CONSUMO ESPAÑA 2022

EL CONSUMIDOR DEL SECTOR REFORMAS EN ESPAÑA

25 AÑOS

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

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 Javier Martinez, CEO Lumon 06
Entrevista a Fabrice Villa, Director General Abrisud Ibérica 08

Los puntos clave. Infografía 10

Tipo de reforma realizada 14

Gasto medio realizado 16

Medios de pago y financiación 17

Fuentes de información 19

Establecimiento donde ha contratado la reforma 21

Otros aspectos de interés 22

Intención de compra 23

Gasto medio previsto 25

Canal de compra previsto 26

Ficha técnica 27

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 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

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, estamos 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

JAVIER MARTINEZ

CEO Lumon

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

Lumon es una empresa de origen finlandés. Somos especialistas en acristalamiento de terrazas. Comenzamos nuestra andadura hace 42 años en el mundo y en España, el año que viene cumplimos 30 años. Como os decía, somos especialistas en acristalamiento de terrazas y, ¿qué hacemos con ello?: Creamos espacios para la vida, espacios que no estaban utilizados. Los convertimos en espacios protegidos donde podamos realizar actividades de nuestra vida diaria, pero con la libertad de que en cualquier momento podemos abrir esos acristalamientos y convertirlos en una terraza al aire libre.

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?

La pandemia significó diferentes cosas para cada empresa. Para nosotros, supuso en un primer momento un parón drástico. En muy pocos días nos reinventamos y conseguimos salir muy fuertes al mercado, aprovechando las oportunidades y obteniendo un gran crecimiento. De hecho, doblamos nuestro tamaño en el momento actual.

Yo soy de los que veo, o trato de ver el vaso medio lleno, y creo que va a seguir habiendo oportunidades. Pero creo, que hay que cambiar la forma de actuar y eso es precisamente lo que estamos haciendo, adecuar nuestros equipos para el nuevo entorno, donde tenemos oportunidades y, cómo no, las tenemos de la mano de Cetelem.

Quizás, tenemos que cambiar el producto financiero que hemos estado utilizando hasta ahora, por el más adecuado a la situación actual, que en algunos casos es el largo plazo.

Centrándonos en el sector reformas, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas en nuestro Observatorio Cetelem Consumo España, tanto el porcentaje de consumidores que han hecho alguna reforma en su hogar como el importe medio destinado a la misma han disminuido ligeramente en el último año. ¿Cuál es la situación actual de vuestro mercado de cerramientos y acristalamientos?

Aunque el importe medio ha podido ir cayendo en otros sectores, en nuestro caso ha aumentado. ¿Y por qué ha aumentado?: Porque mucha gente que vive en viviendas grandes, aun teniendo mucho espacio, ha querido tener más, tanto en el edificio, como en grandes terrazas de chalés. Los clientes quieren seguir reuniéndose con su

familia y amistades, incluso más que antes, y prefieren hacerlo en el porche de la vivienda. Esto ha provocado que nuestro ticket medio haya aumentado un 60% aproximadamente, que es mucho.

Según noticias publicadas, recientemente habéis inaugurado una nueva fábrica en Antequera. ¿Qué nos puedes contar al respecto?

En Lumon nos preparamos para tener siempre capacidad productiva y responder al aumento de la demanda. ¿Y qué hemos hecho últimamente?: Pues hemos hecho una gran inversión en España.

Hemos desarrollado una fábrica para todo el sur de Europa localizada en Antequera, que se ha convertido en la más moderna del mundo de nuestro sector y va a suponer diferentes cosas.

En primer lugar, vamos a ser más ágiles y rápidos. Pero lo más importante, es que vamos a reducir notablemente la cantidad de CO_2 en la distribución del material. Pasamos de operar con una fábrica a 4.000 km de distancia, a operar en un entorno entre 500 y 800 km de distancia máxima. La agilidad y sostenibilidad será mucho mayor.

También, nos va a permitir adaptar un poquito más el producto a nuestro principal mercado de Europa, que es España.

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

Dentro del sector, la financiación juega diferentes papeles dependiendo del tipo de empresa. No es lo mismo trabajar con Lumon, que trabajar con una empresa mucho más pequeña.

En nuestro caso, nos permite tener una buena gestión y muy ágil, del cierre de la operación. La herramienta de Cetelem es extremadamente buena y ha mejorado mucho con el paso de los años… llevamos muchos años trabajando con Cetelem.

También, nos permite adecuar el producto, en este caso financiero, a cada tipo de cliente. Hay clientes que quieren disfrutar de su producto cuanto antes y buscan un corto plazo, como facilidad de pago, y otros clientes que necesitan cuotas más cómodas.

De hecho, ahora con el coste energético tan alto, las últimas facturas de electricidad están aumentando. Una de las cosas que produce acristalar la terraza, es reducir el consumo energético de la vivienda. La financiación permite a los clientes pagar cómodas cuotas disfrutando del uso de la terraza desde el primer momento.

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

El futuro de nuestro sector en los próximos dos años lo veo un poco convulso, dependiendo del tipo de empresa y la capacidad que tenga para adaptarse, sobre todo a la comercialización.

Creo que la estrategia de Lumon es la que más se adecúa a un posible periodo de crisis y recesión que tanto nos están anunciando. En mi opinión, nuestra forma de trabajar creo que nos va a permitir crecer bastante e incluso tener más cuota de mercado de la actual. Actualmente creo que estamos por encima del 50% y en los próximos años podremos alcanzar tranquilamente el 75%.

Hemos vivido una época donde costaba atender toda la demanda generada que era muy alta. Actualmente, con un entorno diferente, solo las empresas que estén mentalmente preparadas para generar esta demanda, serán capaces de competir.

Lumon y Cetelem, estamos ante un reto para ayudar a nuestros equipos comerciales para afrontar el crecimiento que se va a dar en el sector. Por eso creo que la sociedad “Lumon & Cetelem” es la ganadora en un contexto así.

No quería pasar por alto la oportunidad de desearos un gran 25 aniversario del Observatorio Cetelem. Felicitaros por estos 25 años de servicio al cliente y que vayamos a por otros 25 años junto a Lumon, donde, cuando cumpláis 50, podamos celebrarlo de una manera magnífica. Muchas felicidades.

ENTREVISTA

FABRICE VILLA

Director General Abrisud Ibérica

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

Abrisud, nace en Francia en 1996 de un proyecto empresarial familiar, con la filosofía de popularizar las cubiertas para piscinas. Más allá de un mero elemento funcional, la empresa siempre ha apostado por el diseño y la tecnología.

En el 2005, consolida su expansión internacional con la creación en Barcelona de su primera filial: **Abrisud Ibérica**. Veintiséis años después de su creación, nuestra marca sigue siendo un referente en el mercado de las cubiertas de piscina, gracias a un portfolio de productos innovadores, manufacturados en las seis unidades de producción especializadas de las que dispone el grupo en Francia.

Abrisud, ha integrado el grupo Akena en Julio de 2020. Gracias a esta adquisición operada por el grupo Akena, uno de los líderes franceses en el sector de las verandas y de las pérgolas, Abrisud toma otra dimensión. Además de su presencia en el mercado de los equipamientos para exterior, el grupo Akena, aporta a Abrisud una competencia industrial adicional y la posibilidad de diversificar sus mercados.

