

CONSUMO ²⁰²² ESPAÑA

EL CONSUMIDOR
DEL SECTOR VIAJES
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
Los puntos clave. Infografía	05
Productos comprados	09
Gasto medio realizado	11
Medios de pago y financiación	15
Fuentes de información	17
Canal de compra	18
Motivos elección canal de compra	19
Otros aspectos de interés	21
Intención de compra	22
Gasto medio previsto	24
Canal de compra previsto	25
Ficha técnica	26



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



EDITORIAL

LILIANA MARSÁN

Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España

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

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

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

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

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

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

Disfruten de la lectura.

Un saludo,

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem

LOS PUNTOS CLAVE

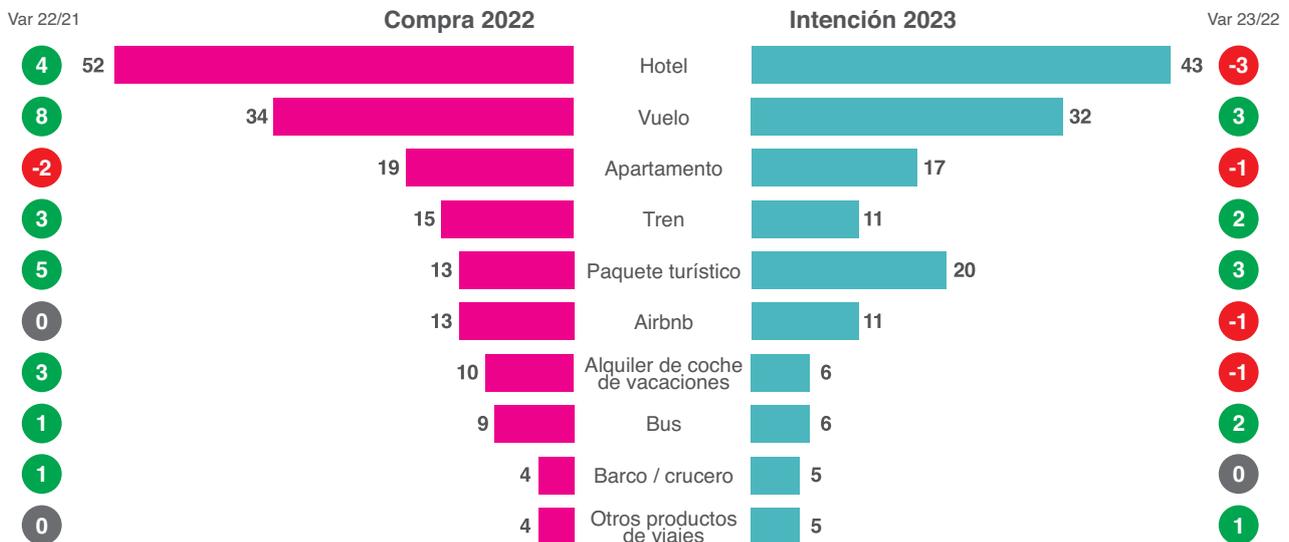
El **68%**

(14 puntos por encima del año anterior) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector viajes en los últimos 12 meses, gastando una media de 991€, un 32% más que el año anterior.

El **76%**

(3 puntos por encima del año anterior) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector viajes en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos 1007€ de media, un 10% más que el año anterior.

¿Qué tipo de producto del sector viajes 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 viajes en España

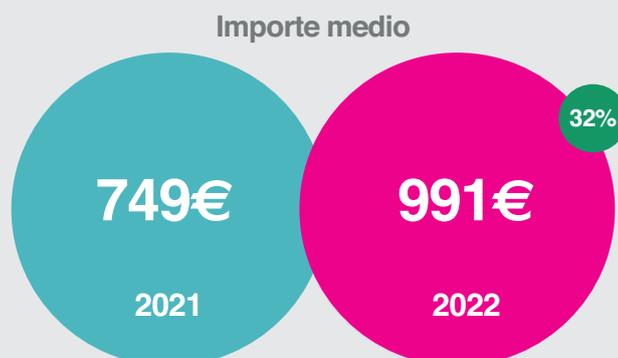
Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses (% respuesta múltiple)



¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido cada tienda para realizar la compra de productos/servicios de viaje/ turismo?

Tienda	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Agencia de viajes física		
Atención de vendedores	47	7
Precio	35	-2
Opciones de viaje personalizado	32	5
Agencia online		
Precio	71	-1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	43	-3
Variedad de productos	26	-3
Web colectiva		
Precio	68	-1
Variedad de productos	38	4
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	38	2
Web de comparador de precios		
Precio	73	-3
Variedad de productos	40	1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	37	0
Web compañía / aerolínea		
Precio	75	8
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	42	-5
Facilidad de pago	22	

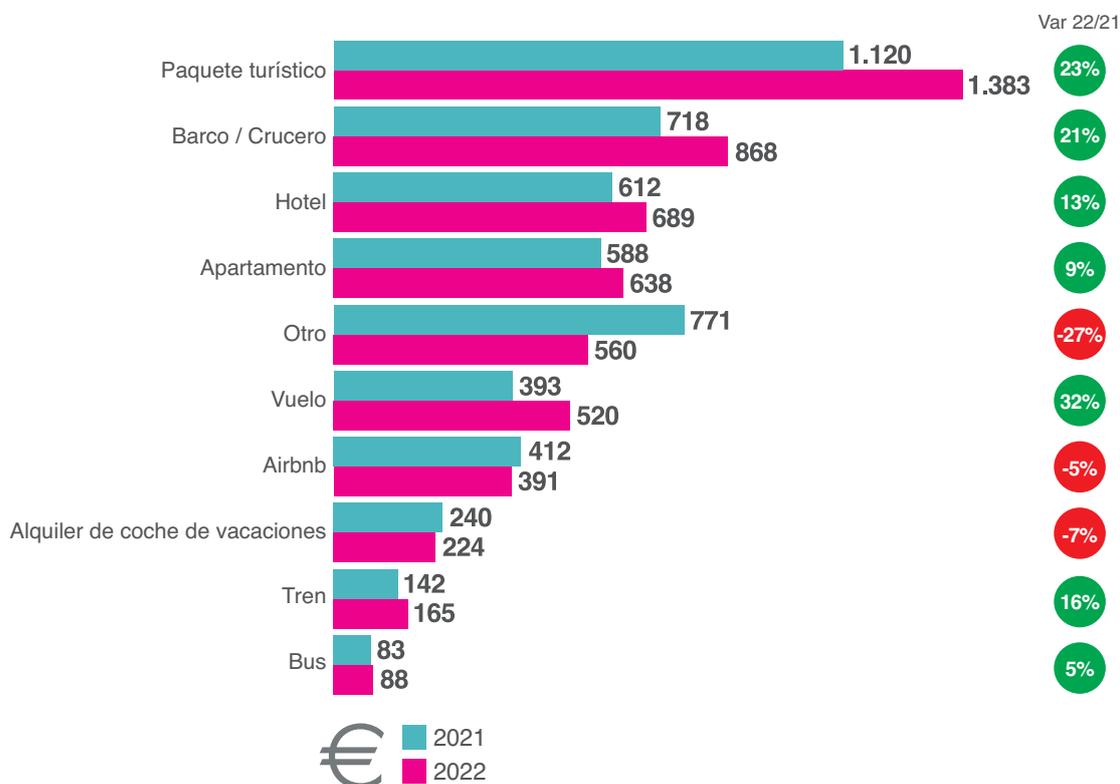
Tienda física o ecommerce ¿Cuánto han gastado en cada una?



