CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR DESCANSO

elobservatoriocetelem.es
cetelem.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

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 elementos de descanso**

06 **Tipo de producto comprado**

07 **Canal de compra**
07 Tipo de tienda global
10 Colchones
10 Bases
11 Canapés
11 Almohadas
12 Textil hogar
12 Cabeceros

13 **Motivos de elección de establecimiento**

15 **Gasto medio**

18 **Medio de pago**

19 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector elementos de descanso**
19 Fuentes de información en la decisión de compra

21 **Intención de compra para los próximos 12 meses**

23 **Intención canal de compra en los próximos 12 meses**

24 **Intención gasto medio en los próximos 12 meses**

25 **Intención medio de pago en los próximos 12 meses**

26 **Conclusiones del sector elementos de descanso**

30 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª 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 mensual 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 ELEMENTOS DE DESCANSO

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

Sí **38%**

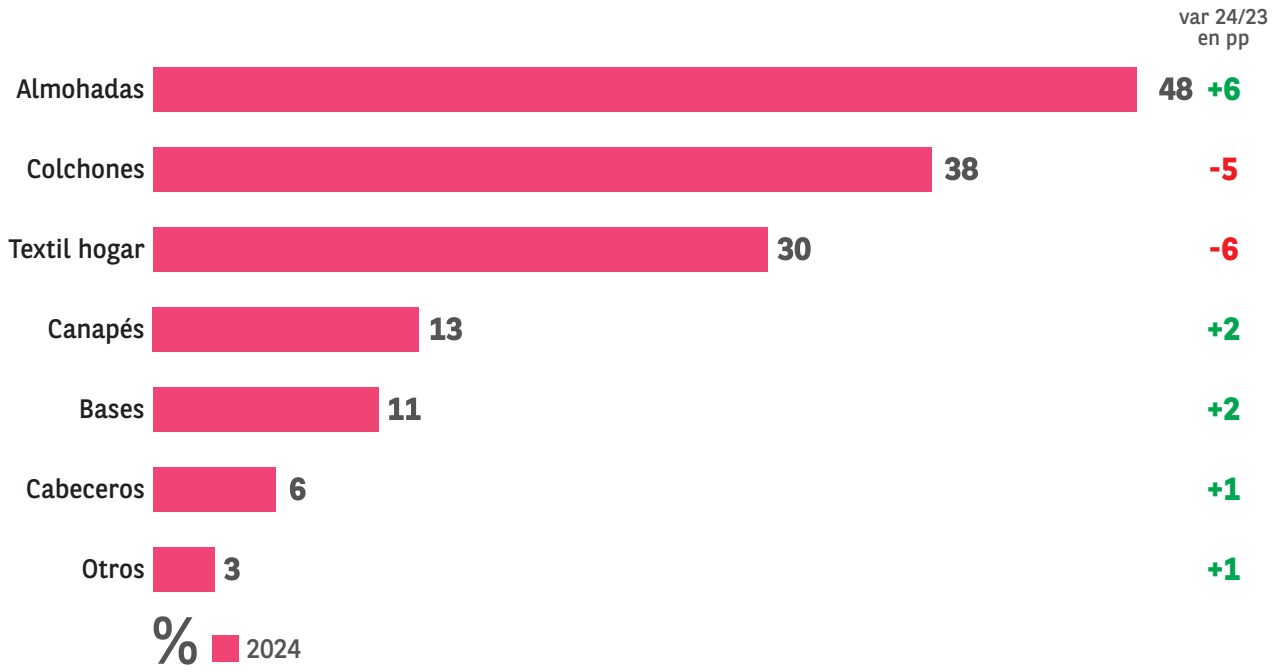
var 24/23 en pp **+4**

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

El 38% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector descanso, mostrando un crecimiento de 4 puntos respecto a 2023. Si segmentamos por edad, los consumidores entre 18 y 24 años destacan por encima de la media con un 43% de menciones.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado elementos de descanso en los últimos 12 meses. ¿Qué tipo de producto has comprado?
(% respuesta múltiple)



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

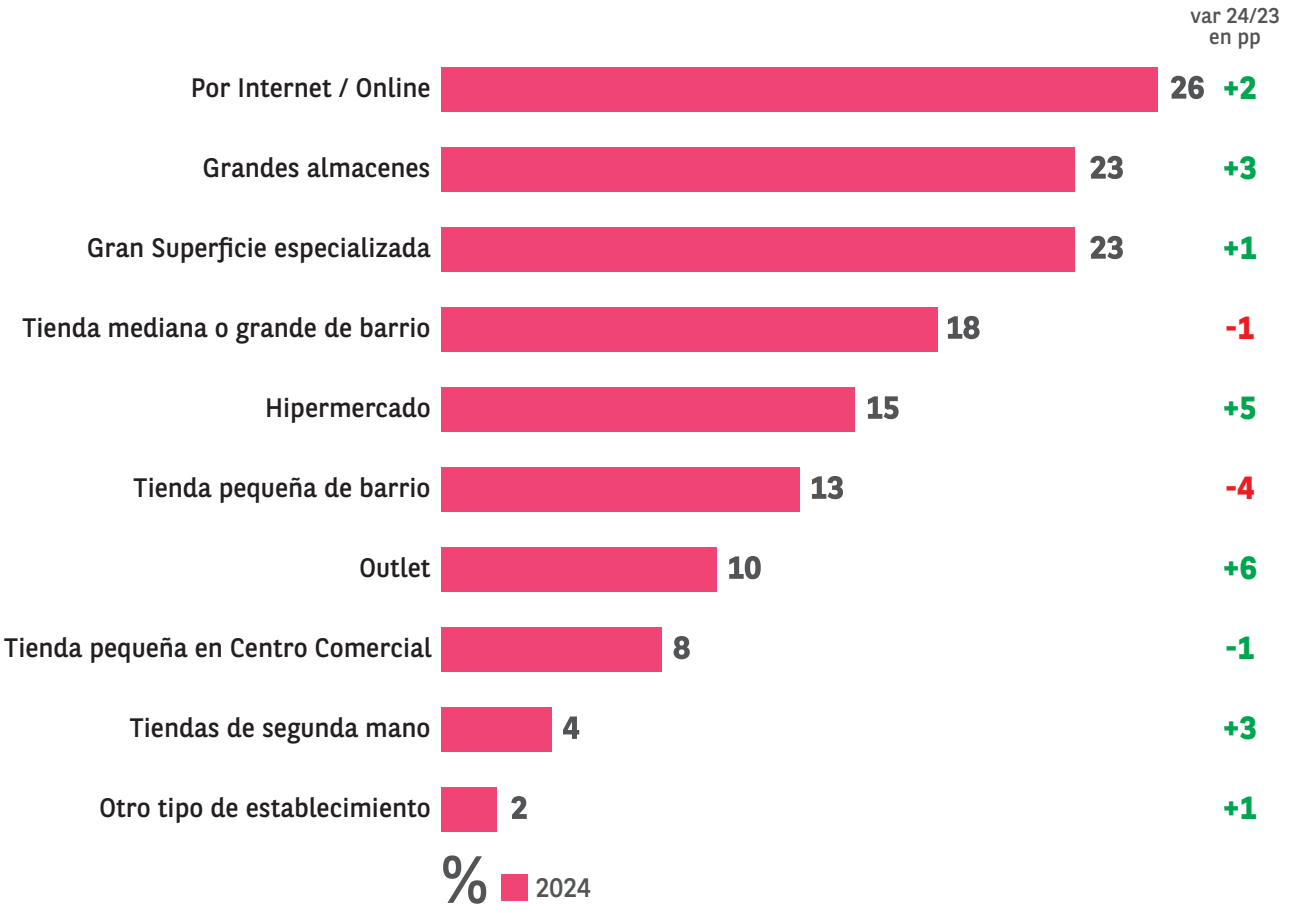
Este año, la categoría de almohadas ocupan el primer lugar en el ranking con un 48% de menciones y un importante crecimiento de 6 puntos respecto al año anterior. Le siguen los colchones (38%) y el textil hogar (30%), en ambos casos mostrando descensos respecto al año anterior de 5 y 6 puntos porcentuales respectivamente.

