



# Editorial Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España Los puntos clave. Infografía Productos comprados Gasto medio realizado

Frank Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España

25 aniversario del Observatorio Cetelem

Medios de pago y financiación

Motivos elección canal de compra

Fuentes de información

Otros aspectos de interés

Canal de compra previsto

Intención de compra

Gasto medio previsto

Ficha técnica

Canal de compra

03

04

05



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 estás 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



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



El (3 puntos por debajo del año anterior) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector gaming en los últimos 12 meses, gastando una media de 325€, un 1% menos que el año anterior.

(un punto por debajo del año anterior) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar productos del sector gaming en los próximos 12 meses,

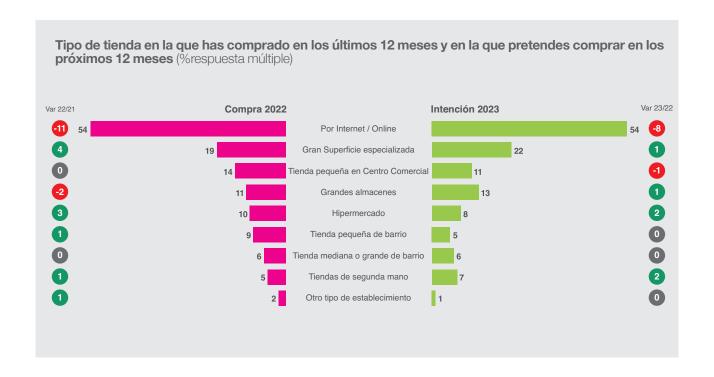
con la intención de gastar unos 272€ de

media, un 17% menos que el año anterior.

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



#### El consumidor del sector gaming en España



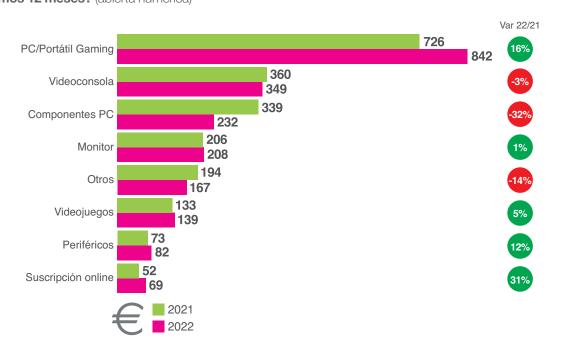
#### Por tipo de producto, ¿Dónde compran los consumidores españoles?

Videoconsolas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales	Videojuegos	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales	PC/Portátil Gaming	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Por Internet / Online	37	-2	Por Internet / Online	56	-9	Por Internet / Online	51	4
Gran Superficie especializada	22	5	Gran Superficie especializada	18	5	Gran Superficie especializada	17	-5
Grandes almacenes	16	0	Tienda pequeña en Centro Comercial	18	3	Tienda pequeña de barrio	- 11	1
Componentes PC	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales	Periféricos	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales	Monitor	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Por Internet / Online	67	-2	Por Internet / Online	54	-8	Por Internet / Online	36	-27
Gran Superficie especializada	15	7	Gran Superficie especializada	19	9	Gran Superficie especializada	16	4
Tienda pequeña de barrio	10	<b>-1</b>	Tienda pequeña de barrio	8	1	Grandes almacenes	14	4
Suscripción online	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales						
Por Internet / Online	85	-2						
Tienda pequeña en Centro Comercial	5	0						
Grandes almacenes	4	0						

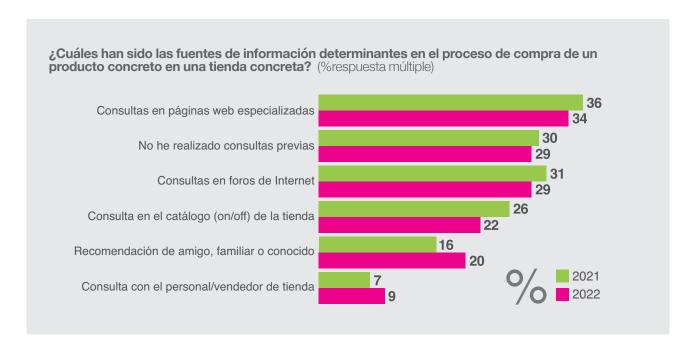
#### El consumidor del sector gaming en España