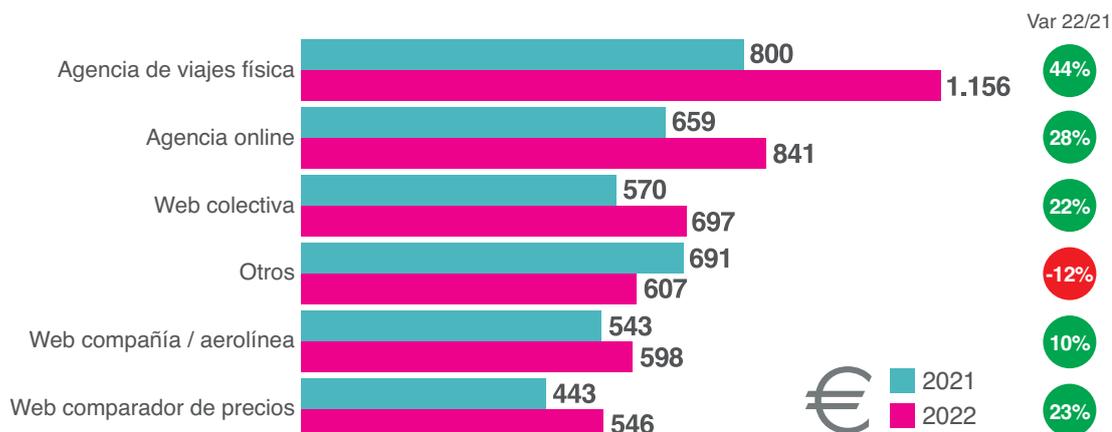
Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

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



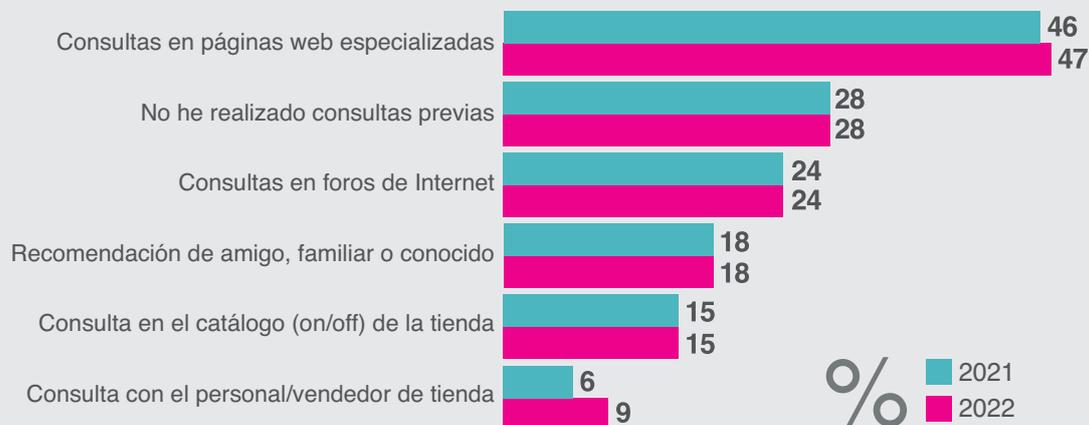
Considerando ese gasto que has realizado en viajes durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en cada uno de los siguientes canales? (Suma constante)



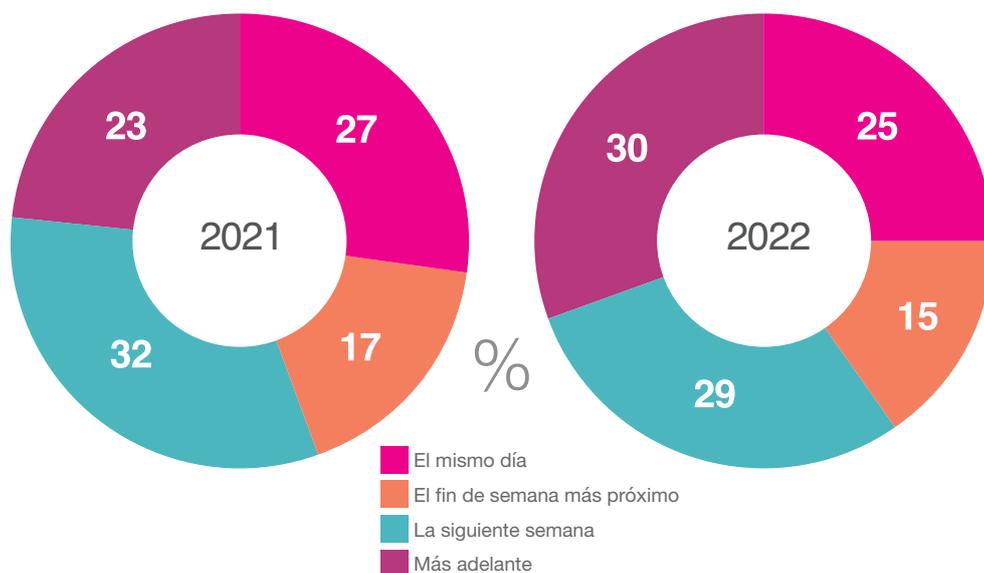
Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

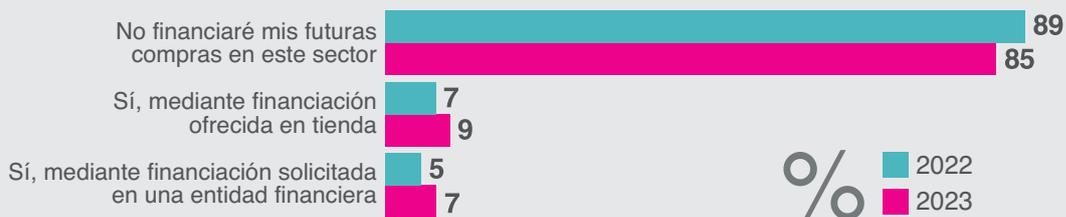
¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta? (%respuesta múltiple)



