

CONSUMO 2022 ESPAÑA

EL CONSUMIDOR
DEL SECTOR ÓPTICA
EN ESPAÑA

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

25 AÑOS

OBSERVATORIO
Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



ÍNDICE

25 aniversario del Observatorio Cetelem Frank Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España	03
Editorial Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España	04
Los puntos clave. Infografía	05
Productos comprados	09
Tiempo de renovación	11
Gasto medio realizado	14
Medios de pago y financiación	16
Fuentes de información	17
Canal de compra	18
Motivos elección canal de compra	22
Otros aspectos de interés	29
Intención de compra	30
Canal de compra previsto	33
Ficha técnica	34



BIENVENIDOS

FRANCK VIGNARD-ROSEZ

CEO BNP Paribas Personal Finance en España

Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem en España han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos. Son ya 25 años de análisis del consumo y es tiempo de reflexión y, por supuesto, de celebración. Tiempo de compartir con todos nuestros públicos todo este conocimiento adquirido con el paso del tiempo.

Hemos analizado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta y, en resumen, todo lo relacionado con el consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante y, desde el año 2021, cómo la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente afectan a la percepción del consumo y a la toma de decisiones de los consumidores.. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las asociaciones patronales, la distribución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los diferentes documentos que comparte con distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo España, Sostenibilidad y Comercio electrónico), ediciones mensuales, índices de consumo y estudios temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico 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, un líder 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 vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar toda la información relativa a todos los estudios de El Observatorio Cetelem.

Franck Vignard-Rosez,
CEO BNP Paribas Personal Finance en España



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



EDITORIAL

LILIANA MARSÁN

**Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España**

Los últimos años han sido tremendamente convulsos, primero con la pandemia, la crisis de suministros en el consumo, las tensiones geopolíticas y los problemas energéticos, y ahora con la situación económica de una elevada inflación y el temor a la recesión.

A raíz de la crisis financiera del 2008, el consumidor dejó de ser tan pasional y comenzó a ser más racional, informándose mucho antes de realizar cualquier compra y teniendo sus ideas muy claras ante qué producto comprar, dónde comprarlo y cuánto pagar por él. La pandemia lo que generó es un fenómeno de aceleración más profundo, esa digitalización que ya estaba presente en la sociedad y en el consumo, aumentó. Si el comercio electrónico ya funcionaba bien en nuestro país, siendo uno de los países europeos con mayor crecimiento, el confinamiento y la imposibilidad de acudir a las tiendas físicas lo elevó a cifras record.

El consumidor español es un consumidor totalmente informado y conectado. Somos uno de los países europeos con mayor penetración de smartphones por habitante, y esto permite a los consumidores estar informados las 24 horas del día y poder realizar compras en cualquier momento. Pero, además, y es un factor importante, esta-

mos ante un consumidor mucho más sensibilizado con la sostenibilidad y preocupado por el medio ambiente.

Pero la actual situación de elevada inflación ha impactado claramente en el consumo de los hogares españoles. Los ciudadanos han dejado de realizar muchas de las compras que tenían previstas o deciden retrasar la decisión debido al contexto de incertidumbre. En esta edición 2022 del estudio Consumo España, observamos como el porcentaje de consumidores ha caído en prácticamente todos los mercados analizados.

Por otro lado, hay que destacar que, tras varios años, la tienda física vuelve a recuperar su importancia y se posiciona como primer canal de compra por delante del online.

Disfruten de la lectura.

Un saludo,

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem

LOS PUNTOS CLAVE

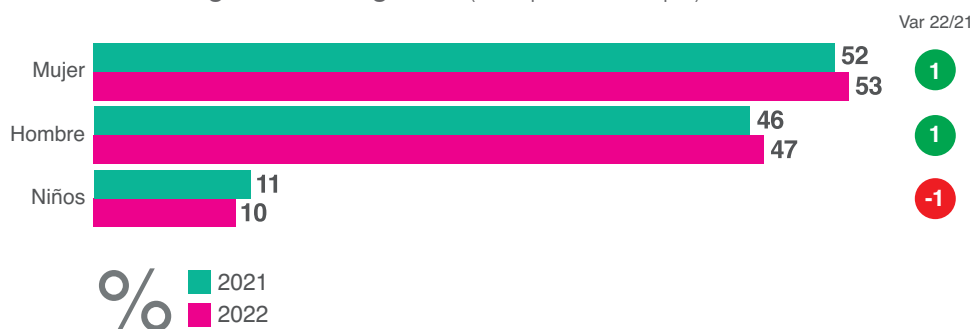
El
42%

(4 puntos más que el año anterior)
de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector óptica en los últimos 12 meses, gastando una media de 278€, un 2% menos que el año anterior.

El
33%

(un punto más que el año anterior)
de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector óptica en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos 225€ de media, un 4% menos que el año anterior.

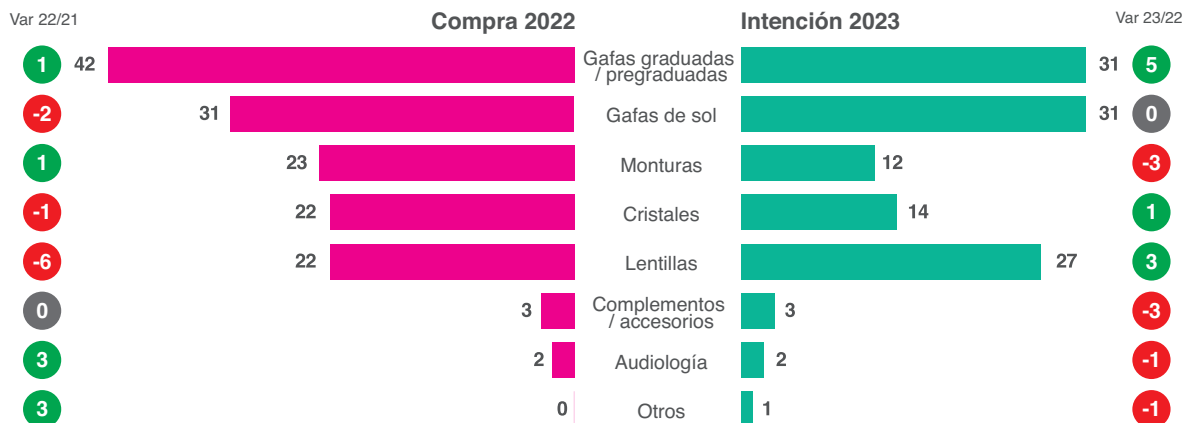
Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audilogía en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías? (%respuesta múltiple)



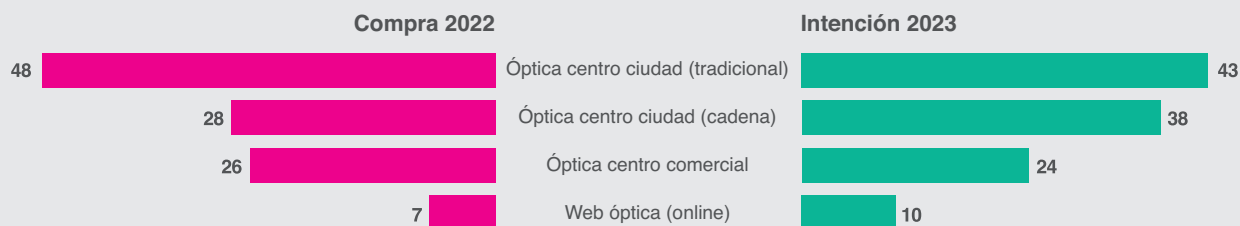
Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos has comprado y cuáles tienes intención de comprar? (%respuesta múltiple)



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)



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

Monturas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	54	3
Óptica centro comercial	25	4
Óptica centro ciudad (cadena)	22	-9
Web óptica (online)	3	0

Cristales	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	48	-2
Óptica centro ciudad (cadena)	28	-2
Óptica centro comercial	25	3
Web óptica (online)	0	-3

Gafas de sol	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	45	7
Óptica centro comercial	28	7
Óptica centro ciudad (cadena)	23	-1
Web óptica (online)	9	0

Gafas graduadas / pregraduadas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	44	-4
Óptica centro ciudad (cadena)	31	1
Óptica centro comercial	25	5
Web óptica (online)	1	-4

Lentillas	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	46	4
Óptica centro ciudad (cadena)	23	-6
Óptica centro comercial	21	4
Web óptica (online)	13	-5

