

CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR
ELECTRO Y
TECNOLOGÍA

 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 electrodomésticos y tecnología**
 - 06 Tipo de producto comprado**
 - 07 Canal de compra**
 - 07** Tipo de tienda global
 - 10** Gama blanca
 - 10** Gama marrón
 - 11** Pequeños aparatos electrodomésticos
 - 11** Climatización
 - 12** Tecnología
 - 13 Motivos de elección de establecimiento**
 - 17 Gasto medio**
 - 20 Medio de pago**
 - 21 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector electrodomésticos/tecnología**
 - 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 financiación en los próximos 12 meses
 - 26** Intención medio de pago en los próximos 12 meses
 - 27** Intención canal de compra en los próximos 12 meses
 - 29 Conclusiones del sector electrodomésticos/tecnología**
 - 33 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 ELECTRODOMÉSTICOS Y TECNOLOGÍA

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



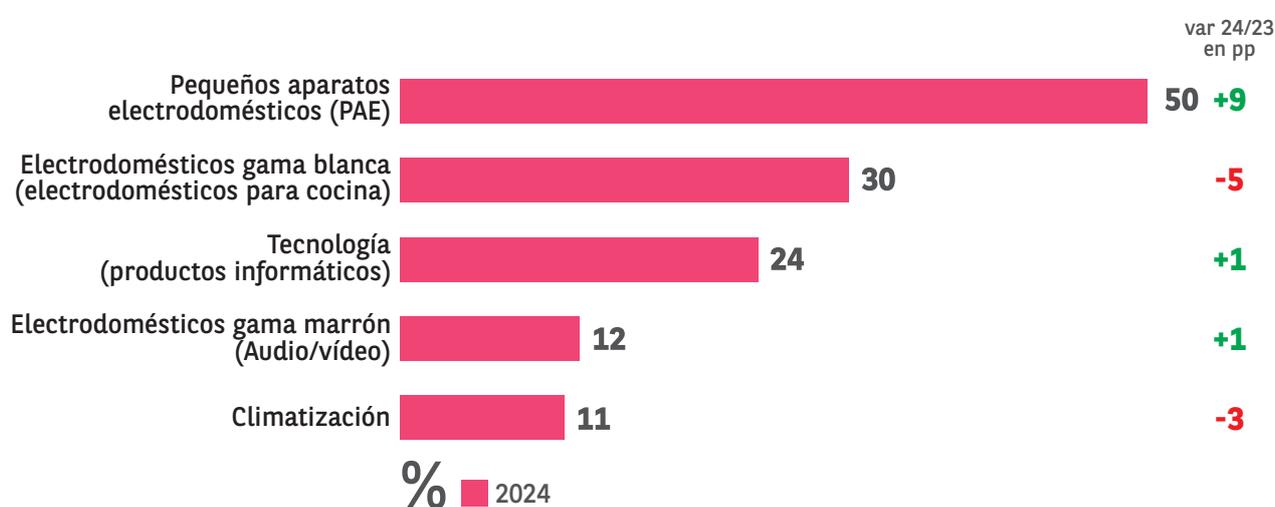
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

El 63% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector electrodomésticos y tecnología en 2024, 3 puntos porcentuales por debajo del año anterior.



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado electrodomésticos en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de electrodoméstico has comprado?
(% 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 electrodomésticos/tecnología adquiridas por los consumidores durante el último año, los pequeños aparatos electrodomésticos (PAE) vuelven a ser los más demandados con un 50% de

menciones. Le siguen los electrodomésticos de gama blanca con un 30% de menciones (35% en 2023) y los productos informáticos con un 24% de menciones que aumentan un punto respecto al año anterior.

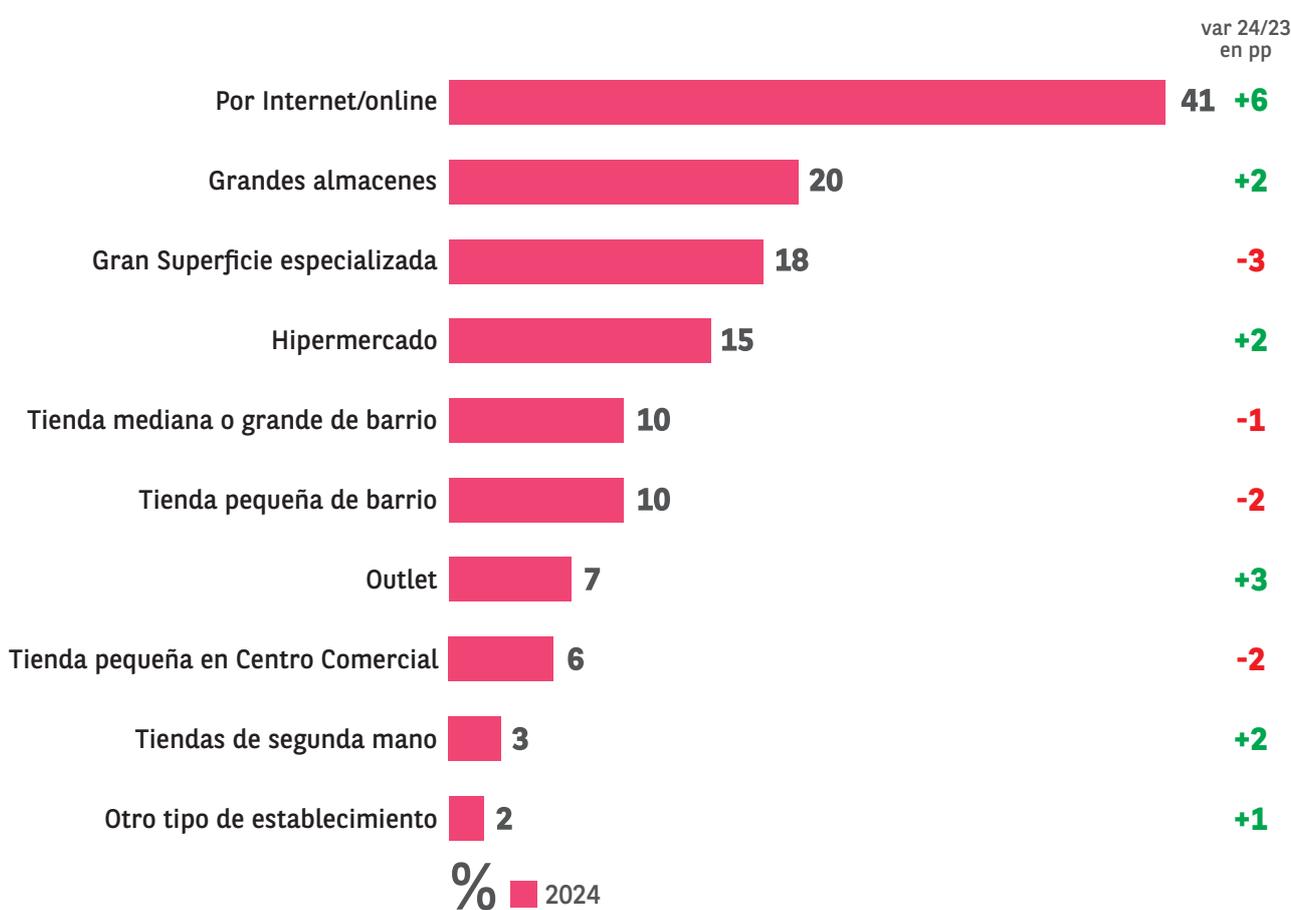
CANAL DE COMPRA

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)