¿Cuánto tiempo has tardado en contratar el viaje o producto de viaje desde el momento en que decidiste que ibas a contratarlo? (Respuesta única)



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





TIPO DE PRODUCTO COMPRADO



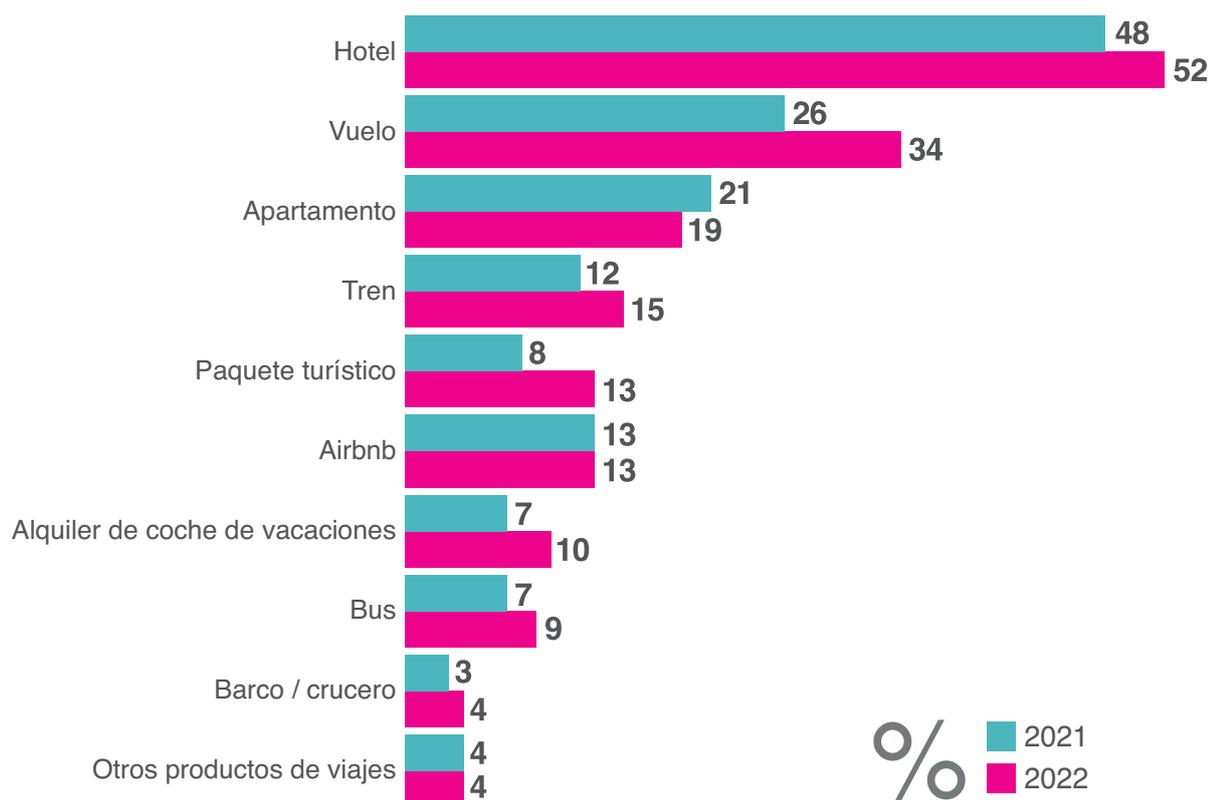
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 68% de los españoles encuestados ha adquirido algún servicio del sector viajes en 2022, aumentando significativamente en 14 puntos porcentuales respecto a 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

Has comentado que has comprado productos/servicios del sector viajes en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos de este sector 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 viajes adquiridas por los consumidores durante el último año, los hoteles y los billetes de avión han sido claramente los más demandados con un 52% y un 34% de menciones respectivamente. Ambos presentan crecimientos respecto al año anterior, 4 puntos porcentuales en el caso de los

hoteles y 8 puntos en el caso de los billetes de avión.

Por detrás encontramos los apartamentos con un 19% y los billetes de tren con un 15%. Todos los porcentajes presentan aumentos respecto a las declaraciones de 2021 excepto los apartamentos y Airbnb.

GASTO MEDIO Y MEDIO DE PAGO

¿Cuánto te has gastado en los productos de viajes 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

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto de viajes en los últimos 12 meses es de 991€, un 32% más respecto al gasto medio declarado en 2021. El sector viajes había sido uno de los sectores más afectados por la pandemia de la Covid-19 y este año ya podemos apreciar su recupera-

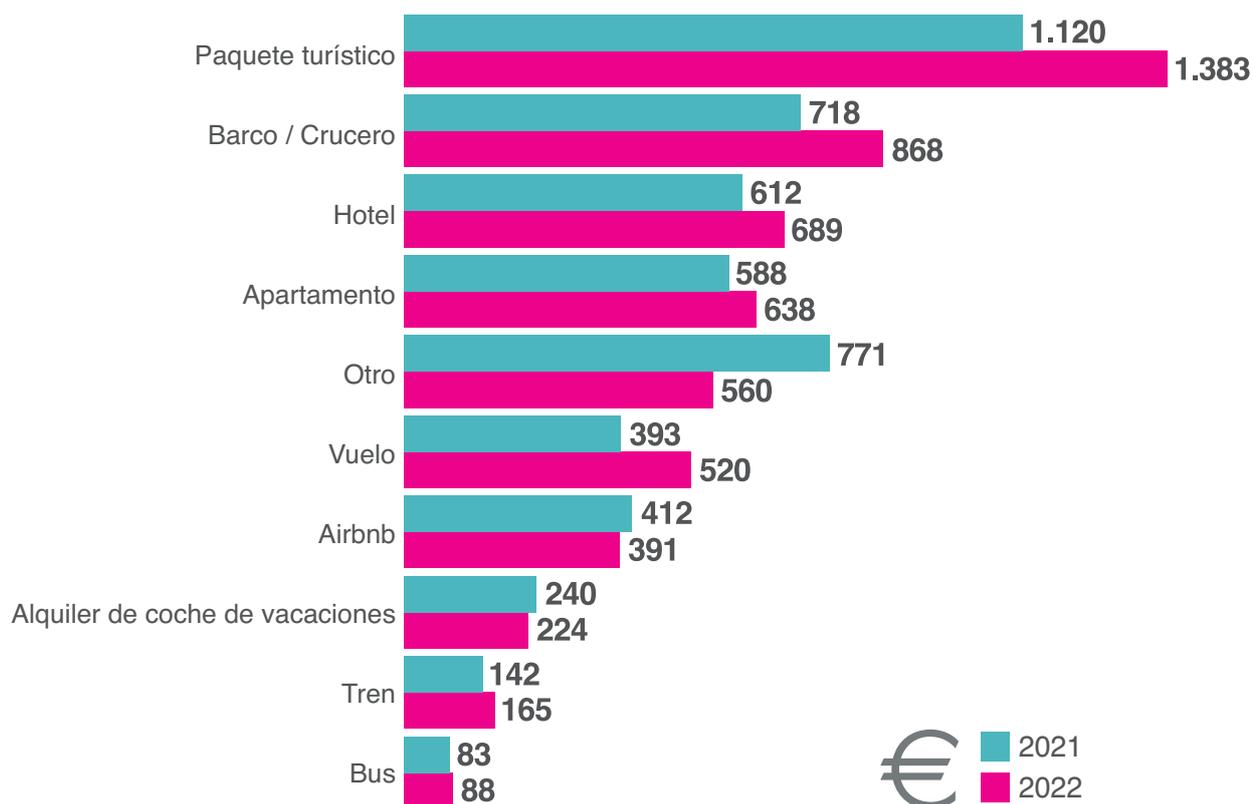
ción tanto en porcentaje de consumidores como en gasto medio realizado.