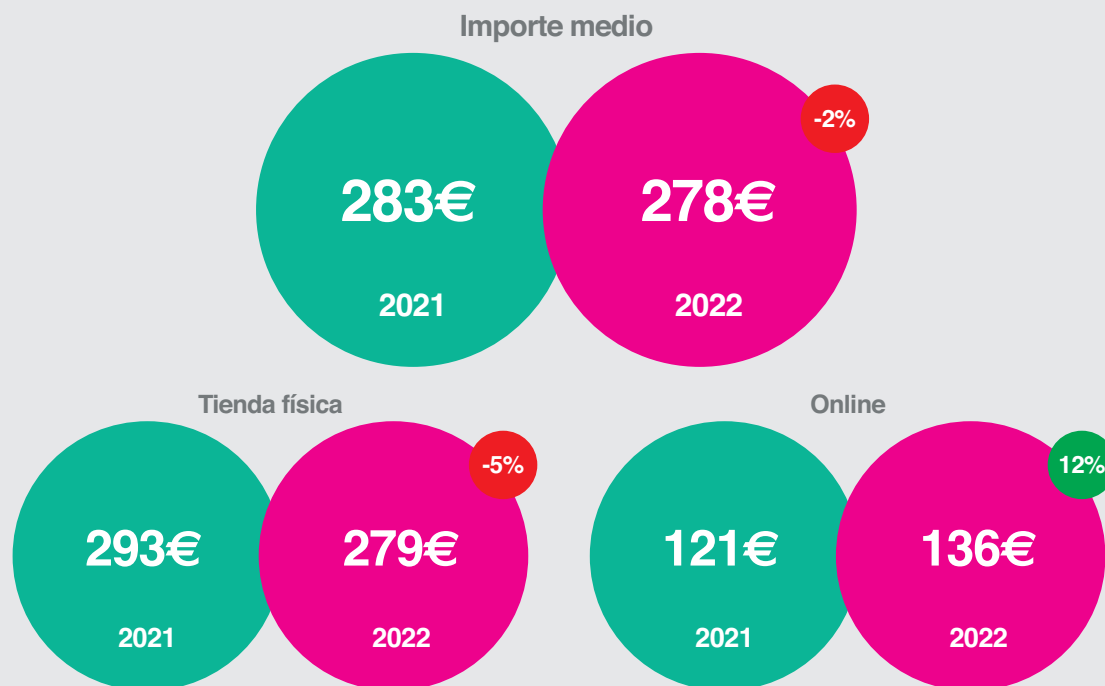
Audiología	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (cadena)	52	0
Óptica centro ciudad (tradicional)	37	-1
Óptica centro comercial	7	5
Web óptica (online)	5	0

Complementos / accesorios	2022	Variación respecto a 2021 en puntos porcentuales
Óptica centro ciudad (tradicional)	50	17
Óptica centro ciudad (cadena)	27	8
Web óptica (online)	17	-14
Óptica centro comercial	10	-26

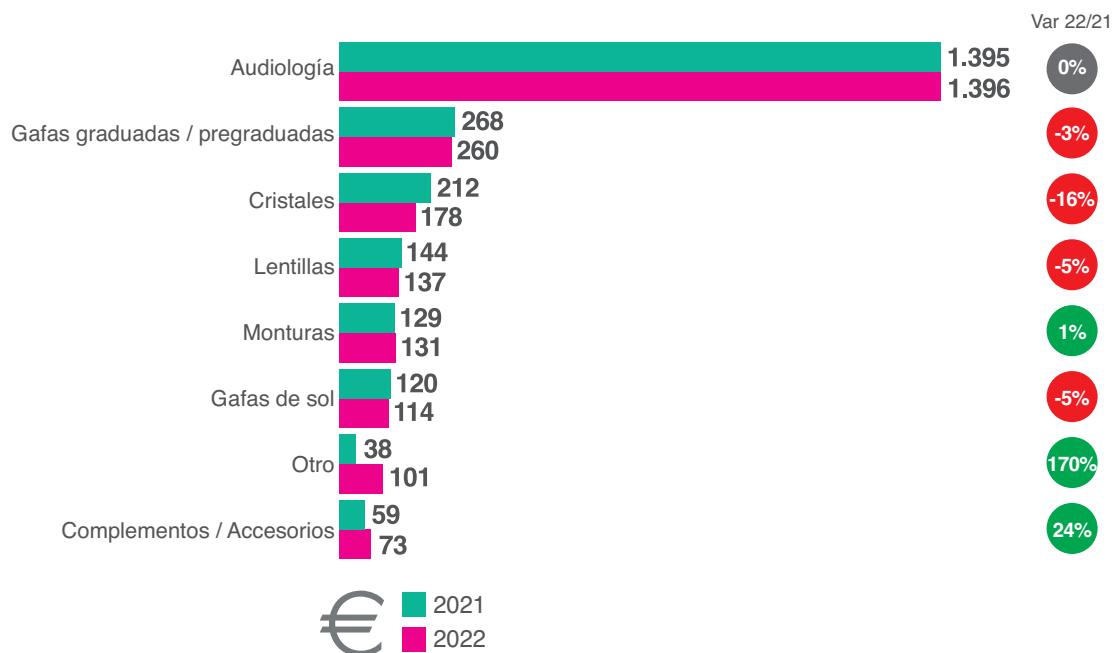
Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Tienda física o ecommerce ¿Cuánto han gastado en cada una?



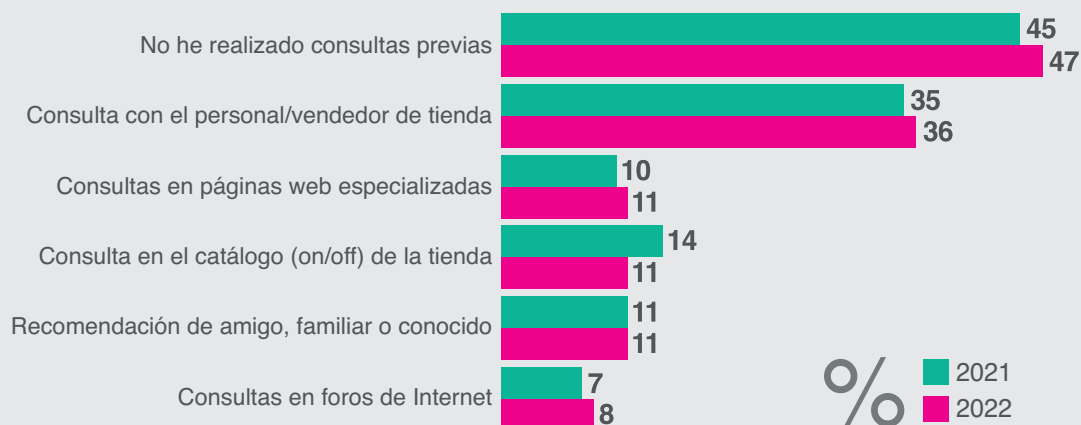
En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los productos de óptica/audiología adquiridos en los últimos 12 meses? (abierto numérica)



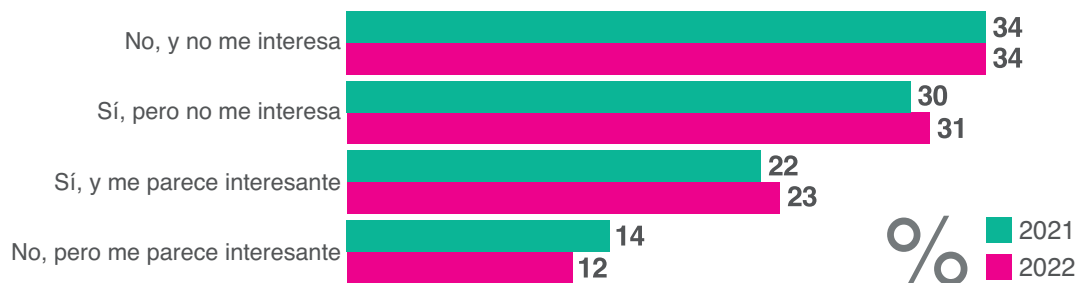
Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

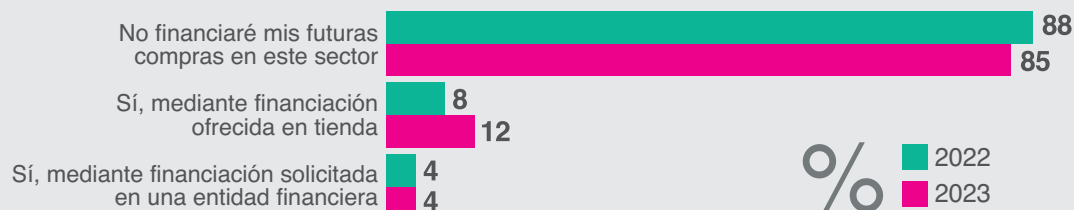
¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta? (%respuesta múltiple)



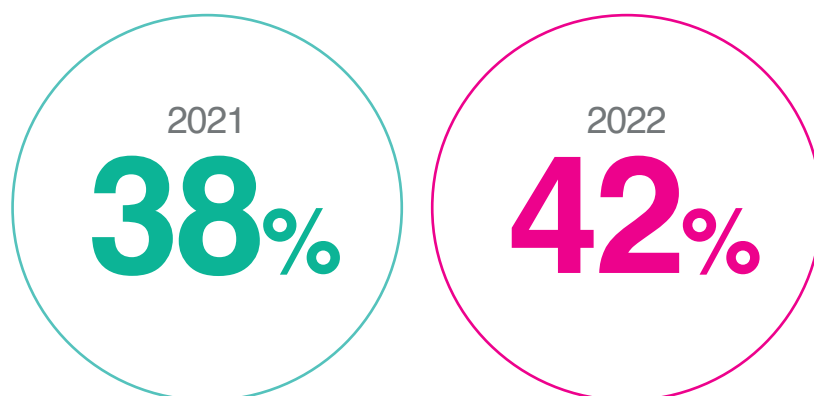
¿Te han ofrecido en tu óptica un seguro de rotura/robo de la gafa? (%respuesta única)



¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector? (%respuesta múltiple)



TIPO DE PRODUCTO **COMPRADO**



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 42% de españoles encuestados ha comprado productos del sector óptica en 2022, 4 puntos porcentuales por encima de lo declarado el año anterior.

