









ÍNDICE

03 El Observatorio Cetelem.

María Ruíz-Manahan, CEO BNP Paribas Personal Finance en España.

04 Editorial.

Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.

- **05** Sector Deportes
- 06 Tipo de producto comprado
- 07 Canal de compra
- 10 Textil y calzado deportivo
- **10** Acuático
- 11 Patinetes eléctricos
- 12 Motivos de elección de establecimiento
- 13 Gasto realizado
- 15 Medio de pago

- 16 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Deportes
- **16** Fuentes de información en la decisión de compra
- 17 Intención de compra para los próximos 12 meses
- 19 Intención gasto medio en los próximos 12 meses
- 20 Intención medio de pago en los próximos 12 meses
- 21 Intención canal de compra en los próximos 12 meses
- 23 Intención financiación en los próximos 12 meses
- 24 Conclusiones del sector Deportes
- 28 Ficha técnica

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27^a edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,



las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro men-

sual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información 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, uno de los líderes 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 todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados.

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de



los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría, Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR DEPORTES

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector? (% respuesta única: sí - no por productos)

Sí 83% -2 var 24/23 en pp

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

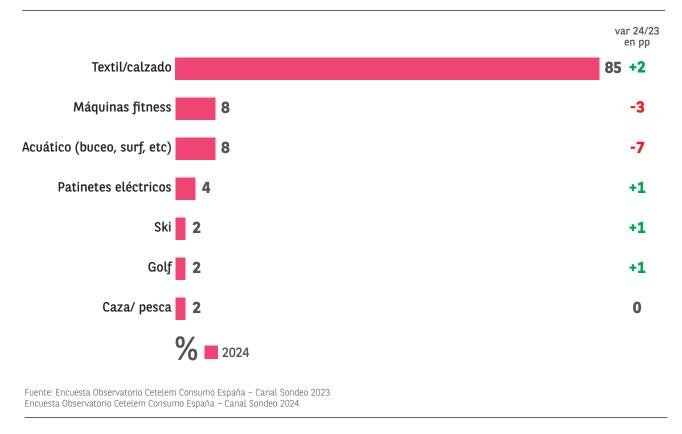
El 83% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector deporte en 2024, 2 puntos porcentuales por debajo de lo declarado en 2023.



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado productos de deporte en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?

(% respuesta múltiple)



En lo que respecta a las categorías de deporte adquiridas por los consumidores durante el último año, el textil y calzado vuelven a ser claramente los más demandados con un 85% de menciones, 2 puntos por encima de 2023.

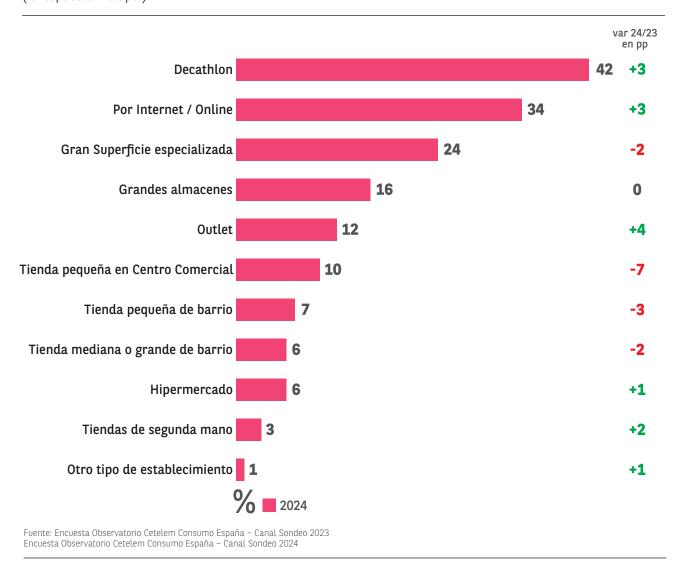
El resto de categorías preguntadas presentan datos muy inferiores, el 8% afirma haber adquirido máquinas fitness (11% en 2023), el 8% equipo para deportes acuáticos (15% en 2023) y el 4% patinetes eléctricos (3% en 2023).