En cuanto al gasto medio realizado encontramos a los consumidores mayores de 35 años destacando por encima de la media total con un gasto de más de 1.000€.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

Y ¿cuánto te has gastado en concreto en cada uno de los productos del sector adquiridos en los últimos 12 meses? (abierto numérica)



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

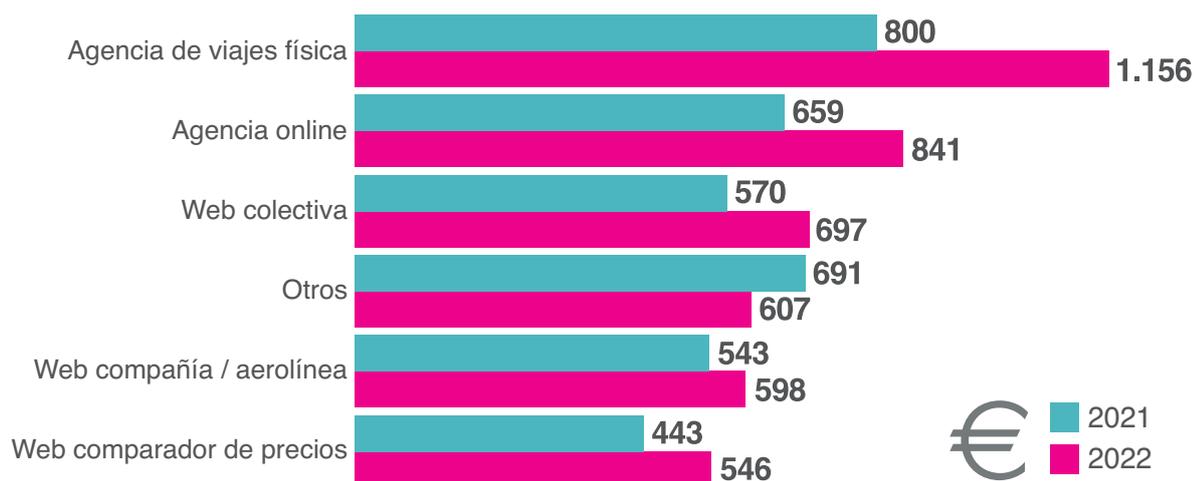
Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en paquetes turísticos (1.383€, +23% vs 2021), billetes de barco/crucero (868 €, +21% vs 2021) y hoteles (689€, +13% vs 2021). Tan solo encon-

tramos descensos en el gasto medio en las categorías de Airbnb y en los alquileres de coches de vacaciones con un -5% y un -7% respectivamente.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

Considerando ese gasto que has realizado en viajes durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en cada uno de los siguientes canales?
(suma constante)



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

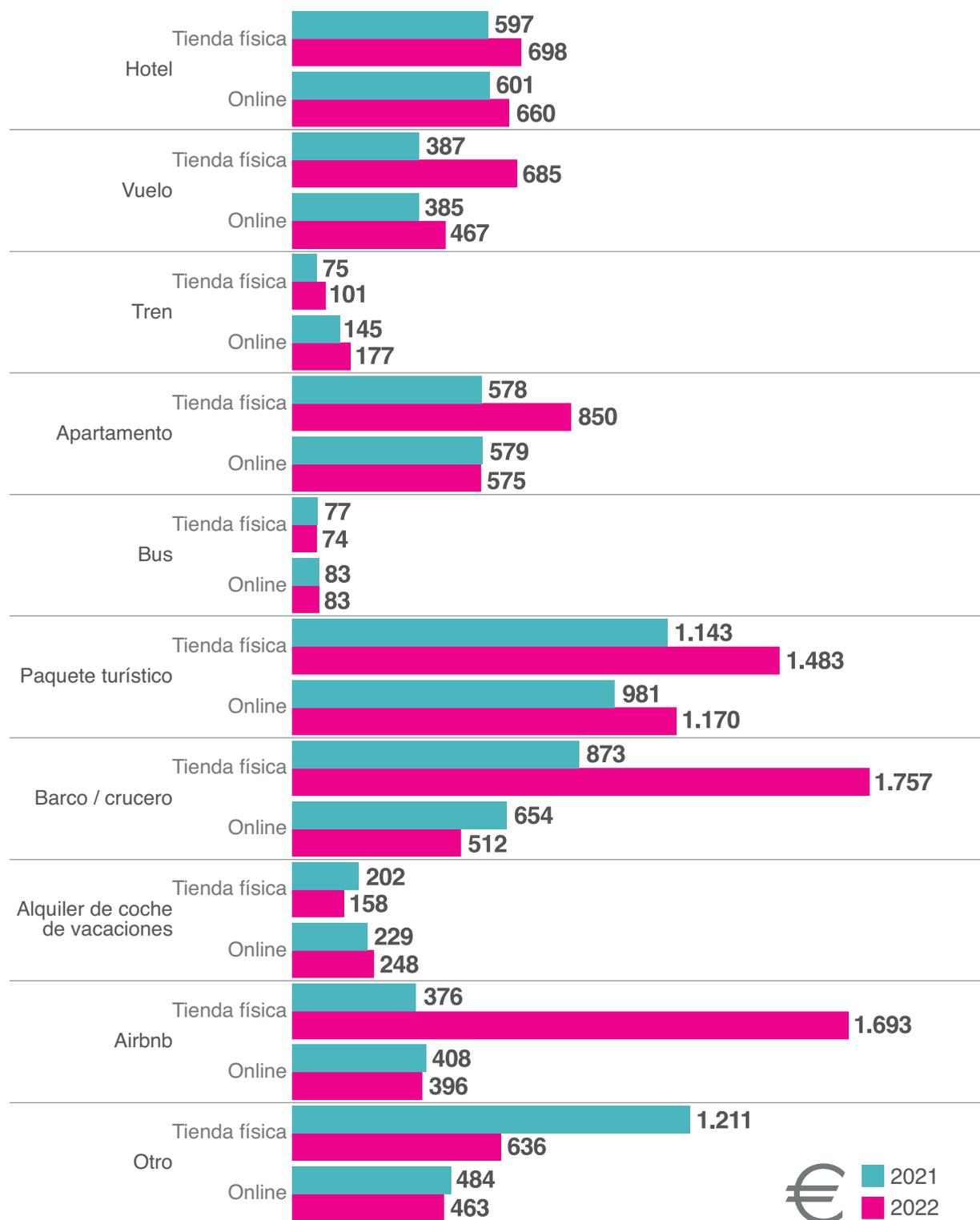
El gasto en agencias de viajes físicas sigue siendo el más elevado con una media de 1.156€, un 44% más que el gasto declarado en 2021. En segundo lugar, encontramos al gasto realizado en agencias online con una

