

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR
MUEBLE Y
COMPLEMENTOS

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/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 Muebles y complementos**
 - 06 Tipo de producto comprado**
 - 08 Canal de compra**
 - 11** Muebles de salón - comedor – despacho
 - 11** Muebles para dormitorio matrimonio
 - 12** Muebles para dormitorio infantil/juvenil
 - 12** Sofás y sillones
 - 13** Muebles para el baño
 - 13** Muebles auxiliares
 - 14** Muebles de terraza
 - 14** Complementos
 - 15** Decoración
 - 16 Motivos de elección de establecimiento**
 - 18 Gasto medio**
 - 20 Medio de pago y financiación**
 - 21 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Muebles y complementos**
 - 21** Fuentes de información en la decisión de compra
 - 22 Intención de compra para los próximos 12 meses**
 - 24 Intención gasto medio en los próximos 12 meses**
 - 25 Intención canal de compra en los próximos 12 meses**
 - 27 Conclusiones del sector Muebles y complementos**
 - 31 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 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 estas 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 MUEBLES Y COMPLEMENTOS

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

Sí **52%** | var 24/23
en pp **-4**

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

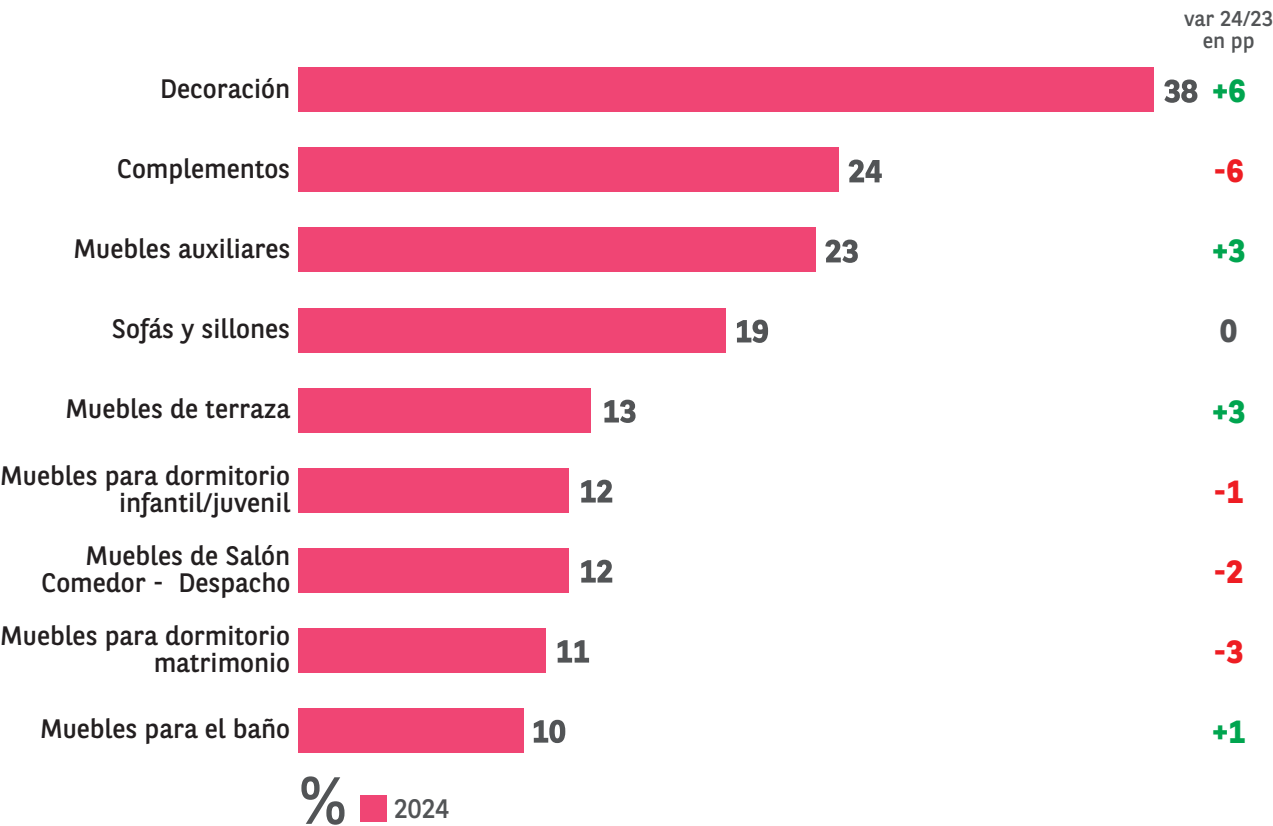
El 52% de los consumidores españoles encuestados ha comprado productos del sector mueble y complementos en los últimos 12 meses, cuatro puntos porcentuales por encima de lo declarado hace un año. Si segmentamos por

edades destacan por encima de la media dos grupos de consumidores, aquellos entre los 25 y 34 años y entre 35 y 44 años con un 57% y un 55% de menciones respectivamente.



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado muebles en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de muebles para el hogar de los que aparecen a continuación has comprado durante los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



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

En lo que respecta a las categorías de muebles adquiridas por los consumidores durante el último año, hay que señalar que de las nueve analizadas sólo cuatro muestran porcentajes superiores al año anterior:

La decoración y los complementos han sido los dos productos más demandados con un 38% y un 24% de menciones respectivamente. Sin embargo, el comportamiento de dichas categorías respecto al año anterior ha sido muy diferente, ya que los elementos de decoración muestran

un crecimiento de 6 puntos respecto a 2023, mientras que los complementos descienden 6 puntos.

Los muebles auxiliares con un 23% de respuestas y un aumento de 3 puntos, ocupan el tercer puesto en el ranking. El resto de las categorías muestran porcentajes por debajo del 20%, aunque es importante señalar que los muebles de terraza muestran un crecimiento respecto al año anterior (13% vs 10% en 2023).

Si realizamos un análisis por edades, lo más reseñable es que el segmento de los consumidores entre los 25 y 34 años destaca 6 puntos porcentuales por encima de la media en la compra de elementos de decoración (44% vs 38% media) y 4 puntos en la compra de muebles para el dormitorio. Por otro lado, los mayores de 45 años superan en 4 puntos porcentuales a la media en la compra de muebles de terraza (17% vs 13% media) y 3 puntos en la compra de complementos.



