

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR
ÓPTICA



 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem



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 Óptica**
 - 06 Tipo de producto comprado**
 - 07 Tiempo de renovación**
 - 07**
 - 10 Importe medio gastado y medio de pago**
 - 10**
 - 11 Medio de pago**
 - 11**
 - 12 Canal de compra**
 - 12**
 - 13**
 - 13**
 - 15**
 - 18**
 - 19**
 - 19 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Óptica**
 - 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 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 ÓPTICA

En los últimos 12 meses, ¿has comprado 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 36% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector óptica en los últimos 12 meses, un 7%

menos que el año anterior. Por edades no existen diferencias significativas a destacar.

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audiología en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías? (% respuesta múltiple)



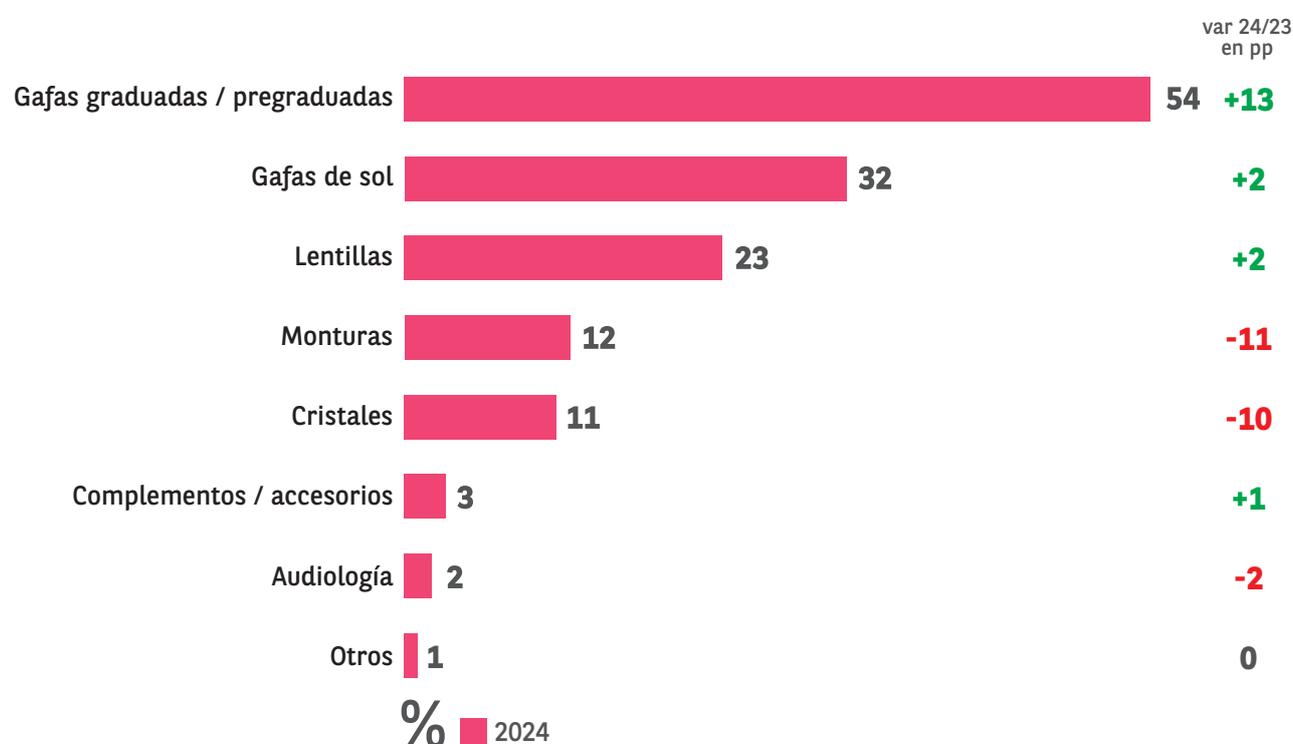
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre los españoles que han adquirido algún producto de óptica en el último año, encontramos que el 48% lo ha hecho en la categoría de productos de mujer que desciende 4 puntos respecto a 2023, seguido del 47% (+2 en 2023) que ha comprado en la categoría de productos de hombre.

La categoría de niños vuelve a ser la menos solicitada con un 13% de menciones aunque continua aumentando año tras año.

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos?

(% respuesta múltiple)



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

Entre los productos de óptica más comprados, vuelven a estar en primer lugar las gafas graduadas con un 54% de menciones y un fuerte aumento respecto al año anterior de 13 puntos porcentuales.

Le siguen las gafas de sol con un 32% (+2pp), y las lentillas que con un 23% de menciones y un aumento de 2 puntos se posicionan en tercer lugar, desbancando a las

monturas que caen 11 puntos respecto a 2023 (12%).

Si segmentamos por edades lo más destacable es que los consumidores mayores de 45 años destacan por encima de la media en la compra de gafas graduadas con un 64% de menciones frente al 54% de la media y aquellos con edades entre los 25 y 34 años en las compras de gafas de sol (45% vs 32% media).

