

Madrid, 23 de octubre de 2024

NOTA DE PRENSA

'Estudio Consumo España 2024'

El 53% de los consumidores consideraría implementar la IA en su proceso de compra

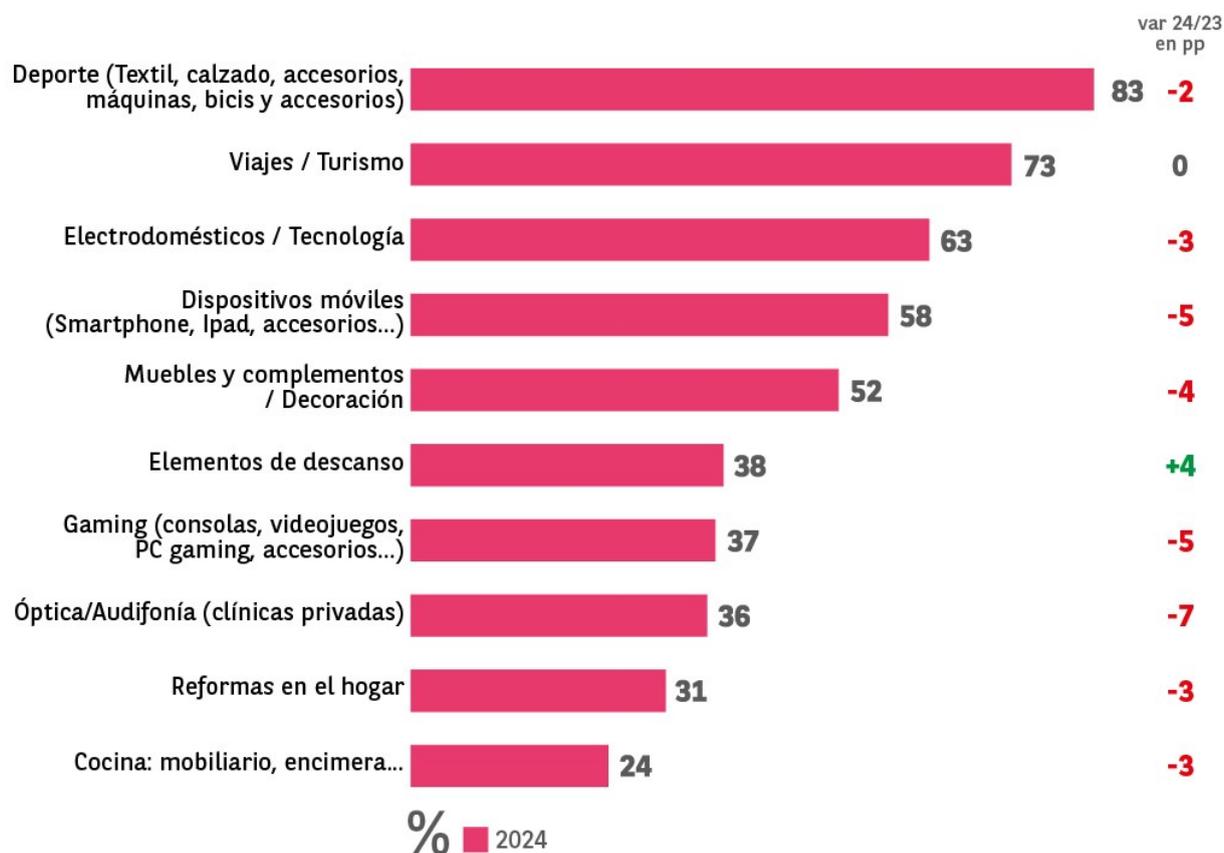
- **El 33% de los encuestados se muestra reacio a adoptar esta tecnología, mientras que un 14% sí está dispuesto a incluirla en su proceso de compra**
- **La mayoría de los consumidores, un 46%, considera que puede ayudar a encontrar productos rápidamente**
- **El uso de los chatbots impulsados por IA en las consultas de atención al cliente genera rechazo en 5 de cada 10 consumidores**
- **En 2024, el porcentaje de compradores descendió en todos los sectores analizados, a excepción de los elementos de descanso, que aumentaron cuatro puntos**

El Observatorio Cetelem publica hoy una nueva edición del Estudio de Consumo España, en el que analiza los hábitos y tendencias de los consumidores. Este año, además, ha preguntado a los consumidores sobre la incorporación de nuevas herramientas y tecnologías de inteligencia artificial durante el proceso de compra.