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

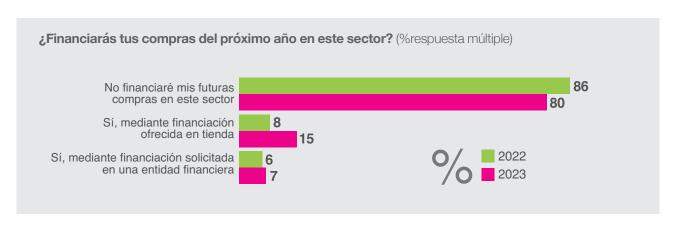


#### El consumidor del sector gaming en España

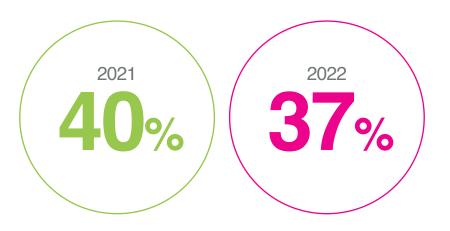


¿Con cuál de las siguientes frases te sientes más identificado/a al realizar la compra de este tipo de producto? (%respuesta única)









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

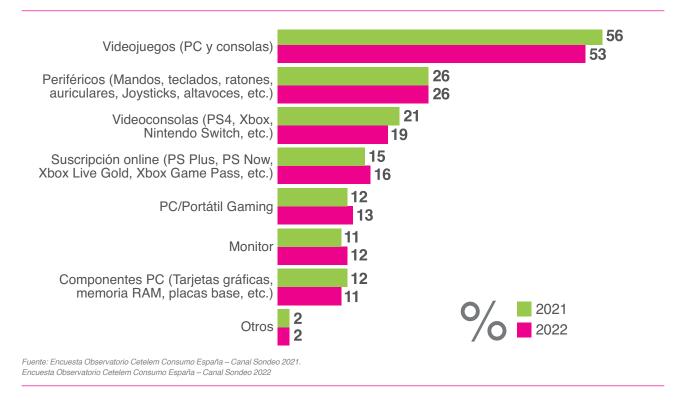
El 37% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector gaming en 2022, 3 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de 2021.

Destacan por encima de la media los consumidores de 18 a 35 años con porcentajes por encima del 45%.

#### El consumidor del sector gaming en España

Has comentado que has comprado productos del sector gaming 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)

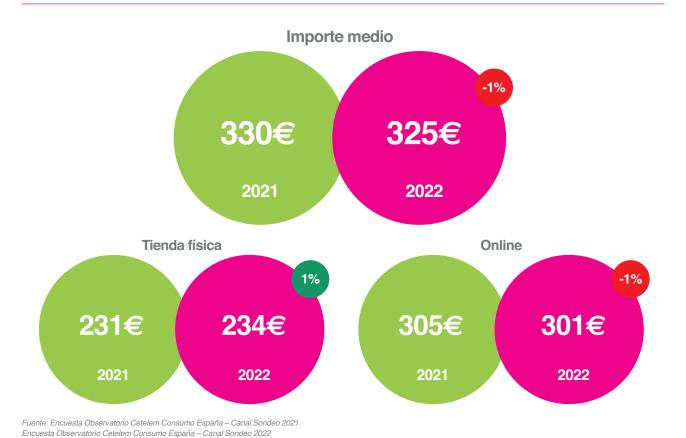


En lo que respecta a las categorías del sector gaming adquiridas por los consumidores durante el último año, los videojuegos son los más demandados con un 53% de menciones (-3 puntos porcentuales vs 2021). Por detrás encontramos los periféricos con un 26% (mismo

porcentaje que en 2021) y las videoconsolas con un 19% (-2 puntos vs 2021). Los crecimientos respecto a 2021 los encontramos en las categorías de suscripciones online, portátiles o PCs gaming y monitores, todos de un punto porcentual.