Si segmentamos por edades, destacan por encima de la media aquellos consumidores mayores de 45 años con un 46% de menciones.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

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

(% Respuesta múltiple)



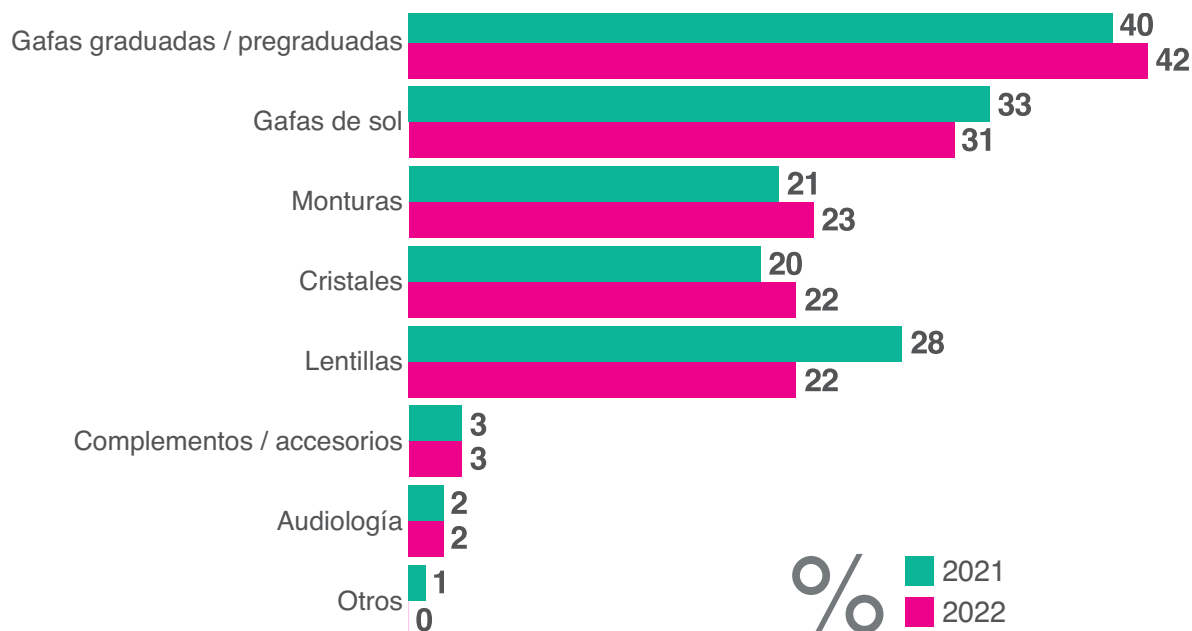
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre los españoles que han adquirido algún producto de óptica en el último año, encontramos que el 53% (52% en 2021) lo ha hecho en la categoría de productos de mujer, seguido del 47% que ha comprado en la

categoría de productos de hombre (46% en 2021). La categoría de niños vuelve a ser la menos solicitada con un 10% de menciones y con un descenso de un punto respecto al año anterior.

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

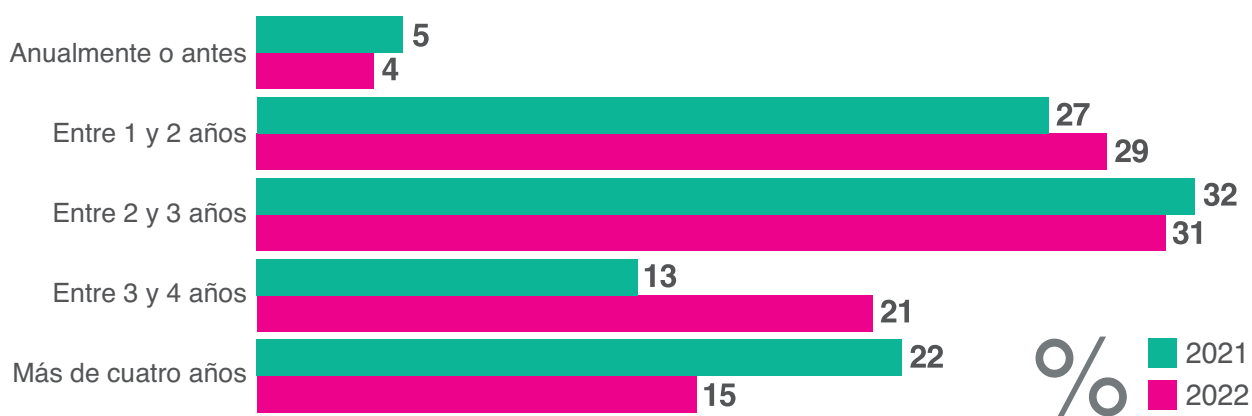
Entre los productos de óptica más comprados, encontramos en primer lugar a las gafas graduadas con un 42% de menciones y un aumento respecto al año ante-

rior de 2 puntos porcentuales. Le siguen las gafas de sol con un 31% y un descenso de 2 puntos, y las monturas con un 23% de menciones (21% en 2021).

Tiempo de renovación

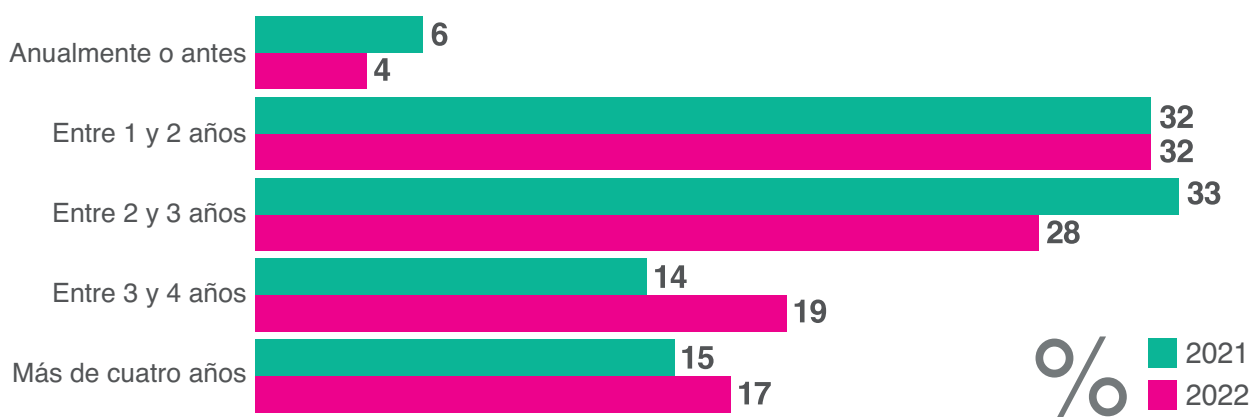
¿Cada cuánto renuevas/cambias cada producto?
(% Respuesta única)

Monturas



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Cristales

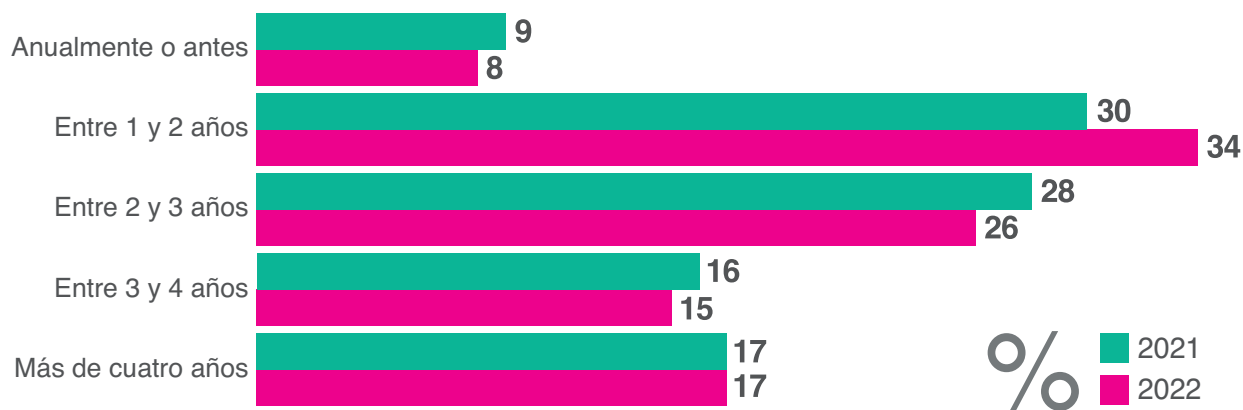


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Consumo España 2022

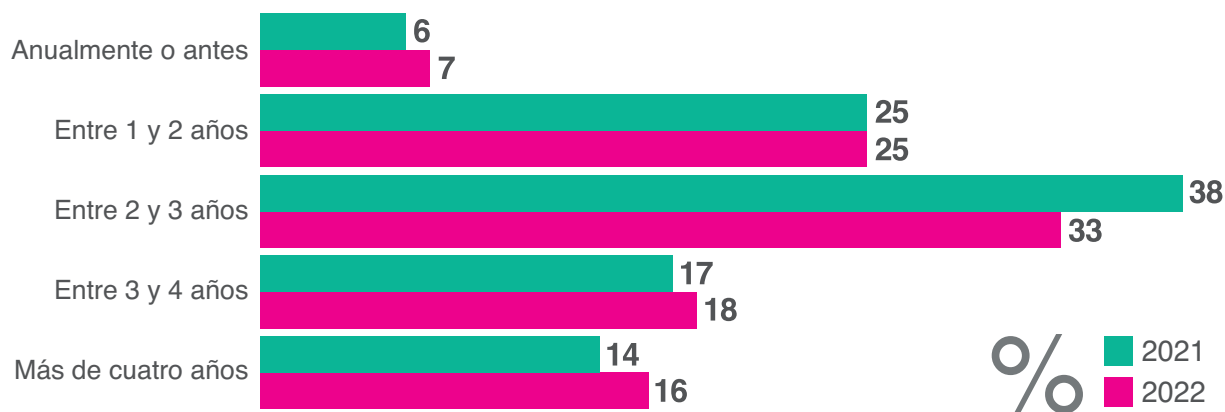
El consumidor del sector óptica en España