Hoy, comercializamos e instalamos, además de cubiertas para piscinas, una gama de soluciones adaptadas para la protección solar: pérgolas bioclimáticas, “carports” y toldos, productos cada vez más demandados para mejorar el confort del espacio exterior de la vivienda individual.

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?

Obviamente, este contexto es fuente de preocupación para todos. En los últimos años, todos hemos tenido que aprender a adaptarnos a externalidades impredecibles.

Dicho esto, invertir en la calidad del equipamiento en el hogar tiene mucho sentido. Por ejemplo, equipar una piscina con una cubierta, contribuye al ahorro de agua y energía. Otro ejemplo: instalar una pérgola o un toldo en la terraza, limita la exposición solar de las cristaleras del salón en verano, y reduce la temperatura de su interior disminuyéndola en 5 °C.

Centrándonos en el sector de las piscinas, ¿cuál es en vuestra opinión la situación actual del mercado?

España ha alcanzado este verano 1,3 millones de piscinas, siendo el cuarto país del mundo y el segundo de Europa en número de unidades.

El sector de la piscina en España continúa creciendo, y tiene buenas perspectivas para el resto de 2022, de tal forma que un año más, crecerá por encima de la media nacional, alrededor de un 6,3%. Así que, son perspectivas favorables.

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

Seguimos siendo fieles a la filosofía de los fundadores de la marca, que entendieron muy pronto la necesidad de invertir en I+D para liderar el mercado.

Abrisud sigue innovando, mejorando la calidad y el diseño de sus productos, a la vez que amplia constantemente su portfolio, para que los clientes encuentren en nuestro catálogo la solución que responda a sus necesidades.

Recientemente, hemos lanzado cobertores de lamas de policarbonato, que permiten incrementar hasta 6 grados la temperatura del agua de la piscina, una elegante pérgola de tela retráctil, y un original *pergostore*, un producto híbrido, entre une pérgola y un toldo.

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

Lo que no era habitual hace pocos años en nuestro sector, se ha convertido en un servicio ineludible. Los clientes de hoy, agradecen esta flexibilidad en el pago.

Gracias a nuestra colaboración con Cetelem, brindamos fórmulas ventajosas de financiación, que facilitan la relación comercial. La cuota del volumen de ventas financiadas es actualmente significativa y en constante progresión.

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

El sector del equipamiento *Outdoor*, debería seguir gozando de condiciones favorables para crecer, dado que se está consolidando la tendencia en invertir en mejorar el confort del hogar.

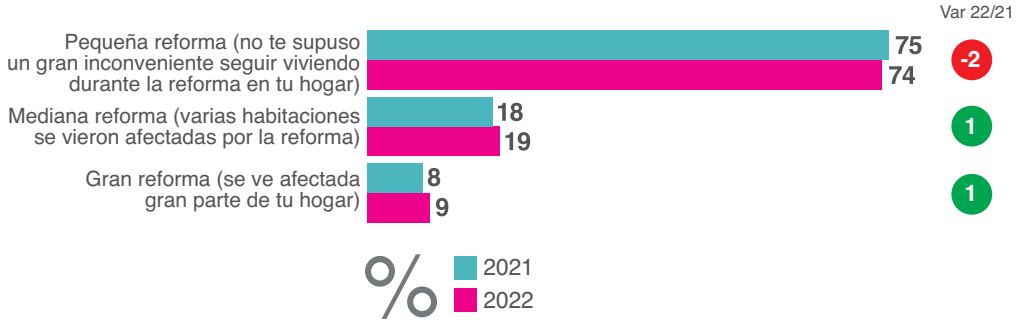
También, está estimulado por otras muchas empresas innovadoras que como Abrisud, saben adaptar su oferta a las últimas tendencias y dar visibilidad a sus atractivas soluciones.

LOS PUNTOS **CLAVE**

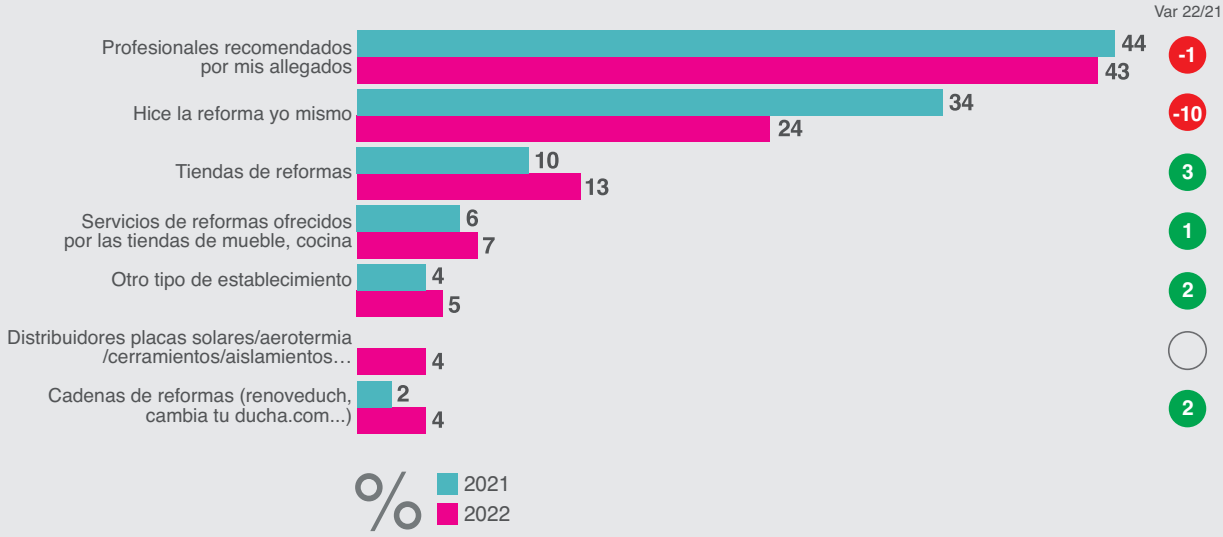
El
31%
(2 puntos por debajo del año anterior)
de los consumidores encuestados ha realizado algún tipo de reforma en los últimos 12 meses, gastando una media de 4.014€, un 17% menos que el año anterior.

El
31%
(un punto por debajo del año anterior)
de los consumidores encuestados tiene intención de realizar algún tipo de reforma en los últimos 12 meses, gastando una media de 3.477€, un 9% más que el año anterior.