media de unos 841€ y un aumento del 28% respecto al año anterior. Todas las categorías presentan aumentos de gasto.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

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



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

Consumo España 2022

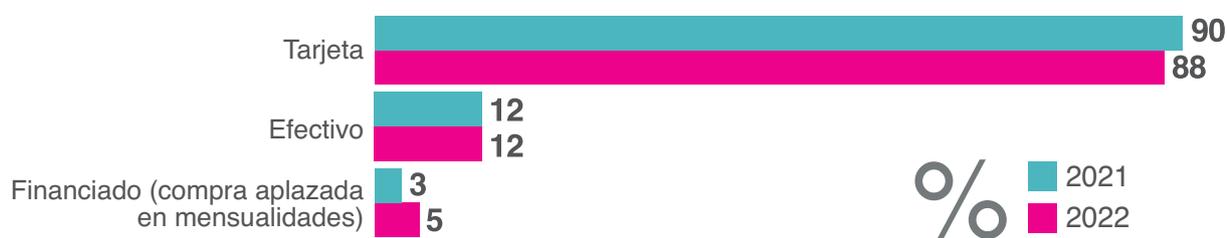
El consumidor del sector viajes en España

Si nos centramos en el gasto online en cada tipo de servicio, apreciemos aumentos en todas las categorías excepto en apartamentos, airbnb y billetes de barco/cruceiros, siendo en esta última en la única en la que la variación es significativa (-22% vs 2021).

En tienda física, los únicos descensos se dan en el gasto en billetes de autobús y en alquiler de coches de vacaciones, siendo muy ligeros en ambos casos.

Medio de pago

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

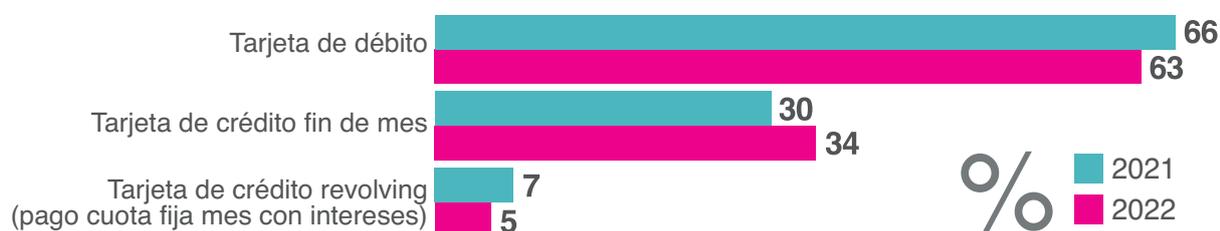


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En la compra de productos de viajes, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 88% de menciones (2 puntos menos que en 2021).

Muy de lejos encontramos a los que han realizado su pago en efectivo (12%) y a aquellos que han optado por la financiación (5% vs 3% en 2021).

¿Qué tipo de tarjeta has usado? (% Respuesta múltiple)



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

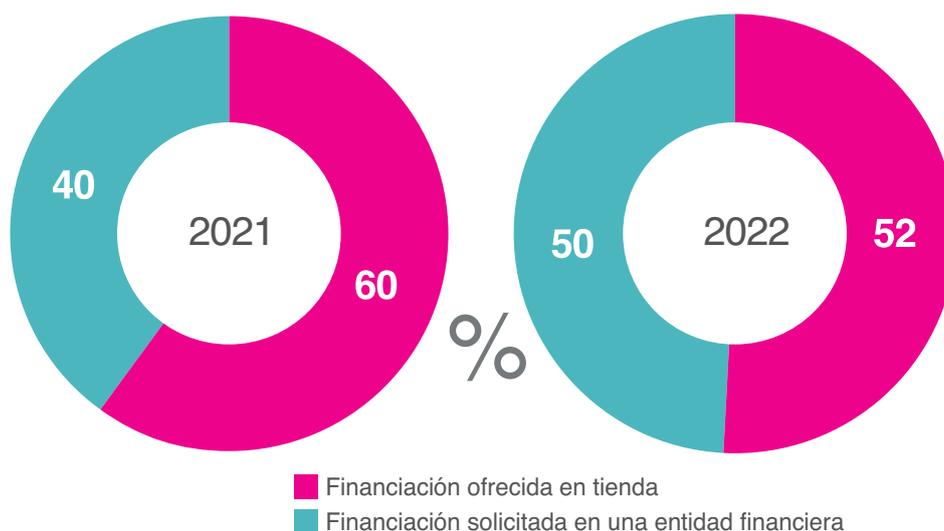
Como hemos mencionado anteriormente el mayor porcentaje lo encontramos en aquellos que han realizado su pago con tarjeta, entre los cuales la mayoría ha utilizado su tarjeta de débito con un 63% de menciones. El 34% ha optado por la tarjeta de crédito fin de mes y sólo el 5% ha utilizado la modalidad revolving.