El resto de las categorías muestran porcentajes por debajo del 15%, aunque con crecimientos respecto a 2023. Si segmentamos por edad, los consumidores entre los 35 y 44 años destacan 6 puntos por encima de la media en la compra de almohadas y textil hogar. Los mayores de 45 años son los que más colchones han comprado (43% vs 38% media).

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)

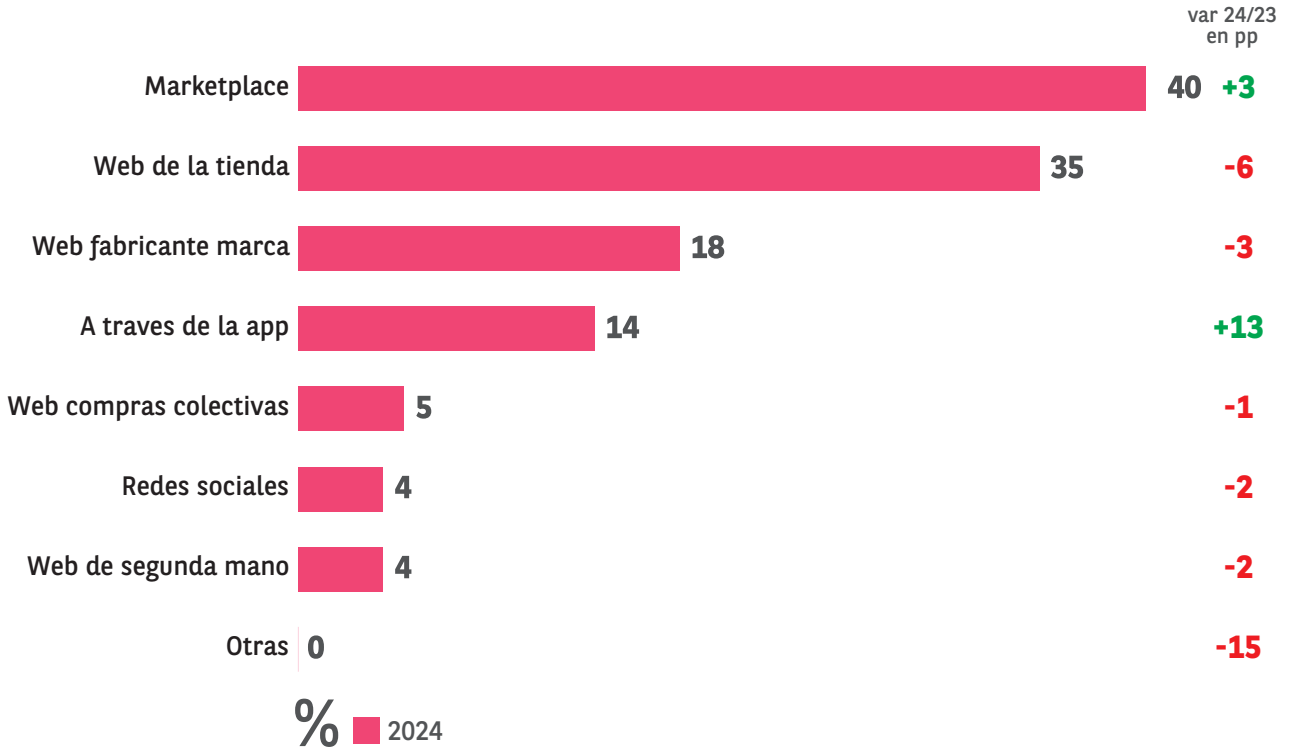


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de descanso en general, el canal online continúa en primer lugar con un 26% y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023. Los grandes almacenes y las grandes superficies especializadas ocupan los siguientes puestos en el ranking con un 23% de menciones, y un aumento respecto al año anterior de 3 y 1 punto porcentual respectivamente.

El resto de las opciones muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante señalar los importantes crecimientos de los outlets (+6pp) y los hipermercados (5pp).

¿Dónde compró los productos online de este sector?
(% respuesta múltiple)