De acuerdo con el estudio, al contrario de lo que sucedió en el año anterior, en 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en todos los sectores analizados, a excepción de los elementos de descanso, que, con un 38% de las menciones, aumentó en cuatro puntos respecto a los datos de 2023.

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algunos de los productos/servicios que encuentras en la siguiente lista?

(% respuesta única: sí - no por productos)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

Los productos más adquiridos corresponden al **sector deportivo**, con un 83% de las menciones, dos puntos menos que en 2023; **viajes**, con un 73% de las menciones de los consumidores y un descenso de un punto; **electrodomésticos**, con un 63%, un descenso de cuatro puntos porcentuales; dispositivos móviles, con un 58% y descenso de cinco puntos; y muebles y elementos de decoración, con un 52%, cuatro puntos menos que en 2023.

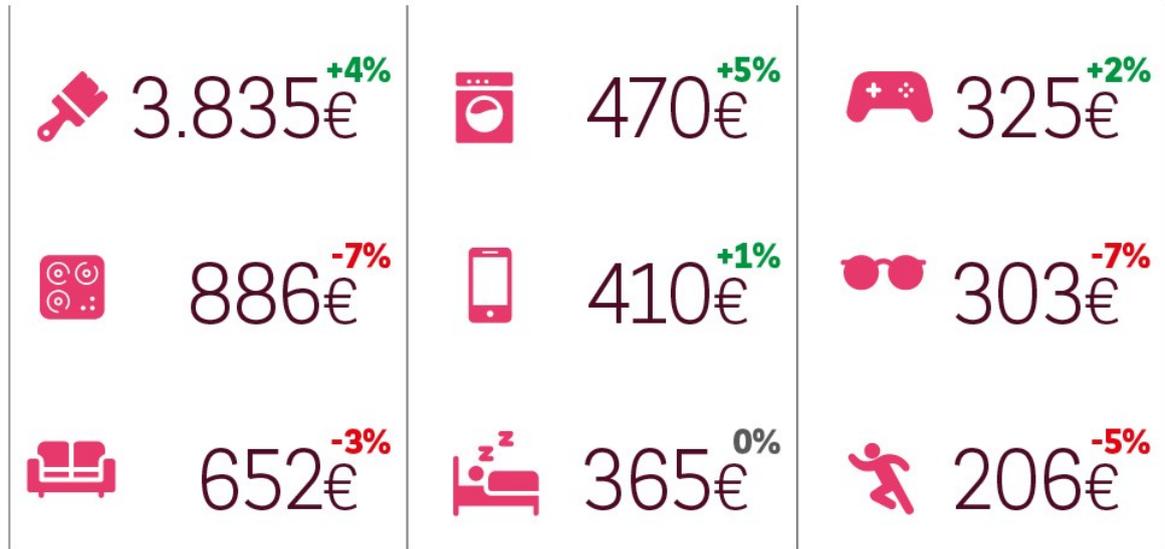
Gasto medio en 2024

Los sectores que experimentaron un mayor gasto medio este año han sido el de electrodomésticos, con una media de 470€, un 5% más que en 2023; y el sector de la reforma, con un desembolso medio de 3.835€ y un aumento del 4%. Por su parte, los que han sufrido un mayor descenso en el gasto medio son los de cocina y el sector óptico, con un desembolso de 886€ y 303€ respectivamente y un descenso en ambos casos del 7% respecto al año anterior.

El sector descanso, por su parte, se mantiene estable respecto a 2023 con un desembolso medio de 365€.

¿Qué gasto has realizado en los siguientes productos y servicios comprados en los últimos 12 meses?

(Gasto medio en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Intención de compra en los próximos 12 meses

Viajes y deportes son los sectores en los que los consumidores españoles muestran una mayor intención de compra. Un 80% de los consumidores españoles encuestados afirma tener intención de comprar algún servicio relacionado con viajes, tres puntos más respecto al año anterior. Le sigue el 79% que tiene previsto hacer algún desembolso en el sector deportivo, con un 79% y un aumento también de 3 puntos.

Le siguen, aunque a mayor distancia, los electrodomésticos, con un 53%, mismo porcentaje del año anterior, y los dispositivos móviles, con un 51% de las menciones, dos puntos más.

¿Tienes intención de adquirir alguno de los siguientes productos/servicios en los próximos 12 meses?

(% respuesta única: sí - no por productos)



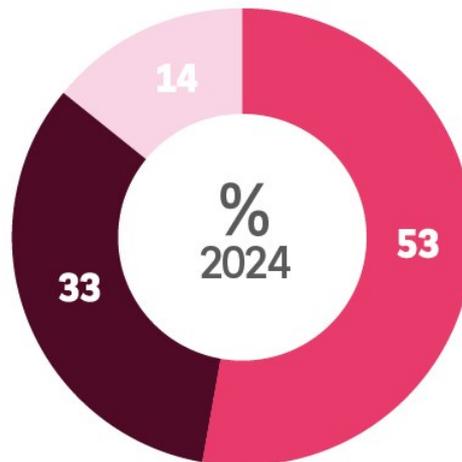
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

La inteligencia artificial en el proceso de compra

Por primera vez, el Observatorio Cetelem ha preguntado a los consumidores españoles cómo influye la inteligencia artificial en el proceso de compra. Para el 46% de los encuestados, es una tecnología que puede ayudar a encontrar productos rápidamente. Le sigue un 39% que considera que ayuda a encontrar productos personalizados. Otro 22% cree que la IA puede ayudar a que los procesos de pago sean más seguros y eficientes, mientras que un 20% opina que la IA y la realidad aumentada ofrecerán experiencias de compra inmersivas en los puntos de venta físicos.

Sin embargo, sólo el 14% de los consumidores se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 53% lo consideraría. Por su parte, un 33% se muestra reacio a ello.

¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras?
(% respuesta única)



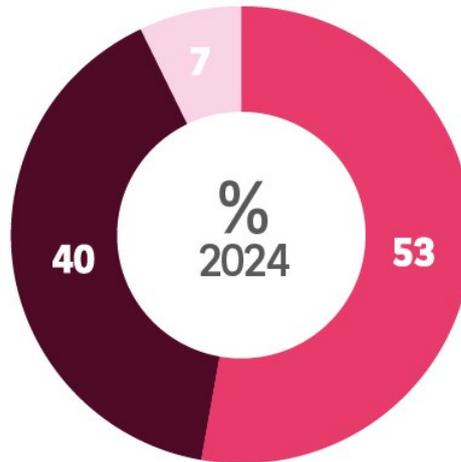
- Podría considerar la adopción de IA (inteligencia artificial) si veo beneficios claros
- Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) en mi comportamiento de consumo
- Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) para mejorar mi experiencia de consumo

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Preguntados sobre su interacción con chatbots en su proceso de compra, 5 de cada 10 consumidores encuestados lo rechazan como medio para realizar sus consultas. Otro 40% declara que dependería del tipo de consulta que quiera realizar, viéndolos como una opción favorable si se trata de una consulta sencilla. Solo un 7% prefiere hablar con un chatbot durante su proceso de compra, al estar disponible las 24 horas del día los siete días de la semana.

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA (inteligencia artificial) para resolver consultas de servicio al cliente?