Si segmentamos por rangos de edad, los más jóvenes de 18 a 34 años destacan por encima de la media en el pago con tarjeta de débito, y los mayores de 45 años destacan por encima de la media en el pago con tarjeta de crédito de fin de mes.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes 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 consumidores que han financiado sus viajes, encontramos porcentajes muy similares tanto para los que eligen la financiación ofrecida en tienda como para los que eligen la financiación de una entidad financiera,

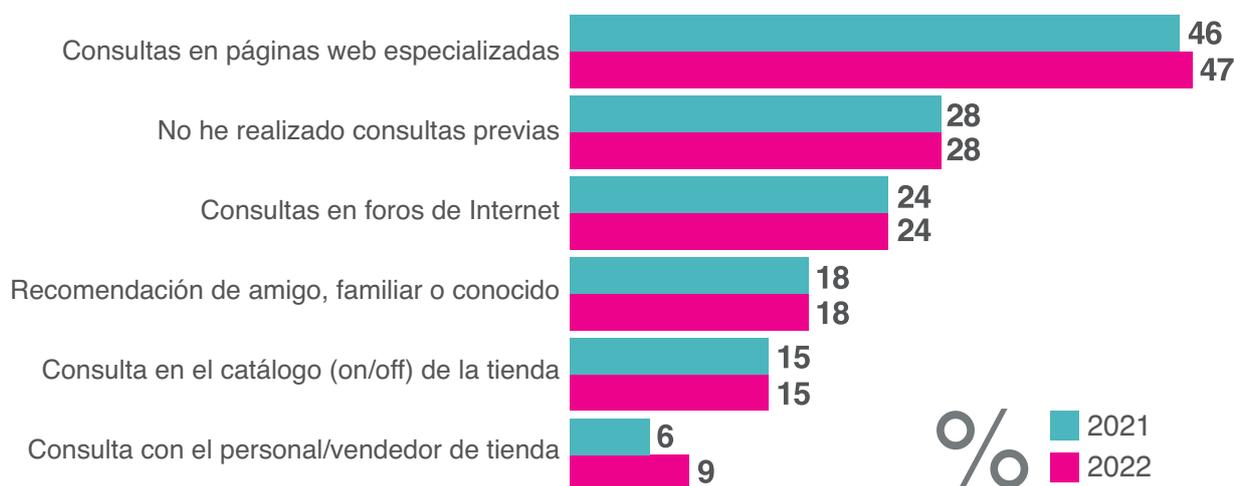
52% y 50% respectivamente, aumentando este año en el caso de las entidades financieras (+10pp) y descendiendo en el caso de la financiación ofrecida en tienda (-8pp).

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 viajes, observamos cómo el 47% de los españoles encuestados asegura consultar en páginas web especializadas antes de realizar su compra (un punto más que en 2021). El 28% afirma no realizar consultas previas (mismo porcentaje que en 2021) y el 24% realiza consultas en foros

de internet (también mismo porcentaje que el año anterior).

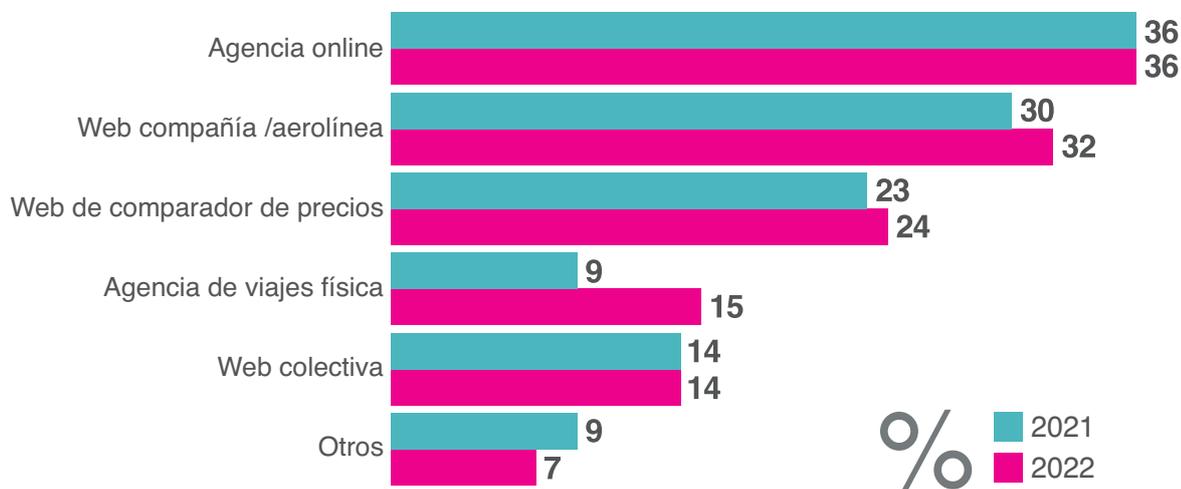
El resto de fuentes de información presentan porcentajes inferiores al 20%.

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de establecimiento has adquirido los productos del sector viaje 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

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de viajes en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las agencias online con un 36% de menciones (mismo porcentaje que en 2021). Las compras en las webs de las compañías/aerolíneas con un 32% (30% en 2021) y las web compa-

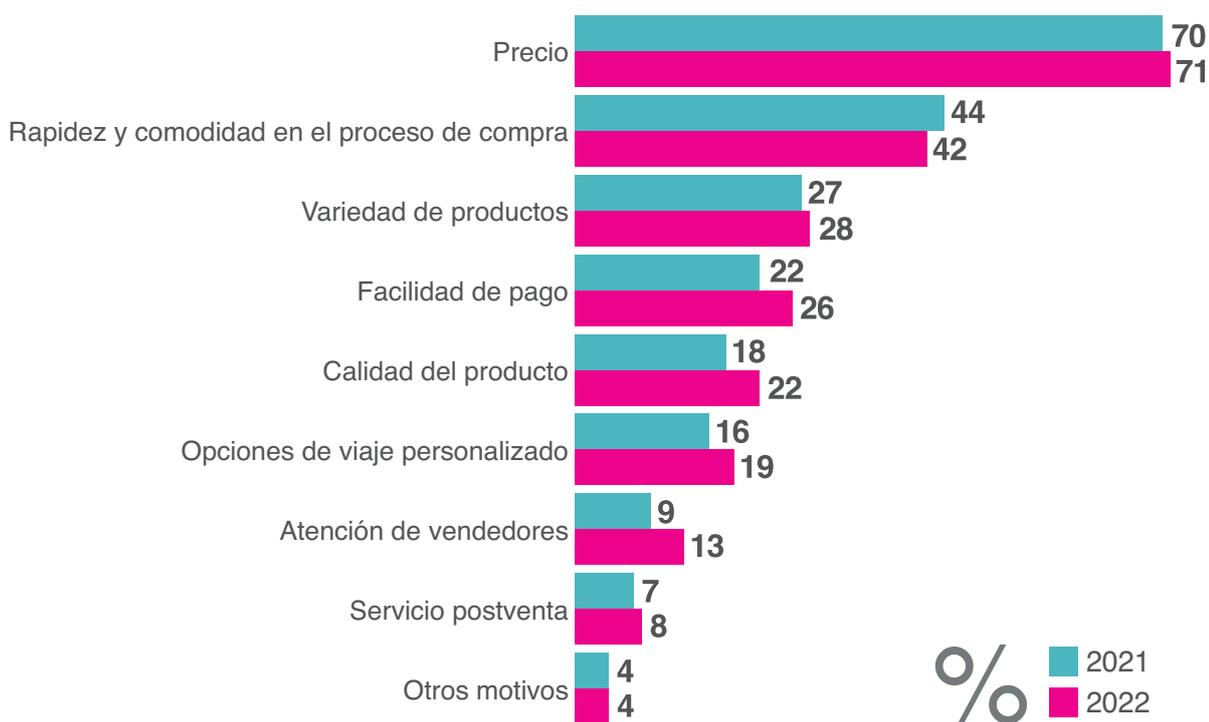
radoras de precios con un 24% (+1 punto respecto a 2021) completan el top3. Las agencias físicas pasan de un 9% de menciones en 2021 a un 15% en 2022.