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

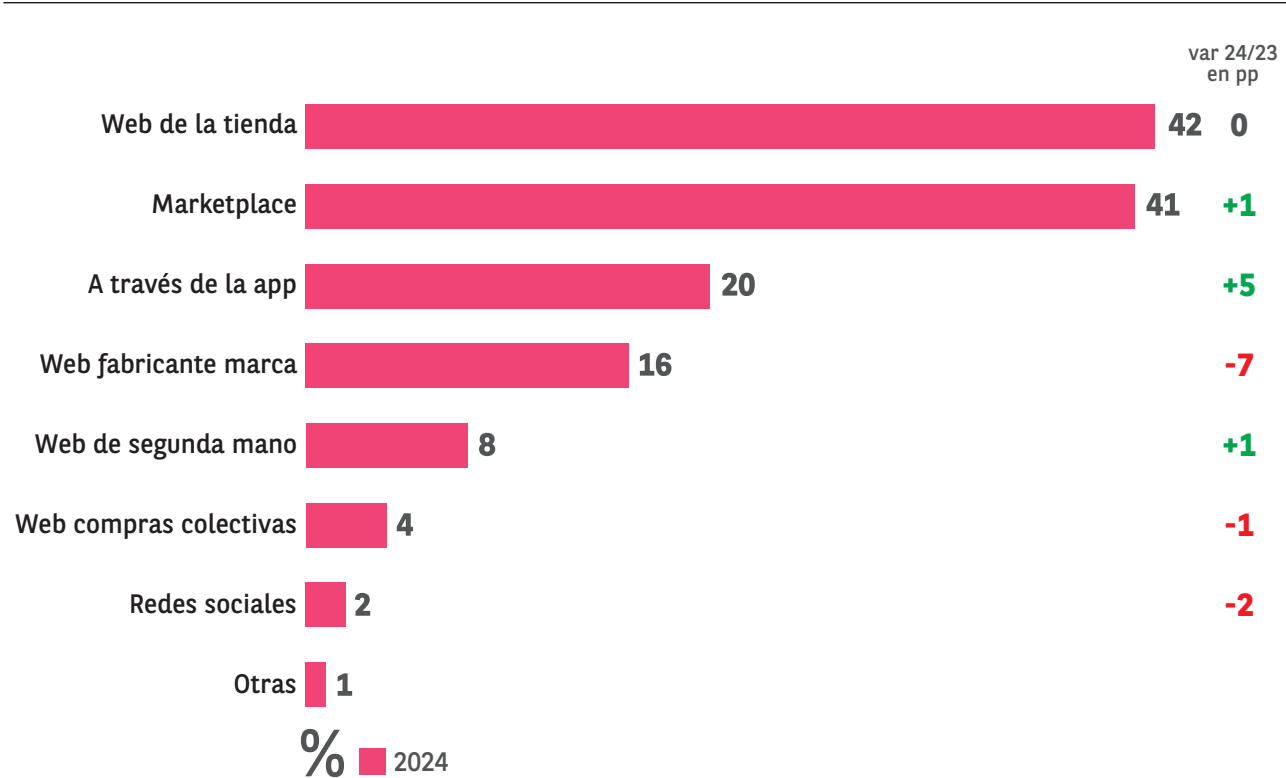
En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de muebles en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las grandes superficies especializadas con un 40% de las menciones, y un aumento de 6 puntos respecto al año anterior, en

qué descendieron. Le siguen las tiendas online con un 32% y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023. Los grandes almacenes con un 24% de menciones se mantienen en la tercera posición, pero mostrando un descenso de 3 puntos.

Hay que señalar que las tiendas medianas de barrio crecen 2 puntos respecto a 2023 y se posicionan en cuarto lugar con un 14% de respuestas obtenidas.

Si realizamos una segmentación por edades, lo más significativo es que los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan 9 puntos por encima de la media en sus compras realizadas en el canal online (41% vs 32% media).

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

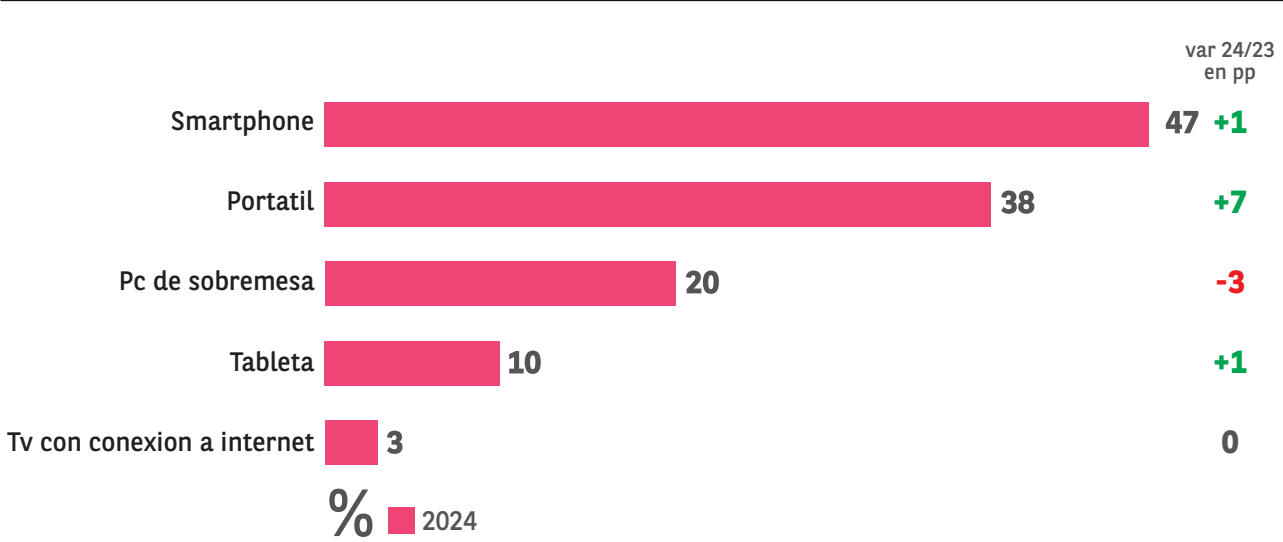


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre el 32% de consumidores que ha afirmado haber adquirido por internet algún producto de este sector, las páginas web de las tiendas (42%) y los Marketplace (41%), son las preferidas para realizar dichas compras.

Es importante señalar que las compras realizadas a través de la app muestran un importante crecimiento de 5 puntos y se posicionan en tercer lugar con un 20% de menciones.

¿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

El smartphone es el dispositivo más utilizado para realizar las compras online del sector mueble con un 47% de respuestas y un ligero crecimiento de 1 punto respecto

a 2023. Le sigue el portátil que con un 38% de menciones muestra un importante aumento de 7 puntos porcentuales respecto al año anterior.

MUEBLES DE SALÓN - COMEDOR – DESPACHO

Muebles de Salón - Comedor - Despacho (% respuesta múltiple)

Gran Superficie especializada	Por Internet/online	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Hipermercado
43% ⁺⁶	25% ⁻⁵	24% ⁺⁵	10% ⁻⁶	9% ⁺¹

% 2024

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

Analizando el canal de compra según la categoría adquirida, aquellos que han comprado muebles de salón-comedor-despacho, lo han hecho principalmente en las grandes superficies especializadas con un 43% de menciones y un importante crecimiento de 6 puntos respecto a 2023.

Les sigue muy de cerca el canal online con un 25% de menciones pero con una importante caída de 5 puntos y los grandes almacenes con un 24% de respuestas y creciendo 5 puntos respecto a 2023.

MUEBLES PARA DORMITORIO MATRIMONIO

Muebles para dormitorio matrimonio (% respuesta múltiple)

Por Internet/online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes	Tienda mediana o grande de barrio	Outlet
27% ⁺⁸	26% ⁻⁵	19% ⁻⁷	17% ⁻⁴	13% ⁺⁸

% 2024

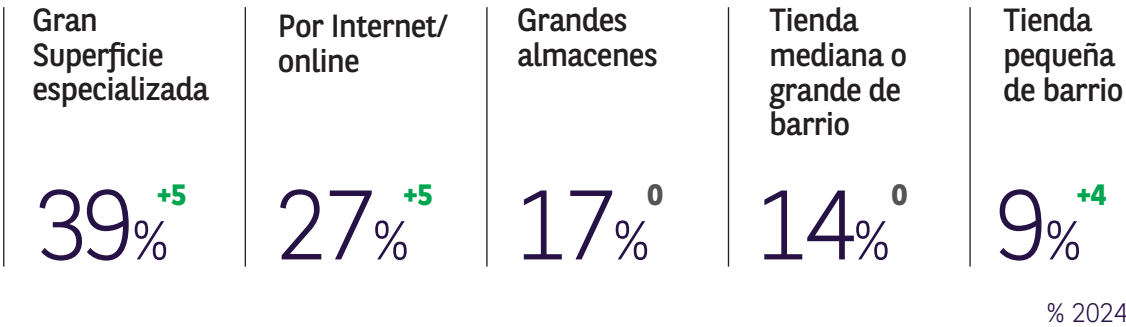
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso de los muebles para el dormitorio de matrimonio es el canal online el que ocupa la primera posición (27%) y además mostrando un importante aumento de

8 puntos respecto a 2023. Le sigue muy de cerca la gran superficie especializada con un 26% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos.