(% respuesta única)



- No me gustan los chatbots, prefiero hablar con un humano
- Depende de la complejidad de mi problema, para asuntos simples, los chatbots están bien
- Prefiero los chatbots porque están disponibles 24/7 y responden rápidamente

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

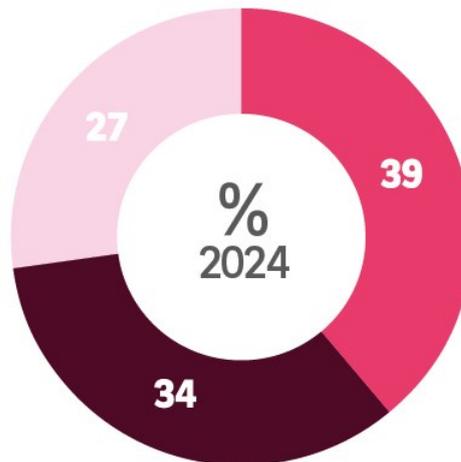
Las preocupaciones que genera la IA

Existe cierta preocupación por parte de los consumidores respecto al tratamiento de los datos que se pueda hacer para la personalización de la publicidad mediante la inteligencia artificial.

El 39% de los encuestados reconoce tener ciertas preocupaciones al respecto, pero considera que el beneficio de la personalización supera a estas. Otro 34% sí reconoce estar muy preocupado por su privacidad y prefiere no recibir publicidad personalizada, mientras que, por el contrario, un 27% dice sentirse muy cómodo con esta tecnología siempre y cuando su información se maneje de manera segura y privada.

¿Tienes preocupaciones sobre cómo las empresas utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA (inteligencia artificial)?

(% respuesta única)



- Tengo algunas preocupaciones, pero el beneficio de la personalización supera estas
- Estoy muy preocupado por la privacidad y prefiero no recibir publicidad personalizada
- Estoy cómodo siempre y cuando mi información se maneje de manera segura y privada

Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Existen también muchas dudas respecto a la seguridad en las transacciones online con IA. UN 40% de los españoles encuestados confiesa no estar seguro de cómo la inteligencia artificial afecta a la seguridad en sus transacciones, mismo porcentaje de aquellos que aseguran preferir métodos de seguridad tradicionales sin IA. Un 20%, en cambio, confía en que esta tecnología mejora la seguridad de las transacciones en línea.

Metodología

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024.

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: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, gaming, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

Metodología: técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza.

Sobre BNP Paribas Personal Finance en España

“Promover el acceso a un consumo más responsable y sostenible para apoyar a nuestros clientes y partners»

BNP Paribas Personal Finance, conocida en el mercado español a través de su marca comercial Cetelem, es especialista en crédito al consumo, préstamos personales y gestión de tarjetas. Opera en España desde 1988, donde cuenta actualmente con más de 1.500 empleados y 3,5 millones de clientes. Partner financiero de importantes empresas de distribución de bienes de consumo duradero y concesionarios de automóviles, es además un referente de información y análisis de su mercado gracias al estudio El Observatorio Cetelem.

En la misma línea de acompañamiento a partners y clientes, Cetelem lanza al mercado el servicio BaaS (Banking As A Service) ampliando la oferta de servicios a nuevas soluciones financieras en el ámbito de la banca digital. Cetelem ofrece un servicio integral como entidad bancaria, con productos de activo, y también de pasivo - cuentas corrientes, tarjetas de débito, cuentas de ahorro remuneradas y depósitos- y además a través de procesos 100% digitales.

BNP Paribas Personal Finance se sitúa en el área de International Financial Services, dentro de área de banca minorista de BNP Paribas. BNP Paribas Personal Finance forma parte activa de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), de la Asociación de Empresas Españolas Contra el Fraude (AEECF) y de la Asociación para el desarrollo de la experiencia cliente (DEC). Por décimo año consecutivo, BNP Paribas Personal Finance ha sido distinguida con el certificado “Top Employer España” en este 2024, por el que se acredita a la entidad como una empresa que promueve condiciones óptimas para el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

El Observatorio Cetelem

El Observatorio Cetelem, con más de 25 años de trayectoria, es un referente del análisis del consumo y la distribución en España, con más de 100 estudios publicados en estos años. Hoy en día, El Observatorio Cetelem se ha consolidado con cinco importantes informes anuales (Motor, Consumo Europa, Sostenibilidad, Consumo España y e-Commerce), ediciones mensuales, y estudios temáticos específicos y estacionales.

El Observatorio Cetelem es una herramienta informativa de gran calado social; seguido por empresas, asociaciones, consumidores y medios de comunicación.

Contacto BNP Paribas Personal Finance
prensa@cetelem.es