Señalar que ninguna de las opciones presenta descensos respecto a 2021.

MOTIVO ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO

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

GLOBAL



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

Los motivos más importantes para los españoles a la hora de adquirir algún producto relacionado con el sector viajes son el precio (71% vs 70% en 2021), la rapidez

y comodidad en el proceso de compra (42% vs 44% en 2021) y la variedad de productos (28% vs 27% en 2021).

Motivos de elección por tipo de establecimiento

Si analizamos los motivos que nos hacen decantarnos por un establecimiento concreto, encontramos, para cada caso:

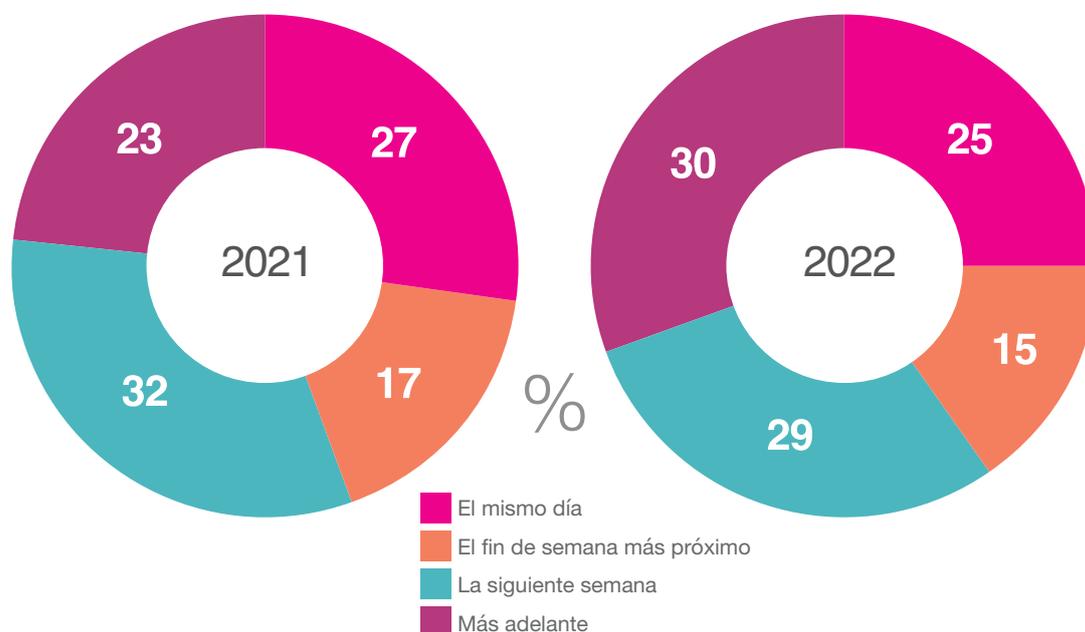
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Agencias de viajes física	atención de los vendedores	precio	opción de configurar un viaje personalizado
Agencia online	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	variedad de productos
Web colectiva	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Web comparadora de precios	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Web de la compañía/ aerolínea	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	facilidad de pago

OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Lapso de tiempo necesidad – compra

¿Cuánto tiempo has tardado en contratar el viaje o producto de viaje desde el momento en que decidiste que ibas a contratarlo?

(% Respuesta única)



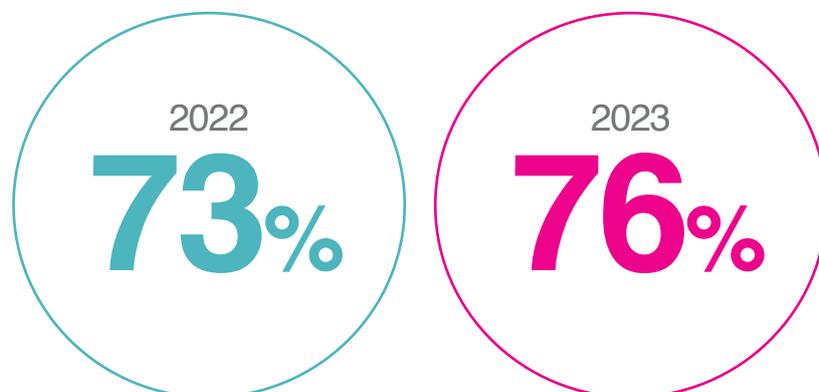
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

La mayoría de compradores esperan una semana o más para realizar sus compras de este sector desde el momento en el que aparece la necesidad de contratar

su viaje, aunque los más impulsivos que realizan su compra el mismo día son el 25% (descendiendo en este caso en 2 puntos respecto a 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