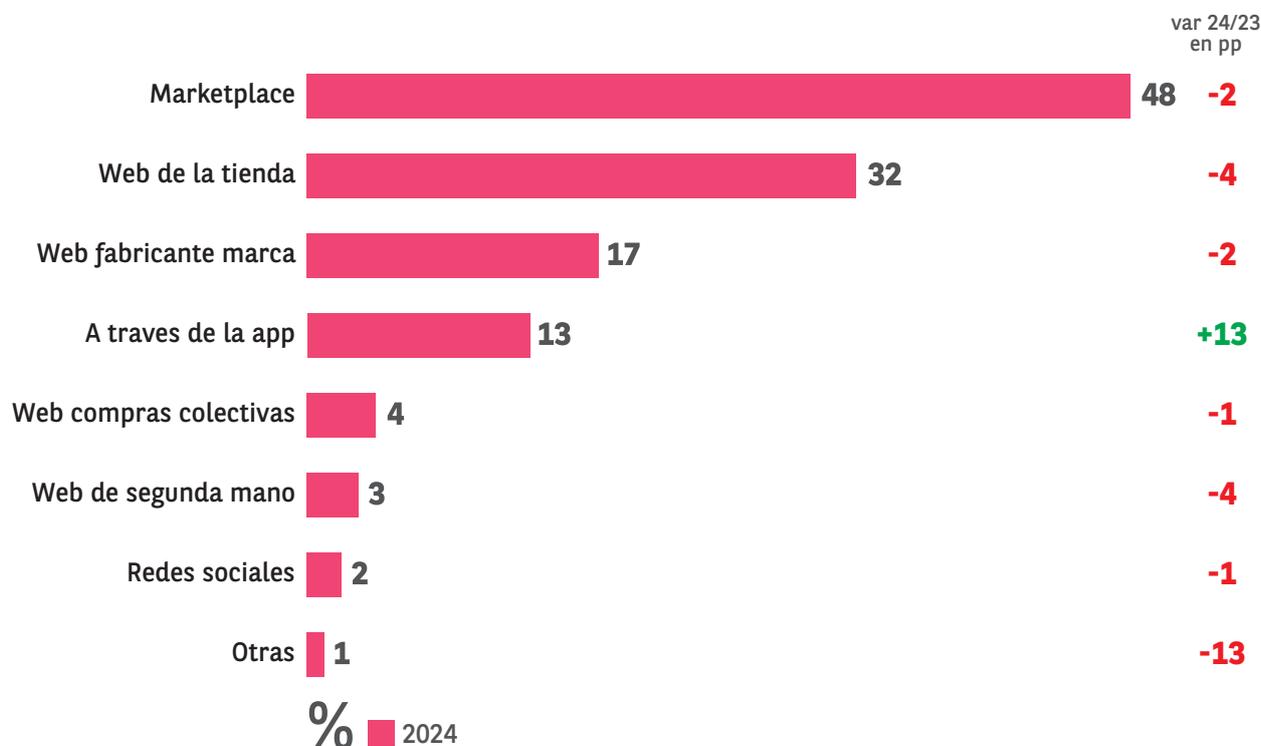


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de electrodomésticos y tecnología en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online con un 41% de menciones, aumentando en 5 puntos respecto a 2023. Las grandes superficies especializadas caen al tercer lugar con

un 18% (3 puntos menos que en 2023) y los grandes almacenes con un 20% (2 puntos más que en 2023) ascienden al top2. Entre el resto de canales destacan los outlets, hipermercados y tiendas de segunda mano con subidas de 3 y 2 puntos porcentuales.

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

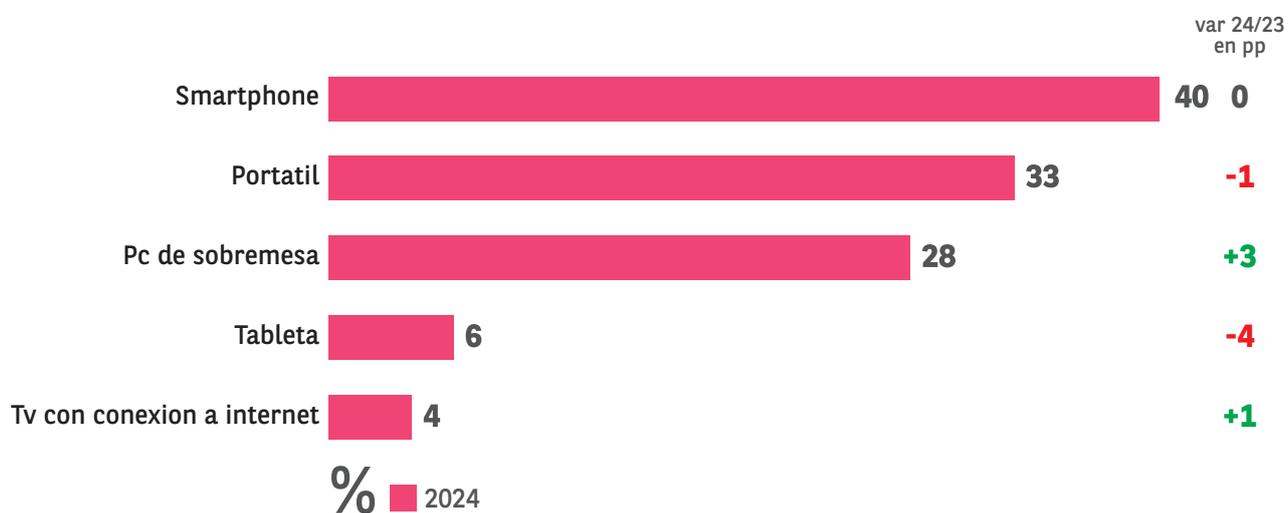


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Dentro de ese 41% que ha comprado online productos de este sector, hemos querido analizar en que plataformas o tipos de web ha comprado y desde qué dispositivo lo ha hecho. En cuanto a las plataformas o webs, destacan por encima del resto las compras en marketplaces con

un 48%, seguidos de las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 32% y un 17% respectivamente. También hay que destacar el importante aumento de 13 puntos de las compras a través de apps.

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



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

En cuanto a los dispositivos utilizados para realizar sus compras, los smartphones vuelven a encontrarse en primer lugar con un 40% de menciones como ocurría el año

anterior. Cierran el top 3 las compras a través de ordenadores portátiles y de PC de sobremesa.

GAMA BLANCA

GAMA BLANCA (% respuesta múltiple)



% 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 comprada, aquellos que han comprado gama blanca, este año lo han hecho principalmente en la tienda online (26%) y en grandes almacenes (22%), creciendo en 1 y 6

puntos respectivamente. En cambio, las compras en grandes superficies especializadas bajan del 24% en 2023 al 19% en 2024.

GAMA MARRÓN

GAMA MARRÓN (% respuesta múltiple)



% 2024

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

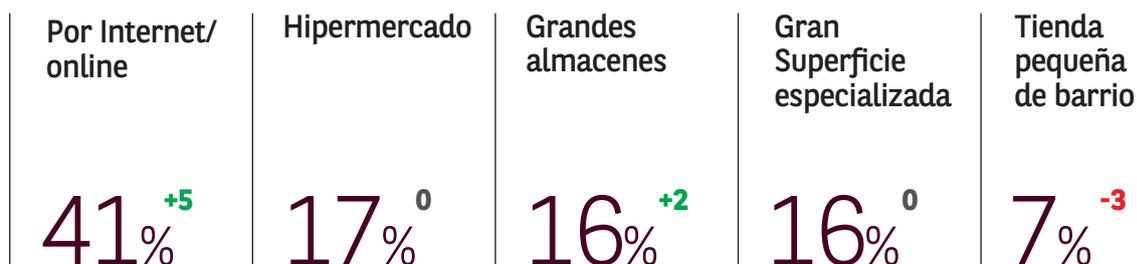
Para los electrodomésticos de gama marrón, el top 3 lo forman, en primer lugar, la tienda online con un 44% y +5 puntos respecto a 2023, seguidas por los grandes

almacenes y por las grandes superficies especializadas, ambas con 19% y descendiendo en 3 puntos.