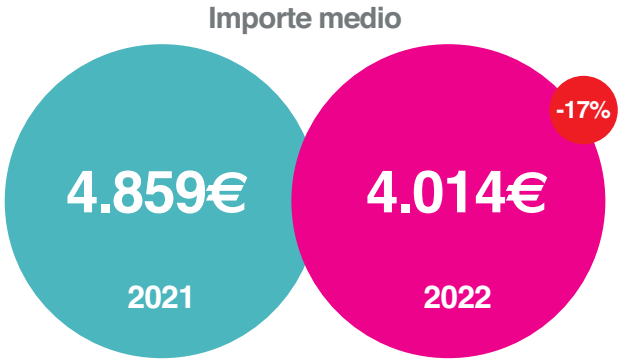
¿Qué tipo de reforma has realizado en tu hogar en los últimos 12 meses? (%respuesta múltiple)



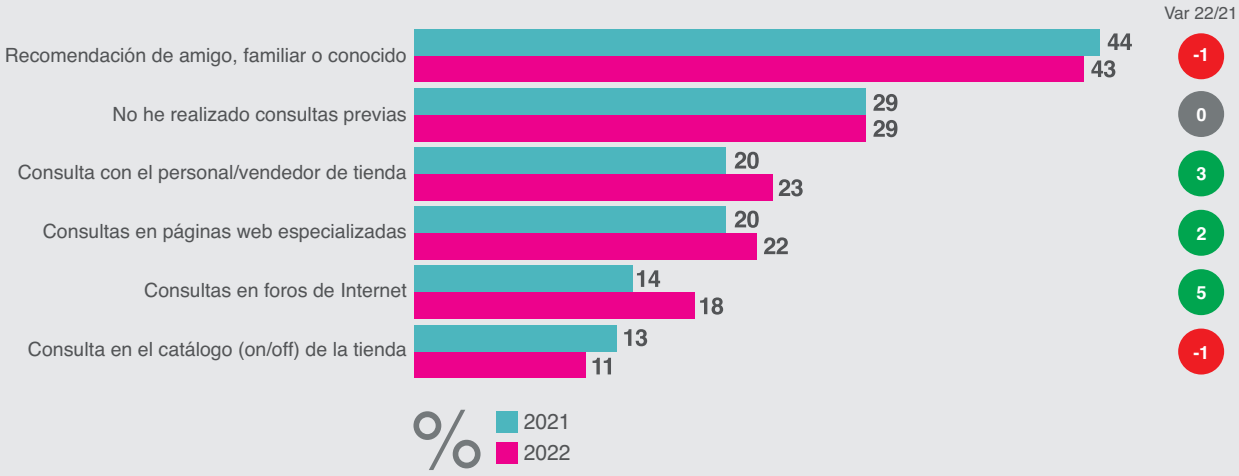
¿Dónde ha contratado el servicio? (%respuesta múltiple)



Y, ¿cuánto te has gastado aproximadamente en la reforma en los últimos 12 meses? (sin incluir muebles o electrodomésticos) (Abierta numérica)

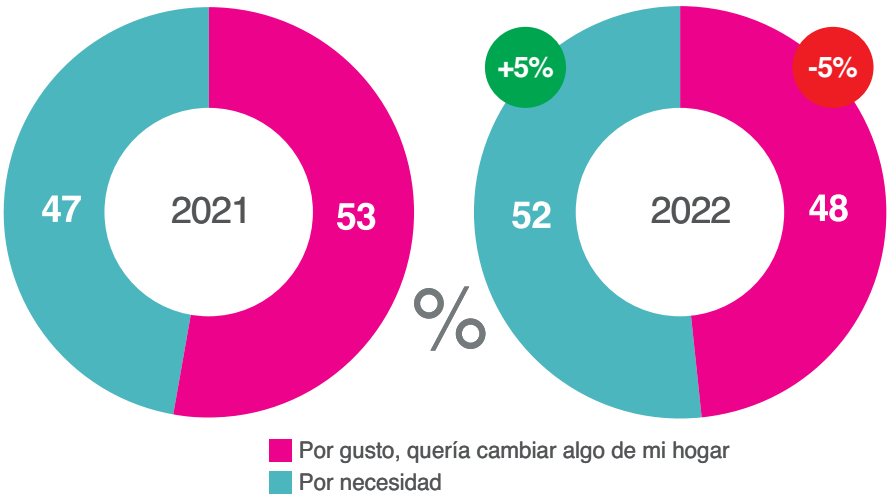


¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta? (Respuesta múltiple - max 3 opciones)

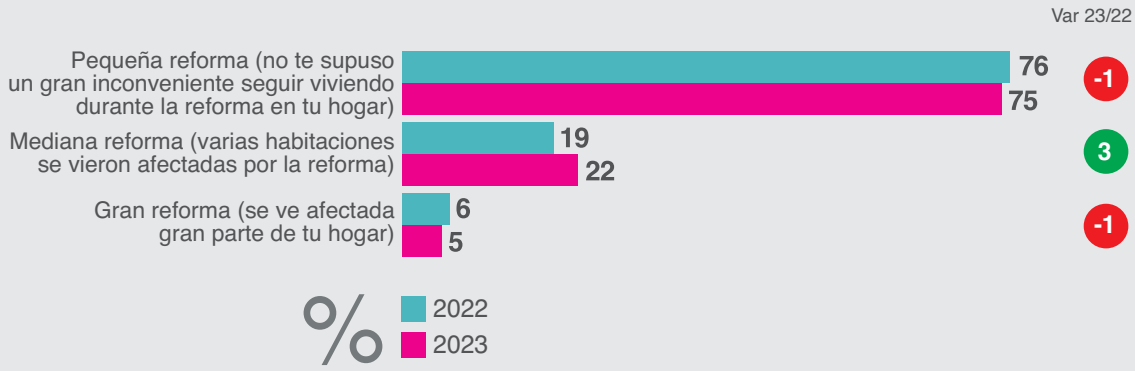


El consumidor del sector reformas en España

¿Has realizado la reforma por gusto o por necesidad? (% respuesta única)

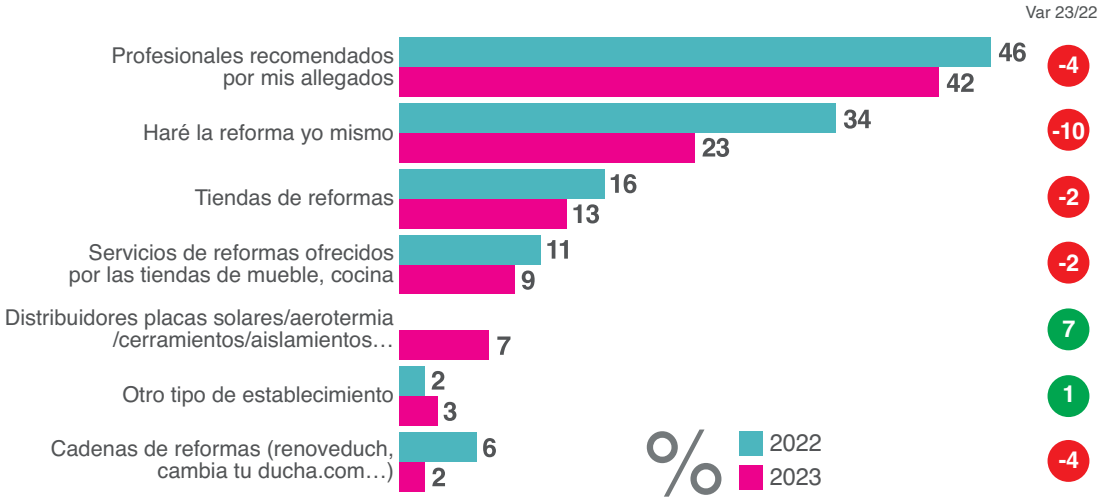


Has dicho que tienes pensado realizar algún tipo de reforma en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de reforma tienes pensado realizar? (%respuesta múltiple)