MUEBLES PARA DORMITORIO INFANTIL/JUVENIL

Muebles para dormitorio infantil/juvenil (% respuesta múltiple)



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

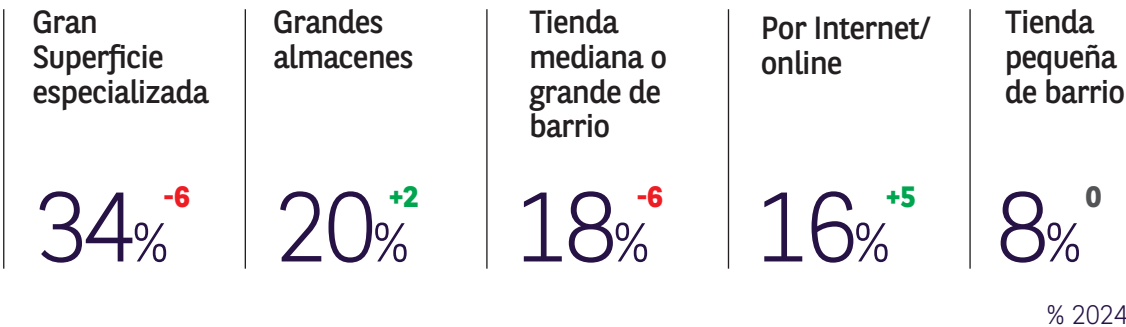
En el caso de la compra de los muebles para los dormitorios infantiles/juveniles la gran superficie especializada es la gran favorita con un 39% de consumidores que declaran su compra en este canal y mostrando un

aumento de 5 puntos respecto al año anterior.

Las compras por internet crecen también 5 puntos y con un 27% de respuestas se posicionan en un segundo lugar.

SOFÁS Y SILLONES

Sofás y sillones (% respuesta múltiple)



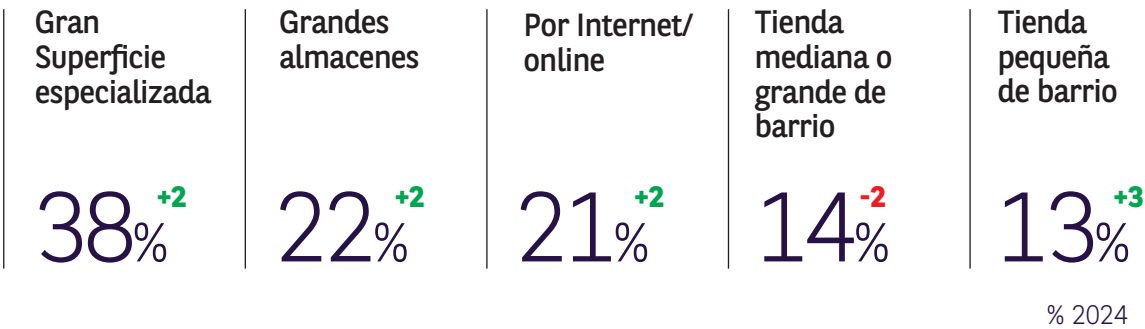
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Aunque la gran superficie especializada sigue siendo la favorita para las compras de sofás y sillones, hay que señalar que estas sufren un importante descenso de 6 puntos respecto a 2023.

Las compras online, aunque en cuarta posición, muestran un crecimiento de 5 puntos respecto al año anterior.

MUEBLES PARA EL BAÑO

Muebles para el baño (% respuesta múltiple)



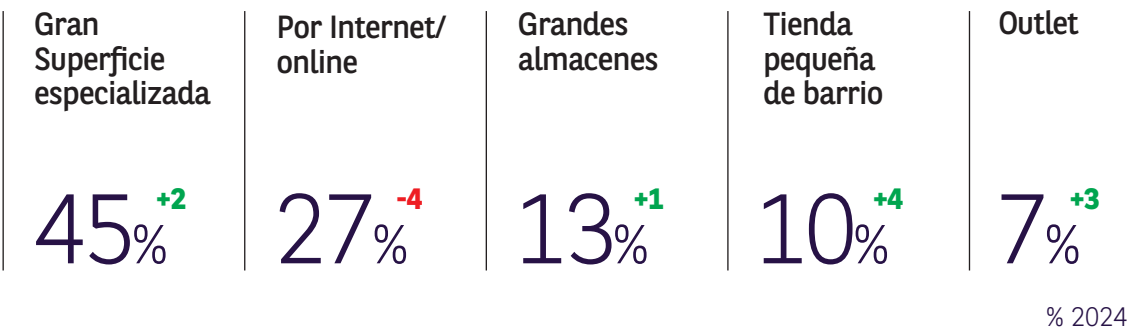
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo referente al Top 5 de canales preferidos para la compra de muebles de baño, todos crecen respecto al 2023 excepto la tienda mediana o grande de barrio.

4 de cada 10 consumidores que ha comprado muebles para el baño lo ha hecho en una gran superficie especializada que es la favorita y creciendo 2 puntos.

MUEBLES AUXILIARES

Muebles auxiliares (% respuesta múltiple)



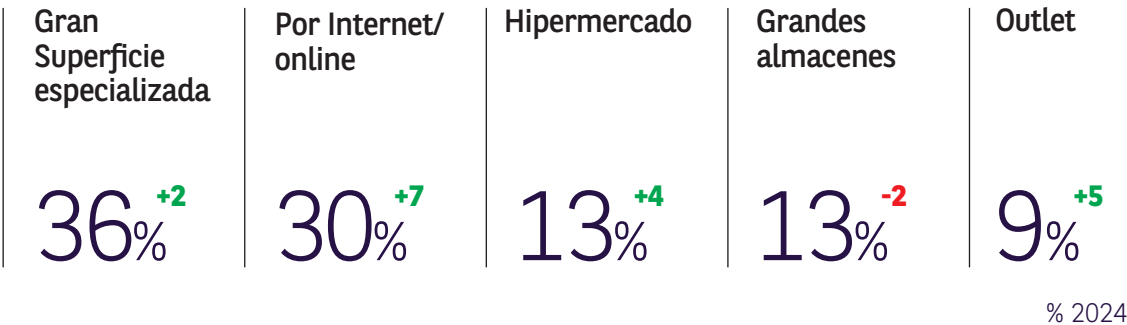
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Está claro que a la hora de comprar los muebles auxiliares, la gran superficie especializada es la gran elegida

con un 45% de menciones y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023.

MUEBLES DE TERRAZA

Muebles de terraza (% respuesta múltiple)

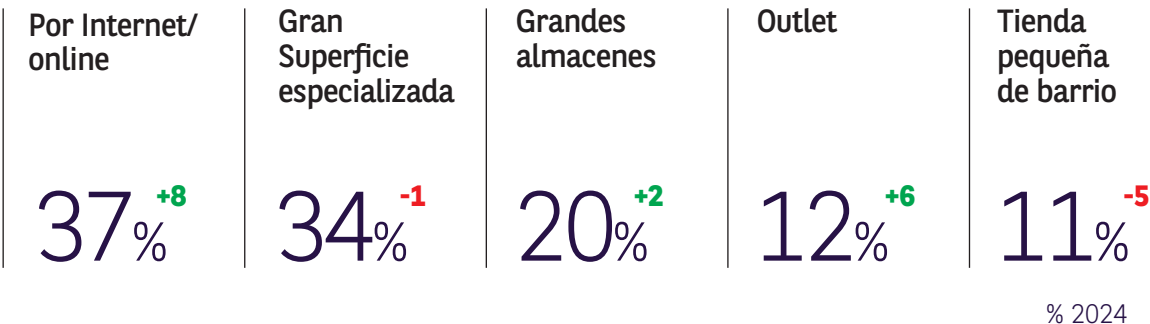


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre aquellos consumidores que han comprado muebles de terraza, la gran superficie especializada (36%, +2 pp vs 2023) y el canal online (30%, +7 pp vs 2023) son los dos canales claramente favoritos.

COMPLEMENTOS

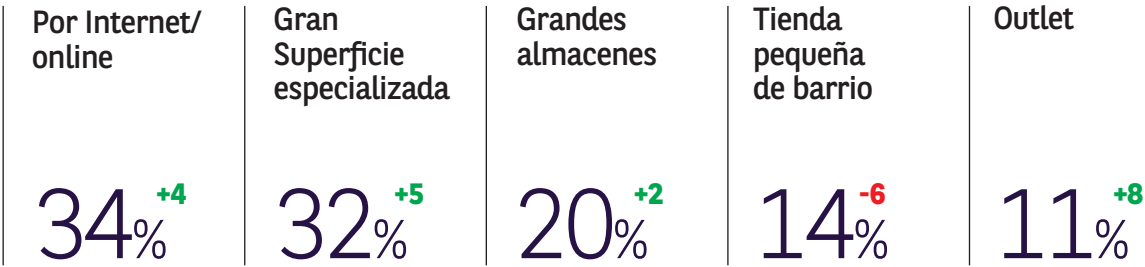
Complementos (% respuesta múltiple)



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

DECORACIÓN

Decoración
(% respuesta múltiple)



% 2024

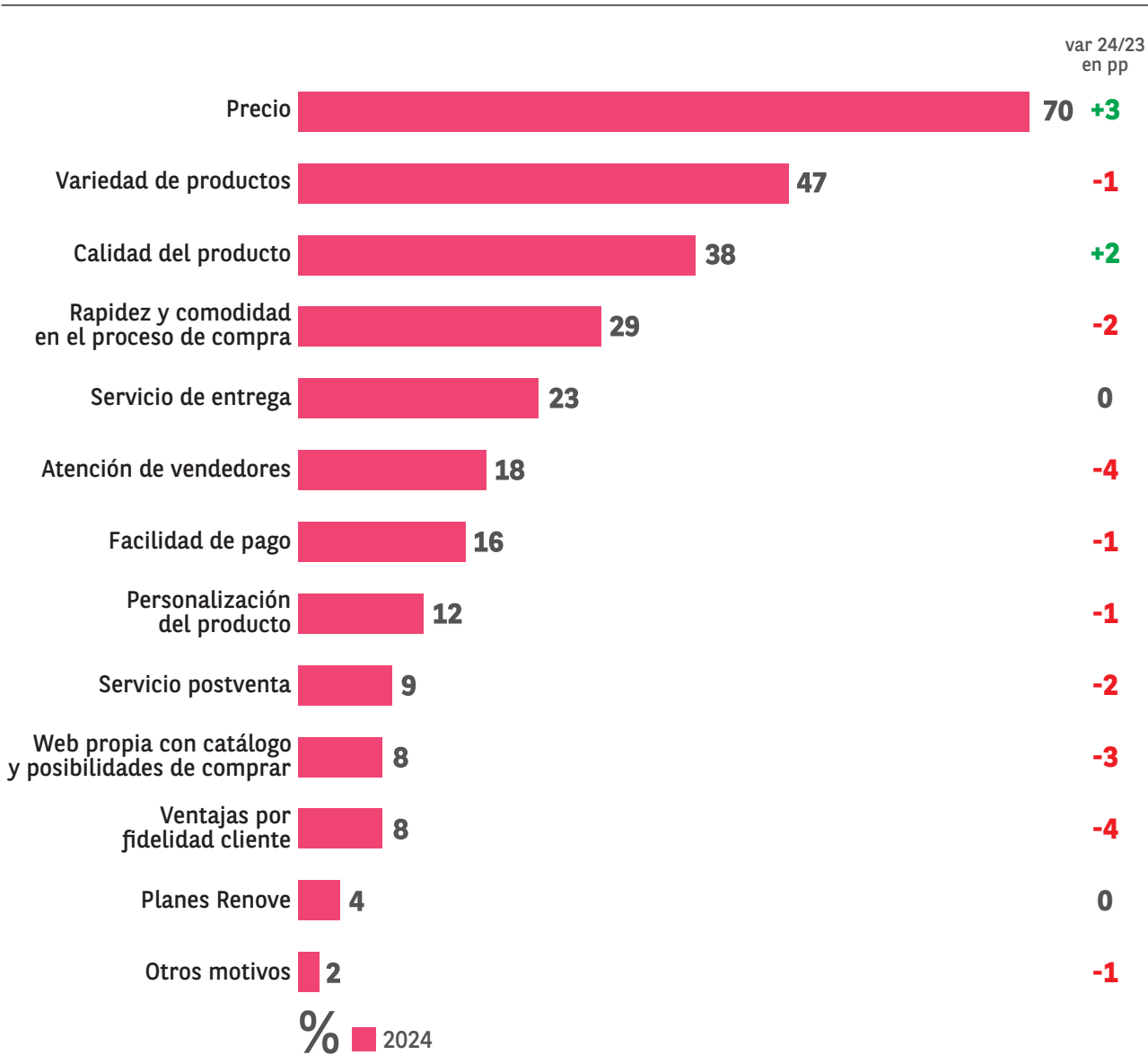
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a los canales elegidos para las compras de elementos de decoración y de complementos, los claros ganadores son el canal online y la gran superficie especializada, superando el 30% de menciones.

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 precio es lo más importante para 7 de cada 10 consumidores que han adquirido productos de este sector a la hora de decidir donde realizar la compra. Las siguientes variables más mencionadas son la variedad y la calidad del producto con un 47% y un 38% de menciones

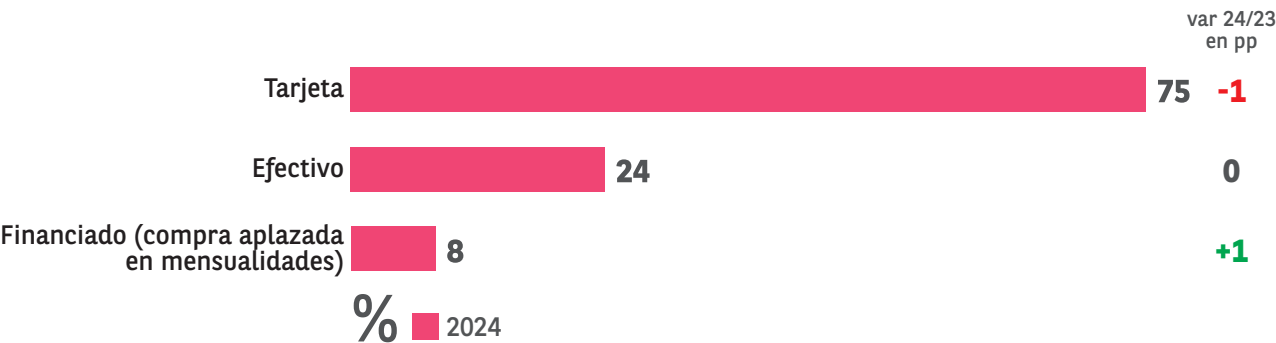
respectivamente.

Entre todas las variables analizadas solo crecen respecto al 2023 el precio y la calidad del producto.



GASTO MEDIO

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



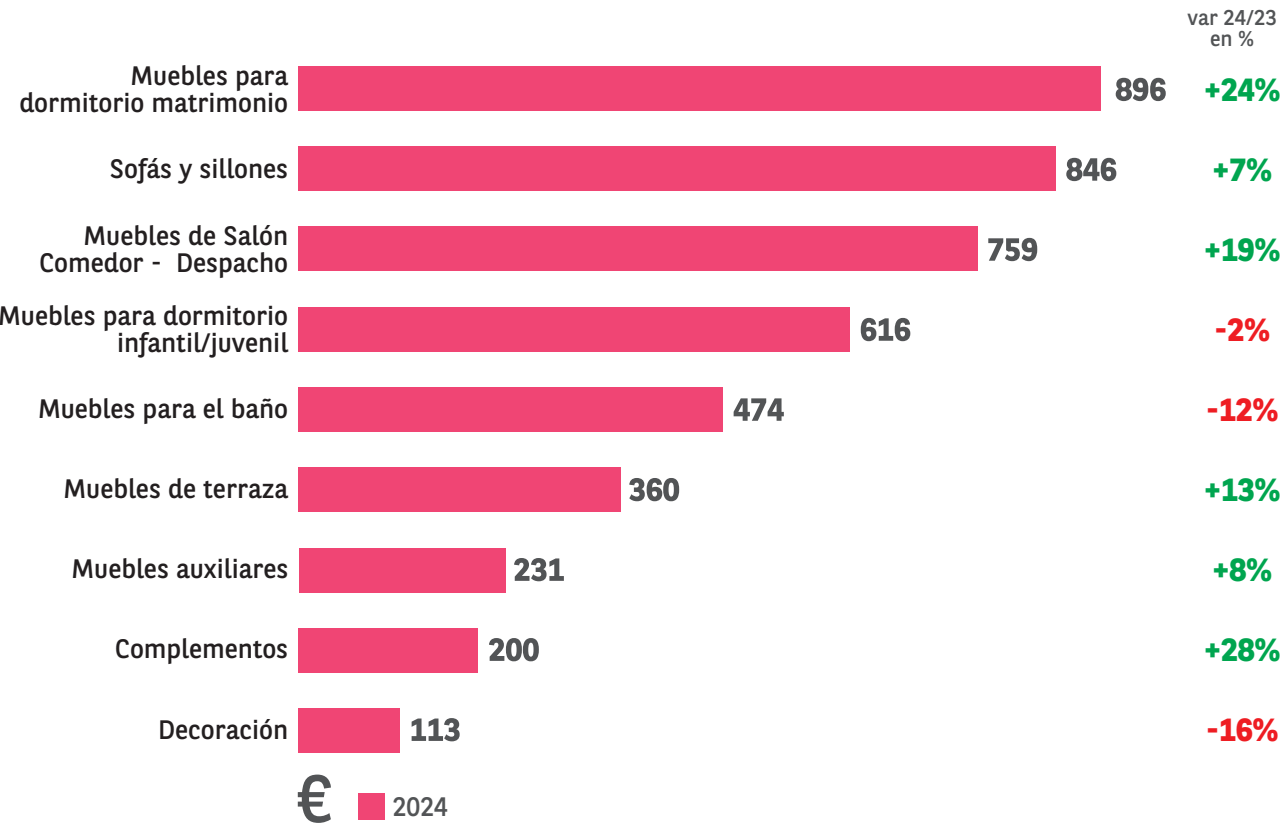
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra en el sector de muebles, complementos y decoración, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones frente al 74% del año anterior. Muy de lejos, encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 24% de menciones.

El pago mediante financiación continúa siendo el menos mencionado con un 8% de respuestas, y un ligero aumento de 1 punto respecto a 2023.

Y, ¿cuánto te has gastado en los muebles y/o complementos adquiridos en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)



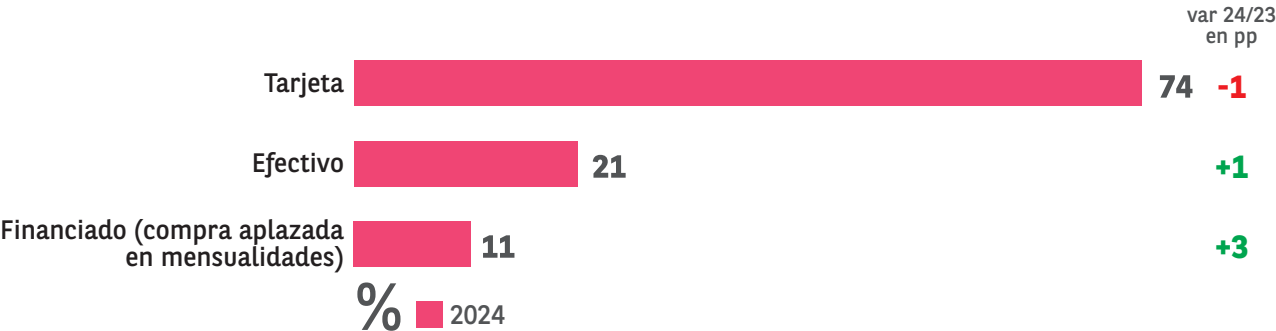
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Lo más importante a destacar en lo referente al gasto realizado por categorías, es que de las 9 analizadas se produce un crecimiento en 6 de ellas, siendo los más notables el de complementos (+28%), muebles de dormitorio (+24%) y muebles de salón (+19%).

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido muebles para dormitorio (896€), sofás y sillones (846€) y muebles de salón (759€).

MEDIO DE PAGO Y FINANCIACIÓN

¿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 en el sector de muebles, complementos y decoración, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones frente al 74% del año anterior. Muy de lejos, encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 24% de

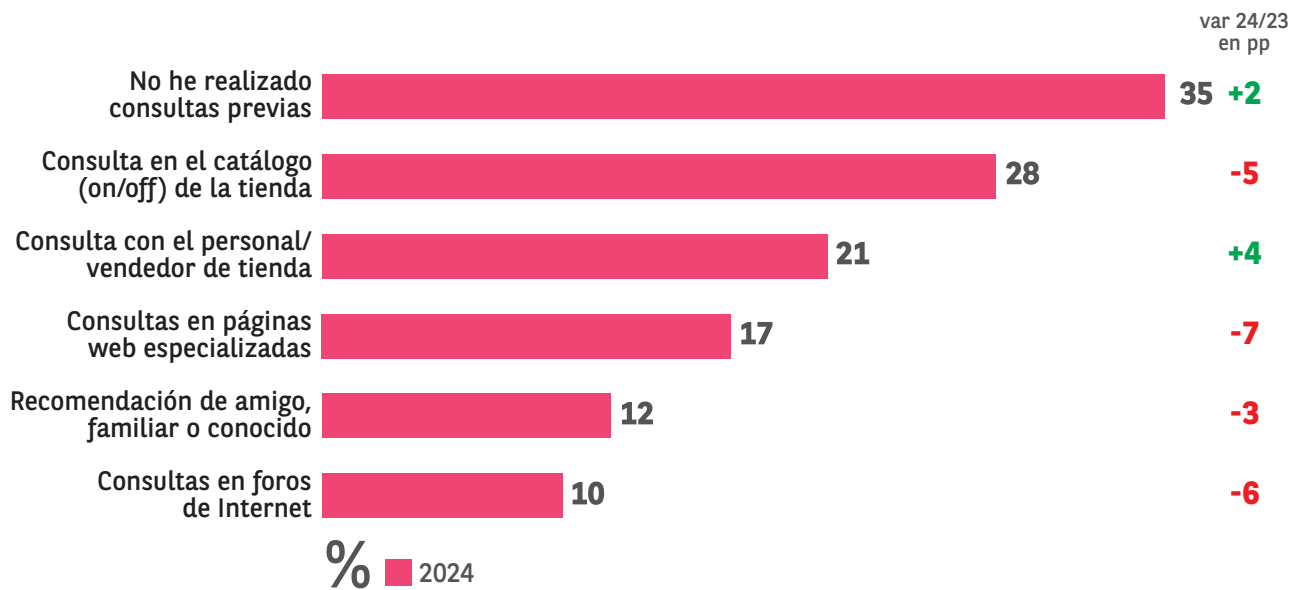
menciones.

El pago mediante financiación continúa siendo el menos mencionado con un 8% de respuestas, y un ligero aumento de 1 punto respecto a 2023.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/TECNOLOGÍA

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

La mayor parte de los consumidores (35%) se deciden a comprar el producto del sector muebles sin realizar consultas previas. En segundo lugar, encontramos las consultas en los catálogos (on/off) de la tienda con un 28% de menciones pero con un importante descenso de 5

puntos respecto a lo manifestado el año anterior.