PEQUEÑOS APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS

PAE

(% respuesta múltiple)



% 2024

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

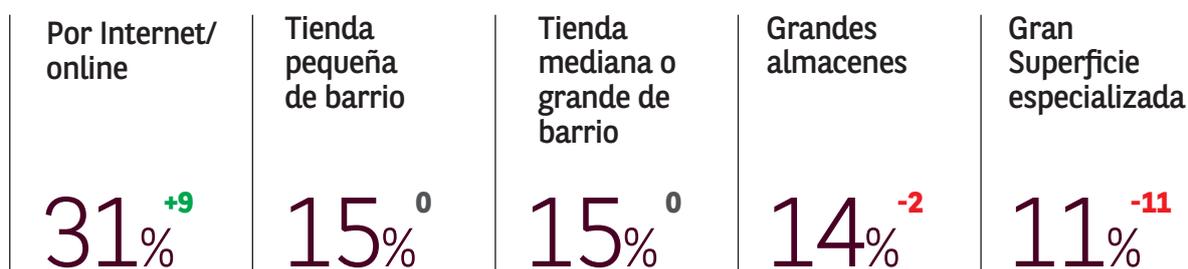
Para los PAE, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online con un 41% de menciones y creciendo en 5 puntos respecto al año anterior. Le siguen las compras realiza-

das en los hipermercados y grandes almacenes con un 17% y un 16% respectivamente.

CLIMATIZACIÓN

CLIMATIZACIÓN

(% respuesta múltiple)



% 2024

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

En el caso de los productos de climatización, la tienda online continúa en el primer puesto y vuelve a crecer de forma significativa en 9 puntos porcentuales respecto al año anterior. El 15% los ha adquirido en tiendas de barrio.

Las compras en grandes superficies especializadas pasan del segundo al cuarto puesto en el ranking descendiendo de un 22% a un 11% de menciones.

TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA
(% respuesta múltiple)



% 2024

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

Para los productos de tecnología, en primer lugar y destacando claramente sobre el resto de canales, volvemos a encontrar la tienda online (51%) que presenta un ligero aumento de un punto respecto a 2023. Los grandes alma-

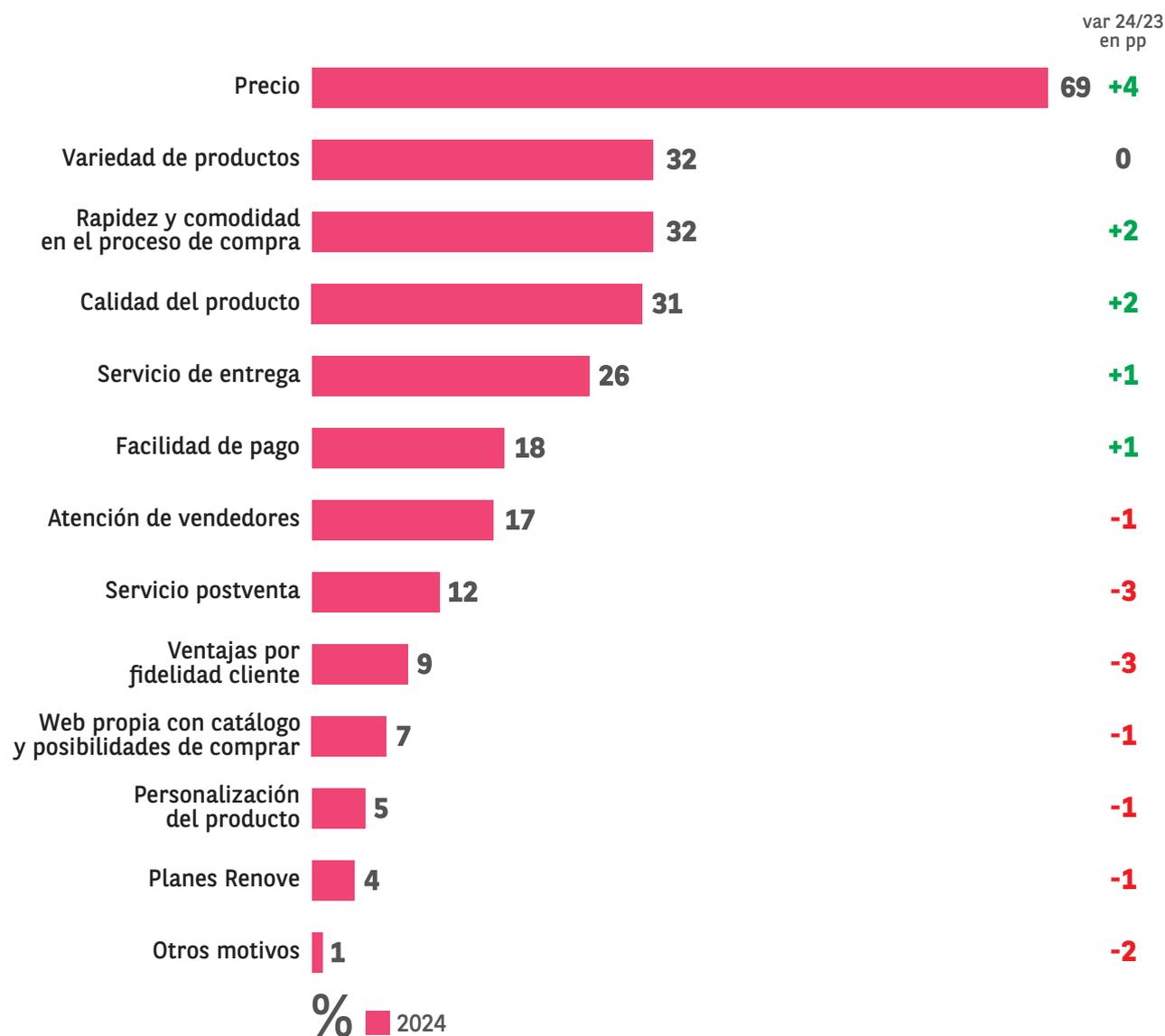
cenos y las grandes superficies especializadas con un 19% y un 18% de menciones respectivamente, ocupan el segundo y tercer lugar en el ranking. El resto de tiendas se encuentra por debajo del 10%.



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)

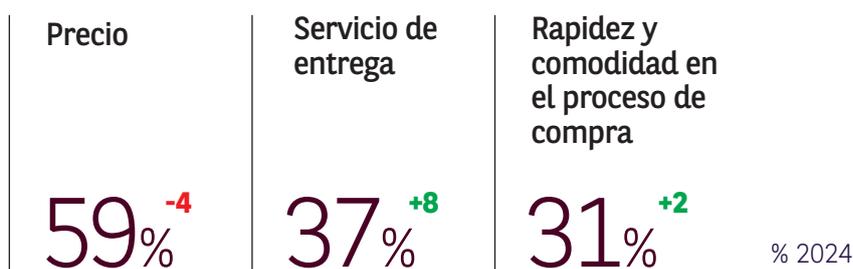


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En general, a la hora de comprar electrodomésticos, con independencia del tipo de tienda elegido, el precio es el principal motivo por el que se guían los consumidores (69%), incluso 4 puntos por encima de los datos de 2023.

Otras variables importantes son la variedad de productos (32%) y la rapidez y comodidad en el proceso de compra (32%), este último con un ligero aumento respecto a 2023.

GAMA BLANCA (% respuesta múltiple)

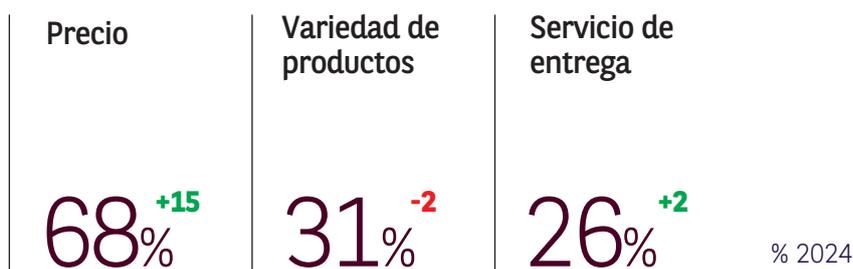


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En el caso concreto de la compra de productos de Gama Blanca, el precio es el motivo principal para elegir la tienda con un 59% de menciones descendiendo 4 puntos

respecto a 2023. El servicio de entrega y la rapidez y comodidad en el proceso de compra son los siguientes más mencionados por los consumidores.