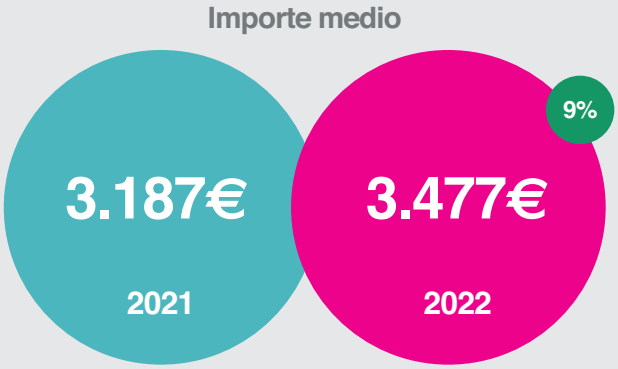


El consumidor del sector reformas en España

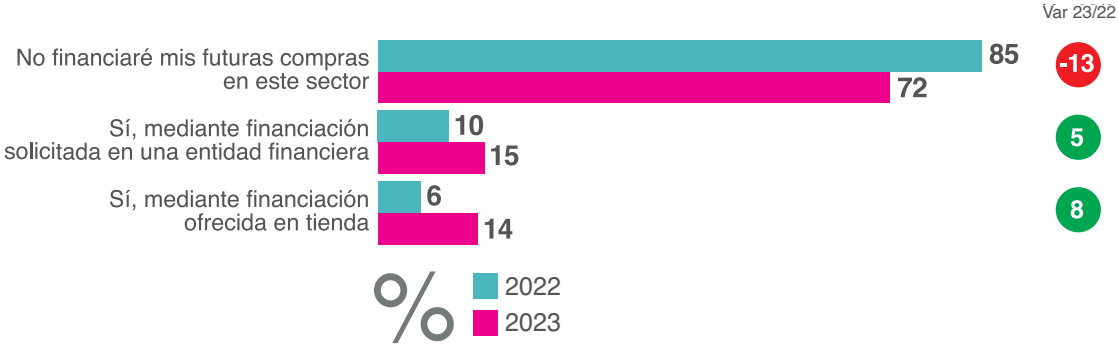
¿En qué tipo de establecimiento solicitarás el servicio de reforma?
(%respuesta múltiple)



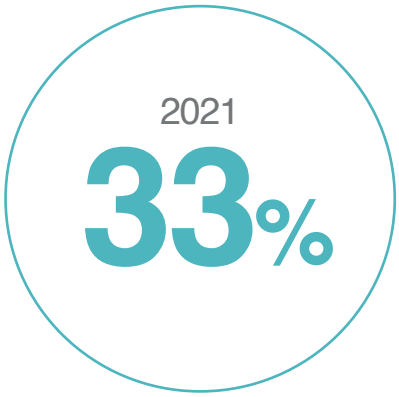
¿Qué importe tienes pensado destinar en reformas en el próximo año? (Abierta numérica)

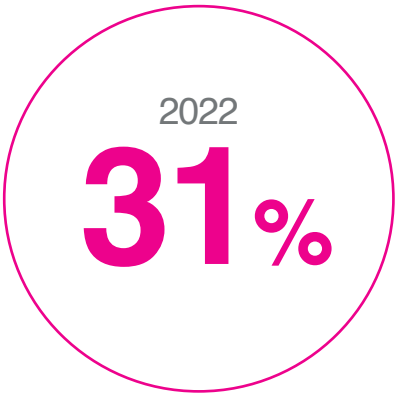


¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector? (%respuesta múltiple)



TIPO DE REFORMA **REALIZADA**





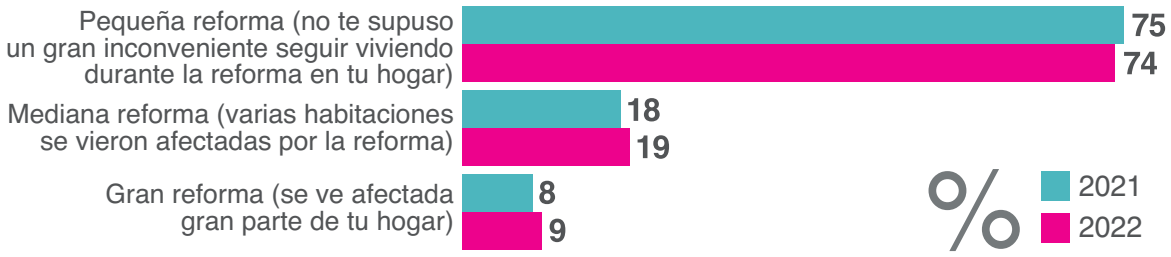
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 31% de los españoles encuestados ha realizado alguna reforma en su hogar los últimos 12 meses, 2 puntos porcentuales por debajo de lo declarado en 2021.

Destacan por encima de la media aquellos españoles con edades comprendidas entre los 25 y 34 años con un 35% de menciones.

¿Qué tipo de reforma has realizado en tu hogar en los últimos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)



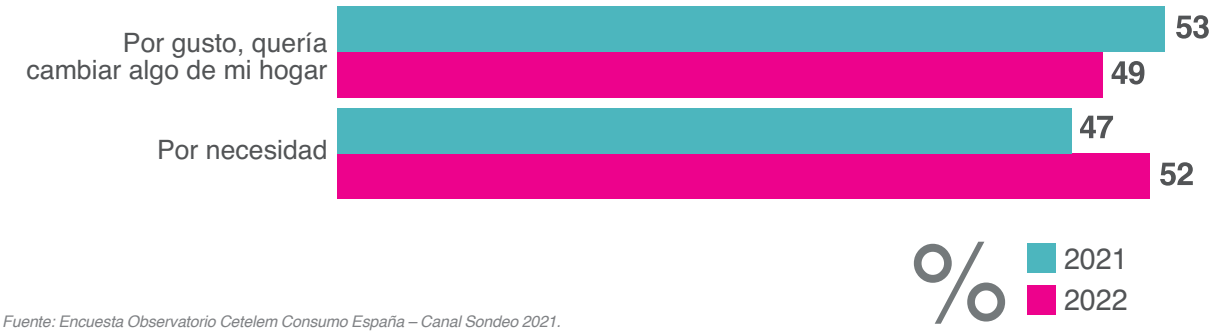
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En lo que respecta al tipo de reforma que han realizado los españoles durante el último año, las pequeñas reformas han sido claramente las más demandadas con un 74% de menciones, tal y como ocurría el año anterior, aunque descendiendo en un punto porcentual.

Sin embargo, aunque con porcentajes muy inferiores a los anteriormente mencionados, las medianas reformas obtienen un 19% de menciones y las grandes un 9%, lo que supone un incremento respecto a 2021 de un punto porcentual para cada una de ellas.

¿Has realizado la reforma por gusto o por necesidad?