CANAL DE COMPRA

TIPO DE TIENDA GLOBAL

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses? TIPO TIENDA GLOBAL

(% respuesta múltiple)

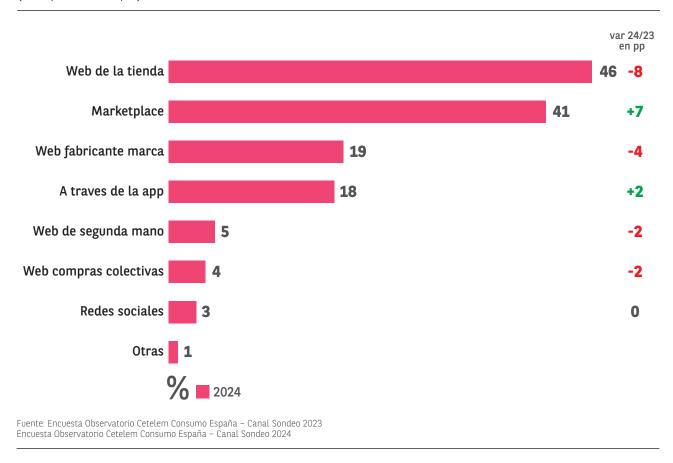


En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de deportes en general, este año el top 3 los forman: Decathlon con un 42% de menciones,

los canales online con un 34% y las grandes superficies que con un 24%.

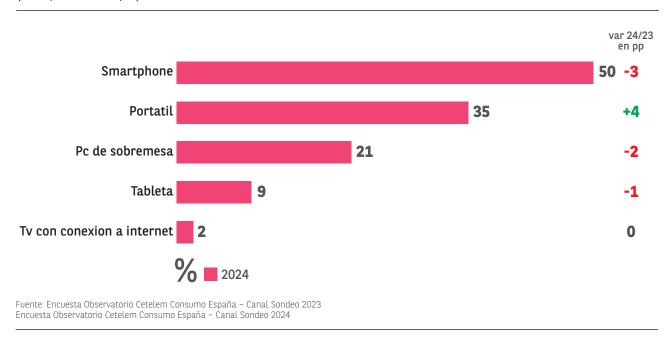
¿Dónde compró los productos online de este sector?

(% respuesta múltiple)



Entre los que han comprado online, el 46% lo ha hecho a través de las webs de las tiendas, seguido por los que utilizan los marketplaces y las webs del fabricante o marca.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector? (% respuesta múltiple)



El dispositivo más utilizado para las compras online del sector deporte vuelve a ser el smartphone con un 50%. Las compras desde el portátil y desde el PC de sobremesa alcanzan el 35% y el 21% de menciones respectivamente.

TEXTIL Y CALZADO DEPORTIVO

Textil/calzado

(% respuesta múltiple)

Decathlon	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Outlet
42%	32%	24%	15%*1	11%

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

Para el textil y el calzado deportivo, en primer lugar, nos encontramos las compras en Decathlon (42%), seguidos de las compras online con un 32% de menciones y un

descenso de 2 puntos respecto a 2023. El top 3 lo cierran las grandes superficies especializadas que aumentan un punto respecto al año anterior (24% vs 23% en 2023).

ACUÁTICO

Acuático (buceo, surf, etc)

(% respuestà múltiple)

Decathlon	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Outlet	Tienda pequeña de barrio
54%	30%	25%	9%+2	9%*1

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

Para las compras de producto deportivos acuáticos, los consumidores vuelven a optar en primer lugar y muy claramente por Decathlon con un 54% de menciones aunque bajando en 8 puntos respecto al año anterior.

Muy de lejos le siguen la gran superficie especializada y el canal online con un 25% (+1pp vs 2023) y un 30% (+13pp vs 2023) de menciones respectivamente.