¿Cuánto te has gastado en los productos del sector gaming que has adquirido en los últimos 12 meses? (abierta numérica) 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? (suma constante)

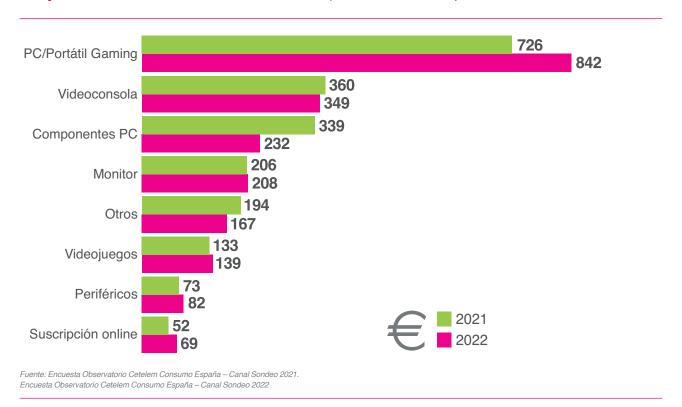


El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto del sector gaming en los últimos 12 meses es de 325€, un 1% menos que el declarado en 2021. El gasto medio general en tienda online es un 1% inferior al de 2021 y el gasto en tienda física aumenta un 1%. La variación en el gasto en el sector gaming es prácticamente nula.

Los jóvenes de 18 a 24 años destacan por encima de la media en el gasto general realizado con una media de 428€.

#### Consumo España 2022 El consumidor del sector gaming en España

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

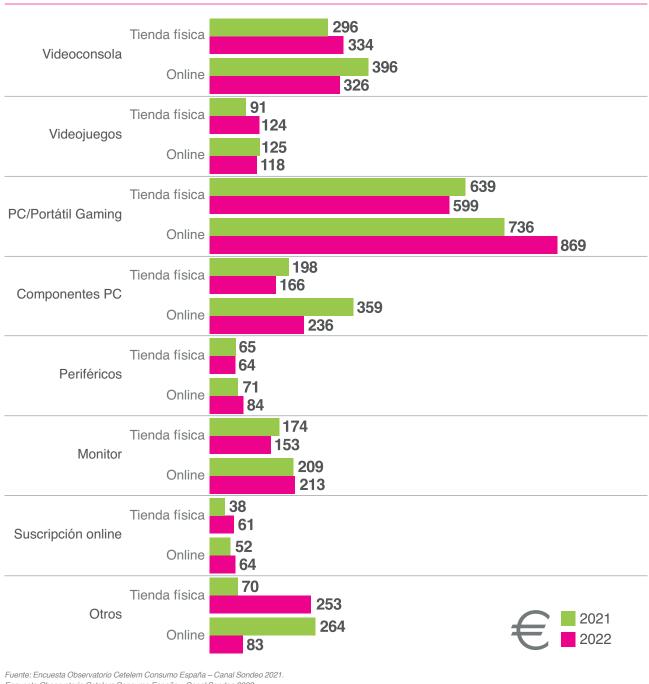


Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en PC y portátiles gaming (842€), videoconsolas (349€) y componentes de PC

(232€). El gasto medio tan solo aumenta en las categorías de PC/Portátil gaming, videojuegos, periféricos y suscripciones.

#### El consumidor del sector gaming 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)



Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El gasto medio en tienda online supera al gasto en tienda física en la compra de todas las categorías de este sector excepto en videojuegos. Si comparamos con el año anterior, el gasto en tienda física aumenta respecto a

2021 en las categorías de videoconsolas y videojuegos, y el gasto online tan solo lo hace en la categoría de PC/ Portátil gaming.

### Medio de pago

#### ¿Cómo has pagado tu compra?

(% Respuesta única)



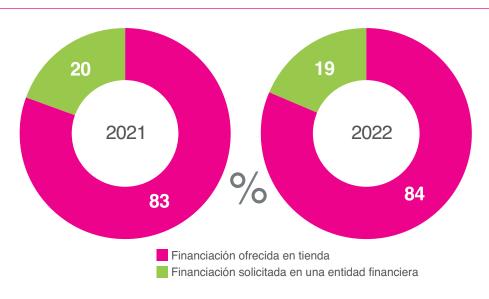
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En la compra de productos del sector gaming, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 77% de menciones (6 puntos menos que en 2021). 54 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo (destacando en este aspecto los más jóvenes de entre 18 y 24 años con un 27% de menciones), y con un 5% a los que han financiado su compra.