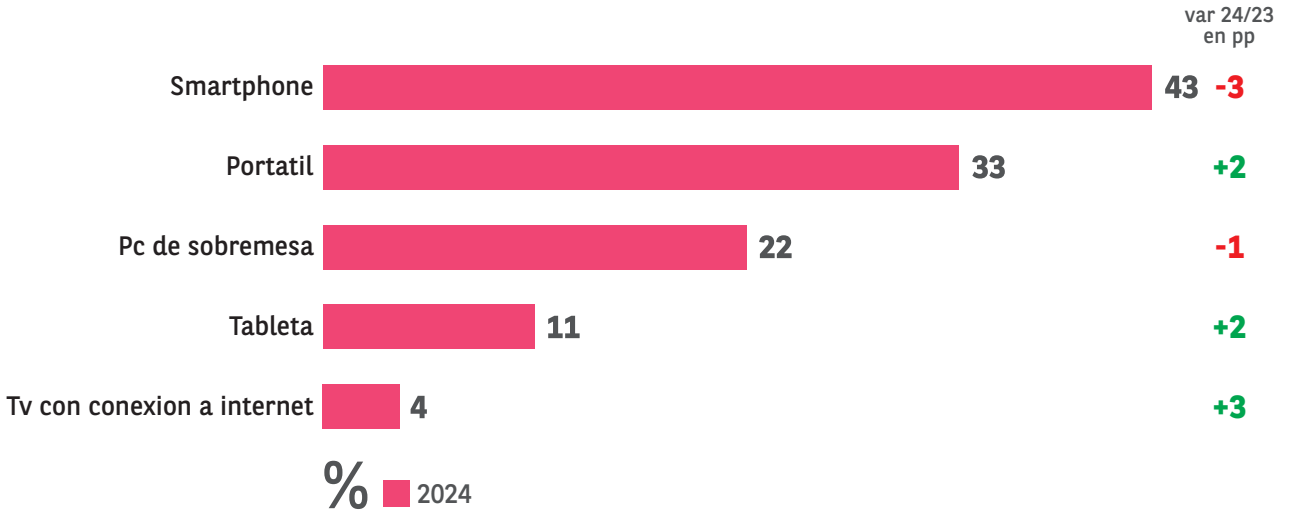


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las webs más elegidas por aquellos que han realizado sus compras de elementos de descanso en el canal online han sido los Marketplace con un 40% de menciones y un crecimiento de 3 puntos respecto al año anterior, y las webs de las tiendas con un 35% pero un descenso de 6 puntos.

El resto de las opciones están por debajo del 20% de respuestas, pero es importante destacar que las compras realizadas a través de la app cobran más importancia con un crecimiento de 13 puntos porcentuales respecto a 2023.

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



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

En lo que se refiere al dispositivo utilizado para las compras por internet el smartphone es el claro favorito con un 43% de respuestas obtenidas, aunque con un descenso de 3 puntos respecto al año anterior. Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan notablemente por encima de la media con un 65% de menciones.

El portátil es el siguiente en el ranking con un 33% de menciones (+2pp). El resto de dispositivos muestra porcentajes por debajo del 25%.

COLCHONES

COLCHONES
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/ online	Tienda mediana o grande de barrio	Grandes almacenes	Tienda pequeña de barrio
24% 0	22% -3	20% -1	16% +5	14% -1

% 2024

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

La gran superficie especializada es la favorita para realizar la compra de colchones, seguida de cerca por la compra online y en la tienda mediana o grande de barrio.

Los grandes almacenes se posicionan en 4º lugar en el ranking siendo los únicos que muestran un crecimiento respecto al año anterior.

BASES

BASES
(% respuesta múltiple)

Tienda mediana o grande de barrio	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Outlet	Tienda pequeña de barrio
23% +5	22% +1	19% -5	17% +11	14% +2

% 2024

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

En lo que respecta a la compra de bases, la tienda mediana o grande de barrio se posiciona en primer lugar con un 23% de menciones y un importante crecimiento de 5 puntos, seguido del canal online con un 22% (+1pp).

Es importante señalar el notable crecimiento de 11 puntos porcentuales en el porcentaje de compras realizadas en los outlets.

CANAPÉS

CANAPÉS
(% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Por Internet/ online	Tienda pequeña de barrio
21% -2	19% +10	19% 0	18% -1	12% -9

% 2024

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

La compra de canapés presenta datos muy parecidos en los canales elegidos, siendo lo más destacable el importante crecimiento de 10 puntos en la compra realizada en grandes almacenes.

ALMOHADAS

ALMOHADAS
(% respuesta múltiple)

Grandes almacenes	Por Internet/ online	Gran Superficie especializada	Hipermercado	Tienda mediana o grande de barrio
20% 0	18% +2	17% -5	16% +3	14% +3

% 2024

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

Al igual que en el caso de los canapés, la elección del canal de compra para almohadas muestra datos muy divididos. Los grandes almacenes son los favoritos, pero muy seguidos de las compras online que crecen respecto al 2023. La gran superficie especializada ocupa la tercera posición, pero mostrando un importante descenso de 5 puntos.

Las compras realizadas en el hipermercado y en la tienda mediana o grande de barrio cobran más importancia.

TEXTIL HOGAR

TEXTIL HOGAR
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Grandes almacenes	Hipermercado	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio
26% +6	23% 0	18% +4	16% +3	10% -2

% 2024

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

Las compras de productos de textil/hogar se realizan principalmente por internet con un 26% de menciones y un fuerte crecimiento de 6 puntos respecto a 2023. Le siguen las realizadas en los grandes almacenes (23%) que se mantienen estables.

Las compras realizadas en el hipermercado y en la gran superficie especializada cobran más importancia.

CABECEROS

CABECEROS
(% respuesta múltiple)

Por Internet/ online	Outlet	Tienda pequeña de barrio	Gran Superficie especializada	Tienda mediana o grande de barrio
37% +11	14% +6	14% +2	13% -9	12% -6