(% Respuesta única)

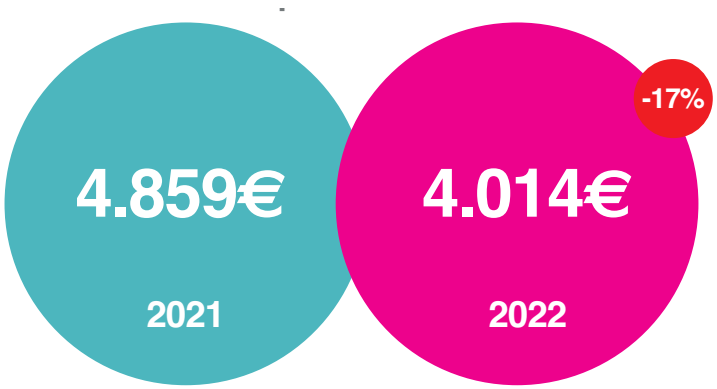


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 52% de los españoles que han realizado alguna reforma, lo ha hecho por necesidad (5 puntos porcentuales por encima de 2021), cambiando la tendencia mostrada el año anterior.

GASTO MEDIO Y **MEDIO DE PAGO**

¿Cuál es el importe medio aproximado que has gastado en la reforma en los últimos 12 meses? (sin incluir muebles o electrodomésticos) *(abierta numérica)*



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

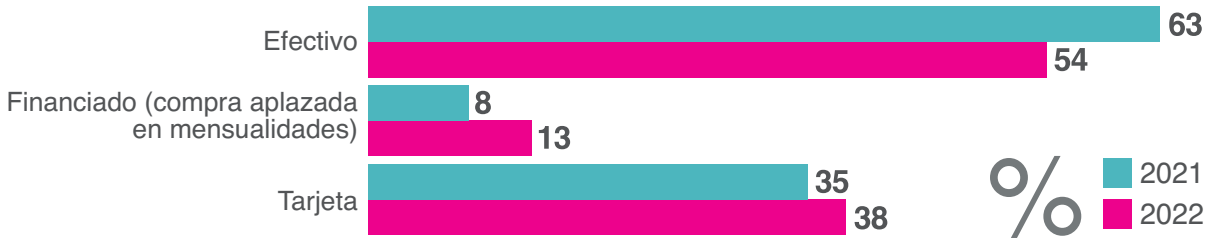
El gasto medio declarado por los consumidores que han realizado alguna reforma en los últimos 12 meses, es de 4.014€, lo que supone un fuerte descanso del 17% respecto a lo destinado el año anterior.

Si segmentamos por edades, aquellos con edades comprendidas entre los 35 y 44 años destacan por encima de la media con un gasto medio declarado que ronda los 6.200€, o que supone un 28% más que la media.

Medio de pago

¿Cómo has pagado tu compra?

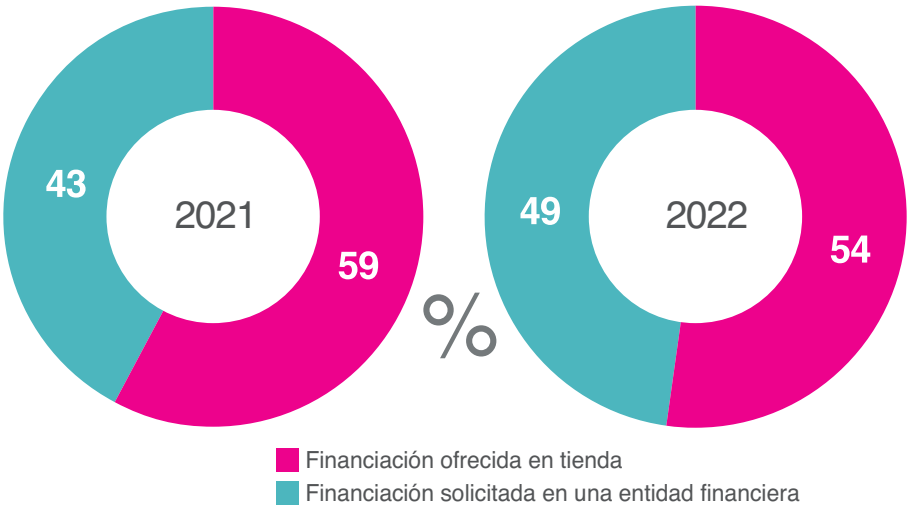
(% Respuesta única)



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

Para la contratación de la reforma, el pago en efectivo vuelve a ser el más elegido por los consumidores con un 54% de menciones. El 38% opta por el pago con tarjeta (3 puntos por encima de 2021) que continua en aumento año tras año y el 13% declara haber financiado su reforma (8% en 2021).

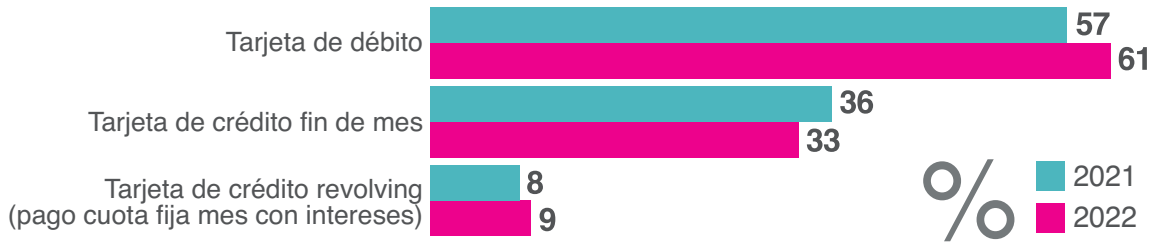
¿Has financiado en tienda o a través de una entidad financiera?
(% Respuesta múltiple)



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

Aunque el mayor porcentaje de consumidores que han financiado su reforma lo han hecho a través de la oferta recibida en la tienda (54%), crece el porcentaje de los que optan por solicitar un crédito a una entidad financiera (49% vs 43% en 2021), acercándose mucho a la opción de financiación en tienda.

¿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

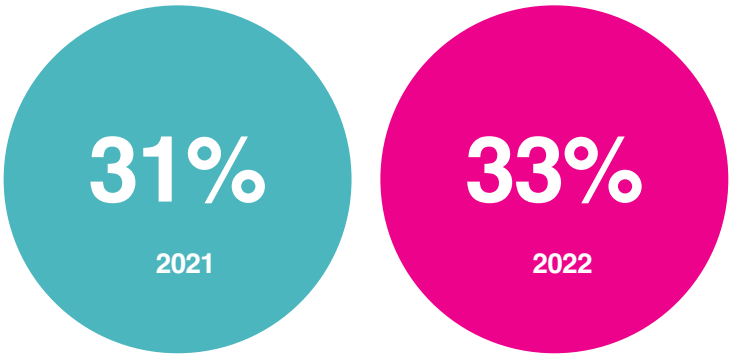
Entre aquellos que han utilizado como medio de pago la tarjeta, en general se observa un descenso en la utilización de la tarjeta de crédito de fin de mes, y un incremento de la de débito.

Un 61% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, 4 puntos más que en 2021. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito fin de mes con un 33% de menciones y un descenso de 3 puntos respecto al año anterior. Aquellos que pagaron con tarjeta de crédito revolving aumentan hasta el 9%.

FUENTES DE **INFORMACIÓN**

Fuentes de información en la decisión de compra

¿Utilizaste Internet para informarte antes de decidir con quién contratar la reforma? *(% Respuesta única)*



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

Parece que la consulta previa a la contratación de la reforma no suele ser a través de internet, ya que sólo el 33% de los que han realizado alguna reforma han consultado el canal online antes. Aunque hay que decir que se observa un ligero incremento de 2 puntos respecto a 2021.

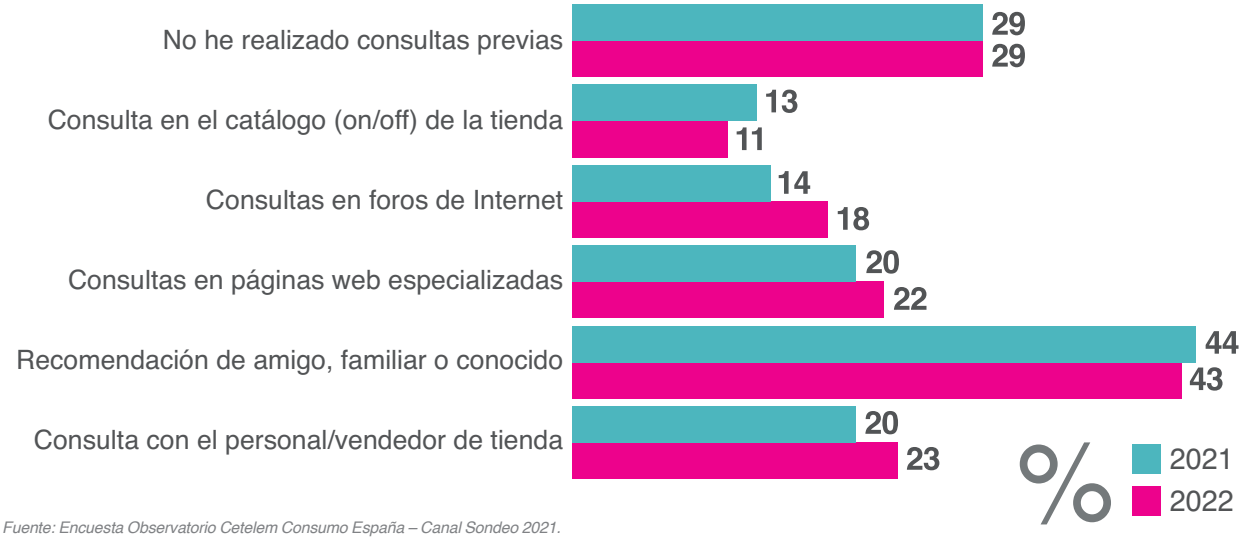
Destacan por encima de la media los consumidores de 18 a 24 años con un 47% de menciones.

¿Cuántos presupuestos pediste hasta que te decantaste por la empresa que ha realizado tu reforma? *(Abierta numérica)*

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

La media de presupuestos que piden los consumidores antes de decidirse por la empresa que le realizará su reforma, pasa de 6 en 2021 a 3 en 2022, mostrando un importante descenso a la hora de comparar opciones.

¿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

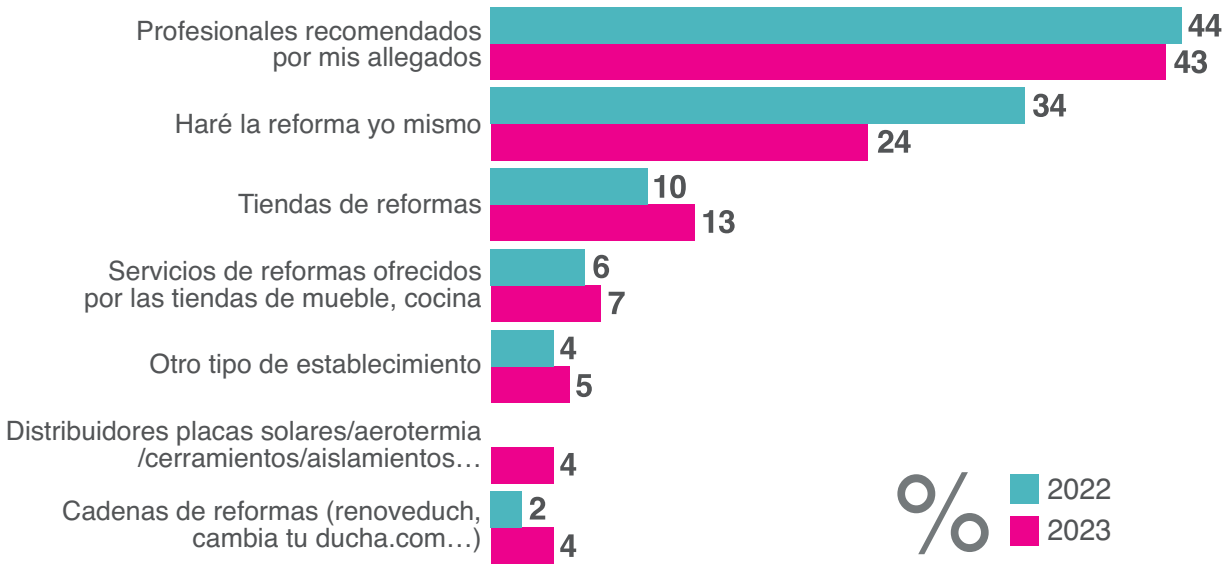
El 43% de los consumidores que han realizado alguna reforma en los últimos 12 meses han recurrido a las recomendaciones de familiares o amigos para informarse antes de contratar el servicio con un profesional determinado, con un descenso de un solo punto respecto a las declaraciones de 2021.

Se observa un aumento en el porcentaje de españoles que afirman consultar webs especializadas, foros o el personal de la tienda.

ESTABLECIMIENTO DONDE HA **CONTRATADO LA REFORMA**

¿En qué tipo de establecimiento solicitaste el servicio de reforma?

(% Respuesta múltiple)



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

En cuanto al establecimiento elegido por los consumidores para sus reformas en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a los profesionales recomendados por amigos o familiares con un 43% de las menciones, aunque continúan en descenso como el año anterior, esta vez de un solo punto (destacan por encima de la media los consumidores mayores de 45 años con un 48% de menciones).