Gafas de sol



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Gafas graduadas/pregraduadas

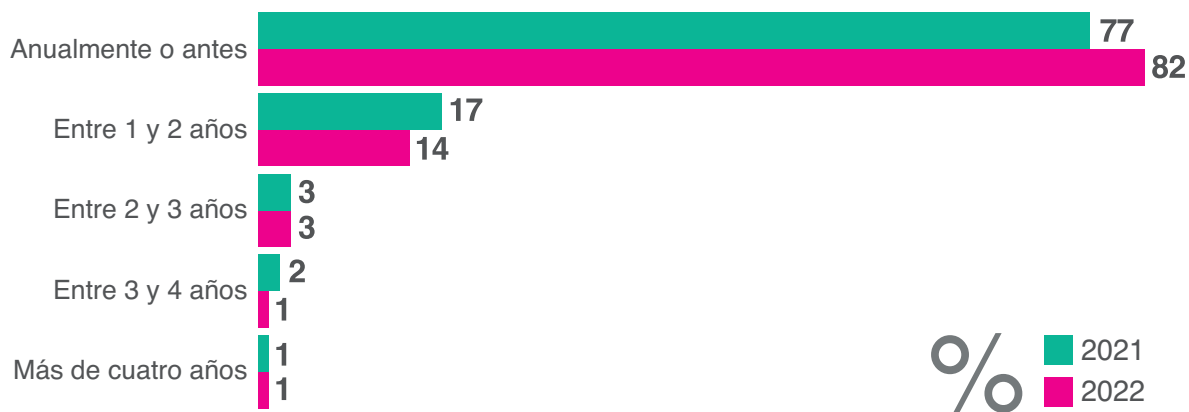


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Consumo España 2022

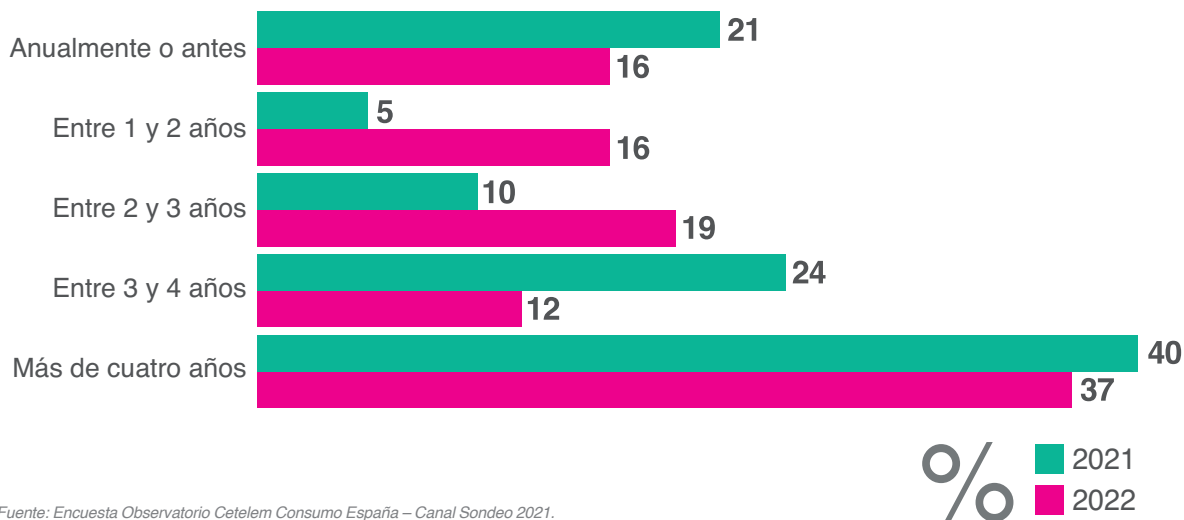
El consumidor del sector óptica en España

Lentillas



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Complementos y/o accesorios



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

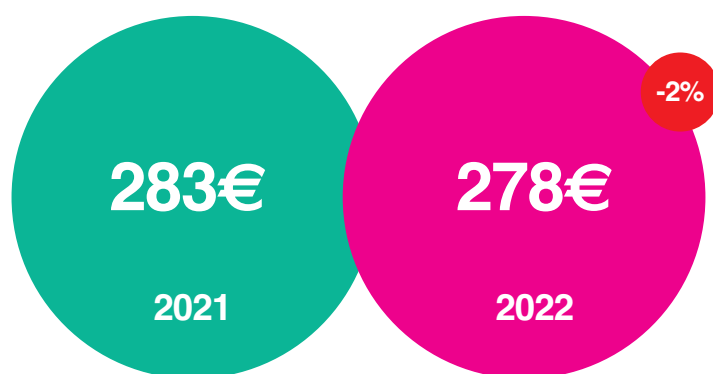
En lo que respecta al plazo de renovación de los productos de óptica, en el caso de las gafas graduadas, los cristales y los complementos y accesorios, se observa un incremento en aquellos que deciden ampliar el plazo de renovación.

En el caso de las gafas de sol y lentillas el plazo de renovación se acorta.

Para las monturas el periodo de renovación se mantiene estable.

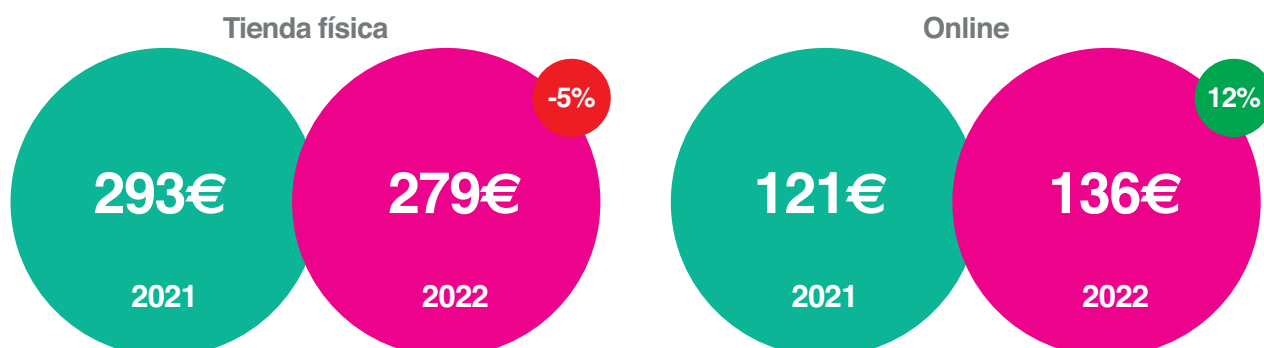
GASTO MEDIO Y MEDIO DE PAGO

¿Cuánto te has gastado en los productos de óptica que has adquirido en los últimos 12 meses? *(abierto numérica)*



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

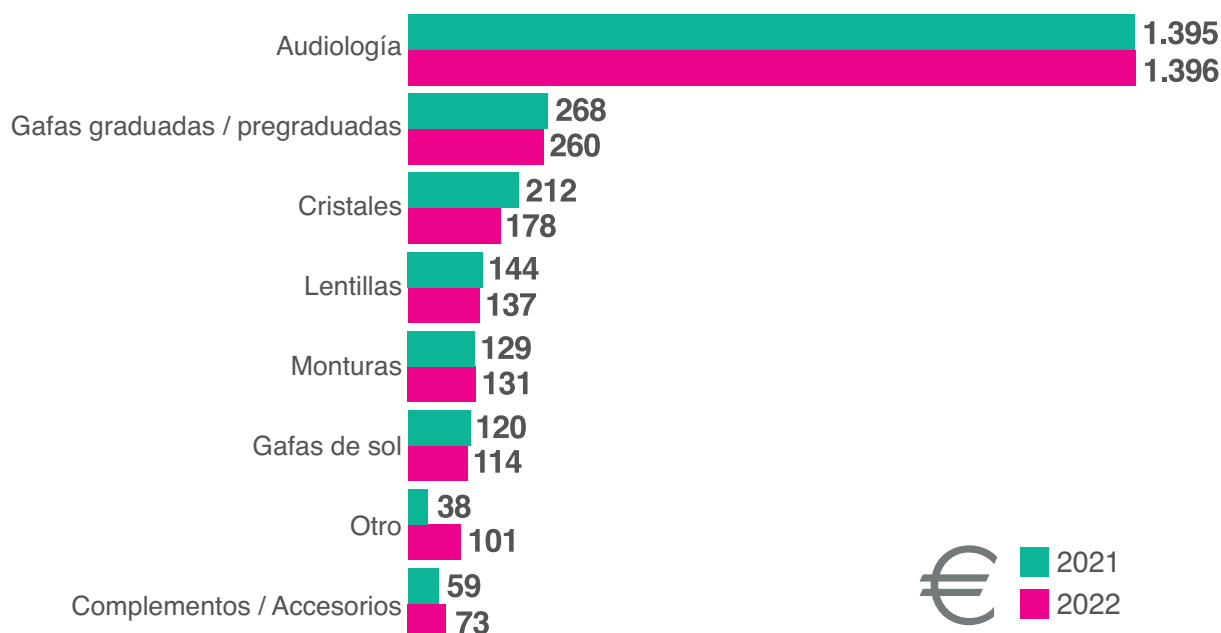
Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto de óptica en los últimos 12 meses, es de 278€, un 2% menos respecto al

gasto medio de 2021, en el que se gastaron 283€ de media. El gasto en tienda física desciende en un 5% y en tienda online aumenta en un 12%.