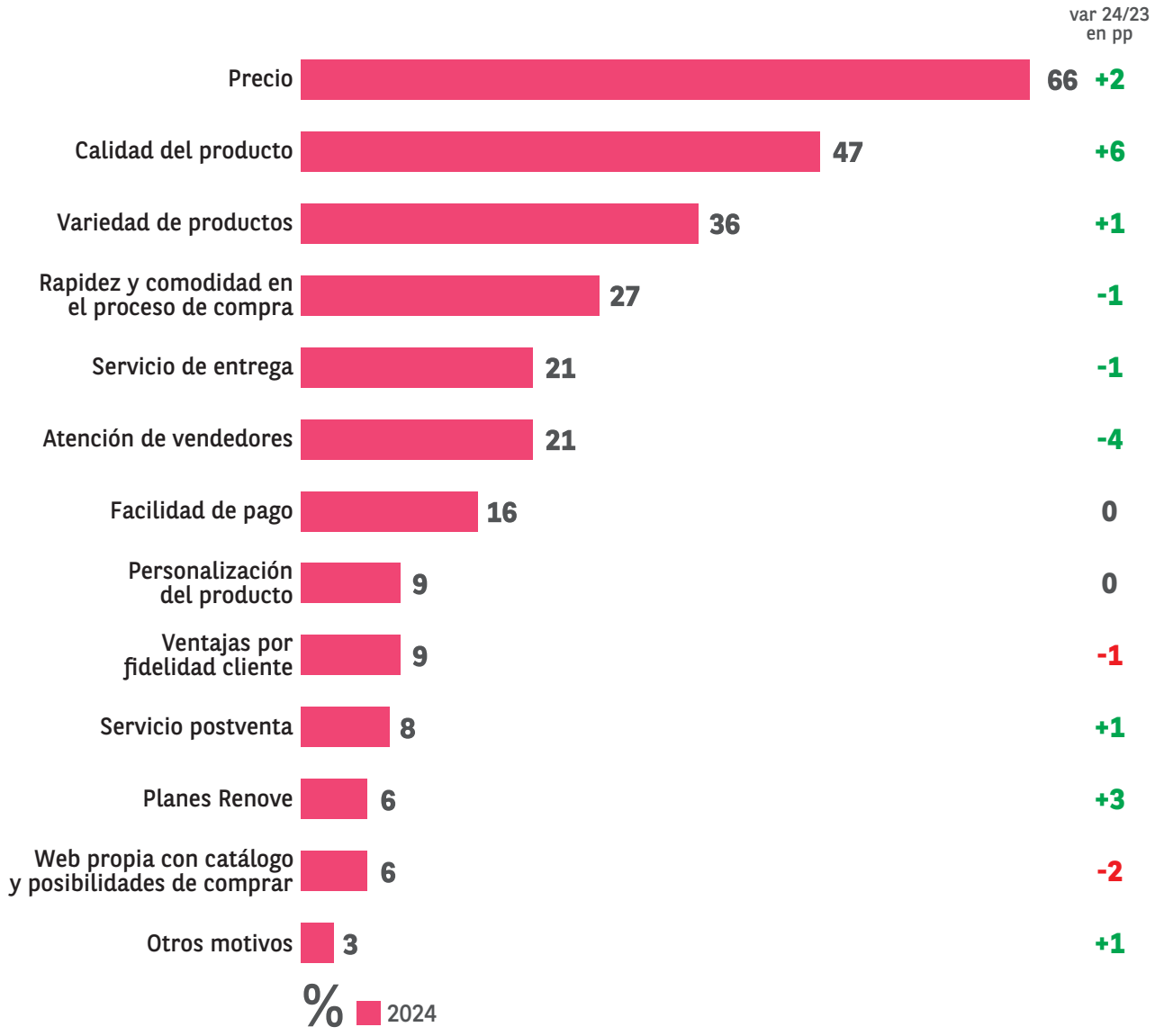
% 2024

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

El canal online es el claro preferido para realizar la compra de cabeceros con un 37% de menciones y un fuerte crecimiento de 11 puntos respecto al año anterior. El resto de canales del top 5 muestra porcentajes muy inferiores, siendo los outlet y la tienda pequeña de barrio las siguientes opciones con un 14% de respuestas y un crecimiento de 6 y 2 puntos porcentuales respectivamente.

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)



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

El motivo más mencionado por los consumidores a la hora de comprar elementos de descanso en general es el precio con un 66% de menciones y un aumento de 2 puntos respecto al año anterior.

Le sigue la calidad del producto con un 47% de respuestas y un importante crecimiento de 6 puntos y la variedad de productos (36%, +1pp).

GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado en los elementos de descanso que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
365€ 0%	356€ +2%	247€ -10%

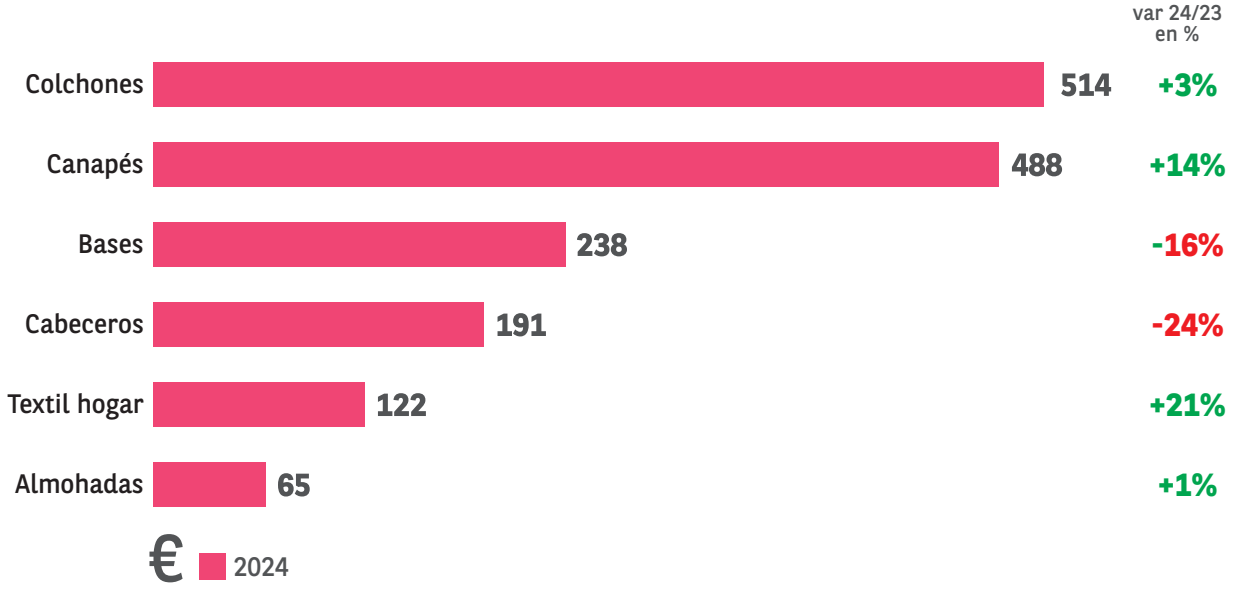
€ 2024

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 elemento de descanso en los últimos 12 meses es de 365€, manteniéndose estable respecto al gastado en 2023.

Por tipo de tienda, el gasto realizado en las tiendas físicas sigue siendo mayor que en el comercio electrónico y aumentando un 2%. Las compras realizadas en el canal online supusieron un desembolso un 10% inferior al realizado en 2023.

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los elemento de descanso adquiridos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



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

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido colchones (514€), canapés (488€) y bases (238€). En este sentido, lo más importante es el fuerte crecimiento del desembolso realizado en la categoría de canapés, que crece un 14% respecto a 2023.

Es importante destacar que el gasto realizado en productos textil/hogar aumenta un 21% respecto al año anterior.

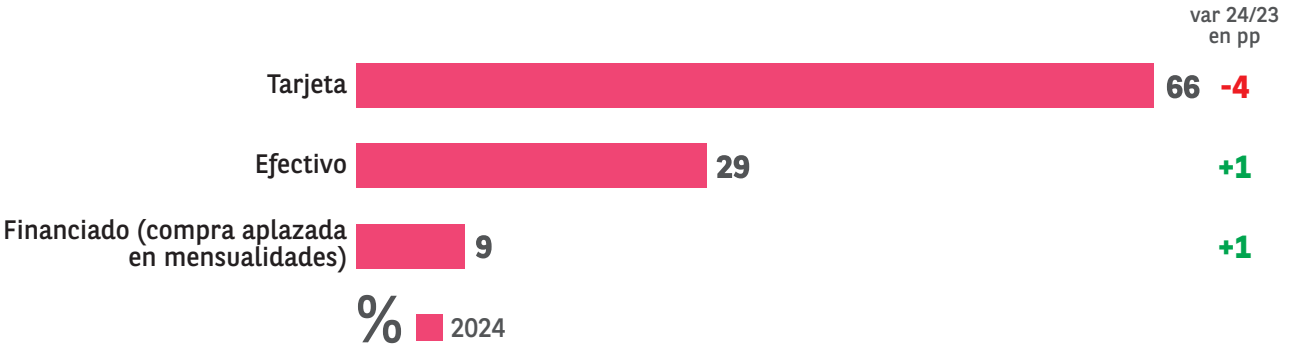
Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Colchones	Tienda física	**555 €**	**+10%**
	Online	**350 €**	**-19%**
Bases	Tienda física	**245 €**	**-14%**
	Online	**169 €**	**+1%**
Canapés	Tienda física	**507 €**	**+19%**
	Online	**322 €**	**-15%**
Almohadas	Tienda física	**61 €**	**0%**
	Online	**61 €**	**-10%**
Textil hogar	Tienda física	**107 €**	**+14%**
	Online	**124 €**	**+39%**