GAMA MARRÓN (% respuesta múltiple)



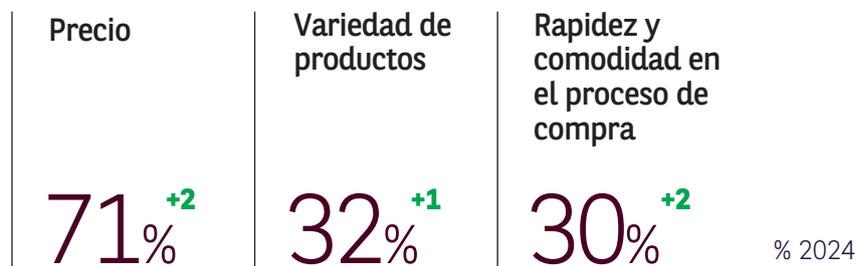
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

A la hora de comprar gama marrón, el precio, con 68% de menciones y un importante aumento de 15 puntos porcentuales, es el motivo principal. Aumenta en 2 pun-

tos las menciones al servicio de entrega como uno de los motivos para decidir dónde comprar.

PAE

(% respuesta múltiple)



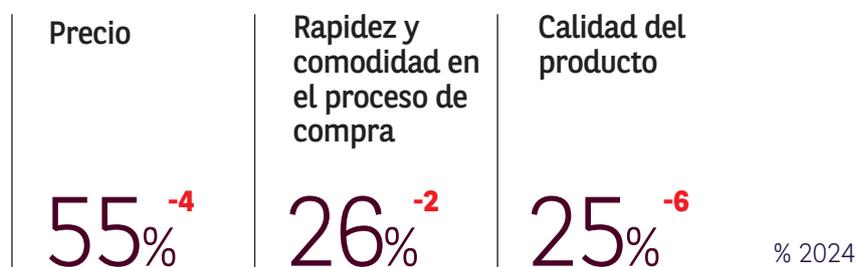
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El precio vuelve a ser también la variable más importante a la hora de adquirir PAE, seguido de la variedad

de productos y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, tal y como ocurría en 2023.

CLIMATIZACIÓN

(% respuesta múltiple)



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

Precio (con un descenso de 4 puntos), rapidez y comodidad en el proceso de compra y calidad del producto,

forman el top 3 en el caso de los productos de climatización.

TECNOLOGÍA

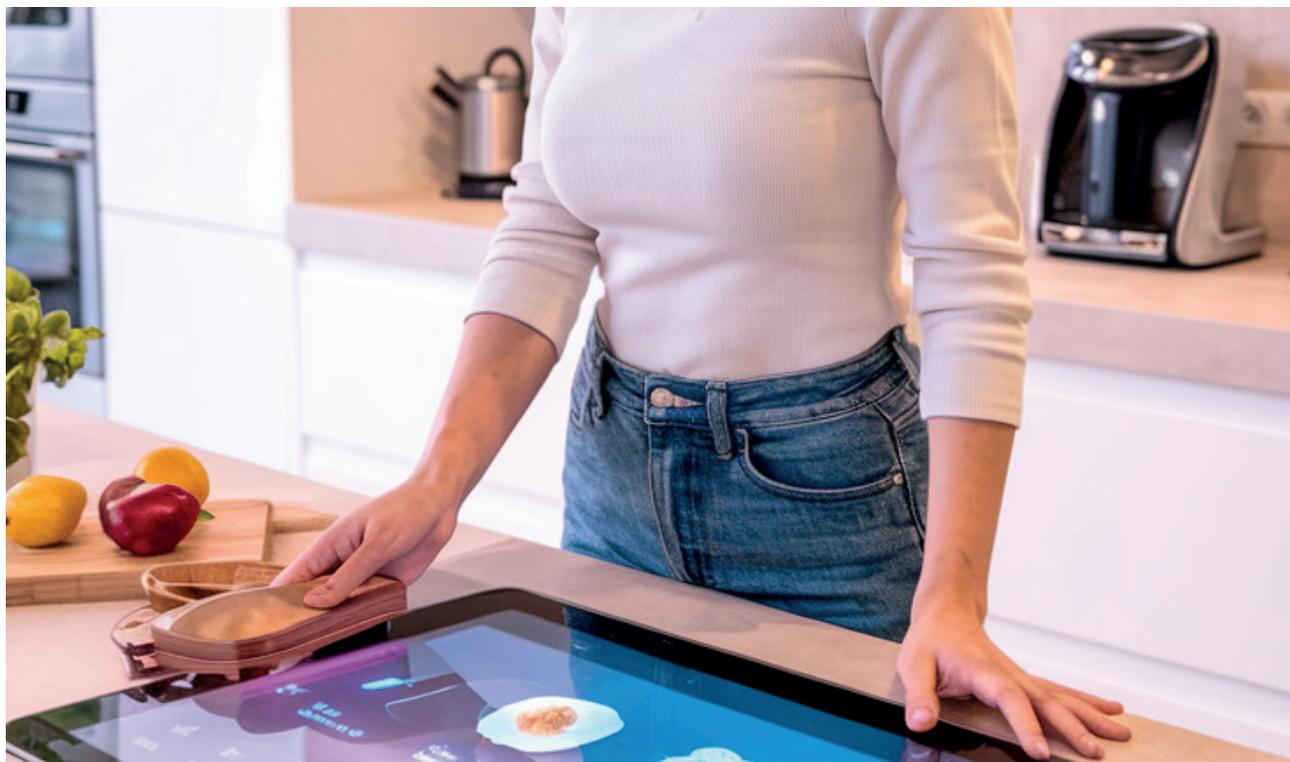
(% respuesta múltiple)



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

En el caso de los productos de tecnología informática, el top 3 lo forman el precio, la variedad de productos y rapi-

dez y comodidad en el proceso de compra, cayendo la calidad del producto del tercer al cuarto puesto.



GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado en los electrodomésticos / tecnología que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

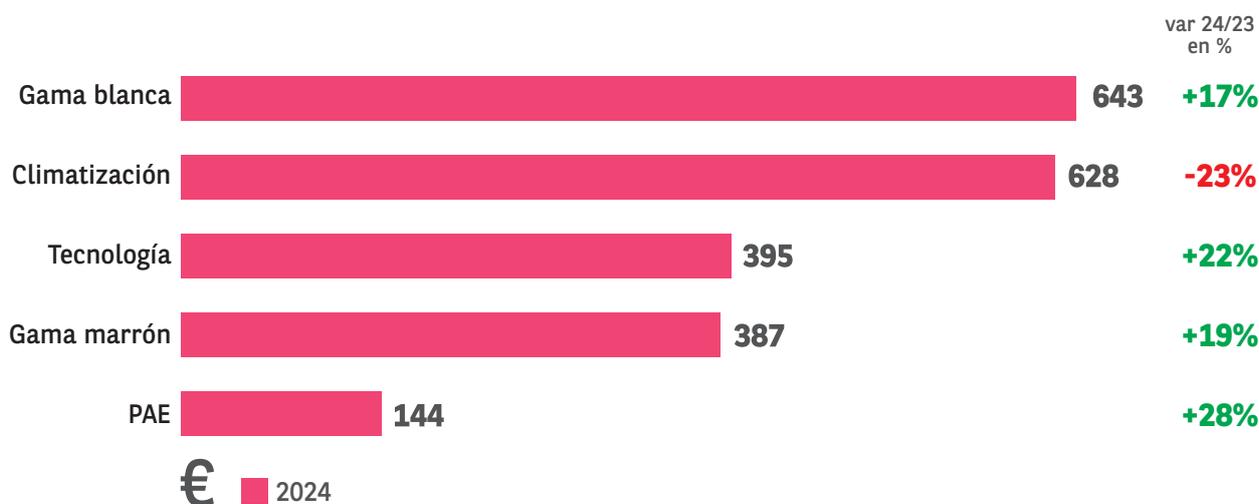
Gasto Medio 2024 **470€ +5%**

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

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses es de 470 euros, un 45% más respecto al gasto medio de 2023, en el que se gastaron 448 euros de media.

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como en tienda física el gasto aumenta un 1% alcanzando la cifra media de 471€. El gasto en el canal online aumenta un 9% hasta los 338€.

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



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

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido gama blanca (643€) y climatización (628€). En el caso de los pequeños aparatos electrodomésticos vemos el mayor crecimiento respecto

al año anterior con un 28% más. Tan solo desciende el gasto medio en los productos de climatización, cayendo en un 23%.

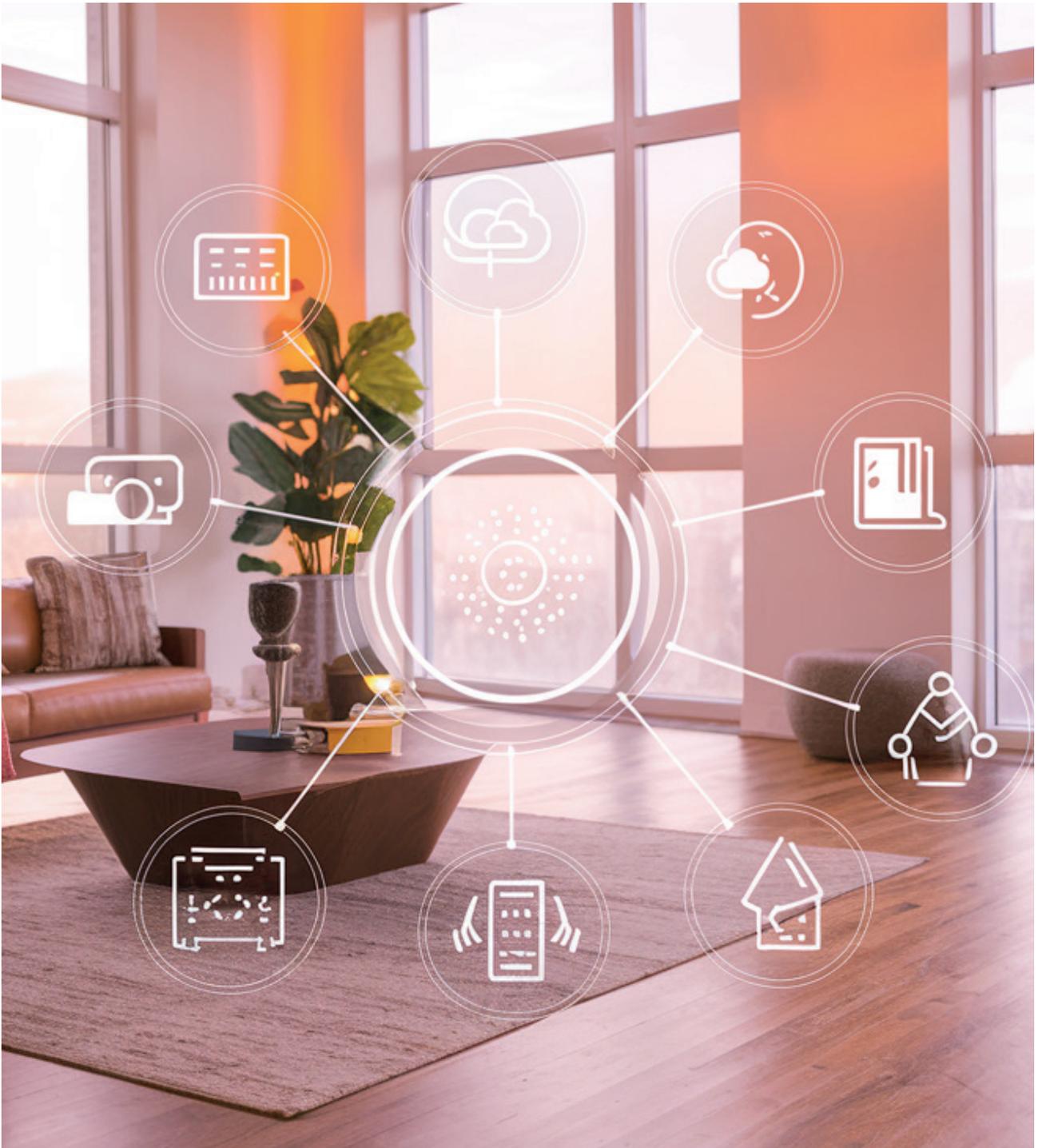
Considerando ese gasto que has realizado en cada uno de los productos durante los últimos 12 meses, ¿cuánto has gastado en una tienda física y cuánto a través de Internet (online)?
(Suma constante)

		2024	Var 2024/2023 (en %)
Gama blanca	Tienda física	625 €	+18%
	Online	538 €	+16%
Gama marrón	Tienda física	339 €	+7%
	Online	341 €	+27%
PAE	Tienda física	131 €	+28%
	Online	138 €	+21%
Climatización	Tienda física	772 €	-21%
	Online	268 €	-17%
Tecnología	Tienda física	386 €	+15%
	Online	323 €	+27%

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

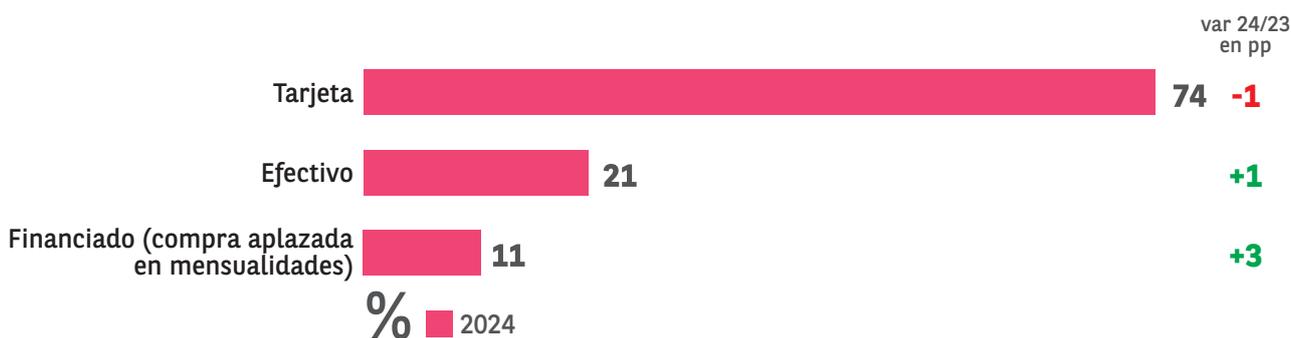
Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, el gasto medio en tienda online aumenta para todas las categorías excepto en climatización, destacando en tecnología y gama marrón con un aumento del 27% respecto al año anterior.

En tienda física, el gasto medio también aumenta en todas las categorías excepto en climatización, destacando por encima del resto el +28% en pequeños aparatos electrodomésticos.



MEDIO DE PAGO

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



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

En la compra de electrodomésticos/tecnología, el pago con tarjeta es el elegido nuevamente por los consumidores en primer lugar con un 74% de menciones, tan solo un punto por debajo del año anterior. Le sigue el pago en efectivo, con un 21% frente al 20% que lo declaró en 2023. El 11% declara haber financiado su compra de electrodomésticos y/o tecnología aumentando este porcentaje en 3 puntos porcentuales. Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del

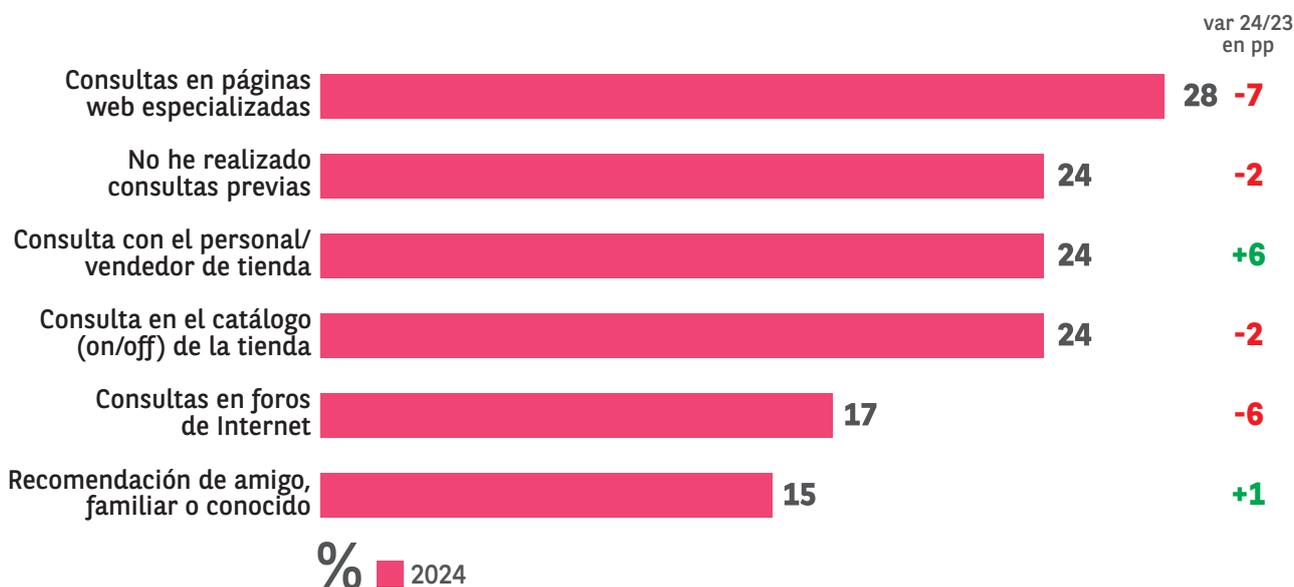
sector electro, un 83% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró, 3 puntos más que el año anterior.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 64% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 35%, dato que aumenta en 8 puntos porcentuales.

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

Para la compra de productos de este sector, observamos cómo el 28% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (35% en 2023). Los que consultan con el personal de la tienda son el 24% y los que consultan en catálogo de la tienda

tanto online como offline cierran el top 3 con otro 24% de menciones.

Descienden en 3 puntos porcentuales los consumidores que no realizan ninguna consulta previa a su compra.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

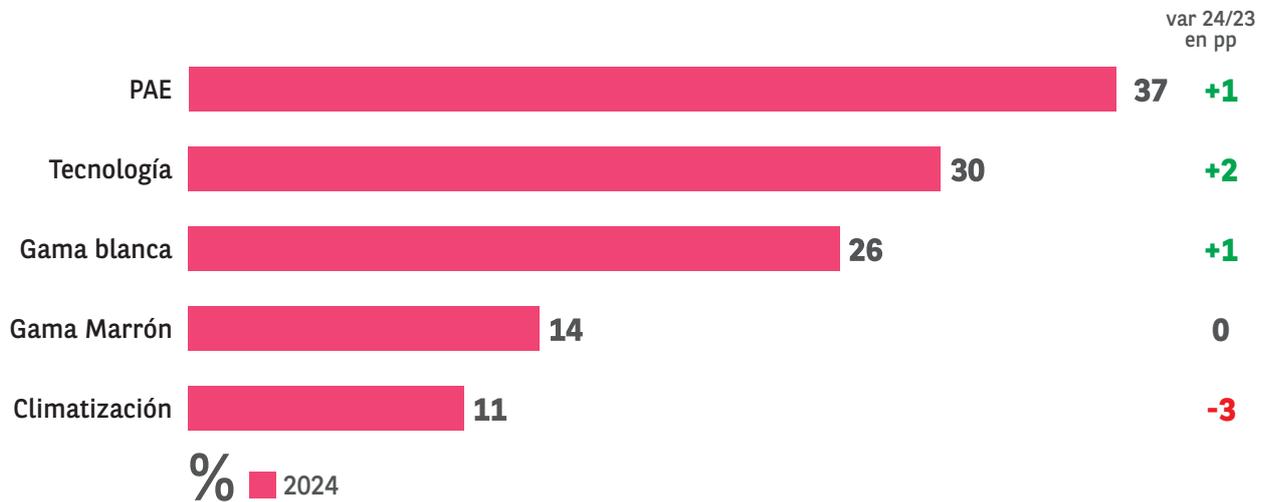
En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?
(% respuesta única: sí - no por productos)



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

El 53% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector electrodomésticos/tecnología en 2024, un punto menos que el año pasado.

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



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

De cara a los próximos 12 meses, la categoría que presenta un mayor incremento respecto al 2023 es la de productos de tecnología informática (+2 puntos). El top 3 de productos que presentan una mayor intención de compra estaría formado por los PAE con un 37%, los pro-

ductos de tecnología informática con un 30% y los electrodomésticos de gama blanca con un 26%. Tan solo desciende la intención de compra de los productos de climatización.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

Y, ¿cuánto te has gastado en los electrodomésticos / tecnología que has adquirido en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

498€ ^{+16%}

Gasto Medio en TIENDA FÍSICA

454€

Gasto Medio en TIENDA ONLINE

392€

€ 2024

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

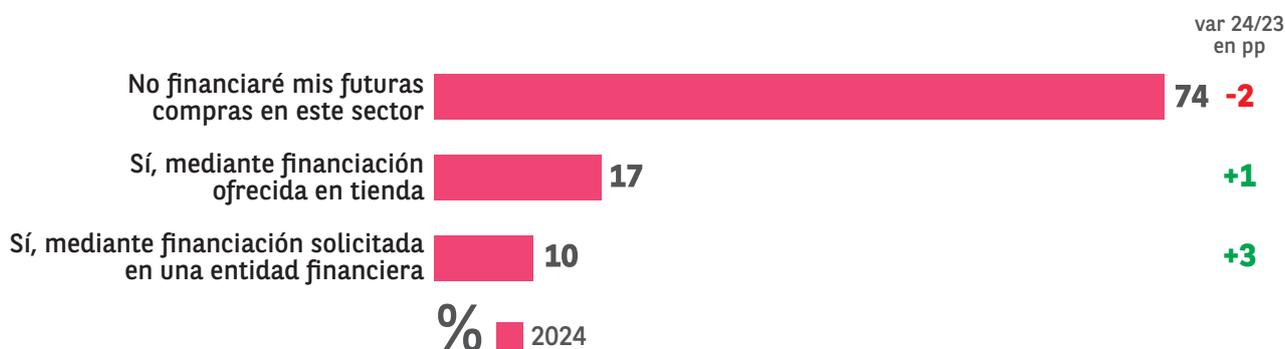
Los encuestados prevén gastar una media de 498€ en sus compras de este sector, aumentando considerablemente en un 16% el gasto previsto respecto a las intenciones mostradas el año anterior.

Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, la intención de gasto en tienda física asciende hasta los 454€ y en tiendas online a 392€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?