TIEMPO DE RENOVACIÓN

¿Cada cuánto renuevas/cambias ?
(% respuesta única)

		2024	Var 2024/2023 (en pp)
Monturas	Anualmente o antes	14%	+9
	Entre 1 y 2 años	30%	0
	Entre 2 y 3 años	26%	-6
	Entre 3 y 4 años	13%	-3
	Más de cuatro años	17%	+1
Cristales	Anualmente o antes	10%	0
	Entre 1 y 2 años	33%	-2
	Entre 2 y 3 años	28%	+1
	Entre 3 y 4 años	18%	+1
	Más de cuatro años	11%	-1
Gafas de sol	Anualmente o antes	11%	-1
	Entre 1 y 2 años	31%	+3
	Entre 2 y 3 años	32%	+5
	Entre 3 y 4 años	12%	-3
	Más de cuatro años	14%	-5

Gafas graduadas / pregraduadas	Anualmente o antes	6%	-1
	Entre 1 y 2 años	26%	+3
	Entre 2 y 3 años	34%	+1
	Entre 3 y 4 años	17%	-3
	Más de cuatro años	16%	-1
Lentillas	Anualmente o antes	75%	-5
	Entre 1 y 2 años	18%	+1
	Entre 2 y 3 años	2%	0
	Entre 3 y 4 años	3%	+2
	Más de cuatro años	2%	+1

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

En lo que respecta al plazo de renovación de los productos de óptica en el caso de las monturas oscila entre 1 y 3 años con un 56% de menciones, mostrando un ligero descenso respecto a lo mencionado en 2023. Aunque con un porcentaje de menciones bastante inferior, es importante señalar que se observa un importante crecimiento de 9 puntos de aquellos que afirman que las renuevan antes del año (14%).

En el caso de los cristales, el periodo más habitual de renovación sigue siendo entre 1 y 3 años con un 61% de menciones en total, algo menos que el año anterior.

En el caso de las gafas de sol, este año el periodo más mencionado es entre 2 y 3 años con un 32% de mencio-

nes y un importante crecimiento de 5 puntos respecto al 2023, muy seguido de aquellos que renuevan este producto entre 1 y 2 años con un 31% de respuestas(+2pp).

La categoría de gafas graduadas continúa siendo renovada mayoritariamente cada 2 o 3 años (34%). Aunque hay que señalar que cada vez son más los que adelantan su renovación a 1 y 2 años con un 26% de menciones y un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto a 2023.

En el caso de las lentillas no hay duda, todos aquellos usuarios de este producto coinciden mayoritariamente en que el plazo de renovación es anual, aunque este porcentaje desciende 5 puntos respecto a lo mencionado hace un año (75%).

IMPORTE MEDIO GASTADO

¿Cuánto te has gastado en el establecimiento de óptica en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

303€ ^{-7%}

Gasto Medio en
TIENDA FÍSICA

302€ ^{-11%}

Gasto Medio en
TIENDA ONLINE

150€ ^{+31%}

€ 2024

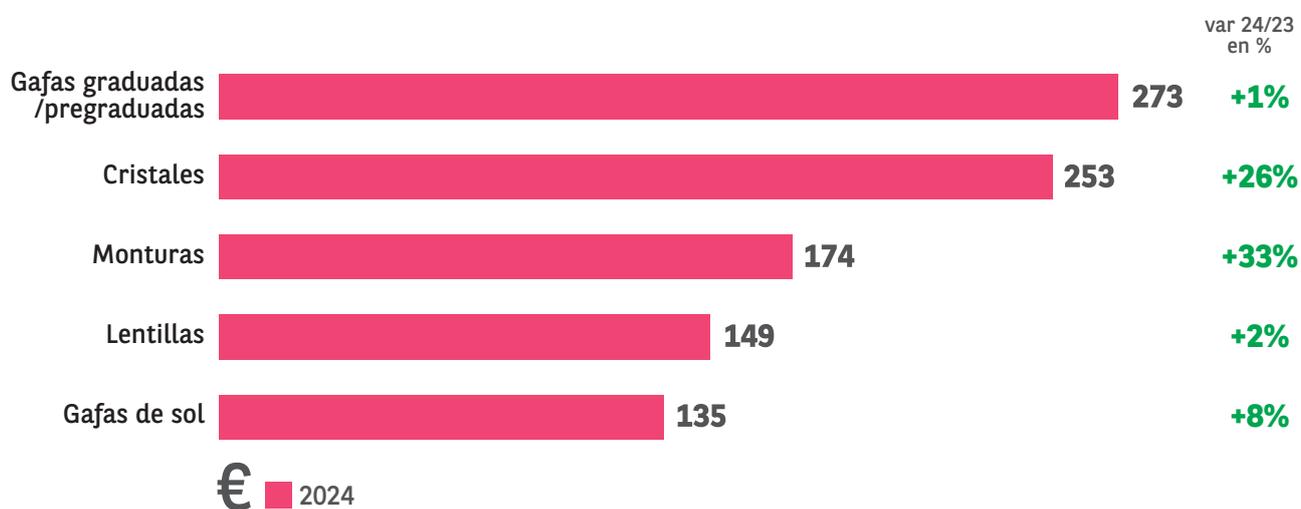
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio realizado por aquellos consumidores españoles que han comprado productos de óptica en el último año desciende un 7% con un importe medio declarado de 303€. Si desglosamos por tipo de canal, el realizado en la tienda física continúa siendo muy superior al realizado online aunque hay que señalar que se produce un descenso del 11% en el gasto realizado en la tienda física