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

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
(% respuesta múltiple)



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

En la compra de elementos de descanso, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 66% de menciones, mostrando un descenso de cuatro puntos respecto a 2023. Muy de lejos se encuentra el pago en efectivo realizado por el 29% de consumidores.

El tipo de tarjeta más utilizado ha sido la de débito con un 62% de menciones, pero con una caída de 4 puntos porcentuales respecto al año anterior. La tarjeta de crédito fin de mes muestra un aumento de 4 puntos respecto a 2023 alcanzando un 35% de respuestas.

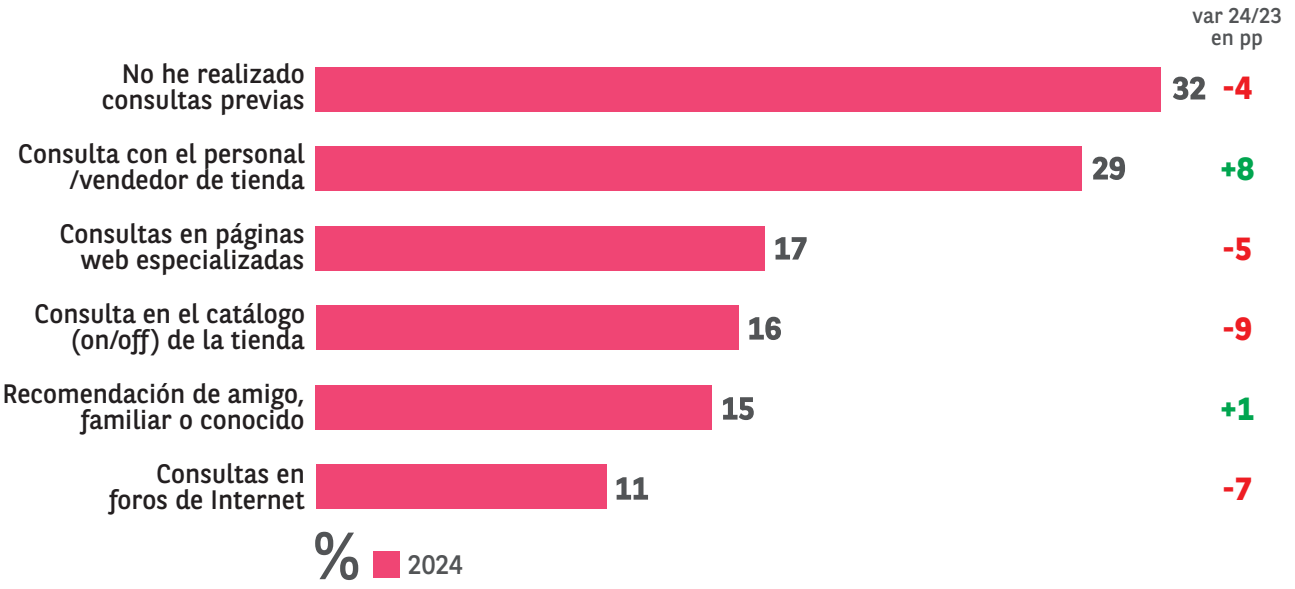
Sólo un 9% de españoles declara haber financiado su compra de elementos de descanso, siendo la financiación ofrecida en la tienda la más utilizada, así lo manifiestan 8 de cada 10 de ellos.

Si segmentamos por edades, lo más significativo es que los consumidores más jóvenes con edades entre los 18 y 24 años se decantan más por el pago en efectivo con un 44% de menciones versus 29% de la media. Aquellos entre los 35 y 44 años realizan sus compras de descanso principalmente mediante tarjeta, destacando 8 puntos porcentuales por encima de la media (74% vs 66%).

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELEMENTOS DE DESCANSO

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)



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

Para la compra de productos del sector descanso, observamos cómo el 32% de los españoles asegura no realizar ninguna consulta previa antes de realizar su compra, porcentaje que desciende 4 puntos respecto a 2023.

Las consultas con el personal de la tienda cobran cada año más importancia, no sólo en este sector sino también por ejemplo en el del mueble y accesorios. Este año, el 29% de compradores de muebles ha solicitado información y asesoramiento a los vendedores de las tiendas, lo cual supone un fuerte crecimiento de 8 puntos respecto a los datos del 2023.

El resto de las categorías muestra datos por debajo del 20%, y con fuertes caídas respecto al año pasado.

Si analizamos los datos por tramos de edad, observamos como los consumidores mayores de 45 años son los que más importancia le dan y los que más recurren al asesoramiento del personal de las tiendas con un 39% de menciones, 10 puntos porcentuales más que la media. Los consumidores entre 18 y 24 años destacan en las consultas realizadas en foros de internet con un 18% de menciones frente al 11% de la media, porcentaje que desciende 7 puntos respecto a 2023.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