(% respuesta múltiple)



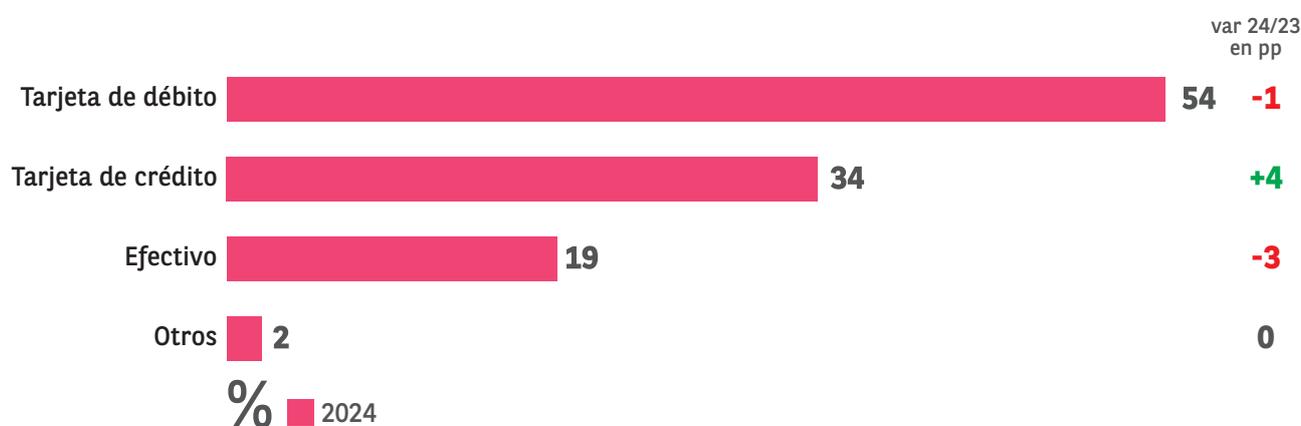
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto a la financiación en futuras compras, el 74% de los encuestados no tiene intención de financiar sus compras de este sector (-2 punto respecto al año ante-

rior). Los consumidores que sí lo harán mediante la financiación ofrecida en tienda son el 17%, mostrando un ligero aumento de un punto respecto al año anterior.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra? (% respuesta múltiple)



Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras, el 54% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector; seguidos del

34% que pretende usar la tarjeta de crédito y del 19% que pagará en efectivo.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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

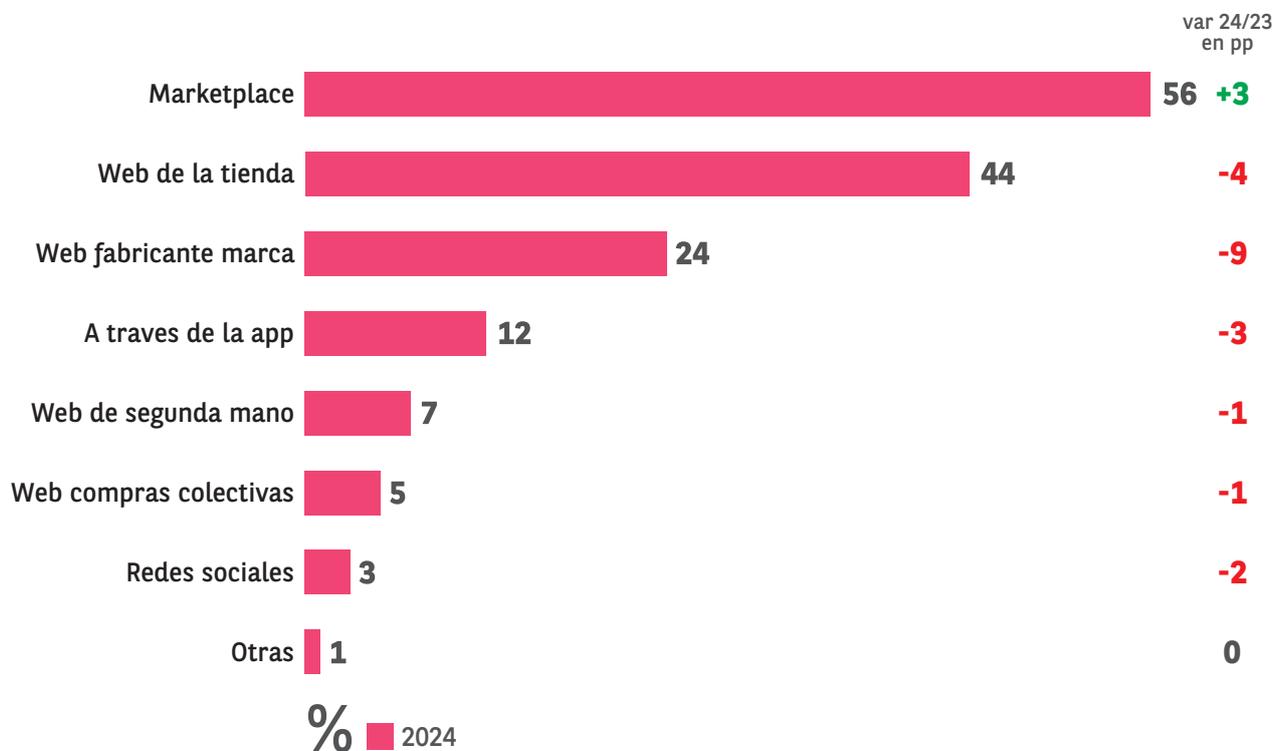


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Por último, observamos el canal de compra que pretenden utilizar los españoles en el próximo año. El 36% de los encuestados elegirá la tienda online para sus compras de este sector, seguidos del 31% que pretende rea-

lizarlas en grandes superficies especializadas (aumentando en 3 puntos respecto al año anterior) y del 24% que pretende realizarlas en grandes almacenes.

¿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

Dentro del 36% que pretende comprar online, encontramos un 56% que lo hará a través de marketplaces, aumentando en 3 puntos. Cierran el top 3 las webs de

las tiendas y las del fabricante o marca con un 44% y un 24% respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/TECNOLOGÍA

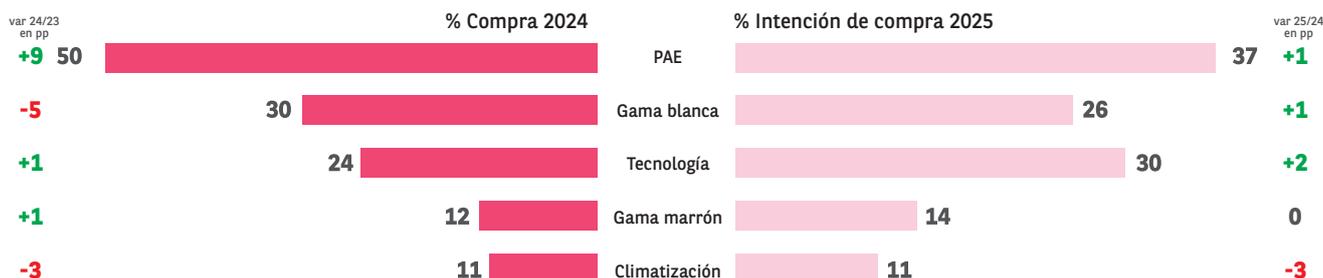
El **63%** ^{-3pp} de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector electro en los últimos 12 meses, gastando una media de **470€** ^{+5%}

El **53%** ^{0pp} de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector electro en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **498€** ^{+16%}

Compras e intención de compra

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

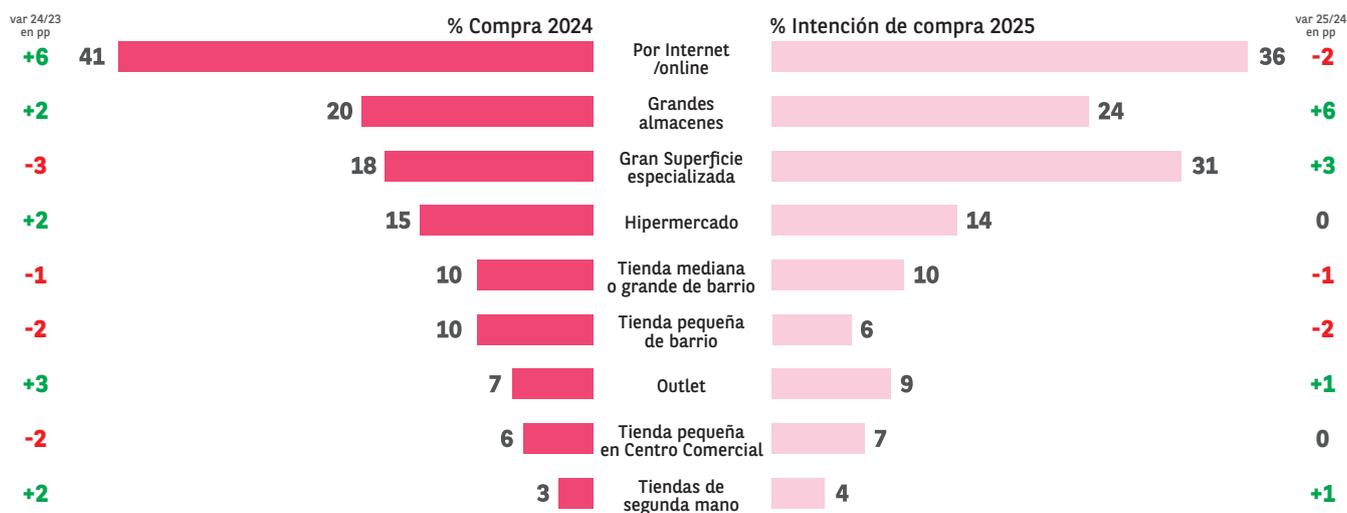
Los pequeños aparatos electrodomésticos siguen liderando el ranking de productos comprados y con un fuerte crecimiento de 9 puntos respecto a 2023.