#### El consumidor del sector gaming en España

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

(% Respuesta múltiple)

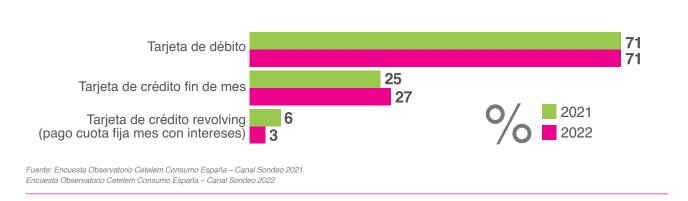


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector gaming, un 84% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró y un 19% mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

#### ¿Qué tipo de tarjeta has usado?

(% Respuesta múltiple)



De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 71% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utiliza-

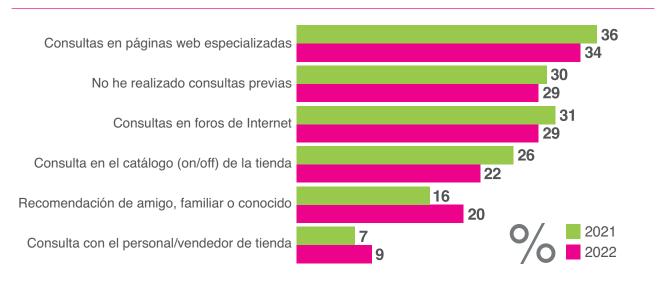
ron su tarjeta de crédito con un 27% (+2pp vs 2021) y a los que pagaron con tarjeta de crédito revolving con un 3% (-3pp vs 2021).



# 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 gaming, observamos cómo el 34% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas

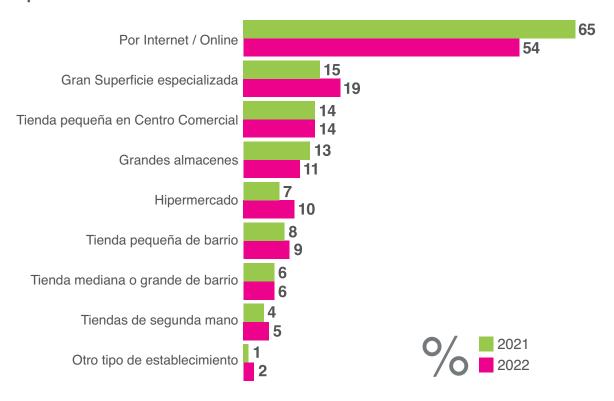
(-2pp vs 2021). Los que consultan en foros de internet son el 29%, aunque por delante de estos con otro 29% encontramos a los que no realizan consultas previas.



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

(% Respuesta múltiple)

#### Tipo tienda GLOBAL



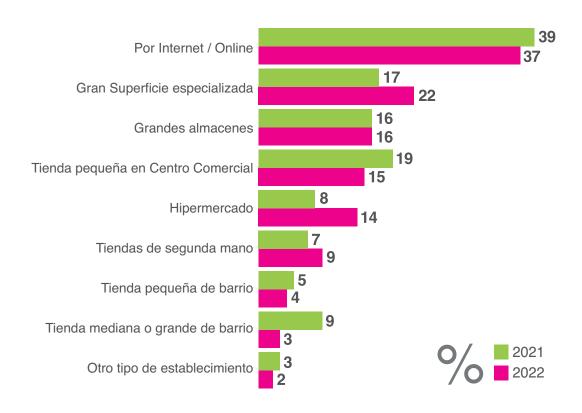
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

#### El consumidor del sector gaming en España

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de gaming, encontramos en el primer lugar a las tiendas online con un 54% de las menciones (11 puntos por debajo de lo declarado en 2021).

Las grandes superficies especializadas con un 19% y las tiendas pequeñas de centro comercial con un 14% completan el top3.

#### Videoconsolas (PS4, Xbox, Nintendo Switch, etc.)



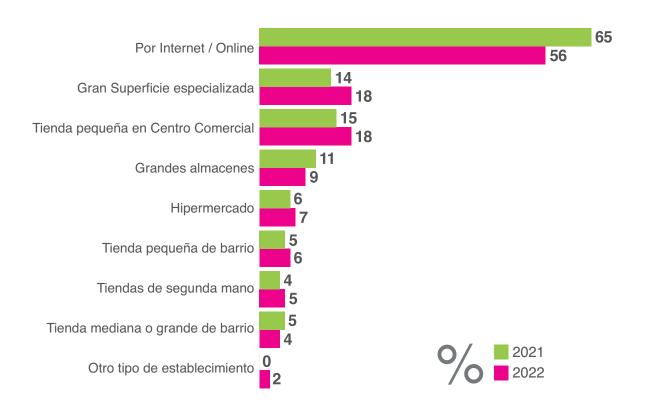
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Analizando cada categoría dentro del sector, para las videoconsolas el top 3 está formado por la tienda online (39%), seguida por las grandes superficies especializa-

das que crecen en 5 puntos (22%) y por los grandes almacenes (16%).