Las consultas al personal y vendedor de la tienda cobran más importancia y se posicionan en tercer lugar con un 21% de menciones y un crecimiento de 4 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)

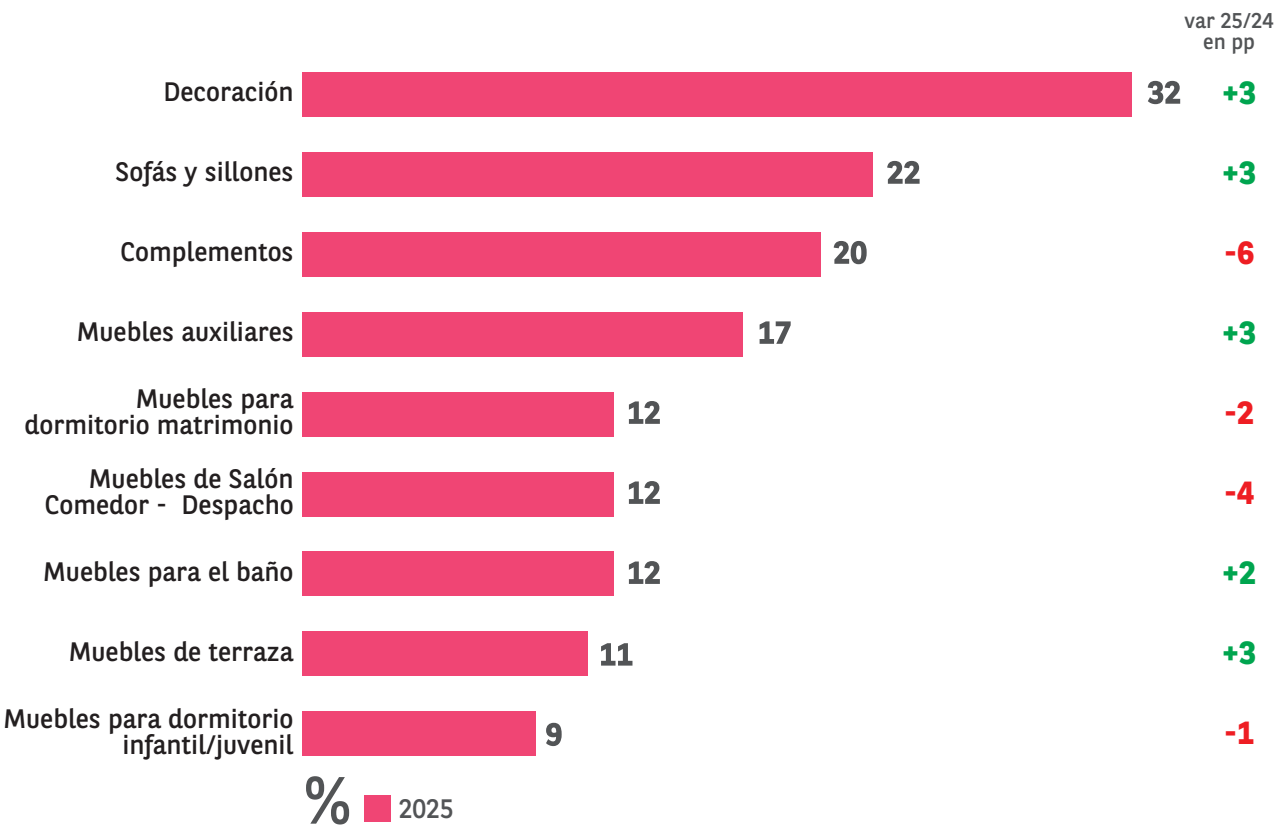


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 46% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector mueble en los próximos 12 meses, 3 puntos por debajo respecto a lo manifestado el año anterior.

Si segmentamos por edades, los consumidores con edades entre los 25 y 34 años y entre los 35 y 44 años destacan por encima de la media con un 53% y un 52% de menciones respectivamente.

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



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

En primer lugar, los más pretendidos son los accesorios de decoración con un 32% de menciones y un crecimiento de 3 puntos respecto al año anterior, el mismo aumento

que los sofás y sillones con un 22% de respuestas y ocupando la segunda posición en el ranking.

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
691€ ^{+23%}	662€	358€
		€ 2024

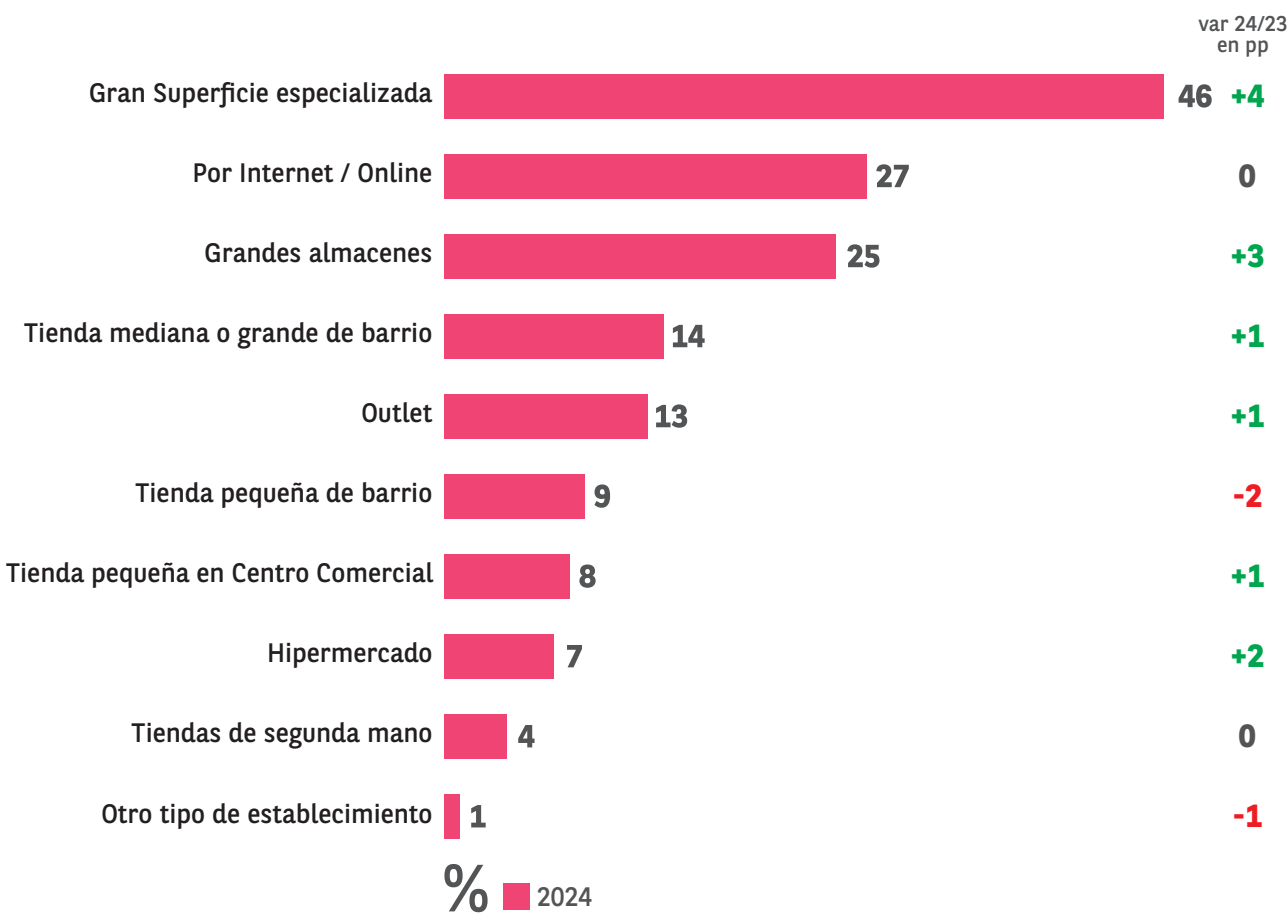
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio previsto para los próximos 12 meses es de unos 691€, un 23% más de lo previsto el año anterior. Los consumidores mayores de 45 años son los que rea-

lizarán un mayor gasto con un desembolso medio previsto de unos 880€, un 27% más que la media.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar algún tipo de mueble / complemento en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

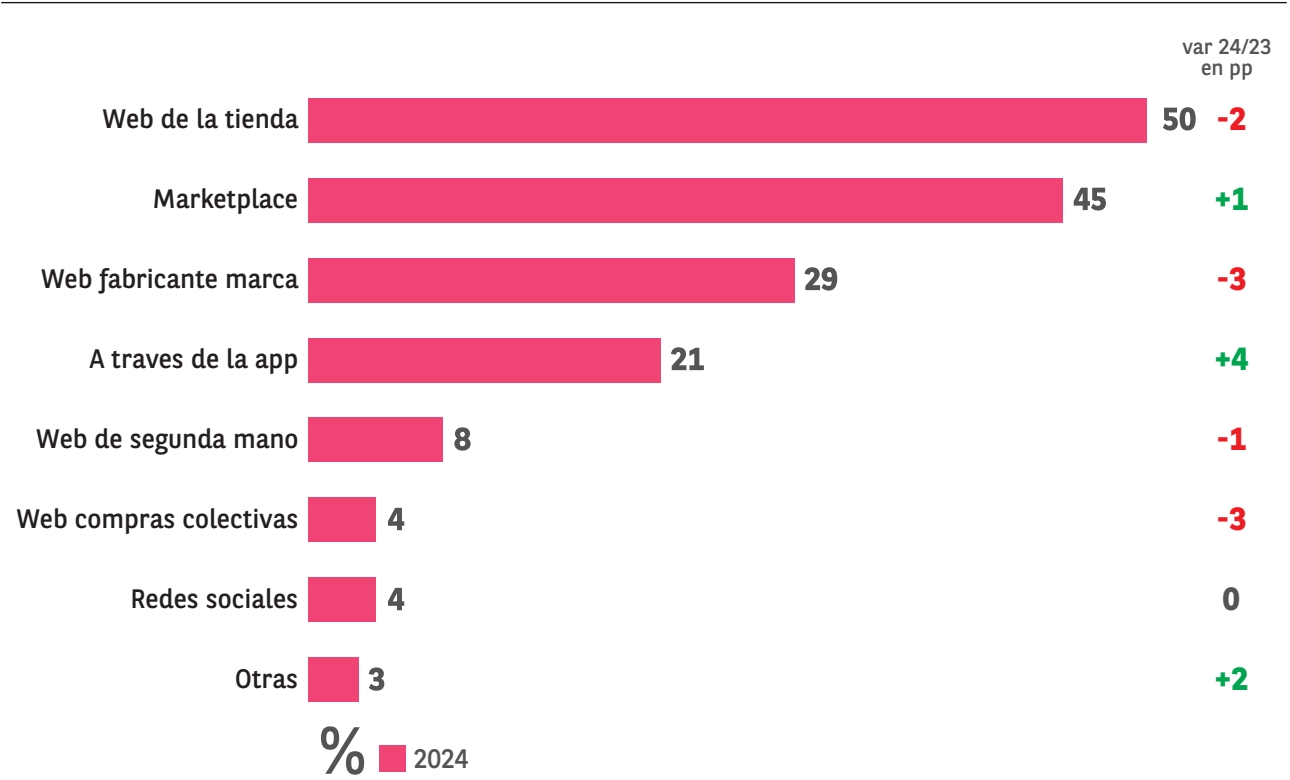


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra más mencionados por los consumidores que tienen intención de comprar algún tipo de mueble o accesorio en los próximos 12 meses, son las grandes superficies especializadas con un 46% y un crecimiento de 4 puntos.

El canal online se mantiene estable respecto a 2023 con un 27% de respuestas, seguido de los grandes almacenes con un 25% de menciones y un aumento de 3 puntos.

¿Dónde comprarás 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

CONCLUSIONES DEL SECTOR MUEBLE Y COMPLEMENTOS

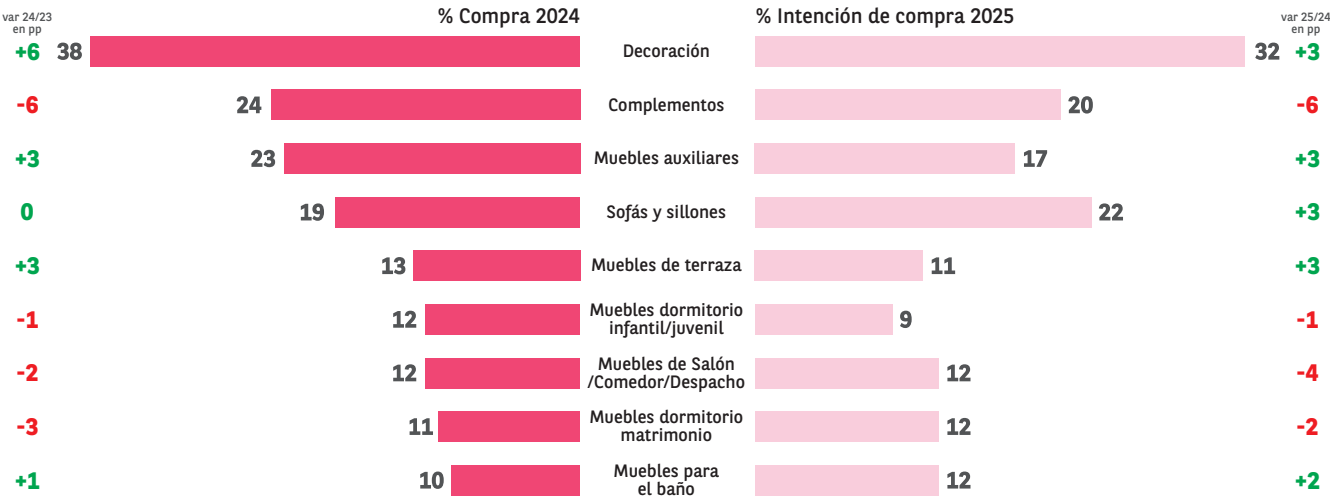
El **63%** ^{-3pp} de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector muebles en los últimos 12 meses, gastando una media de **652€** ^{-3%}

El **46%** ^{-3pp} de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector muebles en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **691€** ^{+23%}

Compras e intención de compra

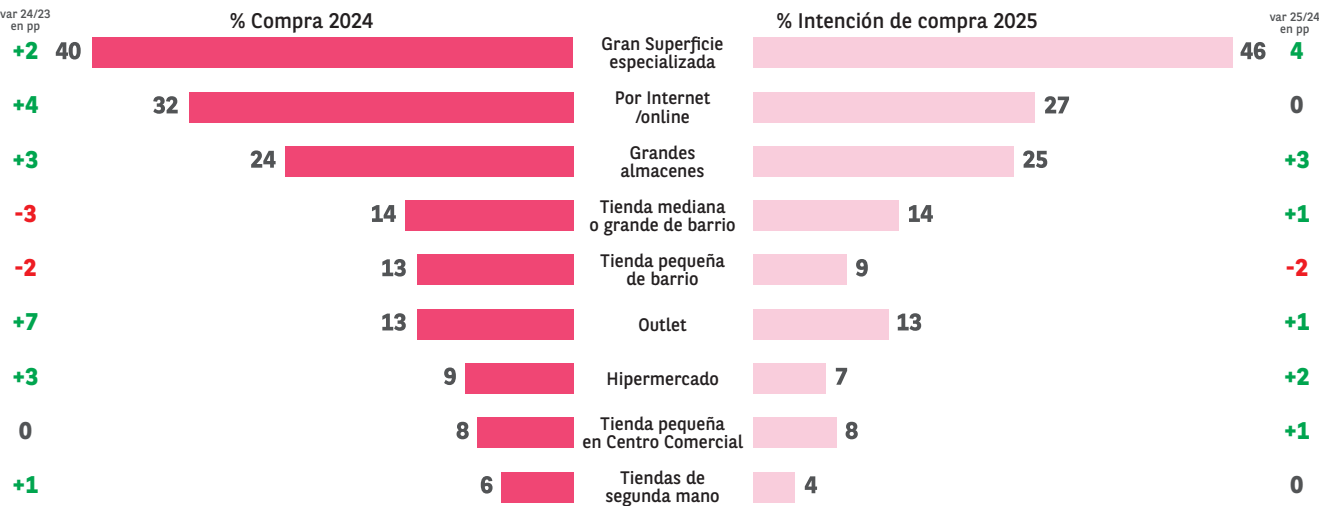
¿Qué tipo de producto del sector muebles has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

Los elementos de decoración y los complementos siguen liderando el ranking.

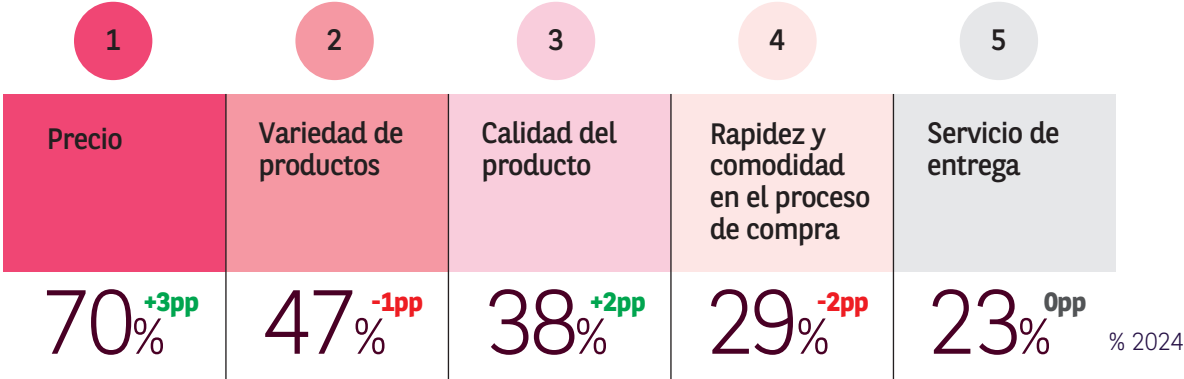


Canal de compra

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)



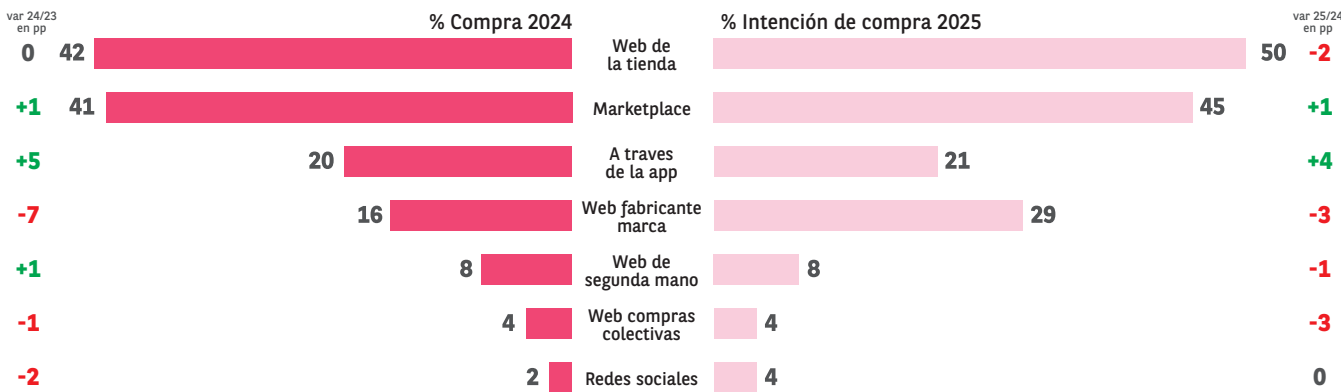
Principales motivos para elegir el tipo de tienda



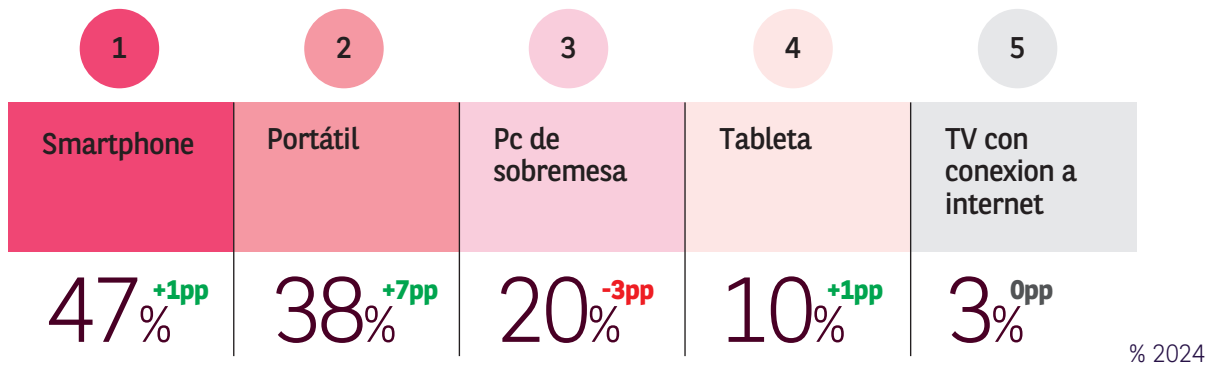
Y del 32% que ha comprado online...

Importante crecimiento de las compras realizadas a través de las app

¿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)

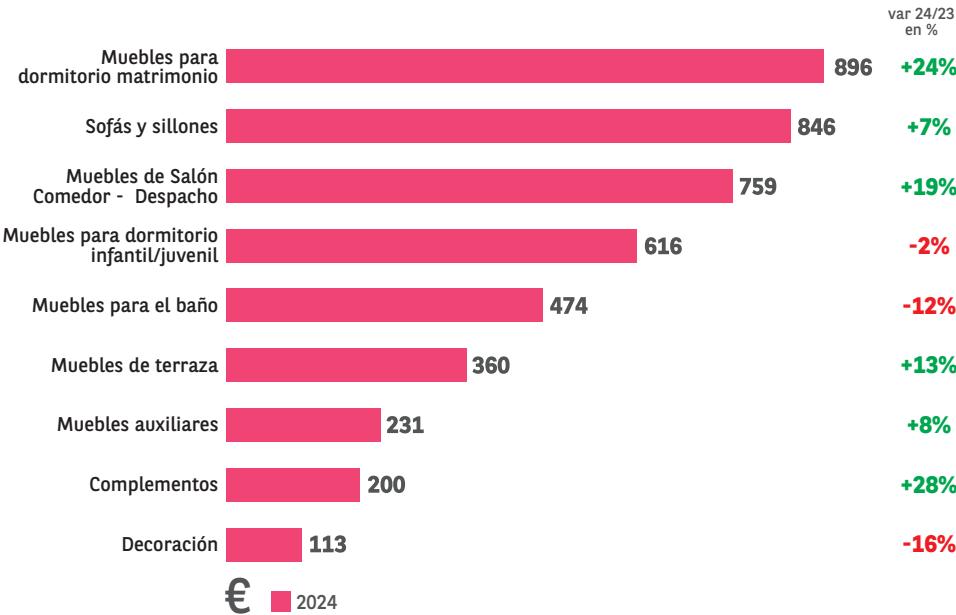


Gasto medio

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

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	652 €	-3%
Tienda física	654 €	-1%
Online	320 €	-19%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los muebles de cocina 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