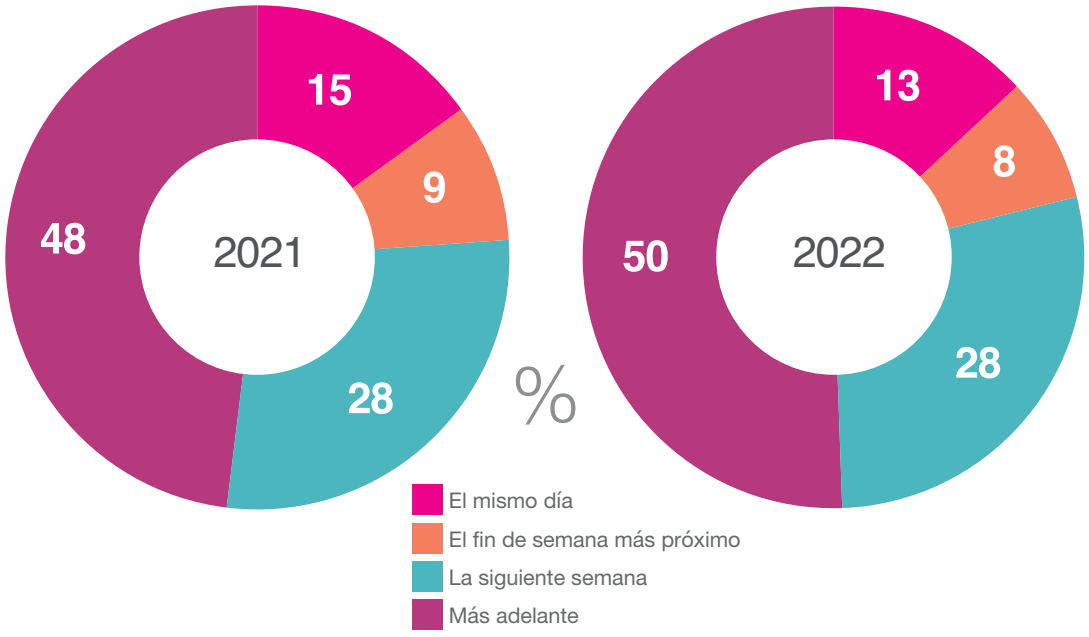
El 24% optó por realizar la reforma ellos mismos lo que supone un descenso de 10 puntos respecto a 2021, presentando un descenso considerable.

El 13% acudió a una tienda de reformas y el 7% la contrató en la tienda donde compro los muebles o la cocina, mostrando ambas opciones ligeros incrementos respecto al año anterior.

OTROS ASPECTOS **DE INTERÉS**

Lapso de tiempo necesidad – compra

¿Cuánto tiempo has tardado en contratar la reforma desde el momento en que apareció la necesidad de hacerla?
(% 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 (50%) se deciden a contratar la reforma más de una semana después de que aparece esa necesidad, 2 puntos más que en 2021.

Desciende el porcentaje de aquellos que deciden contratar la reforma el mismo día (13% vs 15% en 2021).

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

2022
32%

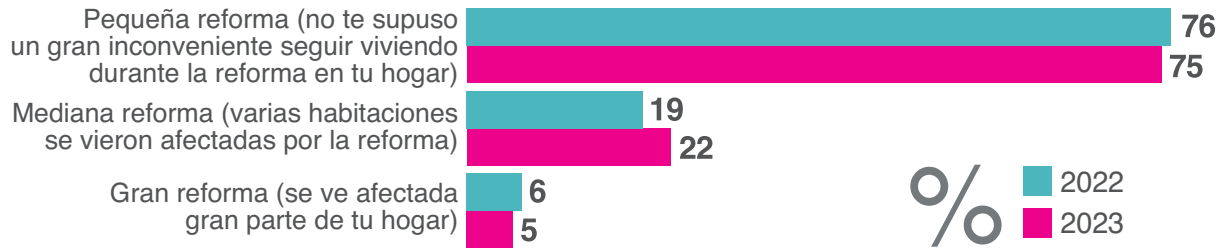
2023
31%

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

El 31% de los españoles encuestados declara su intención de realizar algún tipo de reforma del hogar en los próximos 12 meses, un punto porcentual por debajo de lo declarado en 2021.

Has dicho que tienes pensado realizar alguna reforma en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de reforma tienes pensado contratar?

(% Respuesta múltiple)

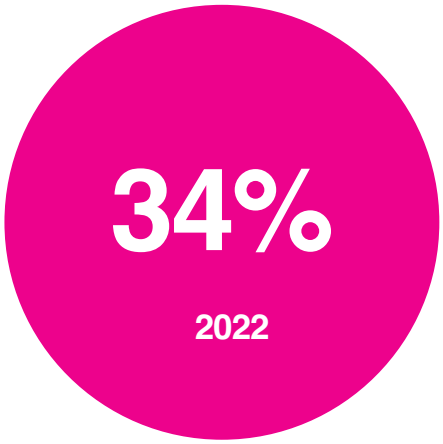


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En primer lugar, las más pretendidas vuelven a ser las pequeñas reformas con un 75%, le siguen las medianas con un 22% (19% en 2021), y por último las grandes reformas con un 5%, un punto menos que en 2021.

¿Alguna de las reformas que piensas hacer tiene que ver con la mejora de la eficiencia energética de tu vivienda?

(% Respuesta única)



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

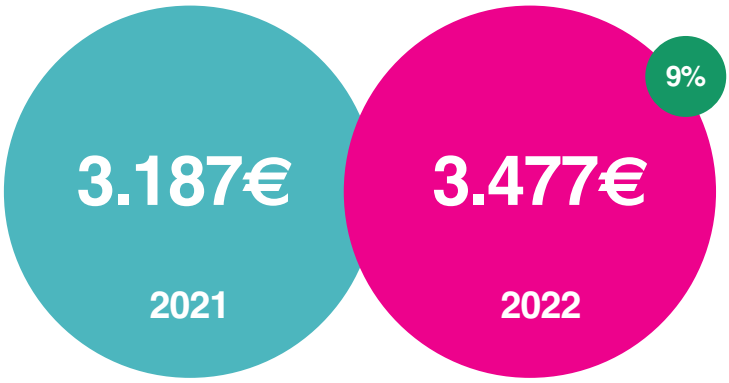
El 34% de los consumidores dice que alguna de las reformas que pretende realizar está directamente relacionada con la mejora de la eficiencia energética de su hogar.

Destacan por encima de la media los consumidores de 18 a 24 años con un 44% de menciones y los de 25 a 34 años con un 40%.

Intención gasto medio en los próximos 12 meses

¿Qué importe tienes pensado destinar en reformas en el próximo año?

(% Respuesta múltiple)

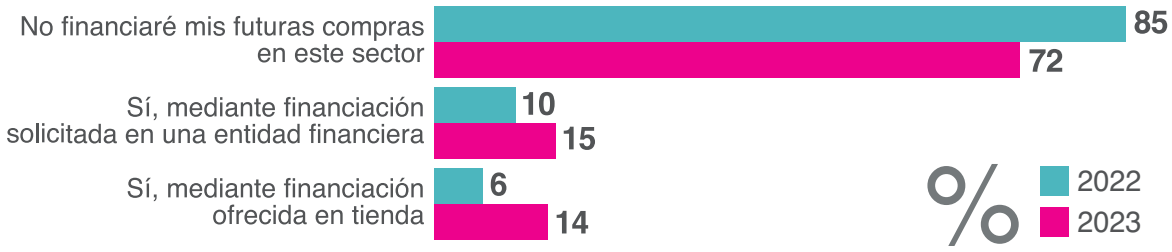


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En cuanto al gasto medio que los consumidores pretenden destinar a sus reformas del año que viene, encontramos una variación del 9% respecto a las intenciones del año anterior, hasta alcanzar la cifra de los 3.477€.