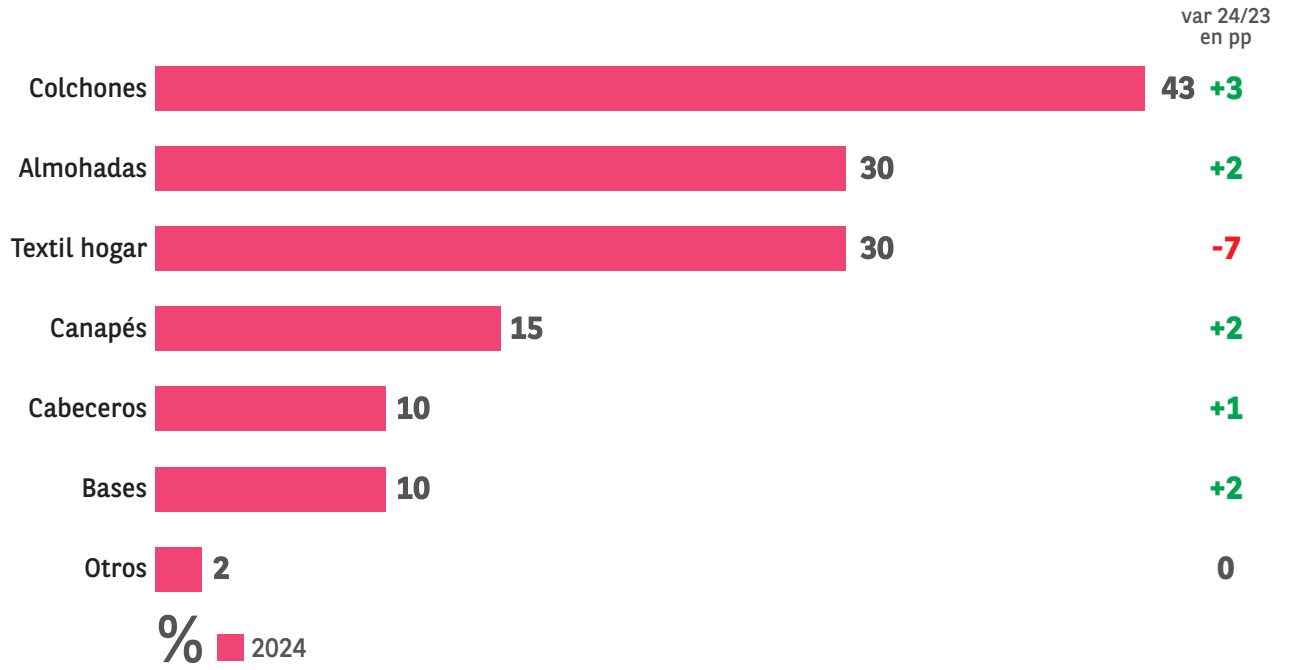
En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **36%** | var 24/23 en pp **+1**

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

El 36% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector descanso en los próximos 12 meses, mostrando un ligero crecimiento de 1 punto respecto a lo declarado el año anterior. Aquellos consumidores con edades entre los 25 y 34 años son los que demandaran más productos de este sector durante el próximo año, con un 42% de menciones.

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de elemento de descanso en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de elemento de descanso tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



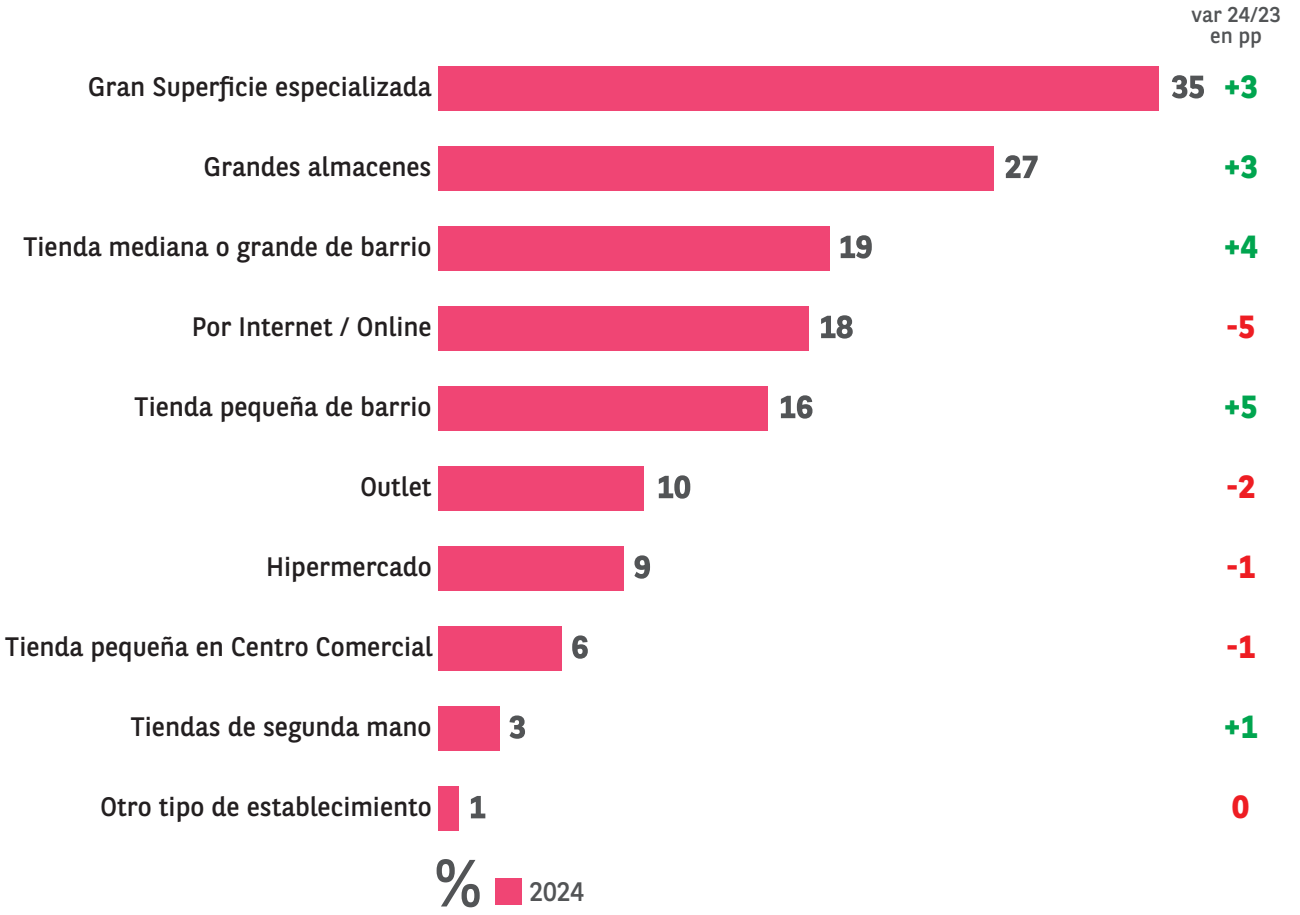
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a la intención de compra de elementos de descanso para 2023, las categorías más pretendidas son los colchones con un 43% (+3 puntos respecto al año anterior), seguidos de las almohadas y el textil hogar con un 30% de menciones en ambos casos, pero em este último mostrando un importante descenso de 7 puntos respecto a lo declarado el año anterior.

Por edades, lo más significativo es que los consumidores mayores de 45 años destacan 8 puntos por encima de la media en su intención de adquirir colchones (51% vs 43% media).