Y ¿cuánto te has gastado en concreto en cada uno de los productos del sector adquiridos en los últimos 12 meses? *(abierto numérica)*



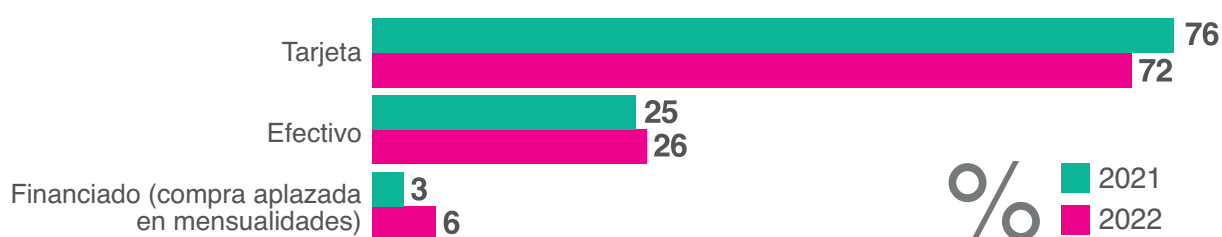
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Lo más destacable en cuanto al gasto por categorías de productos, es que se produce un descenso respecto al año anterior en el gasto medio declarado en todas ellas, excepto complementos y monturas donde crece muy ligeramente.

El mayor desembolso ha sido el realizado en las compras de gafas graduadas con 260€, le sigue el realizado en la compra de cristales con 178€ y en lentillas con 137€.

Medio de pago

¿Cómo has pagado tu compra? (% Respuesta única)

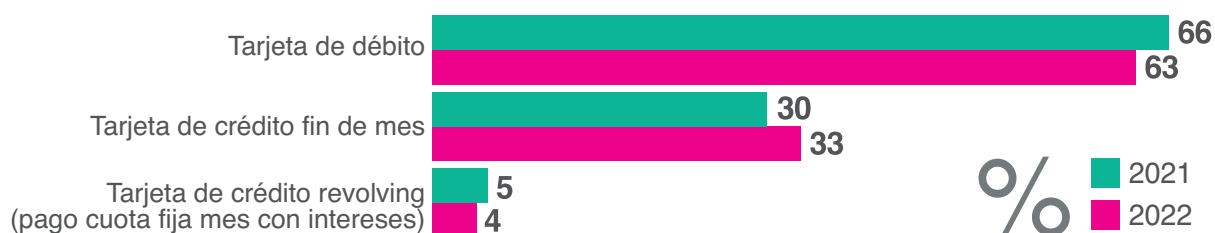


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El medio de pago más utilizado en las compras de productos de óptica es un año más, la tarjeta con un 72% de menciones. Le sigue el 26% que paga en efectivo.

La financiación aunque sigue siendo minoritaria según las declaraciones obtenidas, crecen en 3 puntos porcentuales respecto a 2021. Hay que señalar que la financiación ofrecida en el punto de venta es la más solicitada.

Si has pagado con tarjeta ¿Qué tipo de tarjeta has usado? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Entre aquellos consumidores que han respondido haber pagado sus compras con tarjeta, el pago con la tarjeta de débito, es un año más la más mencionada con un 63% de menciones, aunque mostrando un descenso de 3 puntos respecto a 2021.

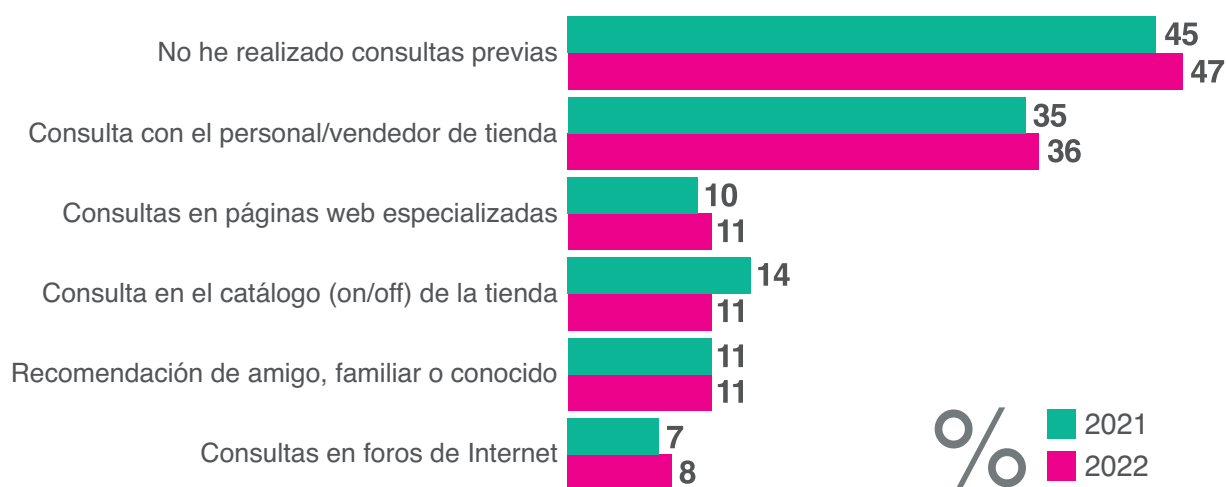
El pago con tarjeta de crédito fin de mes crece 3 puntos respecto al año anterior con un 33% de menciones frente al 30% del 2021.

FUENTES DE INFORMACIÓN

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)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Aunque al igual que el año pasado la mayoría de compradores de óptica afirman no haber realizado consultas previas antes de realizar su compra (47% vs 45% en 2021), hay que destacar que las consultas al personal

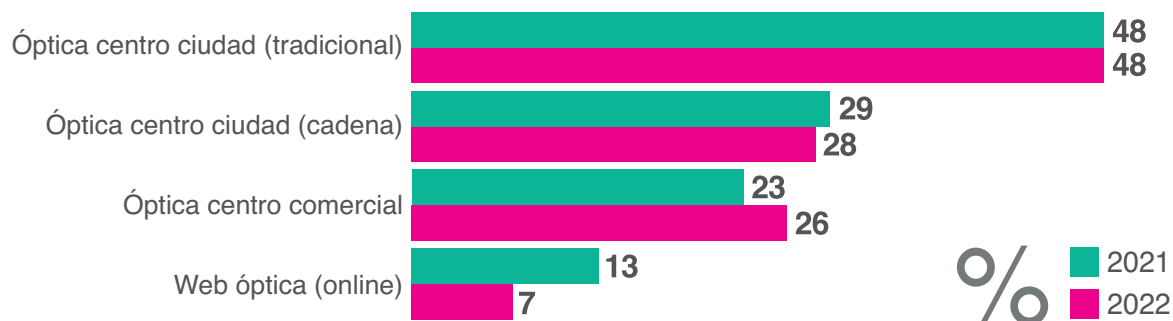
de la tienda siguen teniendo mucha importancia, mostrando un aumento de un punto con un 36% de menciones.

CANAL DE COMPRA

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

(% Respuesta múltiple)

Tipo tienda GLOBAL



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

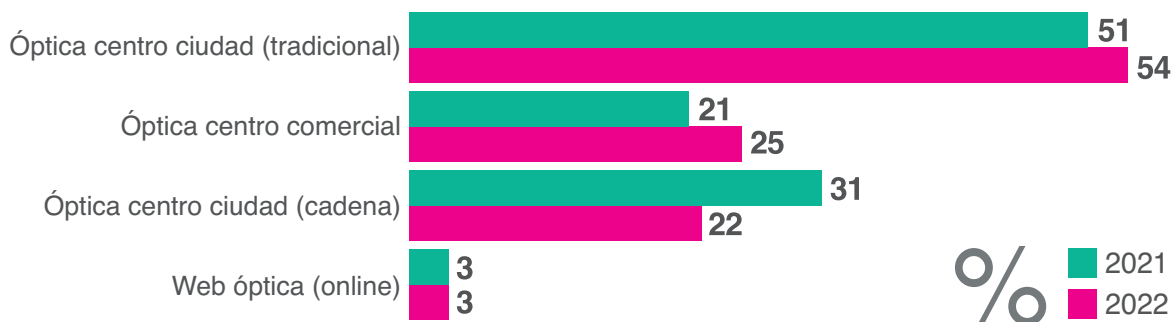
Entre aquellos consumidores que afirman haber adquirido productos de óptica en los últimos 12 meses, el 48% afirma haber comprado en ópticas tradicionales de centro de ciudad, igual que sucedía en 2021. Le sigue el 28% que ha optado por las cadenas de óptica situadas en los barrios con un descenso de un punto.

Las compras en ópticas de centros comerciales aumentan en 3 puntos, y en el caso de las compras online se produce un importante descenso de 6 puntos respecto al año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Monturas



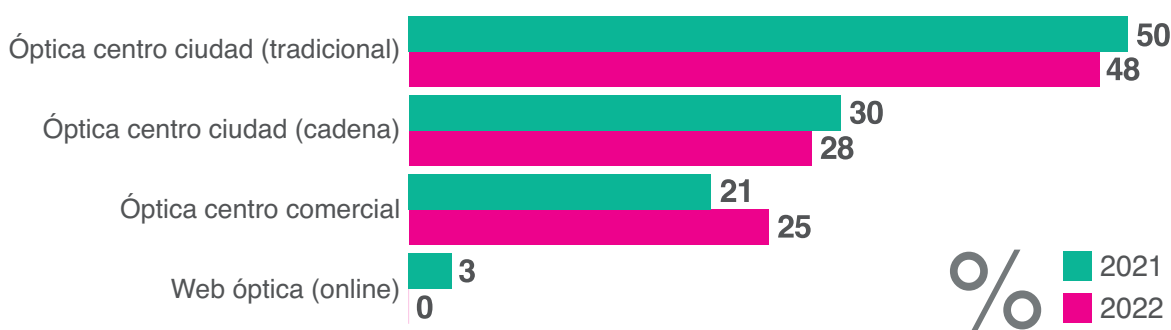
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En el caso de los compradores de monturas, la mayoría vuelve a optar por las ópticas tradicionales de centro de ciudad y se observa un aumento de 4 puntos (54% vs 51% en 2021). Por el contrario, la óptica perteneciente a una cadena, muestra un fuerte descenso de 9 puntos

con un 22% de menciones.

Las compras en ópticas de centros comerciales con un 25% de menciones, crecen 4 puntos.

Cristales



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para la compra de cristales, el consumidor vuelve a optar un año más por comprar en ópticas tradicionales de centro de ciudad con un 48% de menciones, aunque con un descenso de 2 puntos respecto al año anterior.

Las compras en cadenas de ópticas de centro de ciu-

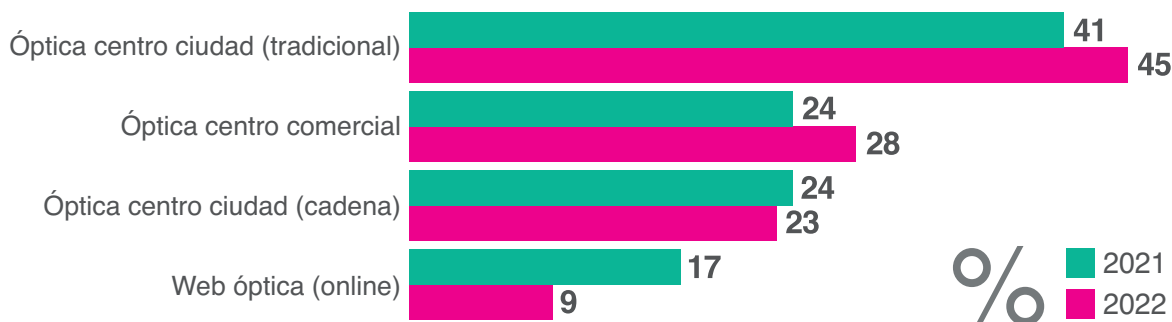
dad son las siguientes con un 28% y también con un descenso de 2 puntos.

Las compras en ópticas de centros comerciales ocupan el tercer lugar con un 25% de menciones y un aumento de 4 puntos respecto a 2021.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Gafas de sol



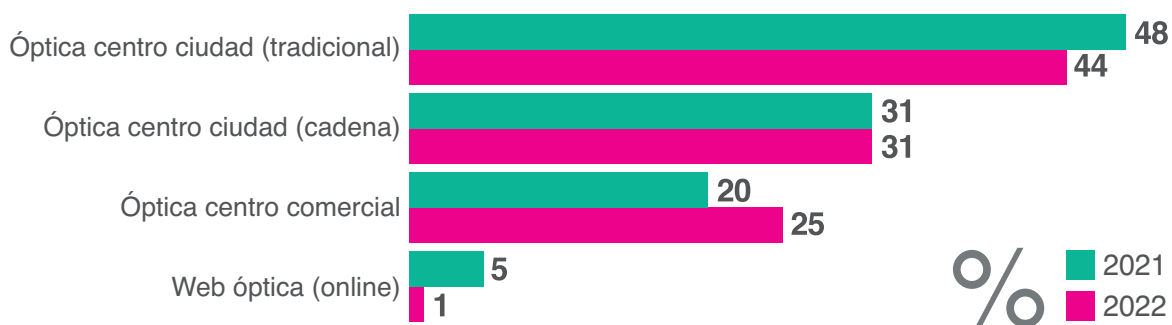
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para la compra de gafas de sol, el consumidor continúa eligiendo un año más la óptica de centro de ciudad tradicional con un 45% de menciones y un aumento de 4 puntos. Le sigue la cadena de centro comercial con un

28% (24% en 2021)

Las compras en internet, descienden 8 puntos porcentuales.

Gafas graduadas/pre-graduadas



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

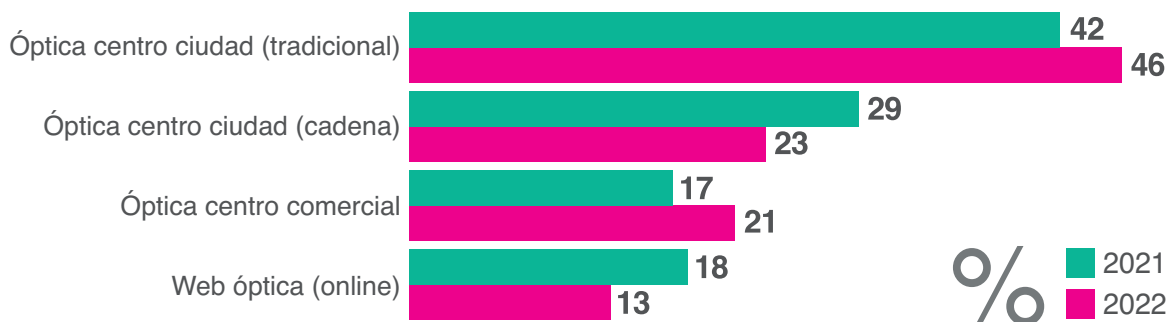
Para la compra de gafas graduadas, el consumidor también opta por la óptica de centro de ciudad tradicional con un 44% de menciones y un descenso de 4 puntos. La compra online cae a mínimos perdiendo 4 puntos respecto a 2021.

Es importante señalar el crecimiento de 5 puntos porcentuales en las compras realizadas en las ópticas de centros comerciales.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Lentillas



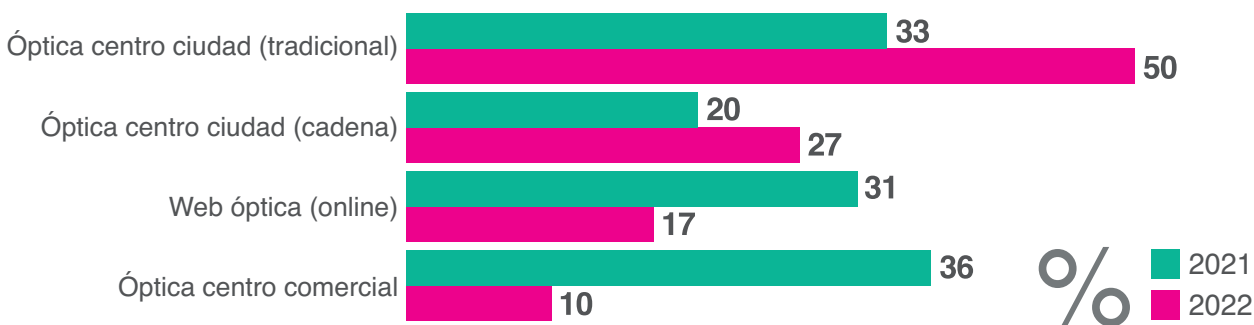
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En el caso de las lentillas, el canal favorito también es la óptica tradicional de centro de ciudad con un 46% de menciones, 4 puntos más que el año anterior. Las compras en cadenas de centro de ciudad sufren un descenso de 6 puntos respecto a 2021 (23% vs 29% en 2021).

Por el contrario, las compras en centros comerciales crecen 4 puntos respecto al año anterior.

Las compras online descienden 5 puntos en este producto.

Complementos y accesorios



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para la compra de complementos de óptica, los consumidores eligen en primer lugar las ópticas tradicionales de centro de ciudad con un 50% de menciones y un aumento de 17 puntos. El segundo lugar es para las cadenas de ópticas de centro de ciudad con un 27% de

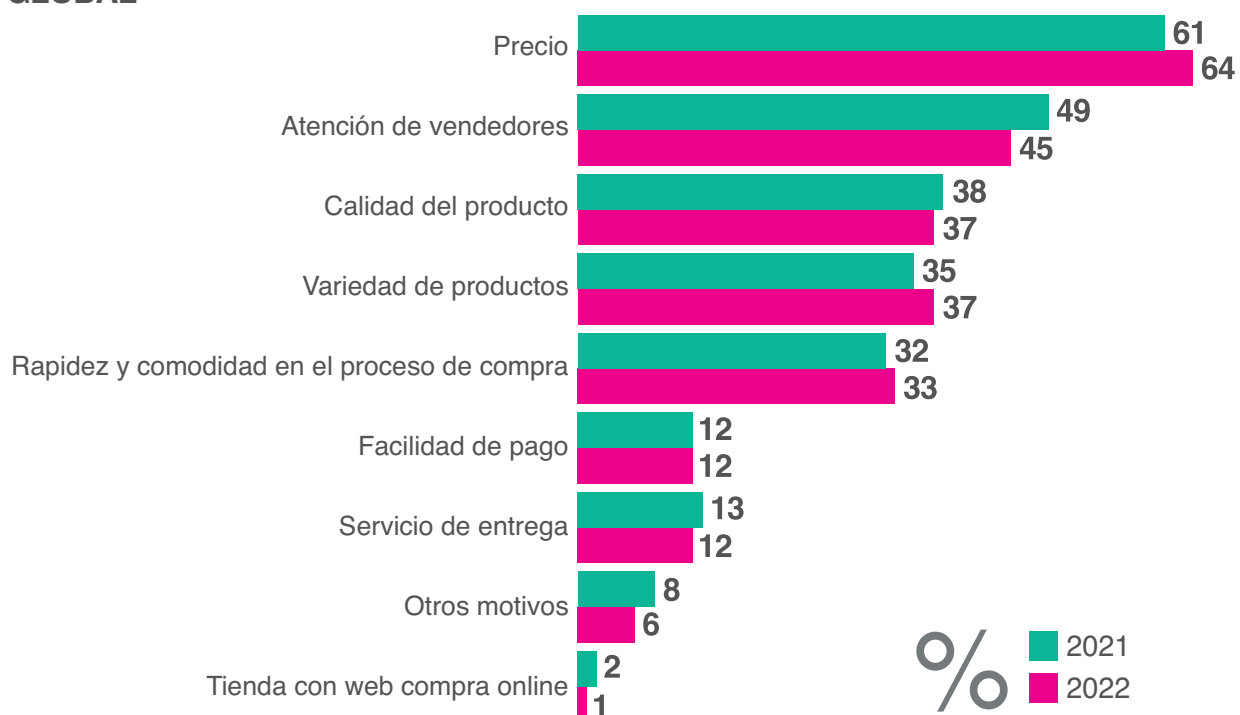
menciones y un crecimiento de 7 puntos respecto a 2021.

Las compras en el canal online y en centros comerciales, muestran descensos importantes de 14 y 26 puntos porcentuales respectivamente.

MOTIVO ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO

¿Cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido estos establecimientos para realizar la compra de cualquier producto de este sector? (% Respuesta múltiple - máximo 3)

GLOBAL



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

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 64% de menciones, aumentando en 3 puntos

respecto al año anterior. La atención de los vendedores continúa en segundo lugar con un 45%, y un descenso de 4 puntos.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido cada establecimiento para realizar la compra de cada producto?

(% Respuesta múltiple - máximo 3)

Monturas

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En cuanto a los motivos que llevan a los compradores de monturas a decidirse por un tipo de tienda u otro, el precio también sigue siendo el factor más mencionado con un 56% de menciones y un aumento de 5 puntos

respecto al año anterior. La atención de los vendedores vuelve a estar en segundo lugar con un 42%, mostrando un descenso de 12 puntos.

Respecto al análisis por tipo de tienda

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Óptica centro ciudad	atención de los vendedores	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Óptica centro comercial	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra
Óptica centro ciudad (cadena)	precio	facilidad de pago	variedad de productos

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Cristales

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para los cristales, el precio también sigue siendo el factor más mencionado con un 61% de menciones y con un aumento de 12 puntos respecto al año anterior. La

atención de los vendedores vuelve a estar en segundo lugar con un 50%, y un descenso de 3 puntos.

Respecto al análisis por tipo de tienda

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Óptica centro ciudad	atención de los vendedores	precio	calidad del producto
Óptica centro comercial	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	variedad de productos
Óptica centro ciudad (cadena)	precio	atención de los vendedores	calidad del producto

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Gafas de sol

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para las gafas de sol, el precio también sigue siendo el factor más mencionado con un 65% de menciones y con un aumento de 7 puntos respecto al año anterior. La

variedad de productos vuelve a estar en segundo lugar con un 44%, y un aumento de 2 puntos.

Respecto al análisis por tipo de tienda

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Óptica centro ciudad	atención de los vendedores	precio	calidad del producto
Óptica centro comercial	precio	variedad de productos	atención de los vendedores
Óptica centro ciudad (cadena)	precio	variedad de productos	atención de los vendedores
Óptica online	precio	variedad de productos	rapidez y comodidad en el proceso de compra

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Gafas graduadas/pregraduadas

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para las gafas graduadas, el precio también es el factor más mencionado con un 66% de menciones y con un aumento de 6 puntos respecto al año anterior. La aten-

ción de los vendedores vuelve a estar en segundo lugar con un 46%, y un descenso de 6 puntos.

Respecto al análisis por tipo de tienda

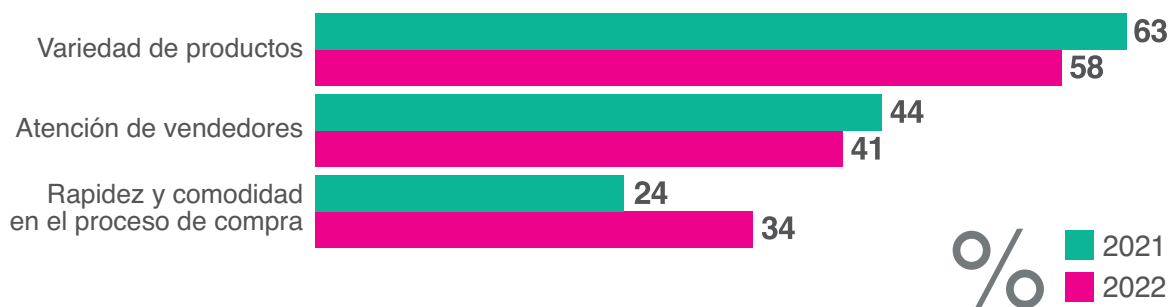
Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Óptica centro ciudad	precio	atención de los vendedores	calidad del producto
Óptica centro comercial	precio	variedad de productos	calidad del producto
Óptica centro ciudad (cadena)	precio	variedad de productos	atención de los vendedores

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Lentillas

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Para las lentillas, el precio es el motivo más mencionado con un 58% de menciones y con un descenso de 5 puntos respecto al año anterior. La atención de los vende-

dores vuelve a estar en segundo lugar con un 41%, y un descenso de 3 puntos.

Respecto al análisis por tipo de tienda

Tipo de establecimiento	Motivo 1	Motivo 2	Motivo 3
Óptica centro ciudad	atención de los vendedores	precio	calidad del producto
Óptica centro comercial	precio	rapidez y comodidad en el proceso de compra	facilidad de pago
Óptica centro ciudad (cadena)	precio	calidad del producto	atención de los vendedores
Óptica online	precio	servicio de entrega	rapidez y comodidad en el proceso de compra

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Complementos y accesorios

Global



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

En el caso de los complementos y accesorios, la atención de vendedores se posiciona este año en primer lugar con un 59% de menciones y con un aumento de

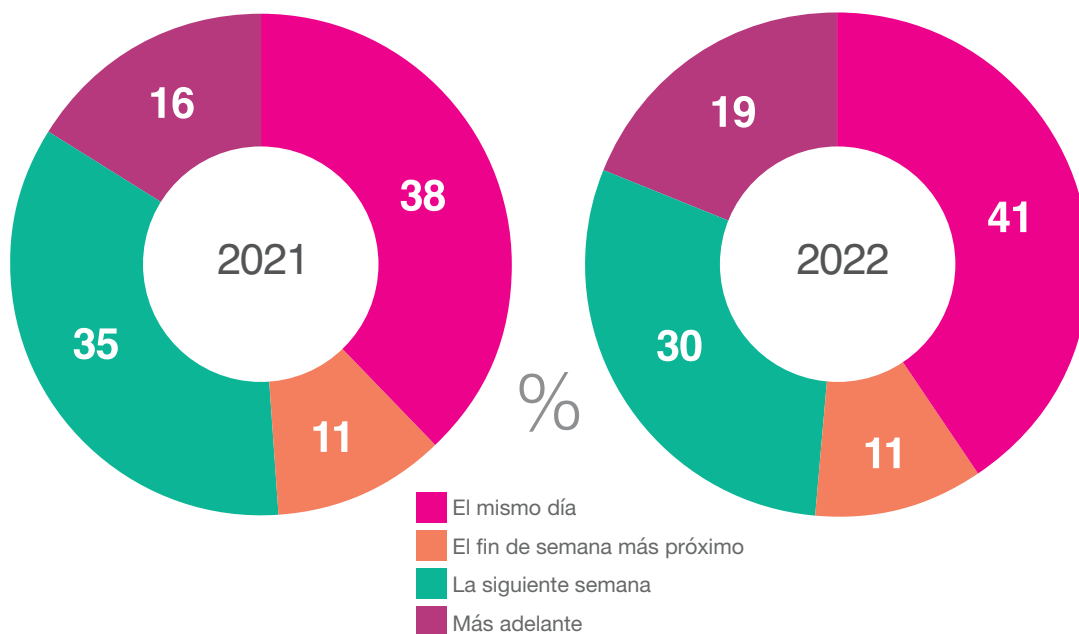
6 puntos respecto al año anterior. El precio pasa del tercer al segundo lugar con un 47% y con un aumento de 10 puntos.

OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Lapso de tiempo necesidad – compra

¿Cuánto tiempo has tardado en realizar la compra desde el momento en que apareció la necesidad de comprar productos de óptica?

(% Respuesta única)



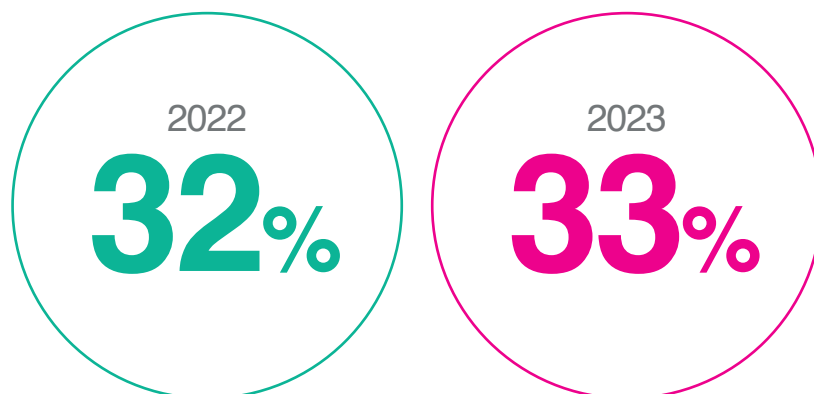
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

La mayor parte de los consumidores (41%) se deciden a comprar el producto del sector óptica el mismo día

de aparecer la necesidad, mostrando un crecimiento de 3 puntos respecto a 2021.