¿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

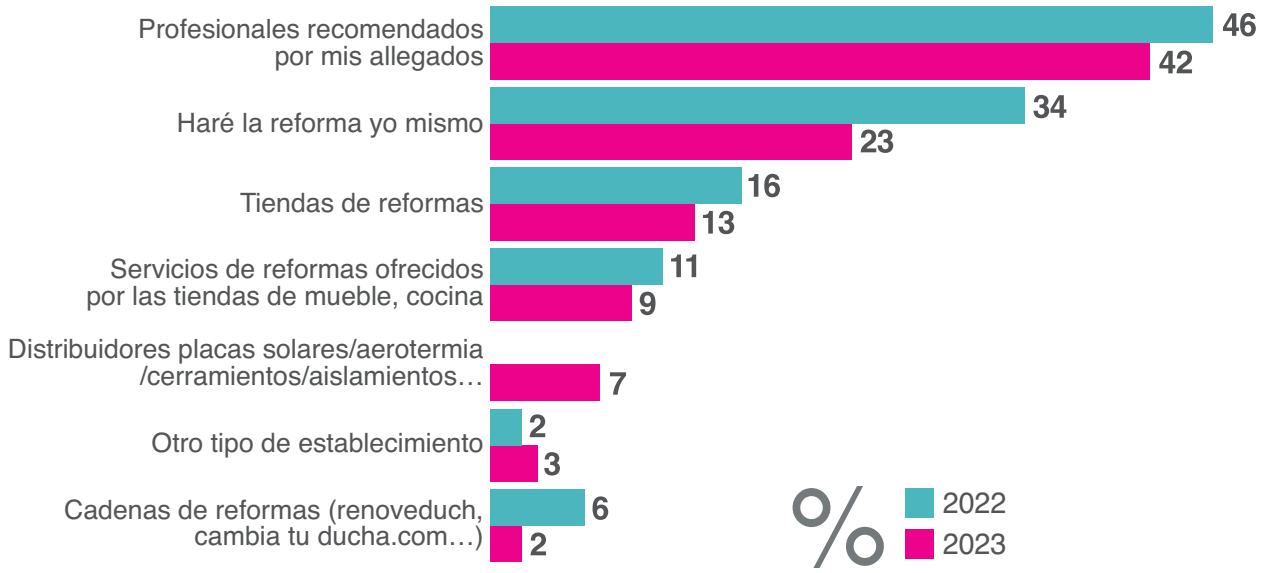
Respecto a la intención de financiar sus reformas, el 72% responde que no lo hará, descendiendo este porcentaje en 13 puntos respecto a las intenciones mostradas para los últimos 12 meses.

Los que optarán por la financiación solicitada a su entidad financiera pasan del 10% en este año al 15% para el siguiente, y los que prefieren la ofrecida en tienda crecen del 6% al 14%.

Intención canal de compra en los próximos 12 meses

¿En qué tipo de establecimiento solicitarás el servicio de reforma?

(% Respuesta múltiple)



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

Los profesionales recomendados por familiares y amigos vuelven a mostrar las intenciones más altas con un 42%. Por detrás, encontramos a los que pretenden realizar la reforma ellos mismos con un 23% pero con un descenso de 11 puntos porcentuales respecto a lo manifestado el año anterior.

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 ±4% al 95,5% de confianza

Consumo España 2021

Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2021

Universo:

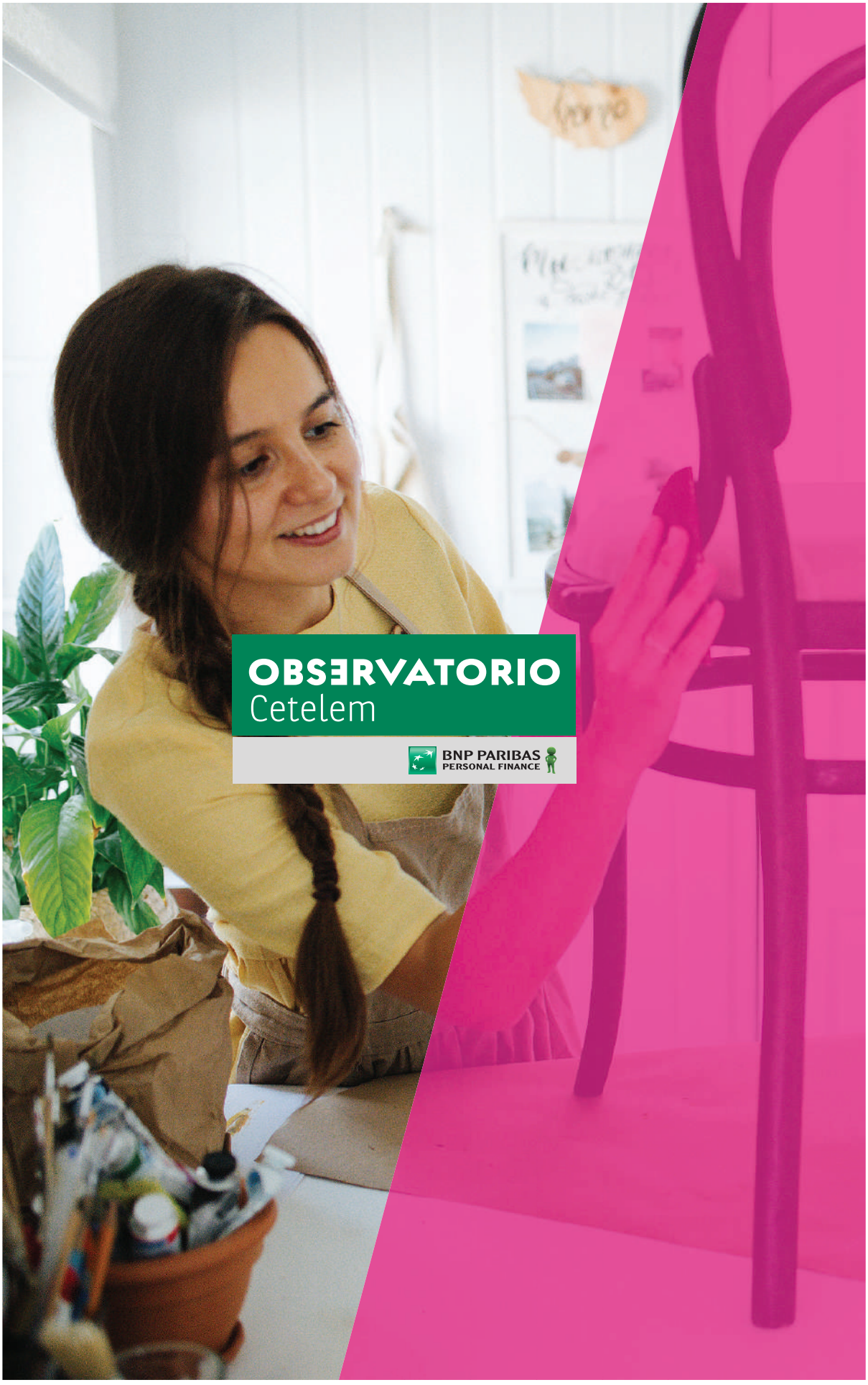
Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

Metodología:

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

Muestra:

El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del ±4% al 95,5% de confianza



OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE