

El 76% dels consumidors prefereixen realitzar les seves compres de la llar en establiments especialitzats, i com més especialitzat, més afecta a la decisió final de compra. El 63% declara que la incorporació de complements i decoració ha estat un canvi positiu que influeix totalment a l'hora de comprar. Aquestes són dades d'un estudi realitzat per l'Observador Cetelem de 2009

La crisi econòmica ha originat que tant els consumidors com la distribució canviïn els seus hàbits de consum. Les famílies han pres la decisió d'estalviar per si la situació empitjora i declaren que ara es posen un límit a l'hora de fer les seves compres i que no gasten res que no hagi estat planificat. En canvi, la distribució ha potenciat la venda de productes que disposen de més marge per a fer front a la caiguda de les vendes ja que les visites als seus establiments han patit una caiguda de fins un 87%.

Entre les mesures que han introduït els distribuïdors de mobles està la incorporació d'una oferta completa, ja que han detectat que els consumidors necessiten els mínims interlocutors per a gestionar unes compres tant importants.

La incorporació de les TIC en la gestió dels negocis permet captar un major número de clients i fidelitzar els que ja té. Encara que aquesta mesura suposa un augment de la inversió, els resultats suposen un avantatge clar pel negoci. De l'estudi es destaca també que el mitjà més utilitzat per buscar el millor preu dels productes és Internet, i d'això, el 67% dels consumidors enquestats manifesten que han modificat el seu comportament de consum i que un 47% compra productes més barats, a l'hora que són més insistents en cercar ofertes i promocions.

L'estudi destaca també, que uns dels productes més demandats, en les comunitats on s'ha aplicat, son els de "Pla Renove", la qual cosa no s'ha produït a Catalunya. En els llocs on ha tingut aplicabilitat aquests plans s'ha constatat un increment de vendes del 22%, en productes que no són de primera necessitat.

Un aspecte a considerar és que el 55% dels compradors estan molt interessats en el pagament a terminis i que si se'ls dona aquesta possibilitat el consum augmenta, de fet aquesta iniciativa de facilitar el finançament, és la més important i la que desperta més interès d'entre les que proposa la distribució.

El canal preferit per a l'adquisició de béns duradors és la gran superfície. Aquest canvi tan important a l'hora de seleccionar el canal, és una dada molt a tenir en compte de cara a les perspectives de futur del sector hàbitat i concretament del moble.

El mes de gener de 2011, CENFIM te prevista la realització d'uns Tallers focalitzats en els ambients de Cuina i Bany per a potenciar la innovació i la col·laboració entre empreses dels diferents sectors relacionats per a fomentar l'establiment d'aliances competitives que els permetin sortir al mercat amb un millor posicionament i de manera diferenciada.

[{Més informació}](#)