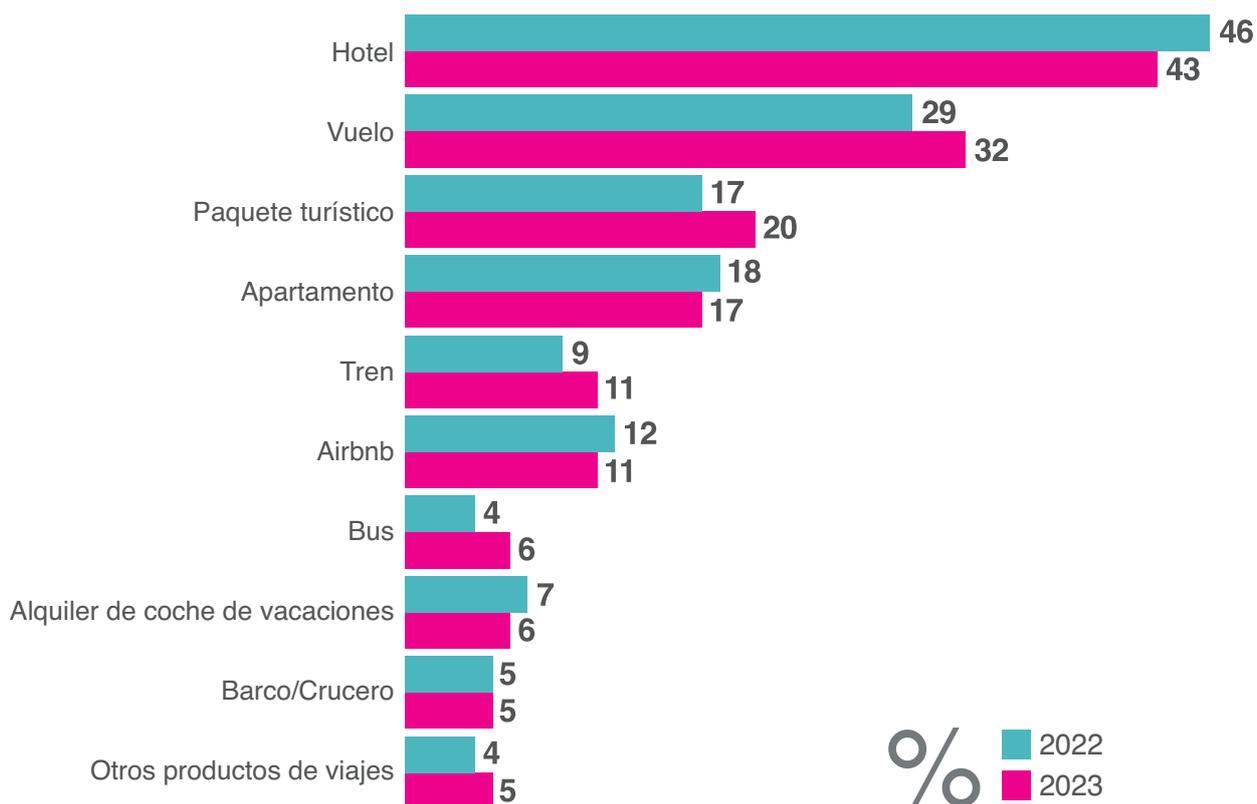
El 76% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector viajes en 2023, 3 puntos porcentuales por encima de lo declarado en 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector viajes en España

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de producto de viaje 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

Entre aquellos que han manifestado su intención de adquirir viajes en los próximos 12 meses, en primer lugar, los productos más demandados serán los hoteles con un 43% (-3 puntos respecto al año anterior), seguidos de

los billetes de avión con un 32% (+3 punto respecto al año anterior). Cerrando el top 3 aparecen este año los paquetes turísticos con un 20% de menciones (+3 puntos respecto al año anterior).

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

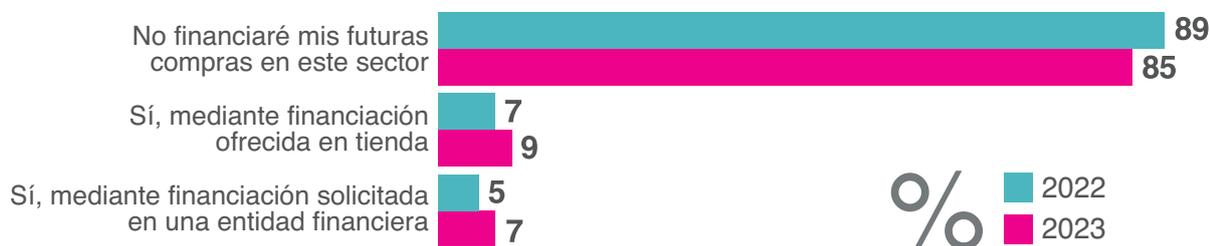
Los españoles encuestados que pretenden viajar durante los próximos 12 meses, tienen intención de gastar una media de 1.007€ en sus compras en este sector, mos-

trando una intención de gasto que supera en un 10% a la mostrada para este 2022.

Intención de financiación para los próximos 12 meses

¿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

El 85% de los españoles encuestados que pretenden viajar durante los próximos 12 meses, no tienen intención de financiar sus compras en este sector, bajando este porcentaje en 4 puntos respecto al año anterior. Ambas opciones de financiación (en tienda y en entidad finan-

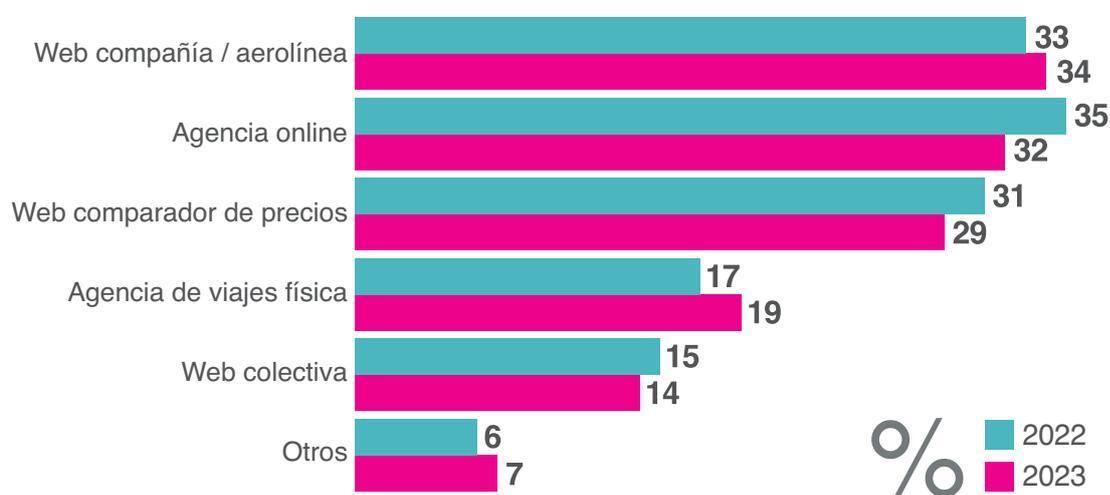
ciera) muestran aumentos de 2 puntos respecto a las intenciones mostradas para 2022.

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

Intención canal de compra en los próximos 12 meses

¿En qué tipo de establecimiento pretendes adquirir el producto/servicio relacionado con viajes/turismo 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 34% de los encuestados que pretenden viajar durante los próximos 12 meses, realizará sus compras a través de las webs de las compañías, seguidos de los que comprarán sus billetes en agencias online (que descienden

en 3 puntos) y los que comprarán a través de webs comparadoras de precios (que también descienden en 2 puntos respecto al 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 $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza

Consumo España 2022
El consumidor del sector viajes 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