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Videojuegos (PC y consolas)



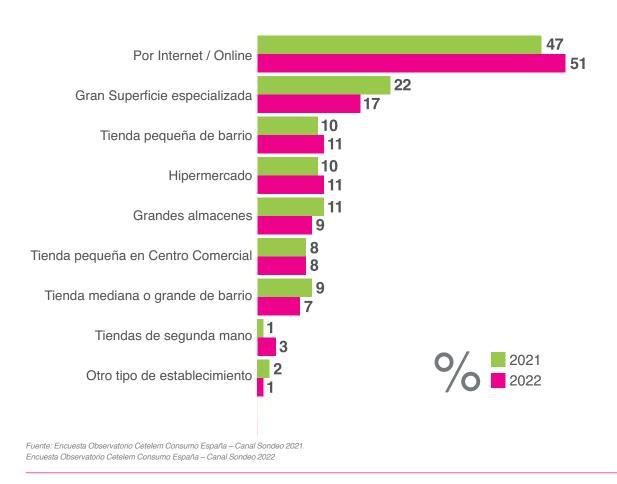
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para los videojuegos, el top 3 no cambia respecto al general. En primer lugar está la tienda online que vuelve a descender (56% vs 65% en 2021), seguida

por las grandes superficies especializadas (18%) y por las tiendas pequeñas de centro comercial (18%).

#### El consumidor del sector gaming en España

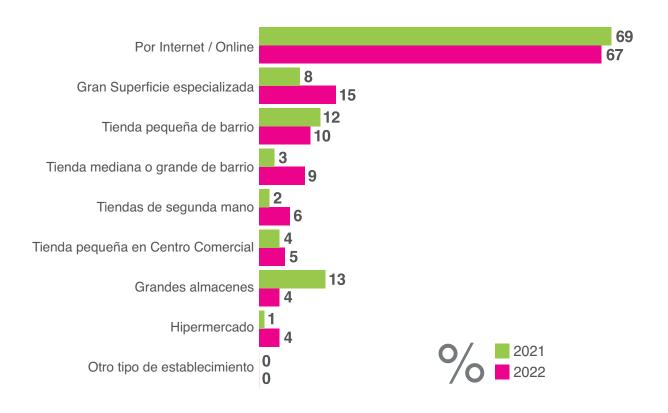
#### **PC/Portátil Gaming**



Para los PC o portátiles gaming, en primer lugar vuelve a estar la tienda online (51%), seguida por las grandes superficies especializadas (17%) y por las tiendas pequeñas de barrio que se cuelan este año dentro del top 3 (11%).

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Componentes PC (Tarjetas gráficas, memoria RAM, placas base, etc.)

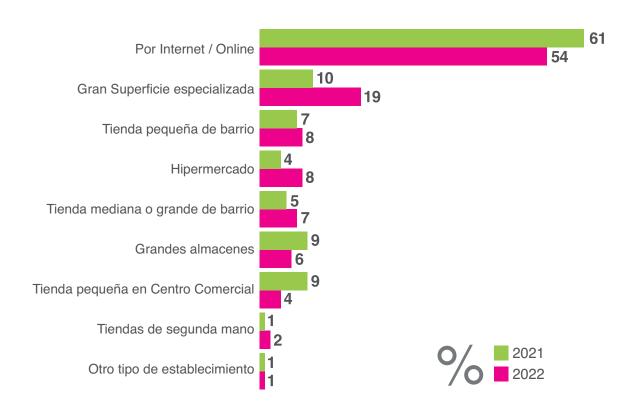


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Los canales de compra elegidos para la compra de componentes de PC son, en primer lugar, la tienda online (67%), seguidas de lejos por las grandes superficies especializadas (15%) y por las tiendas pequeñas de barrio (10%).

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Periféricos (Mandos, teclados, ratones, auriculares, Joysticks, altavoces, etc.)



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

Para los periféricos, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online aunque con un importante descenso (54%)

vs 61% en 2021), seguida por las grandes superficies especializadas (19%) y por las tiendas pequeñas de barrio que pasan del quinto al tercer lugar en el top (8%).

#### El consumidor del sector gaming en España

#### **Monitores**

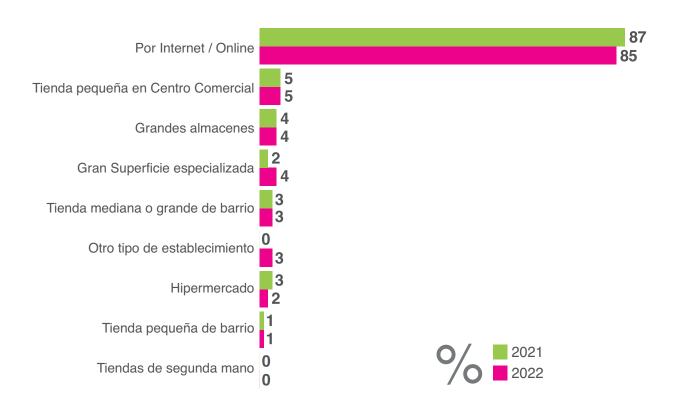


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Los canales de compra elegidos para la compra de monitores son, en primer lugar, la tienda online con un fuerte descenso de 27 puntos (36% vs 63% en 2021), seguidas por las grandes superficies especializadas (16%) y por los grandes almacenes (14%).

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Suscripción online (Ps Plus, PS Now, Xbox Live Gold, Xbox Game Pass, etc.)



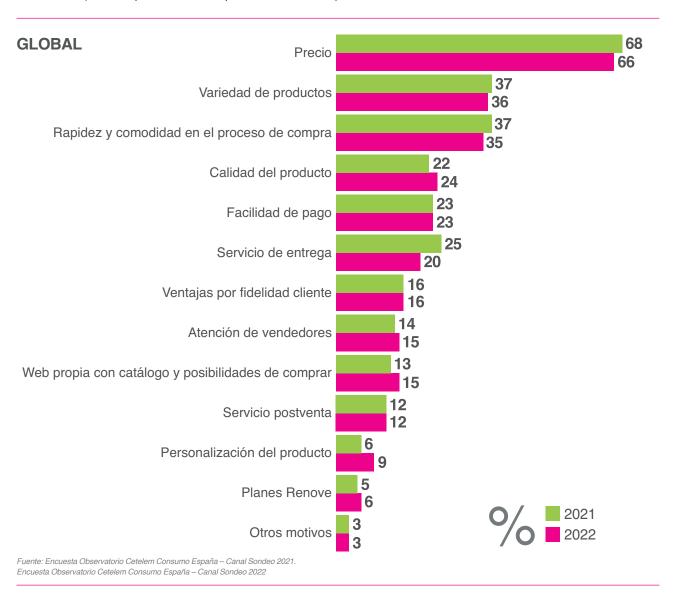
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para las suscripciones a servicios online, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online (85%), seguida por las tien-

das pequeñas de centro comercial (5%) y por los grandes almacenes (4%).



¿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)



#### El consumidor del sector gaming en España

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

# ¿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)

#### Videoconsolas (PS4, Xbox, Nintendo Switch, etc.)



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 videoconsolas en un establecimiento u otro, el top 3 es el mismo que el año anterior. El precio vuelve a ser el más importante, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la variedad de productos que se ofrece.

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

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Videojuegos (PC y consolas)



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

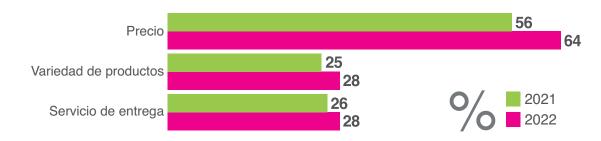
Los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar videojuegos en un establecimiento u otro, en general para los españoles, el precio es el más importante, seguido por la variedad de productos que se ofrece y

por la rapidez y comodidad en el proceso de compra. En esta categoría es importante señalar los aumentos en los porcentajes de facilidad de pago y ventajas por fidelidad cliente

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Tienda pequeña en centro comercial	precio	variedad de productos	atención de vendedores
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	facilidad de pago
Grandes Almacenes	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Hipermercado	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Segunda mano	precio	variedad de productos	facilidad de pago
internet	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	variedad de productos

#### El consumidor del sector gaming en España

#### **PC/Portátil Gaming**



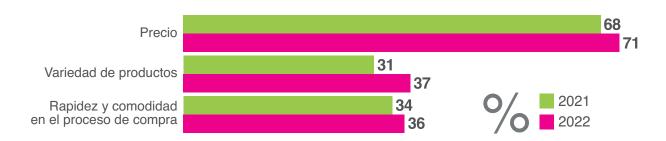
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar PC o portátiles gaming en un establecimiento u otro, en general para los españoles, el precio es el más importante con más importancia que nunca, seguido por la calidad del producto y por el servicio de entrega, que también aumentan respecto al año anterior.

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3	
Gran superficie especializada	precio	calidad del producto	rapidez y comodidad en el proceso de compra	
internet	precio	variedad de productos	facilidad de pago	

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Componentes PC (Tarjetas gráficas, memoria RAM, placas base, etc.)



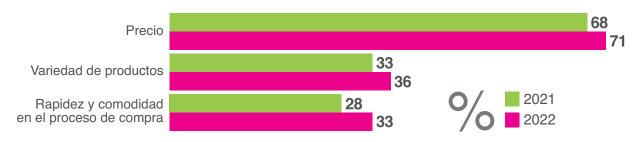
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar componentes en un establecimiento u otro, el precio es el más importante, seguido por la variedad de productos y por la rapidez y comodidad en el proceso de compra.

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
internet	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra

#### El consumidor del sector gaming en España

## Periféricos (Mandos, teclados, ratones, auriculares, Joysticks, altavoces, etc.)



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

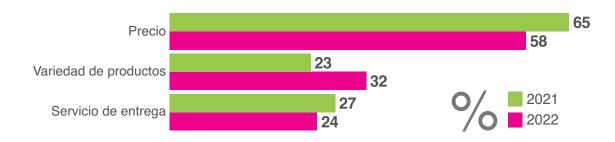
En cuanto a los periféricos, el precio sigue siendo es el más importante, seguido por la variedad de productos y por la rapidez y comodidad en el proceso de compra.

Estas tres categorías aumentan respecto al año anterior en 3, 3 y 5 puntos porcentuales respectivamente.

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
internet	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra

#### El consumidor del sector gaming en España

#### **Monitores**



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

En el caso de los monitores, el precio también es el motivo más importante, seguido por la variedad de productos (que aumenta significativamente) y por el servicio de entrega.

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Gran superficie especializada	precio	variedad de productos	calidad del producto
internet	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Suscripción online (Ps Plus, PS Now, Xbox Live Gold, Xbox Game Pass, etc.)



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

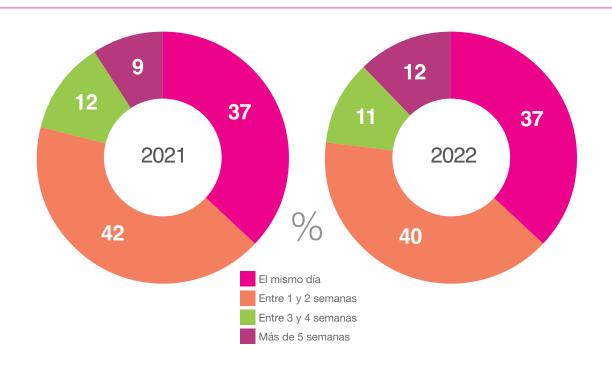
En cuanto a las suscripciones online, el precio sigue siendo el motivo más importante, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la facilidad de pago.

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
internet	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	facilidad de pago



### Lapso de tiempo necesidad – compra

¿Cuánto tiempo has tardado en realizar la compra desde el momento en que apareció la necesidad de comprar productos de este sector? (% Respuesta única)



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

El 40% de los consumidores encuestados se decide a comprar el producto del sector gaming entre una y dos semanas después de aparecer esa necesidad de adquirirlo. Los consumidores más impacientes que acuden el mismo día son el 37%.

#### Consumo España 2022 El consumidor del sector gaming en España

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

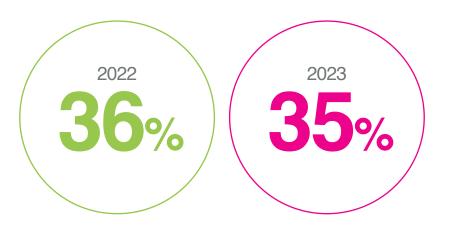
(% Respuesta única)



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

Los consumidores que compran en internet sin informarse previamente en tienda física siguen siendo mayoría este 2022. Por detrás quedan los que se informan online y compran en tienda con un 37% de menciones, manteniendo el orden de preferencia de 2021.