PATINETES ELÉCTRICOS

Patinetes Eléctricos

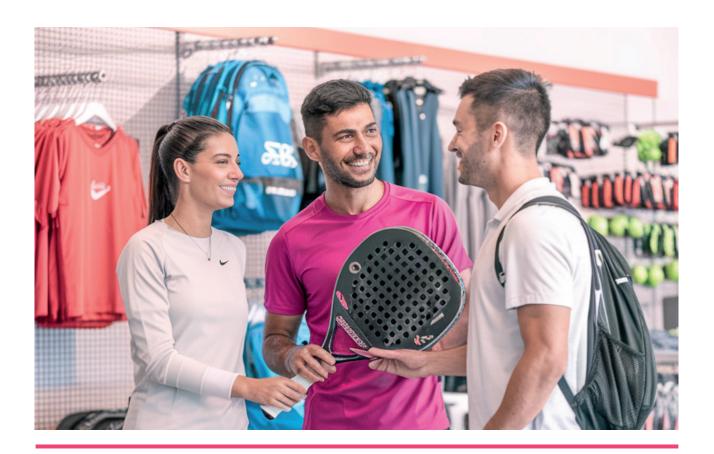
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Decathlon	Tienda mediana o grande de barrio	Hipermercado
42%	18%	15%	12%	12%

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

En la categoría de patinetes eléctricos, los consumidores optan en primer lugar y muy claramente por la tienda online con un 42% de menciones, aumentando en 29 puntos respecto al año anterior. Por detrás encontramos

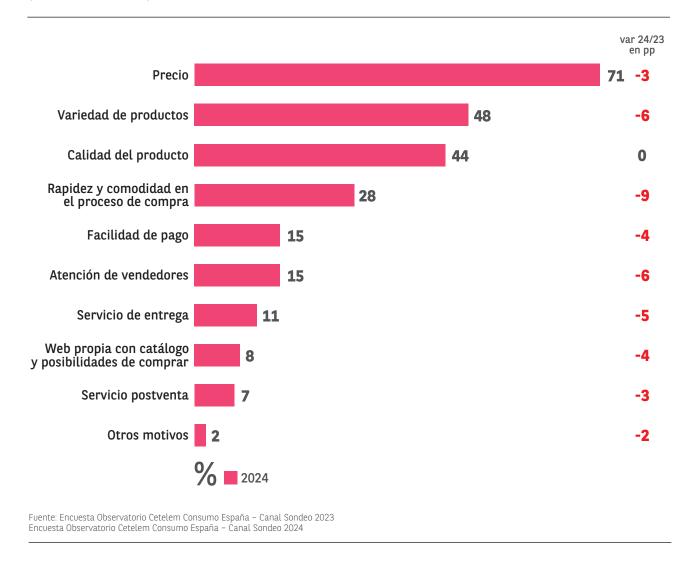
los grandes almacenes con un 18% (-5pp vs 2023) y Decathlon con un 15% de menciones (+10pp vs 2023) . Descienden significativamente las tiendas medianas o grandes de barrio (-10pp).



MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector? GLOBAL MOTIVOS

(% respuesta múltiple)



En cuanto a los motivos que llevan a los consumidores a decidirse por comprar los productos de deportes en un establecimiento u otro, en general, el precio es lo más importante, seguido por la variedad de productos que se ofrece y por la calidad. En todos los motivos se aprecian descensos respecto a 2023.

GASTO REALIZADO

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL Gasto Medio en TIENDA FÍSICA Gasto Medio en TIENDA ONLINE $157 e^{-5\%}$ $183 e^{-3\%}$ e^{-2024}

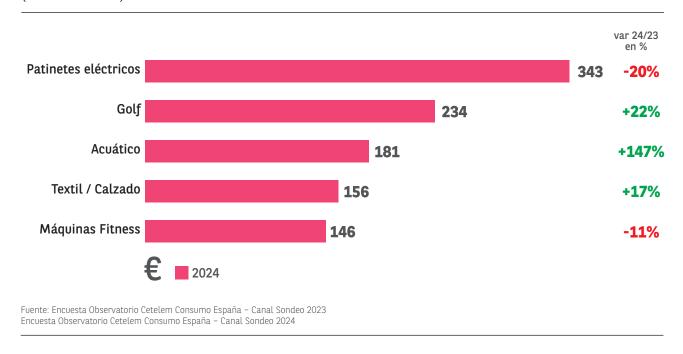
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023 Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto deportivo en los últimos 12 meses, es de 206€, un 5% menos respecto al gasto

medio de 2023, en el que se gastaron 218€ de media. Desciende tanto el gasto realizado en la tienda física (-5%) como el realizado en internet (-3%).

En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)



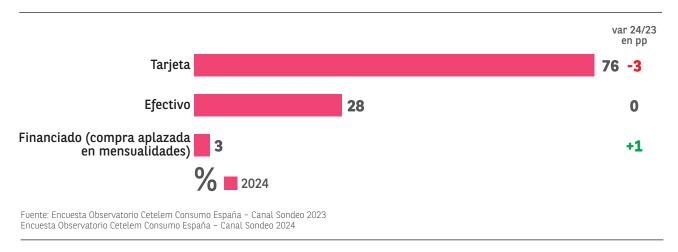
Las 2 categorías donde más han gastado los consumidores españoles este año han sido en patinetes eléctri-

cos con un gasto medio de 343€ y en productos de golf con un gasto medio de 234€ (+22% vs 2023).

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?

(% respuesta múltiple)



En la compra de productos deportivos, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 76% de menciones (-3pp respecto a 2023). Muy por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 28%. La financiación sigue siendo mínima con un 3% de menciones.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 66% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito,

2 puntos porcentuales menos que en 2023. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito fin de mes con un 33% (29% en 2023).

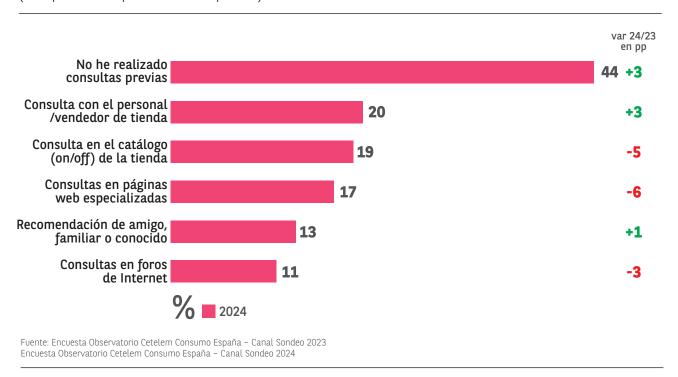
Entre los que han financiado, se observa un importante crecimiento de 17 puntos en los que eligen la financiación ofrecida en tienda hasta alcanzar el 71% de menciones.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DEPORTES

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 - máximo 3 opciones)



Lo más llamativo respecto a las fuentes de información utilizadas, es que este año la mayoría de los consumidores, afirman no haber realizado consultas previas, así lo manifiesta el 44% de los encuestados frente al 41% que lo hizo en 2023.

Las dos fuentes de información más consultadas son los vendedores de las tiendas y los catálogos tanto online como offline con un 20% y un 19% de menciones respectivamente.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector? (% respuesta única: sí - no por productos)

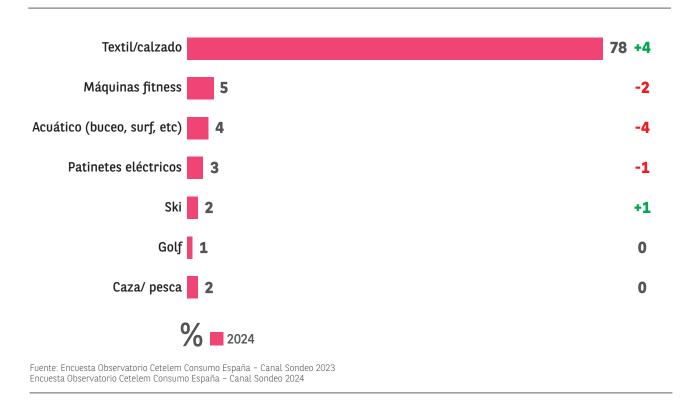


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023 Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

El 79% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector deporte en 2024, 3 puntos más que el año anterior.

Has dicho que tienes pensado comprar algún producto de deporte en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?

(% respuesta múltiple)



Entre aquellos consumidores que declaran tener intención de realizar compras del sector deportes en los próximos 12 meses, los más demandados son los productos textiles y el calzado deportivo con un 78% (4 puntos más

que el año anterior), seguidos muy de lejos de las máquinas fitness con un 5% (-2 puntos) y los productos de deportes acuáticos con un 4% de menciones.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector? (Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

224£ +9%

Gasto Medio en TIENDA FÍSICA

174€

Gasto Medio en TIENDA ONLINE

186€

€ 2024

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

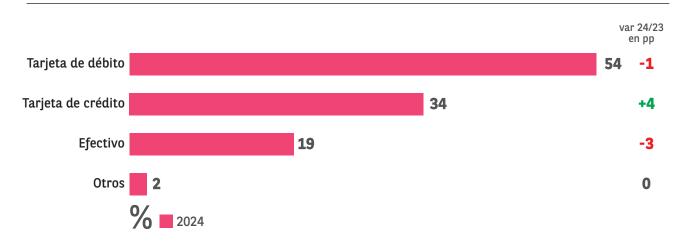
El importe medio que tienen intención de gastar en sus futuras compras de deporte asciende a los 224€, suponiendo un aumento del 9% respecto a las intenciones mostradas para este año.

El gasto medio en tienda física rondaría los 175€ y en tienda online los 185€.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?

(% respuesta múltiple)



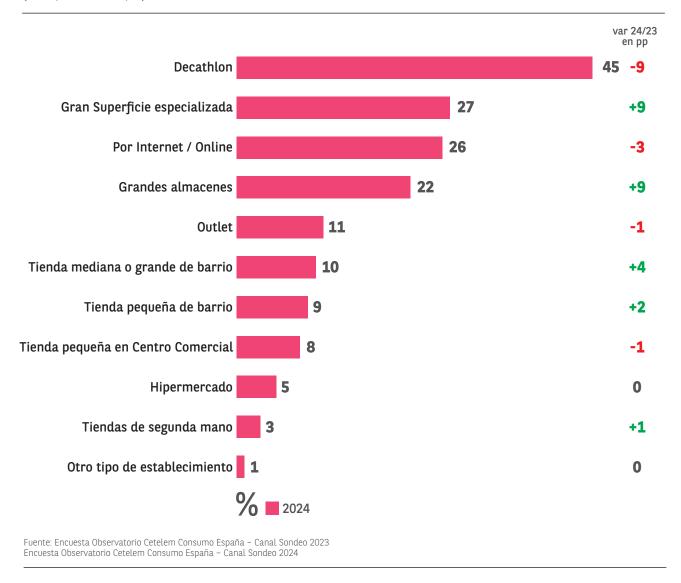
Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras, el 54% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector, seguidos del

34% que pretende usar la tarjeta de crédito y del 19% que pagará en efectivo.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar productos de deporte en los próximos 12 meses?

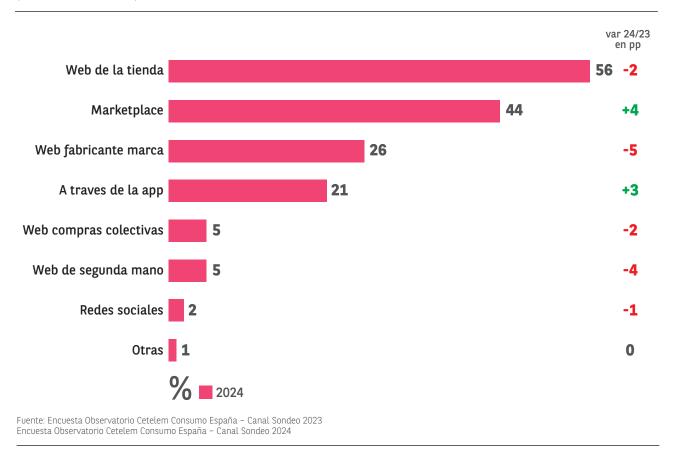
(% respuesta múltiple)



Respecto al tipo de tienda o canal donde realizaran sus compras el próximo año, no presentan diferencias respecto a las del año anterior, siendo Decatlhon (45%), las grandes superficies especializadas (27%) e internet (26%) los formatos preferidos.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector

(% respuesta múltiple)



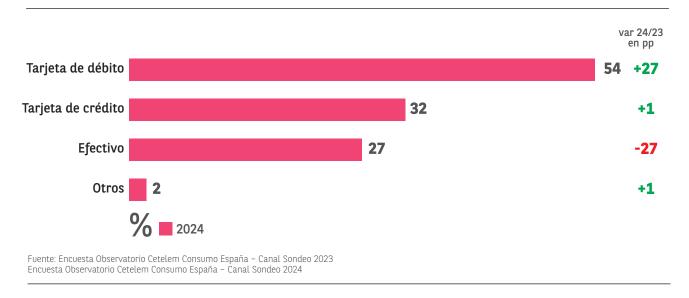
Entre los que comprarán online, el 56% lo hará a través de las webs de las tiendas, seguido de un 44% que comprará en marketplaces (que aumentan en 4 puntos) y de

un 26% que lo hará a través de las webs del fabricante o marca.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?

(% respuesta múltiple)



Respecto al medio de pago para sus compras del próximo año, la tarjeta de débito se posiciona claramente como el medio de pago favorito con un 54%. La tarjeta de cré-

dito le sigue con un 32% de menciones, y cerca, con un 27%, encontramos a los que optarán por el pago en efectivo, que desciende de forma muy importante.

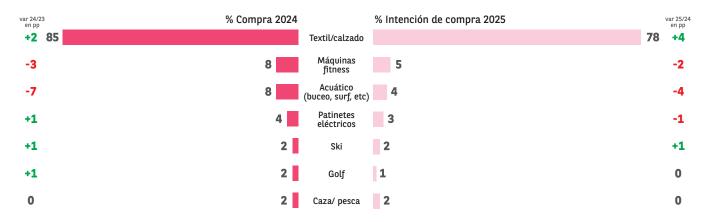
CONCLUSIONES DEL SECTOR DEPORTES



Compras e intención de compra

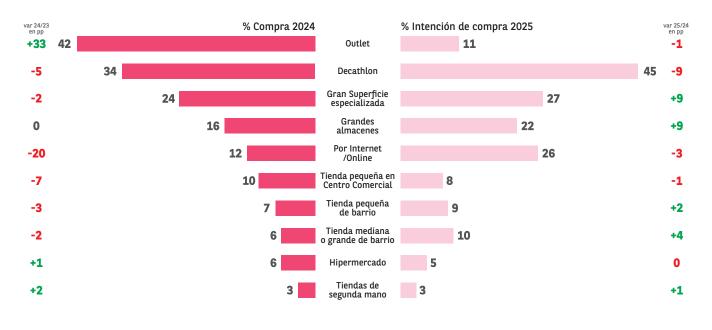
El textil y calzado de deportes, sigue liderando las compras en este sector

¿Qué tipo de producto de deporte has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses? (% respuesta múltiple)



Canal de compra

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)

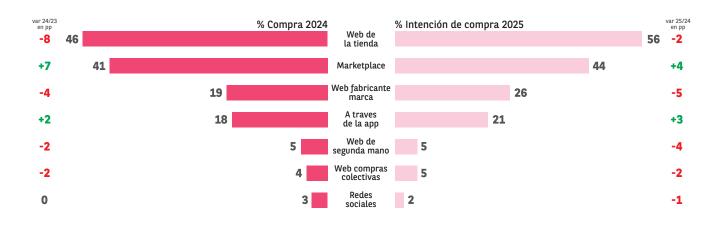


Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5
Precio	Variedad de productos	Calidad del producto	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Facilidad de pago
$71\%^{\text{-3pp}}$	48 ^{-6pp}	44% Opp	28%-9pp	15% ^{-4pp} % 2024

Y del 12% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos? (% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector? (% respuesta múltiple)

1	2	3	4	5
Smartphone	Portátil	Pc de sobremesa	Tableta	TV con conexión a internet
50%-3pp	35 ^{*4pp}	21%	9% ^{-1pp}	2% % 2024

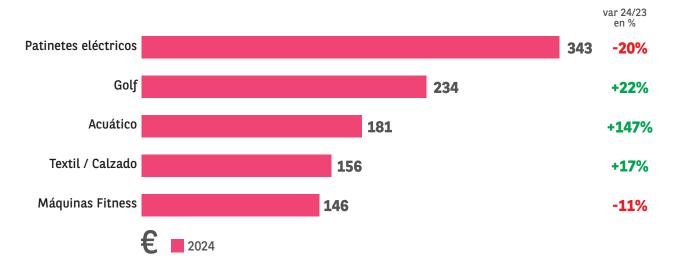
Gasto medio

Tienda física o ecommerce ¿Cuánto has gastado en cada una? (Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	206 €	-5%
Tienda física	157 €	-5%
Online	183 €	-3%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?

(Numérica abierta)



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

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.

Muestra:

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

El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

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