INTENCIÓN DE COMPRA PARA **LOS PRÓXIMOS 12 MESES**



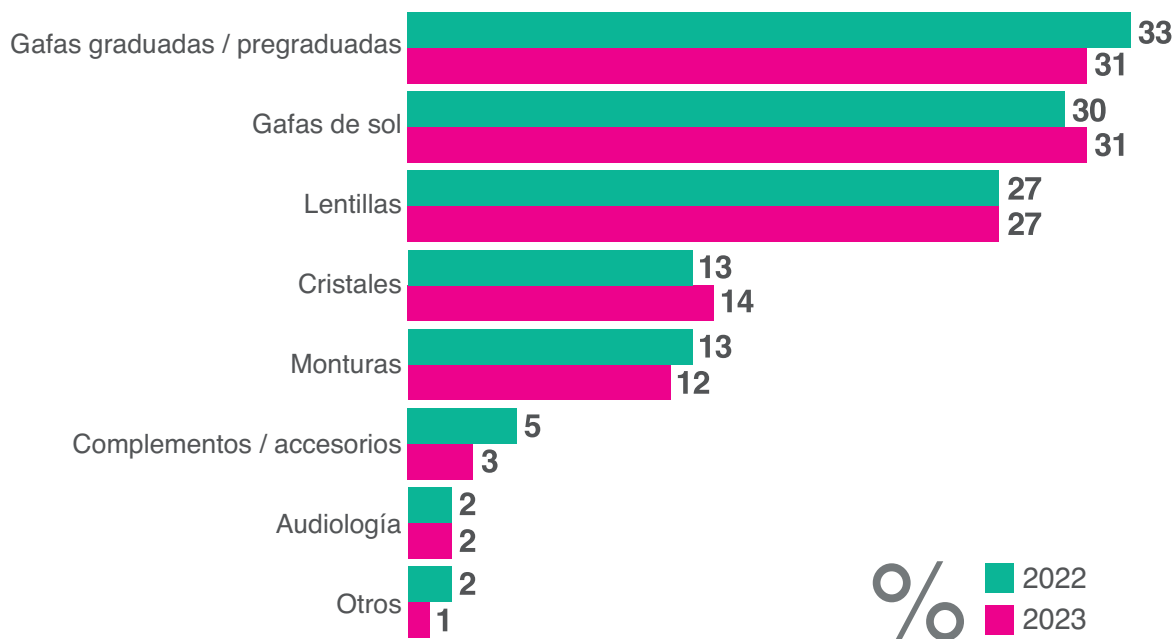
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

El 33% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector óptica en 2023, con un gasto medio previsto de unos 225€ frente a los 235€ declarados el año anterior.

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

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



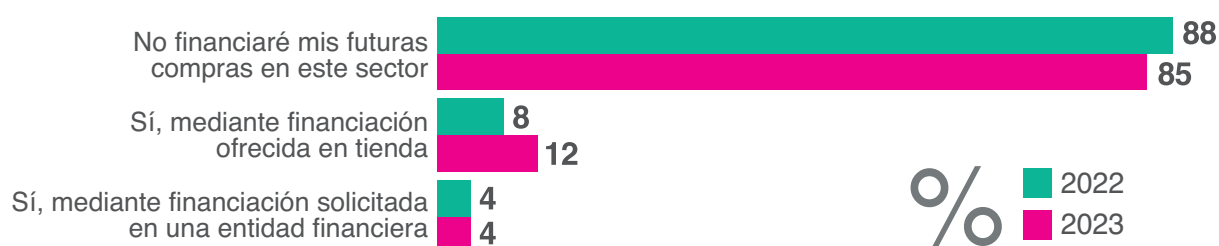
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Respecto a las categorías con más intención de compra de cara a los próximos 12 meses, las gafas graduadas (31%) y las de sol (31%), son a priori las más

demandadas para el próximo año, seguidas de cerca por las lentillas con un 27%.

Intención financiación en los próximos 12 meses

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

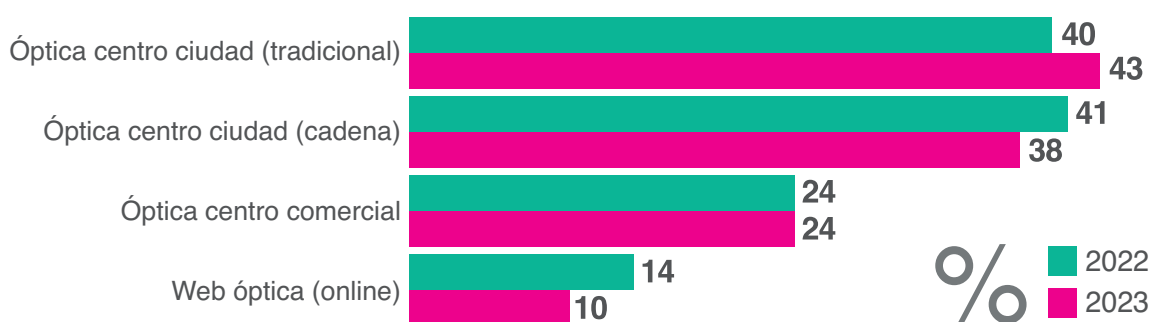
El 85% de los futuros compradores de este sector dice que no tiene intención de financiar sus futuras compras. De lejos con un 12% de menciones, encontramos a los

que elegirían la financiación ofrecida en tienda con un aumento de 4 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Intención canal de compra en los próximos 12 meses

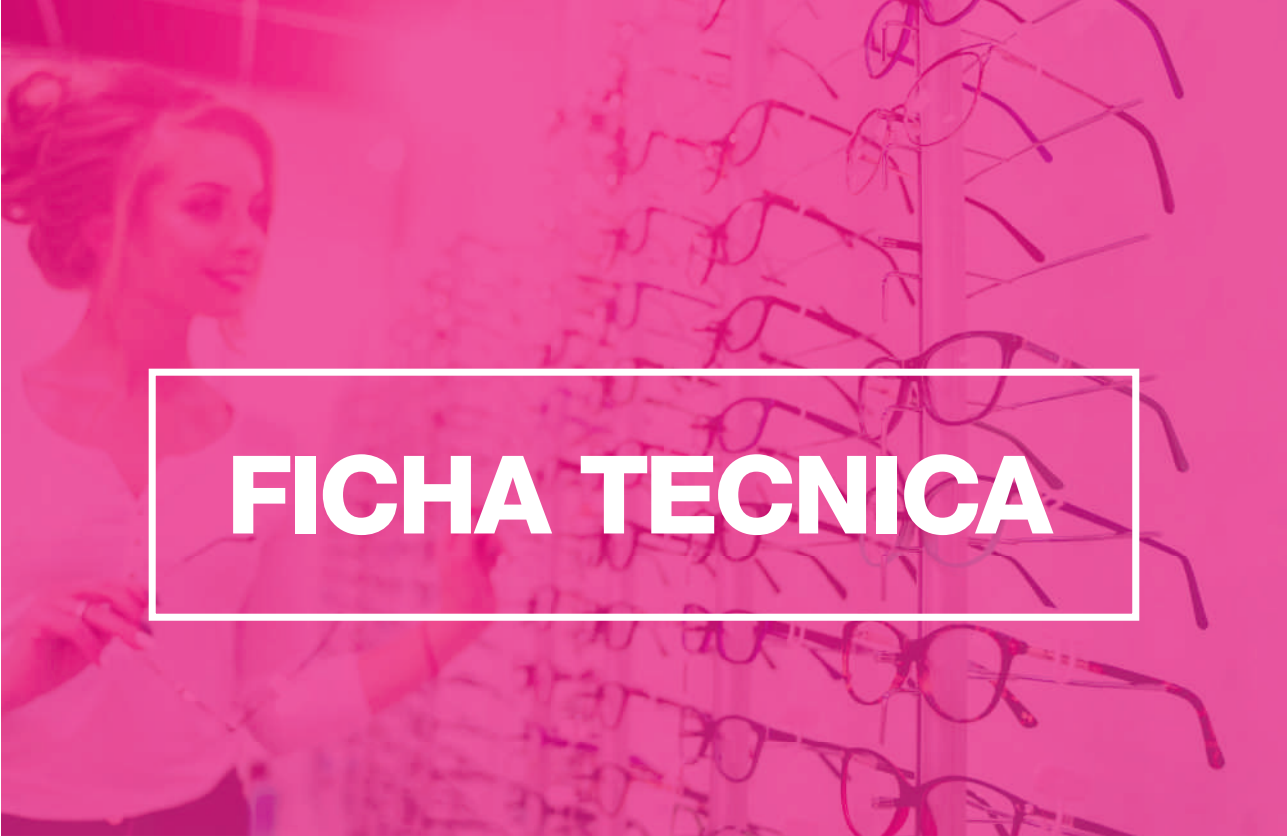
¿En qué tipo de establecimiento pretendes adquirir productos de óptica en los próximos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2021.
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2022

Las tiendas físicas de centro de ciudad, ya sean cadenas o tradicionales, son las más mencionadas por los consumidores de cara a sus próximas compras.



FICHA TECNICA

Consumo España 2022

Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2022

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 $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza

Consumo España 2022

El consumidor del sector óptica en España

Consumo España 2021

Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2021

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 $\pm 4\%$ al 95,5% de confianza



OBSERVATORIO

Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 