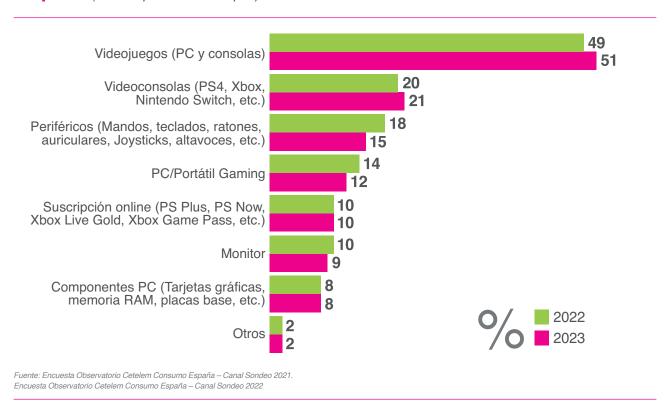


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021. Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 35% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector gaming en 2022, un punto menos que el año pasado.

#### El consumidor del sector gaming en España

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

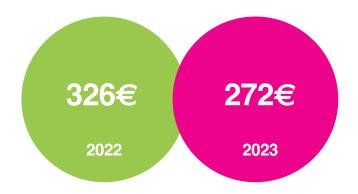


La intención de los españoles de comprar productos de este sector de cara a los próximos 12 meses es de un 35%, un punto porcentual menos que lo declarado para este 2022.

En primer lugar los más pretendidos vuelven a ser los videojuegos con un 51%, seguidos de las videoconsolas con un 21%, ambas categorías con porcentajes ligeramente superiores a los mostrados el año anterior. Para cerrar el top 3 también encontramos los periféricos con un 15% de menciones.

#### El consumidor del sector gaming en España

#### Intención gasto medio en los próximos 12 meses



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

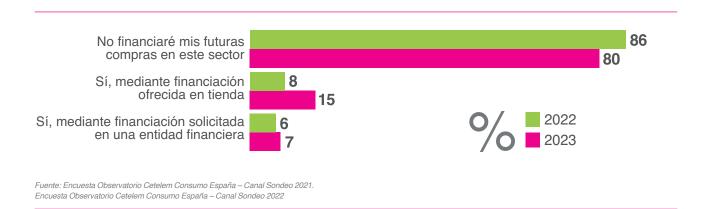
Los españoles encuestados tienen intención de gastar una media de 272€ en sus compras gaming en los próxi-

mos 12 meses, lo que supone una caída del 17% respecto a la intención de gasto mostrada para este 2022.

#### Intención financiación en los próximos 12 meses

#### ¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?

(% Respuesta múltiple)

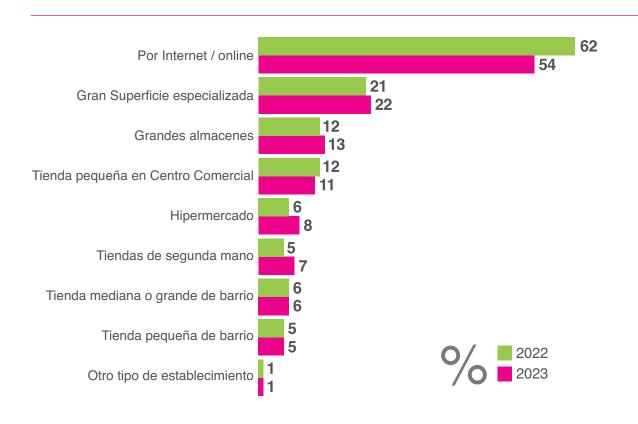


El 15% de los españoles encuestados tiene intención de financiar en tienda sus compras gaming en los próximos 12 meses, aumentando este porcentaje de forma significativa en 7 puntos porcentuales.

En las dos opciones de financiación, destacan por encima de la media los consumidores de 25 a 34 años.

# Intención canal de compra en los próximos 12 meses

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar productos del sector gaming 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 54% de los españoles encuestados tiene intención de realizar sus futuras compras gaming en las tiendas online (8 puntos menos que lo manifestado para 2022). Por detrás volvemos a encontrar con un 22% a los que pre-

tenden comprar en grandes superficies especializadas y con un 13% a los que pretenden comprar en grandes almacenes.



#### **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 consumidor del sector gaming 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 ±4% al 95,5% de confianza