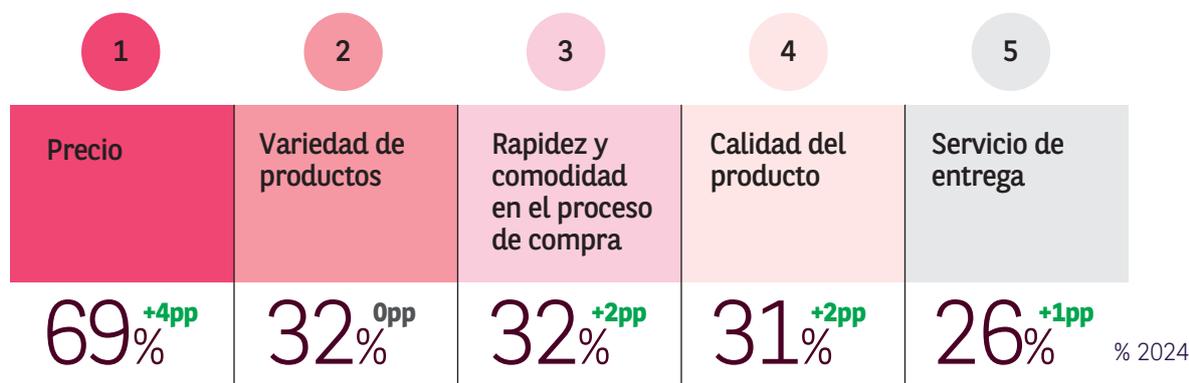
Canal de compra

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 online en 2024, crecen y destacan muy por encima de las realizadas en tiendas físicas, aunque se observa cierta ralentización de cara a las intenciones para 2025.

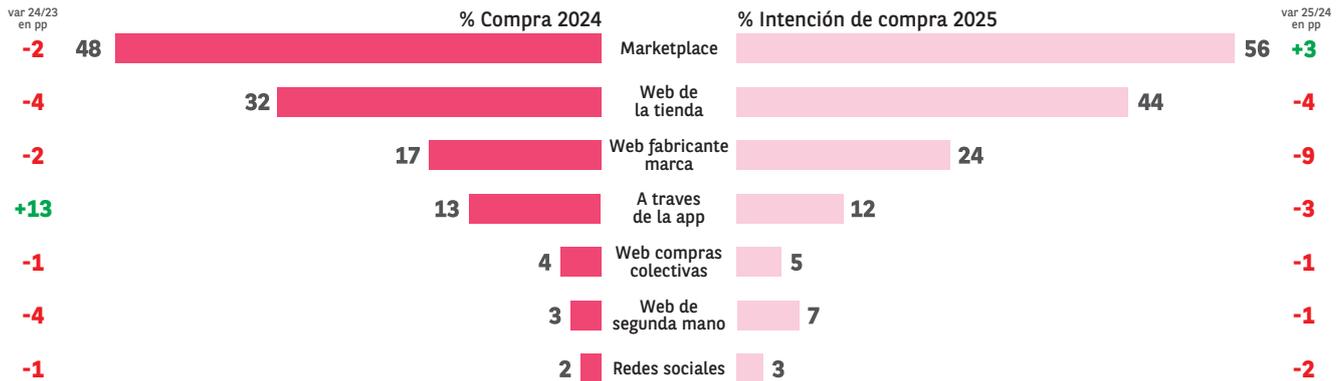


Principales motivos para elegir el tipo de tienda

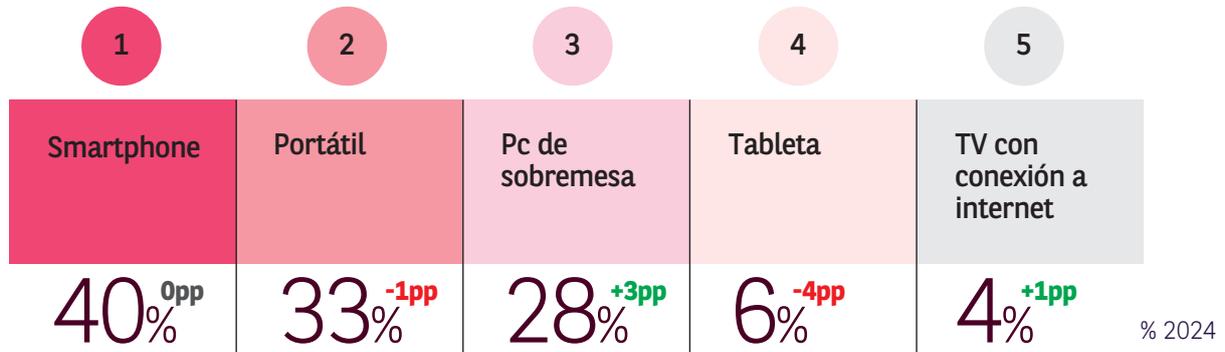


Y del 41% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?
(% respuesta múltiple)



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

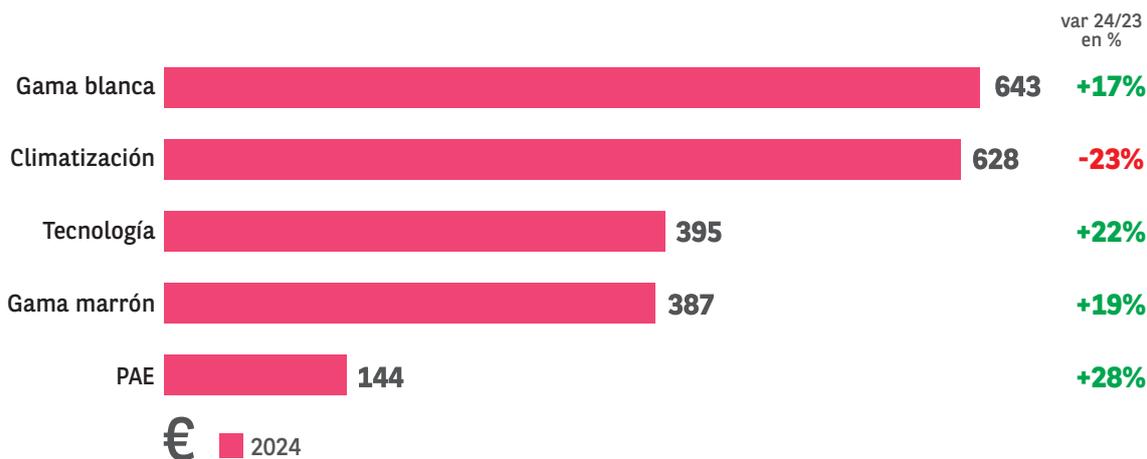


Gasto medio

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

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	470 €	+5%
Tienda física	471 €	+1%
Online	338 €	+9%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en electrodomésticos 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