mientras que el realizado por internet aumenta un 31% respecto a 2023.

Los mayores de 45 años son los que declaran el gasto mas elevado que asciende a unos 402€, un 33% más que la media.

Y, ¿cuál es el importe que has gastado en estos productos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)



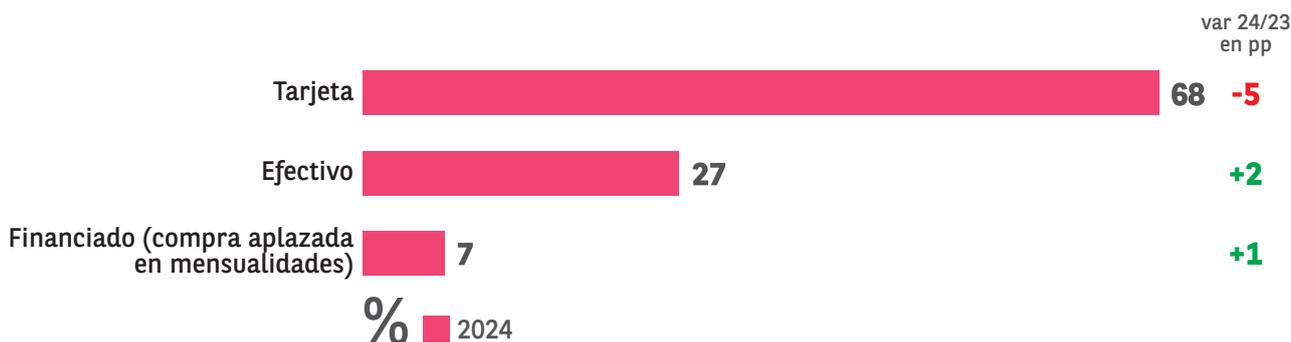
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

Lo más destacable en cuanto al gasto por producto, es que se produce un aumento respecto al año anterior en todas las categorías analizadas siendo los más notables el de monturas y el de cristales.

El mayor desembolso se ha realizado en las gafas graduadas (273€) y en los cristales (253€) cuyo gasto aumenta respecto a 2023 un 26%. En tercer lugar, encontramos a las monturas con un desembolso medio de 174€ y un fuerte crecimiento del 33%.

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

El medio de pago más utilizado en las compras de productos de óptica es un año más la tarjeta con un 68% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos respecto a 2023. Los consumidores entre los 35 y 44 años son los que más la utilizan destacando por encima de la media en 7 puntos porcentuales (75%).

Entre las distintas modalidades, la tarjeta de débito es la más utilizada con un 61% de menciones, (-5pp vs 2023). La siguiente opción preferida es la tarjeta de crédito con pago a fin de mes con un 38% de consumidores que afirman haberla utilizado para sus compras, mos-

trando un crecimiento de 8 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Un 27% afirma que ha pagado sus compras en efectivo (25% en 2023), siendo los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 39% de menciones (+12pp).

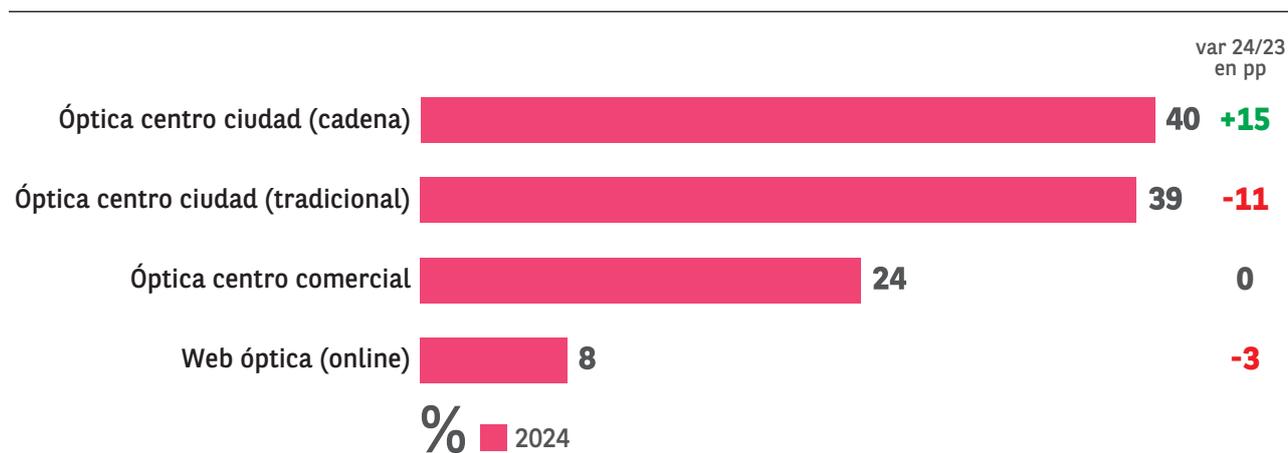
La financiación continúa siendo el método de pago menos utilizado con un 7% de menciones, aunque muestra un ligero crecimiento de 1 punto porcentual respecto a 2023.

CANAL DE COMPRA

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

TIPO TIENDA GLOBAL

(% respuesta múltiple)

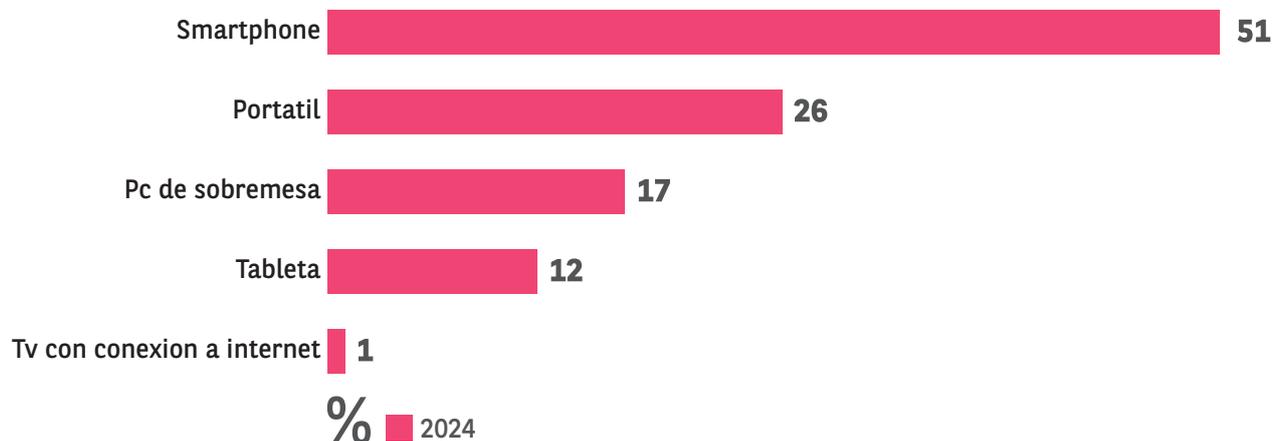


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las cadenas de ópticas situadas en centros de ciudad son los formatos más elegidos por los consumidores con un 40% de menciones y un importante crecimiento de 15 puntos porcentuales respecto al año anterior.

El porcentaje de compradores en las ópticas tradicionales de centros de ciudad ocupan el segundo lugar en el ranking, pero con un importante descenso de 11 puntos 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 2024

El Smartphone es el dispositivo más utilizado por los consumidores que han realizado compras online del sector óptica, así lo manifiesta el 51% de ellos siendo aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media con un 63% de respuestas.

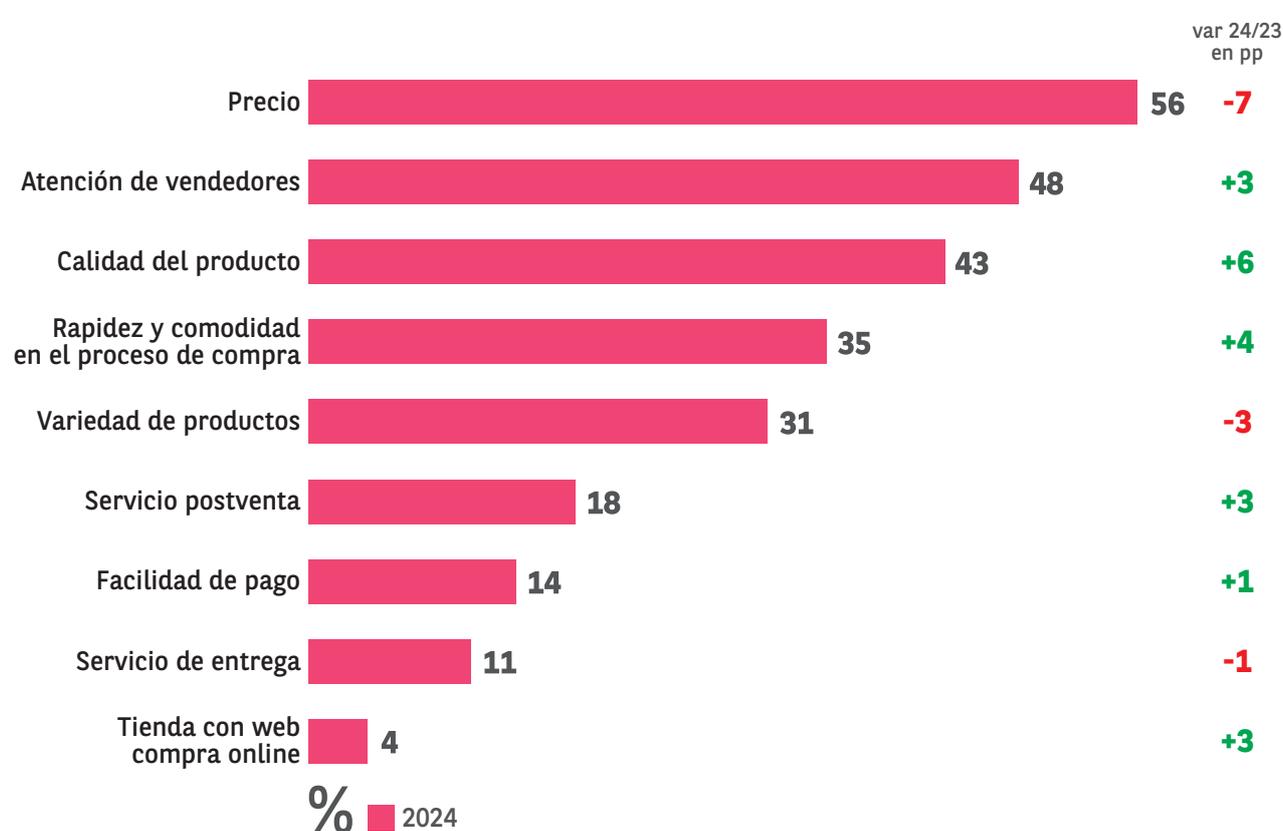
Las compras a través del portátil son las siguientes más mencionadas (26%), siendo los consumidores entre los 25 y 34 años los que destacan en este sentido con un 39% de respuestas, 13 puntos por encima de la media.

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

En cuanto a los motivos que llevan a los compradores de productos de óptica a decidirse por un tipo de tienda u otro, el precio sigue siendo el factor más mencionado con un 56% de menciones, aunque mostrando un notable descenso de 7 puntos respecto al año anterior.

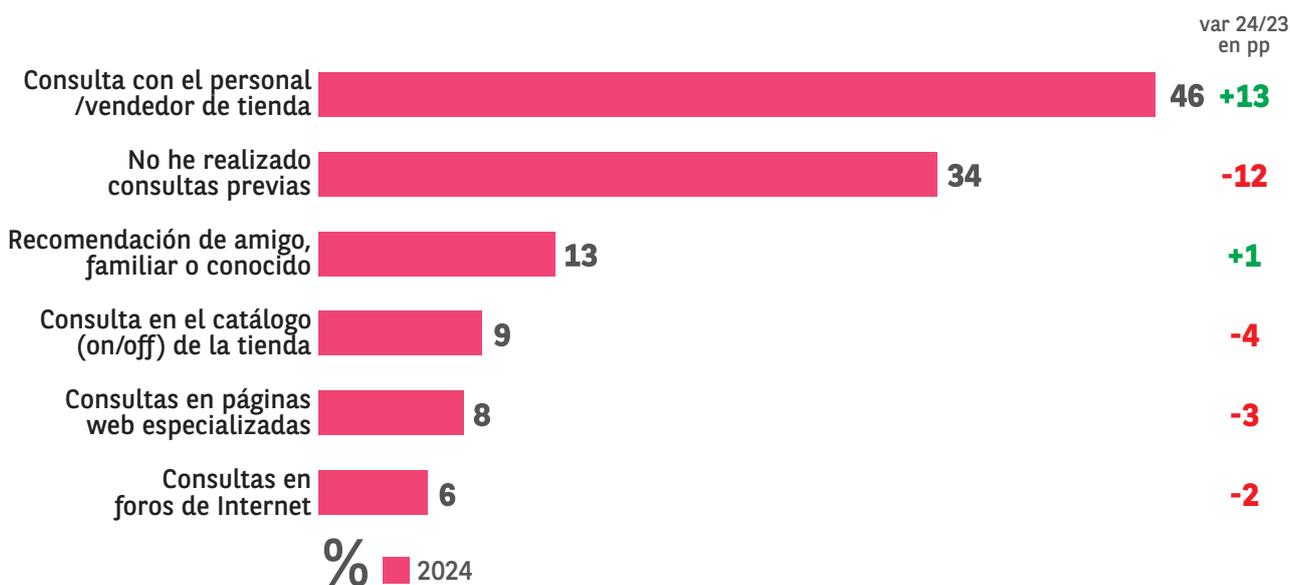
La importancia de la atención de los vendedores con un 48% de respuestas obtenidas continúa aumentando (+3pp), siendo los consumidores mayores de 45 años los que más valoran este aspecto con un 57% de menciones. El top 3 lo cierra la calidad del producto con un 43% y un crecimiento de 6 puntos respecto a 2023.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ÓPTICA

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

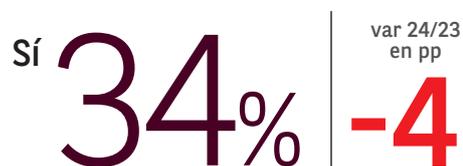
La importancia de la atención personalizada por parte del personal de la óptica se posiciona en primer lugar con un 43% de menciones y un fuerte crecimiento de 13 puntos respecto al año anterior; destacando notablemente por encima de la media los consumidores mayores de 45 años (55%)

El porcentaje de aquellos que declaran no realizar consultas previas antes de la compra con un 34% de respuestas descendiendo 12 puntos respecto a 2023, siendo los consumidores entre 35 y 44 años los que destacan en este sentido (40%, +6pp vs media).

El resto de opciones muestran valores muy inferiores por debajo del 15%.

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)

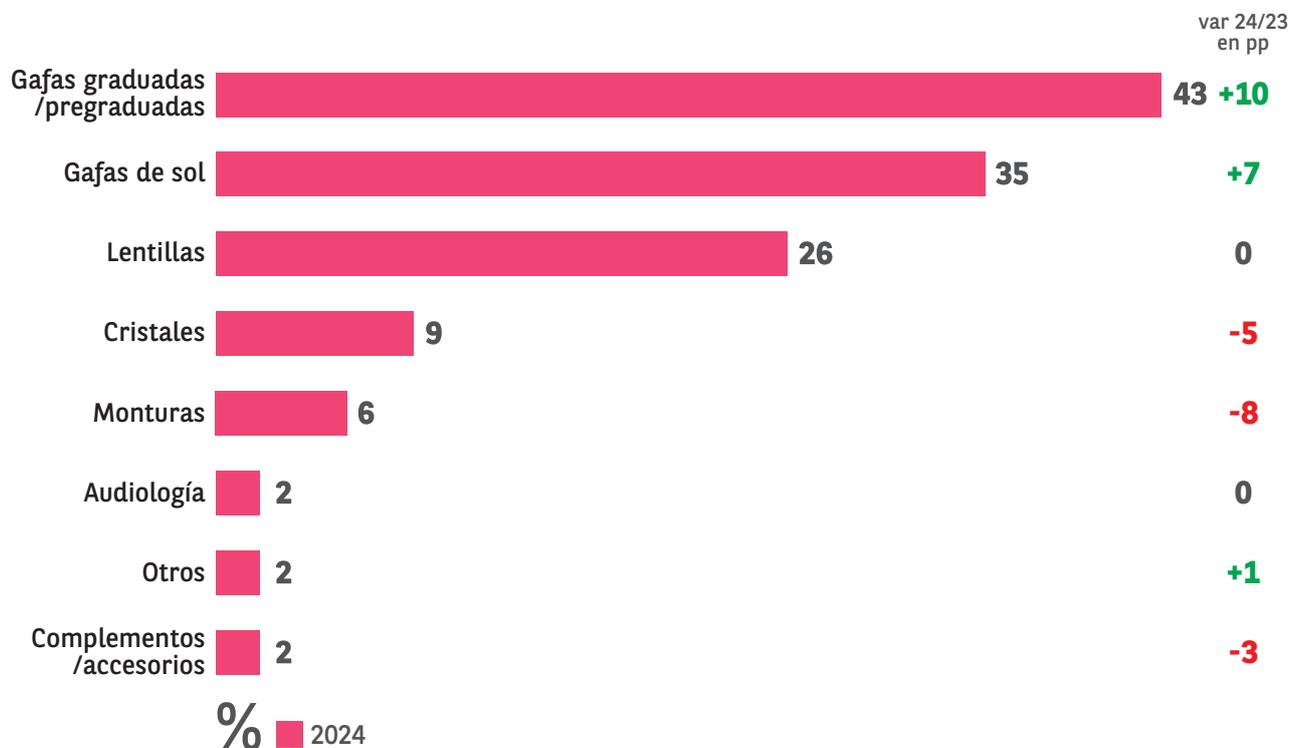


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 34% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector óptica en los próximos 12 meses, lo que supone un descenso de 4 puntos

porcentuales respecto a las intenciones manifestadas el año anterior.

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



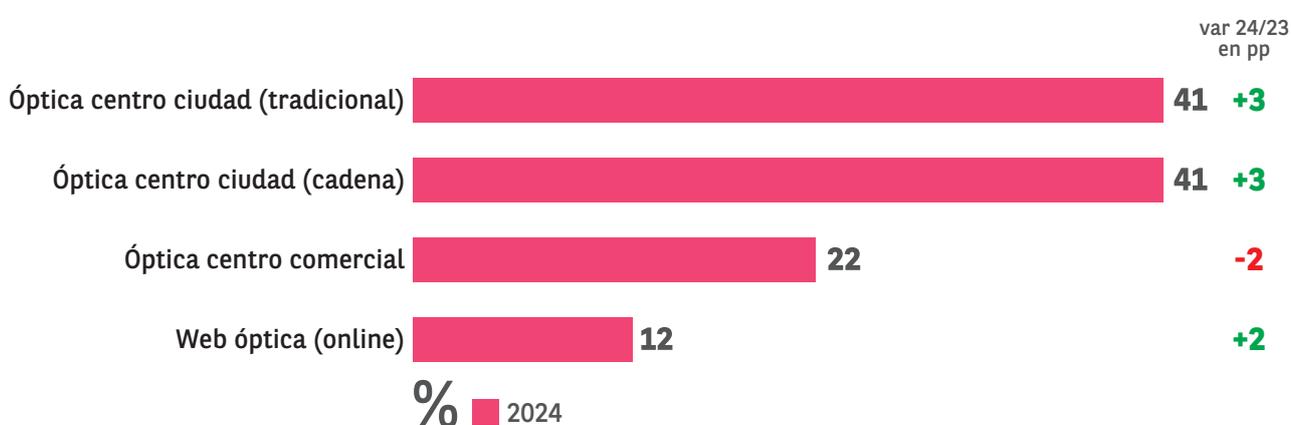
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Respecto a las categorías con más intención de compra, las gafas graduadas con un 43% de menciones y un crecimiento de 10 puntos, son las más demandadas de cara a los próximos 12 meses.

Le siguen las gafas de sol con un 35% de respuestas y mostrando también un aumento respecto al año anterior.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de establecimiento pretendes adquirir productos de óptica / audifonía en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



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

Las ópticas tradicionales de centro de ciudad y las pertenecientes a cadenas, son los dos formatos con más intenciones de compra de cara a los próximos 12 meses,

con un 41% de menciones en ambos casos y mostrando crecimientos respecto al año anterior.

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

263€ ^{+19%}

Gasto Medio en TIENDA FÍSICA

257€

Gasto Medio en TIENDA ONLINE

134€

€ 2024

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

El gasto medio previsto por los consumidores que comprarán productos del sector cocina en los próximos 12 meses es de 263€, un 19% más que el declarado hace un año.

Los consumidores mayores de 45 años son los que más gastarán con un desembolso medio previsto de 349€, un 33% más que la media.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ÓPTICA

El **36%** ^{-7pp} de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector óptica en los últimos 12 meses, gastando una media de **470€** ^{+5%}

El **34%** ^{-4pp} de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector óptica en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **263€** ^{+19%}

Compras e intención de compra

Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audiolología en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías?

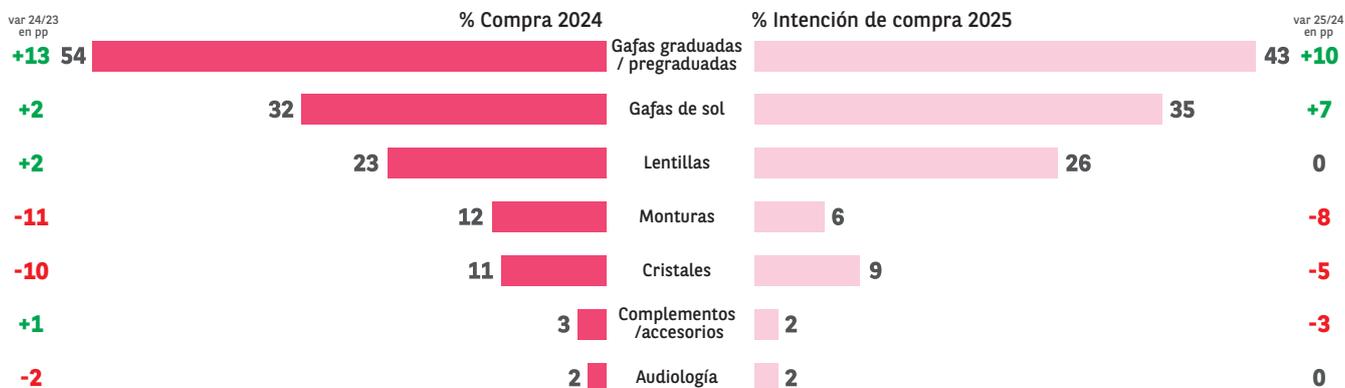
(% respuesta múltiple)

var 24/23 en pp



Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos has comprado y cuáles tienes intención de comprar?

(% respuesta múltiple)

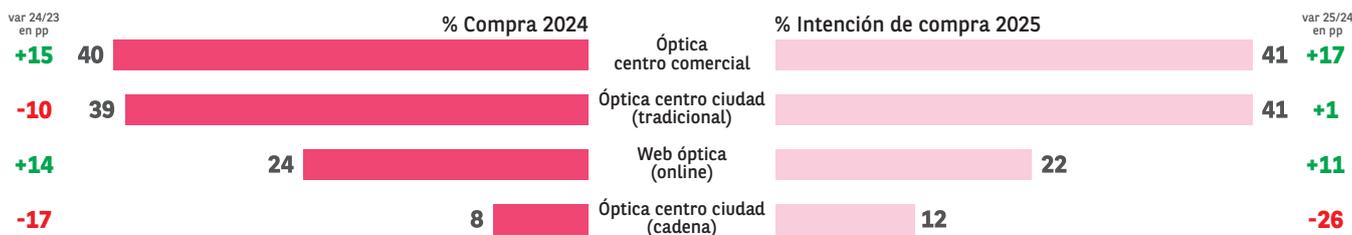


Canal de compra

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)

Las compras realizadas en las ópticas de centros comerciales lideran tanto las compras en 2024 como las intenciones para los próximos 12 meses, mostrando fuertes crecimientos en ambos casos.



Por tipo de producto, ¿dónde compran los consumidores españoles?

MONTURAS	2024	Var 24/23 (en p.p)	LENTILLAS	2024	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	47 %	+28	Óptica centro ciudad (tradicional)	35 %	-10
Óptica centro ciudad (tradicional)	39 %	-22	Óptica centro comercial	32 %	+15
Web óptica (online)	13 %	+10	Web óptica (online)	21 %	0
Óptica centro ciudad (cadena)	2 %	-16	Óptica centro ciudad (cadena)	14 %	-9

CRISTALES	2024	Var 24/23 (en p.p)	AUDIOLOGÍA	2024	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro ciudad (tradicional)	46 %	-11	Óptica centro ciudad (tradicional)	53 %	+10
Óptica centro comercial	39 %	+21	Óptica centro comercial	19 %	-1
Web óptica (online)	11 %	+10	Web óptica (online)	15 %	+3
Óptica centro ciudad (cadena)	8 %	-18	Óptica centro ciudad (cadena)	14 %	-18

GAFAS DE SOL	2024	Var 24/23 (en p.p)	COMPLEMENTOS / ACCESORIOS	2024	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	36 %	+5	Óptica centro ciudad (tradicional)	36 %	-5
Óptica centro ciudad (tradicional)	28 %	-12	Óptica centro ciudad (cadena)	26 %	+18
Web óptica (online)	28 %	+17	Web óptica (online)	22 %	+9
Óptica centro ciudad (cadena)	10 %	-11	Óptica centro comercial	20 %	-22

GAFAS GRADUADAS / PREGRADUADAS	2024	Var 24/23 (en p.p)
Óptica centro comercial	39 %	+15
Óptica centro ciudad (tradicional)	37 %	-8
Web óptica (online)	24 %	+20
Óptica centro ciudad (cadena)	2 %	-27

Gasto medio

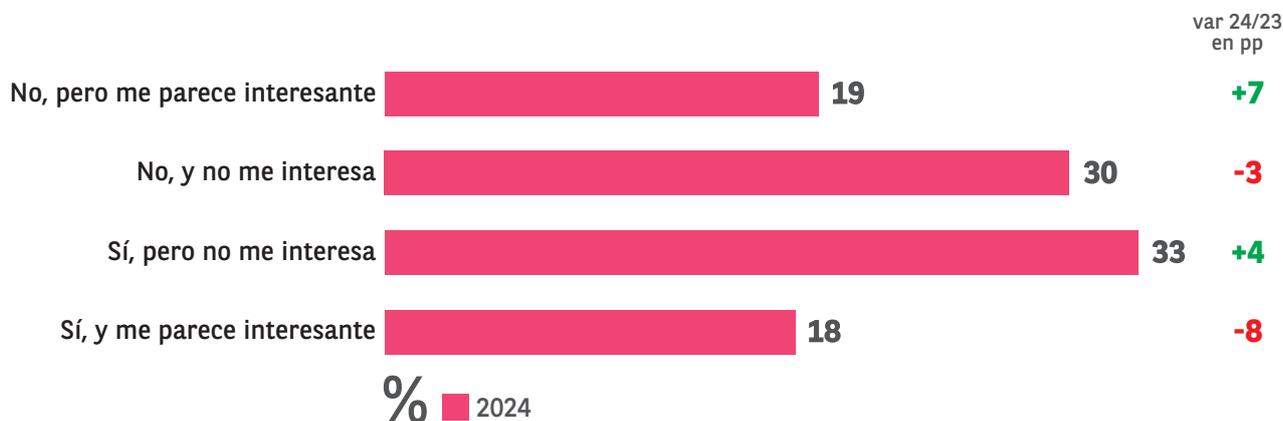
Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una?
(Numérica abierta)

	2023	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	303 €	-7%
Tienda física	302 €	-11%
Online	150 €	+31%

Proceso de compra

La opción de contratar un seguro de protección ante rotura o robo de las gafas, cada vez más presente entre los consumidores.

¿Te han ofrecido en tu óptica un seguro de rotura/robo de la gafa?
(% respuesta única)



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 