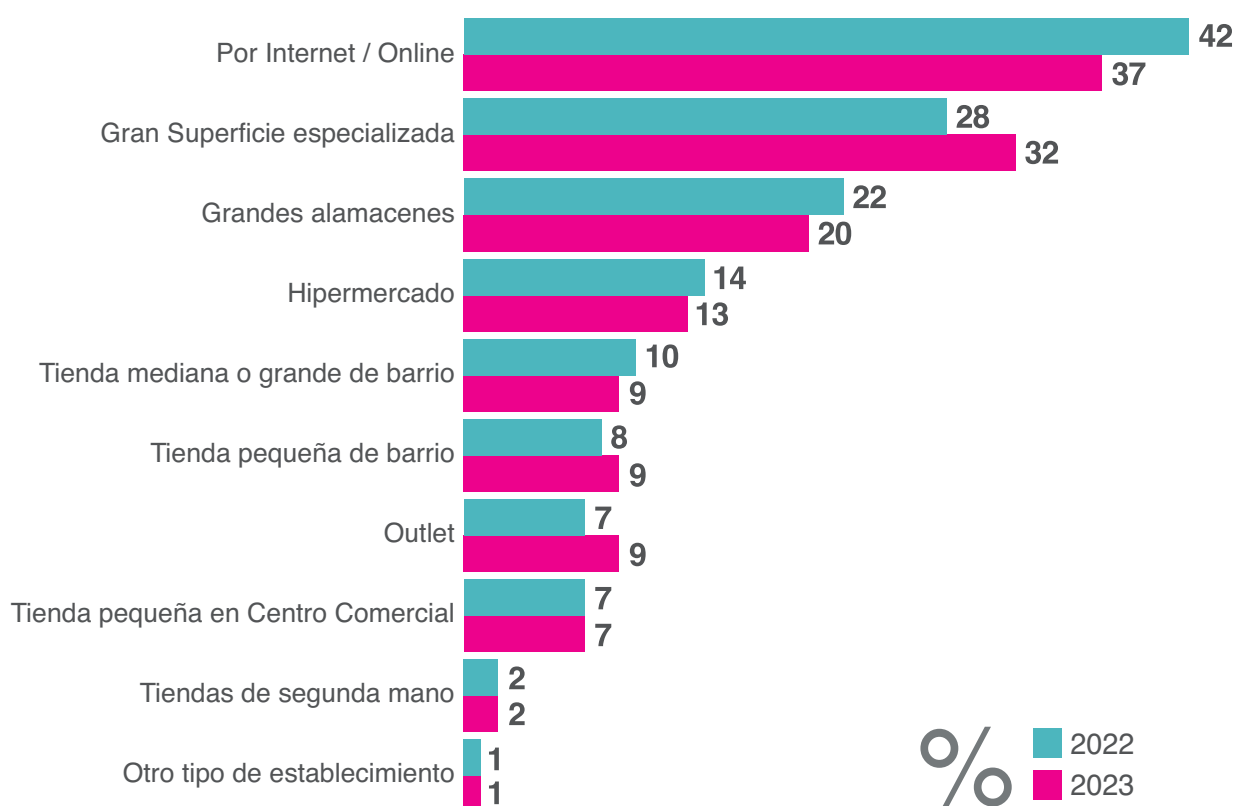
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En cuanto a la financiación en futuras compras, el 77% de los encuestados no tiene intención de financiar sus compras de este sector (-6 puntos respecto al año anterior). Los consumidores que sí financiarán mediante la

financiación ofrecida en tienda son el 18%, mostrando un importante aumento de 7 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Intención canal de compra en los próximos 12 meses

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



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

Si observamos el canal de compra que pretenden utilizar los españoles en sus futuras compras, el 37% de los encuestados elegirá la tienda online para sus compras de este sector, seguidos del 32% que pretende realizar-

las en grandes superficies especializadas (aumentando en este aspecto en 4 puntos respecto al año anterior) y del 20% que pretende realizarlas en grandes almacenes.



FICHA TECNICA

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 electro 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

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 