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda pretendes adquirir elementos de descanso en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



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

Los canales de compra más mencionados por los consumidores que tienen intención de comprar algún tipo de elemento de descanso en los próximos 12 meses, son las grandes superficies especializadas con un 35% de menciones y un aumento de 3 puntos respecto a 2023. Les siguen los grandes almacenes con un 27% (+3pp) y la tienda mediana o grande de barrio que con un 19% de respuestas y un aumento de 4 puntos, desbanca al canal online (18%, -5pp) de la tercera posición que ocupa el año pasado.

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	Gasto Medio en TIENDA FÍSICA	Gasto Medio en TIENDA ONLINE
434€ +13%	398€	334€
		€ 2024

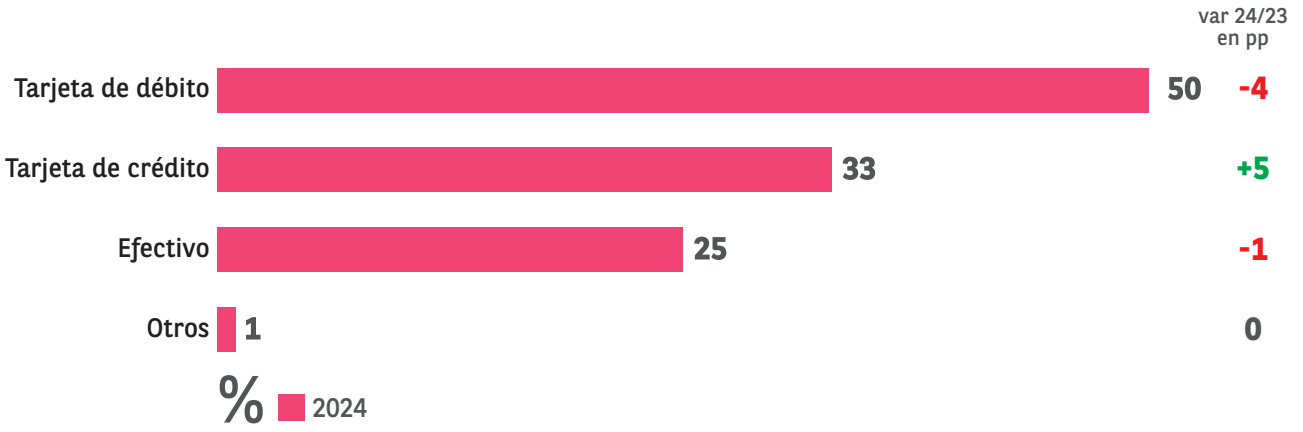
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los consumidores que han declarado tener intención de comprar elementos de descanso en los próximos 12 meses gastaran de media unos 434€, lo que supone un incremento del 13% respecto a lo previsto el año pasado.

Los que más desembolso realizaran serán los consumidores mayores de 45 años con una intención de gastar unos 521€, un 20% más que la media.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



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

La mitad de los consumidores que han declarado su intención de compra en este sector, tienen previsto utilizar la tarjeta de débito (-4pp). Por otro lado 3 de cada 10 de ellos se decantará por la tarjeta de crédito, uso que aumenta 5 puntos respecto a lo mencionado hace un año.

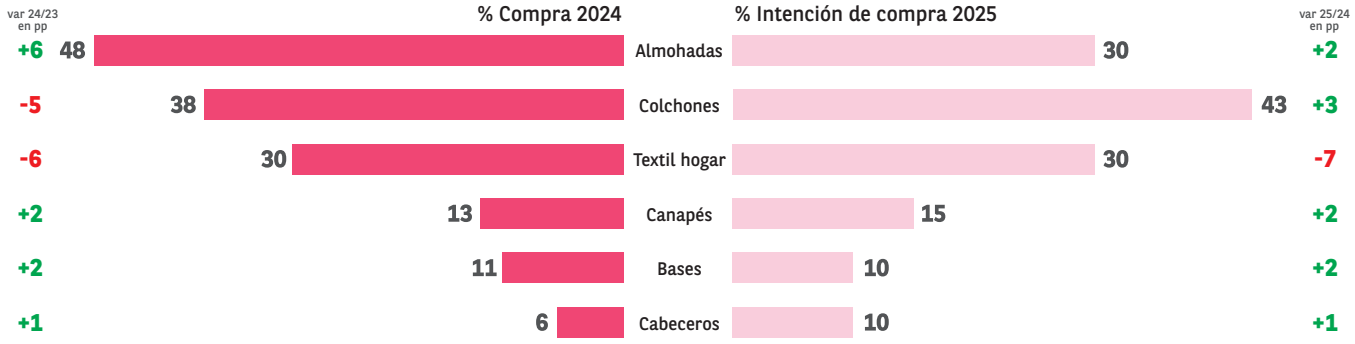
CONCLUSIONES DEL SECTOR ELEMENTOS DE DESCANSO

El **38%** (+4pp) de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector descanso en los últimos 12 meses, gastando una media de **365€** (0%)

El **36%** (+1pp) de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector descanso en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **434€** (+13%)

Compras e intención de compra

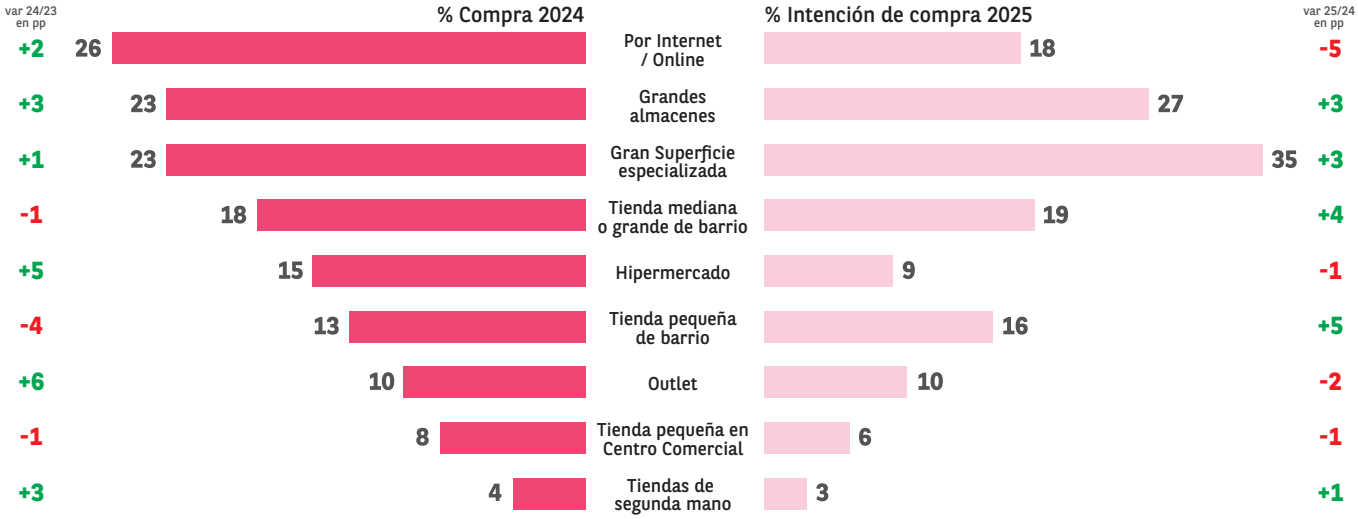
¿Qué tipo de producto de descanso has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Canal de compra

Las compras realizadas en 2024 siguen lideradas por el canal online, aunque son las Grandes Superficies Especializadas las preferidas de cara a 2025.

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)



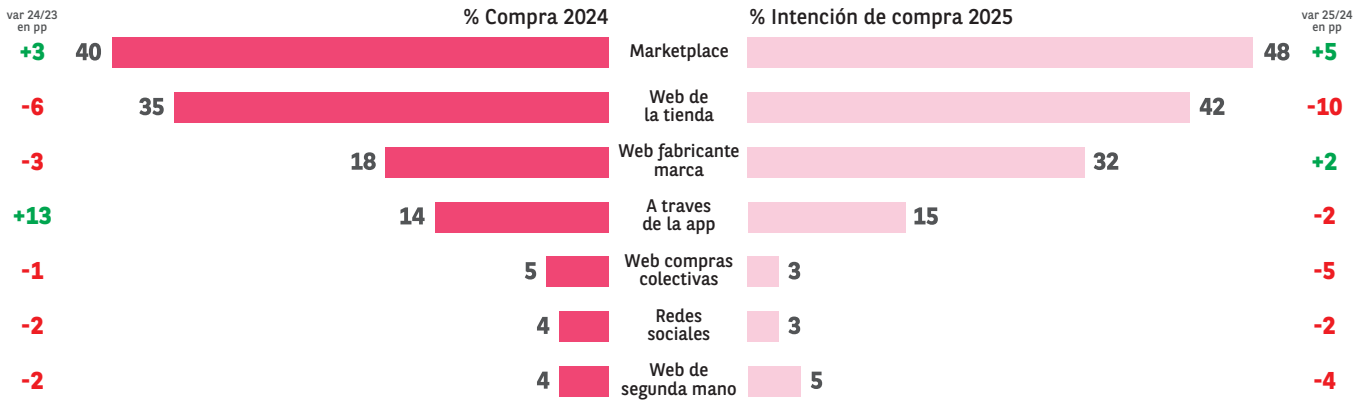
Principales motivos para elegir el tipo de tienda

1	2	3	4	5
Precio	Calidad del producto	Variedad de productos	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	Servicio de entrega
66% +2pp	47% +6pp	36% +1pp	27% -1pp	21% -1pp

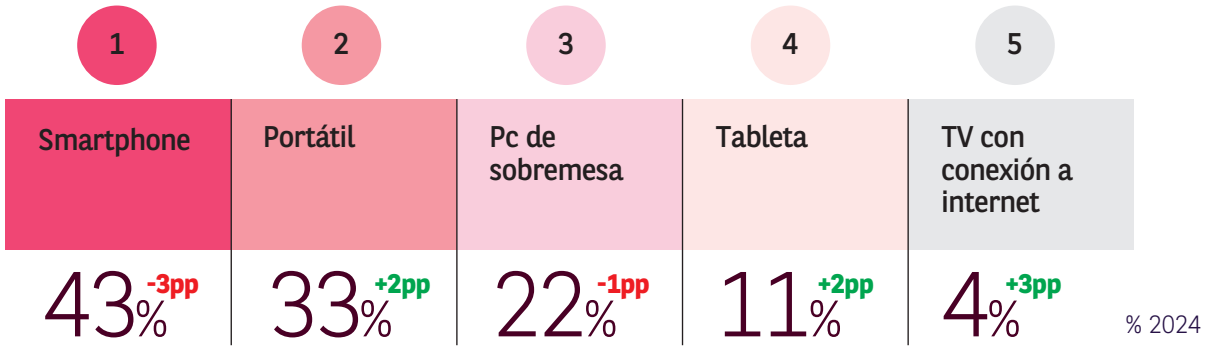
% 2024

Y del 26% 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)

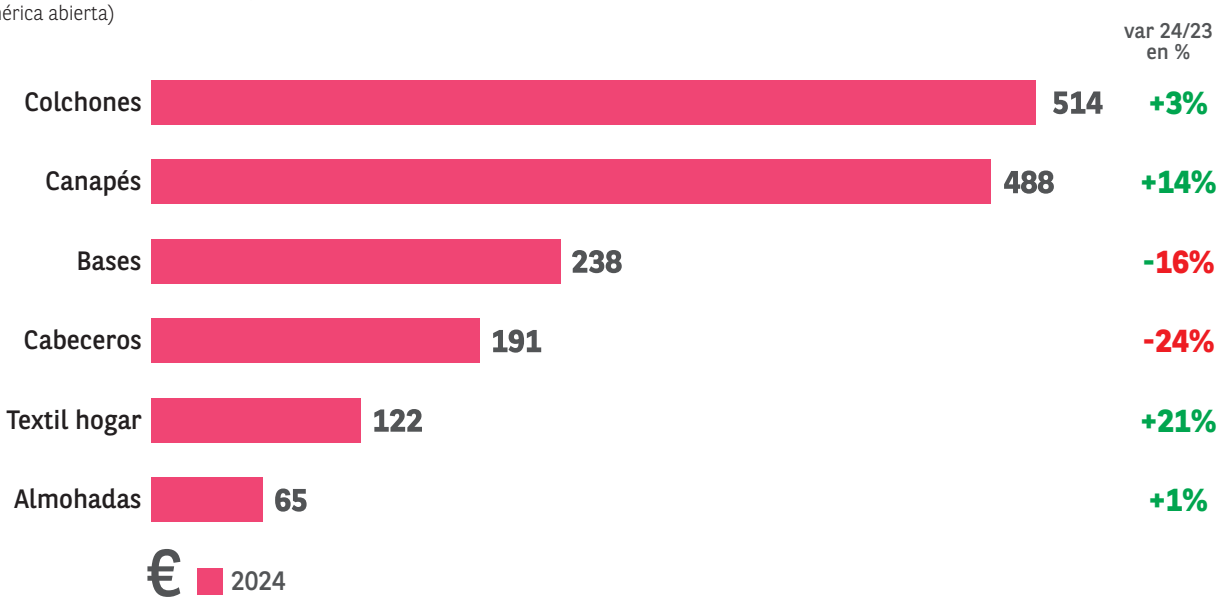


Gasto medio

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

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	365 €	0%
Tienda física	356 €	+2%
Online	247 €	-10%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en productos de descanso 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

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE