

# CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR  
GAMING

 [elobservatoriocetelem.es](https://elobservatoriocetelem.es)  
 [cetelem.es](https://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 Medio de pago**
  - 08 Canal de compra**
    - 08** Tipo tienda GLOBAL
    - 09** Videoconsolas
    - 09** Videojuegos
    - 10** PC/Portátil Gaming
    - 10** Componentes PC
    - 11** Periféricos
    - 11** Monitores
    - 12** Suscripción online
  - 13 Motivos de elección de establecimiento**
  - 15 Gasto medio**
  - 19 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Gaming**
  - 19** Fuentes de información en la decisión de compra
  - 20 Intención de compra para los próximos 12 meses**
  - 22 Intención gasto medio en los próximos 12 meses**
  - 23 Intención financiación en los próximos 12 meses**
  - 24 Intención medio de pago en los próximos 12 meses**
  - 25 Intención canal de compra en los próximos 12 meses**
  - 27 Conclusiones del sector Gaming**
  - 31 Ficha técnica**
-

---

## INTRODUCCIÓN

---

**María Ruíz-Manahan** | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,



las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro men-

sual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

## INTRODUCCIÓN

**Liliana Marsán** | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de



los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría. Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

**Liliana Marsán Fornís**

Responsable del Observatorio Cetelem. ■

# SECTOR GAMING

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



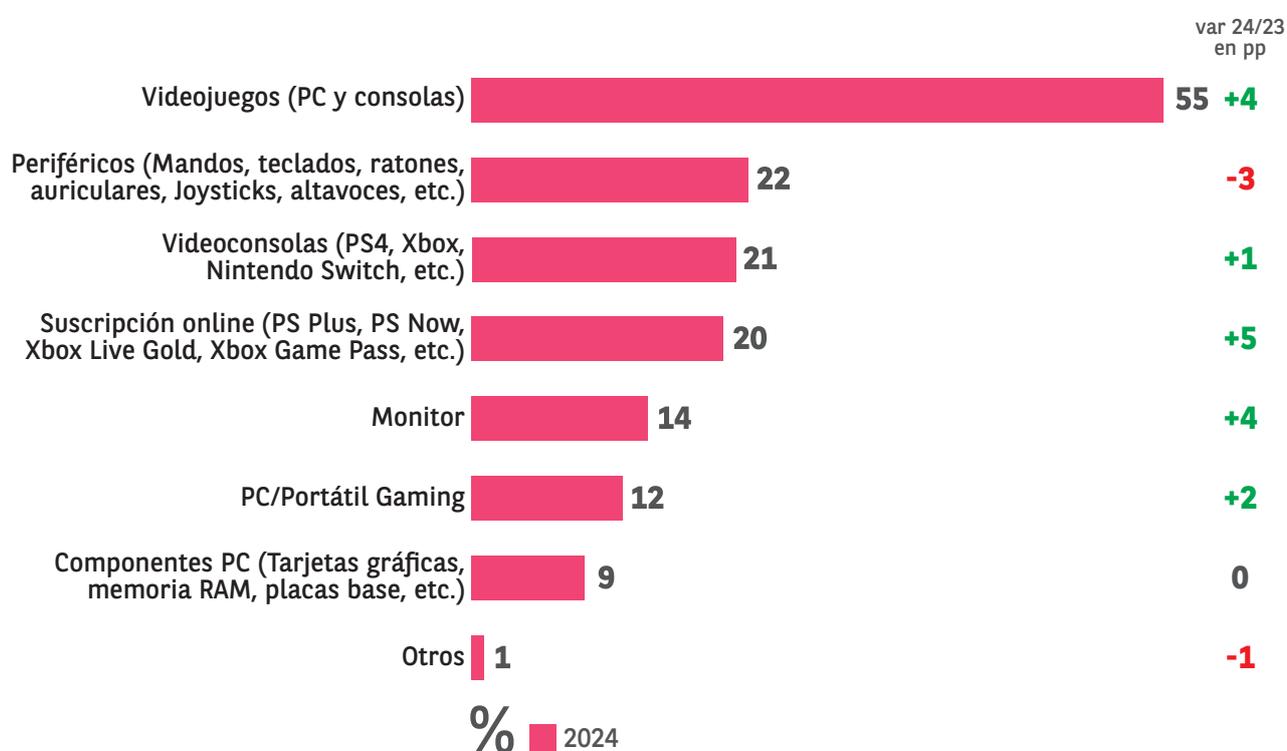
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

El 37% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector gaming en 2023, 5 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de 2023.



# TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado productos gaming en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?  
(% respuesta múltiple)



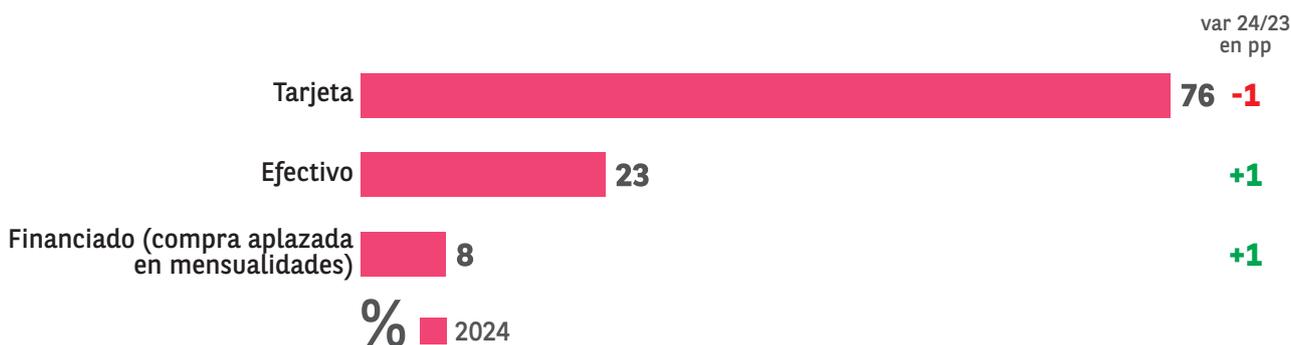
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías del sector gaming adquiridas por los consumidores durante el último año, los videojuegos son los más demandados un año más con un 55% de menciones (+4 puntos porcentuales vs 2023). Por detrás encontramos los periféricos con un 22%

(3 puntos menos que en 2023) y las videoconsolas con un 21% (+1 punto vs 2023). La categoría de suscripciones online es la que muestra un mayor crecimiento respecto al año anterior.

# 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 productos del sector gaming, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 76% de menciones (un punto menos que en 2023). 53 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo, y con un 8% a los que han financiado su compra (un punto más que el año pasado).

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector gaming, un 61%

(-7 puntos respecto a 2023) declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró y un 39% (+7 puntos respecto al año anterior) mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 70% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 29% (+3pp vs 2023).

# 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)



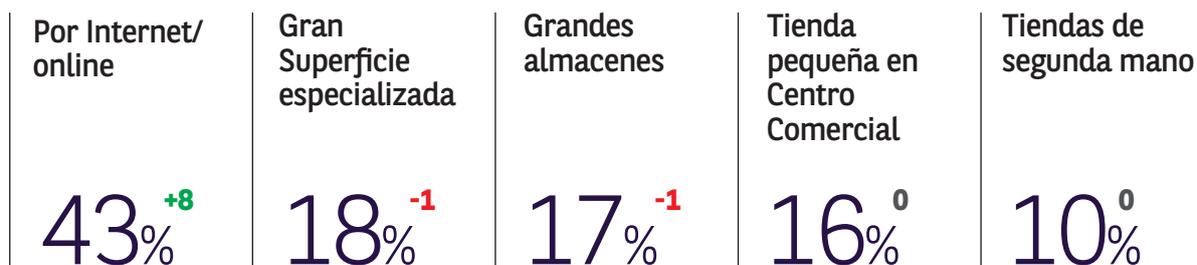
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de gaming, encontramos en el primer lugar a las tiendas online con un 62% de las menciones (6 puntos por encima de lo declarado en 2023).

Las grandes superficies especializadas, con un 20%, y los grandes almacenes, con una subida de 3 puntos hasta alcanzar el 17%, completan el top3.

## VIDEOCONSOLAS (PS4, XBOX, NINTENDO SWITCH, ETC.)

### Videoconsolas (PS4, Xbox, Nintendo Switch, etc.) (% respuesta múltiple)



% 2024

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

Analizando cada categoría dentro del sector, para las videoconsolas el top 3 está formado por la tienda online (43%), seguida por las grandes superficies especializadas (18%) y por los grandes almacenes (17%).

## VIDEOJUEGOS (PC Y CONSOLAS)

### Videjuegos (PC y consolas) (% respuesta múltiple)



% 2024

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

Para los videojuegos, encontramos en primer lugar a la tienda online, que aumenta (63% vs 55% en 2023), seguida por las tiendas pequeñas de centro comercial (17%) y las grandes superficies especializadas (13%).

## PC/PORTÁTIL GAMING

### PC/Portátil Gaming (% respuesta múltiple)



% 2024

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

Para los PC o portátiles gaming, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online (51%), seguida por las grandes superficies especializadas (-3pp hasta alcanzar un 14%)

y por las tiendas medianas o grandes de barrio que ascienden al puesto 3 con un 12%.

## COMPONENTES PC

### Componentes PC (Tarjetas gráficas, memoria RAM, placas base, etc.) (% respuesta múltiple)



% 2024

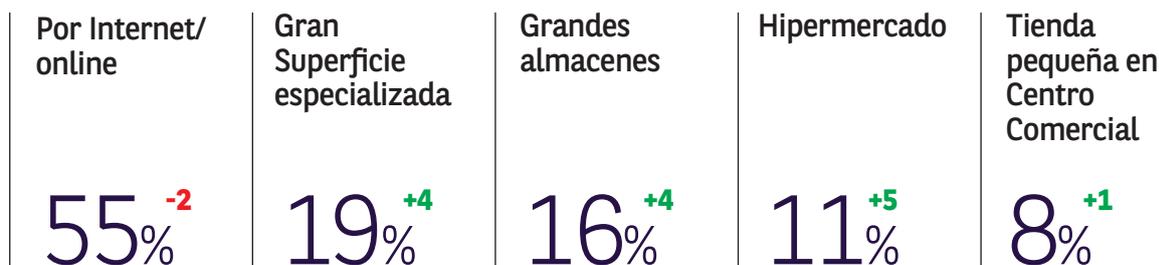
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra elegidos para la compra de componentes de PC son, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al resto, la tienda online (54%), seguidas

de lejos por los grandes almacenes (16%) y por las grandes superficies especializadas (12%).

## PERIFÉRICOS

**Periféricos (Mandos, teclados, ratones, auriculares, Joysticks, altavoces, etc.)**  
(% respuesta múltiple)



% 2024

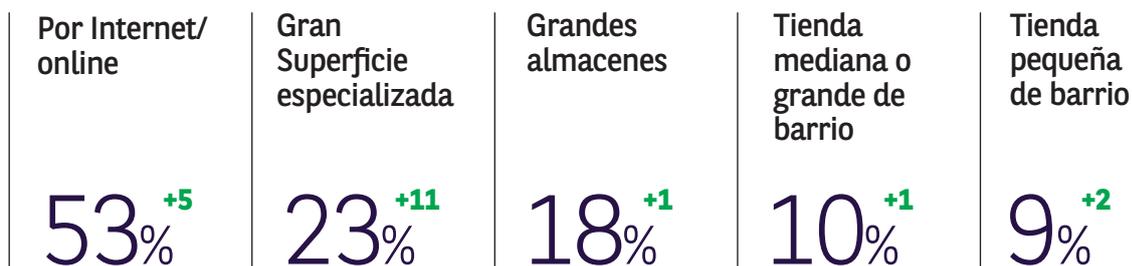
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Para los periféricos, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online con un importante descenso (55% vs 58%

en 2023), seguida por las grandes superficies especializadas (19%) y por los grandes almacenes (16%).

## MONITORES

**Monitor**  
(% respuesta múltiple)



% 2024

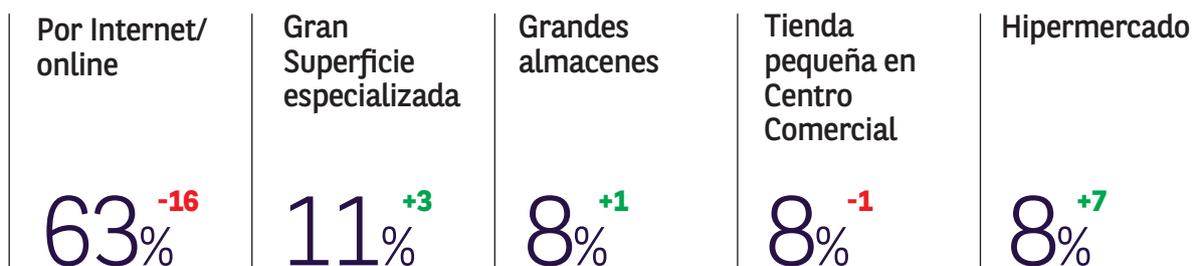
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los canales de compra elegidos para la compra de monitores son, en primer lugar, la tienda online con un fuerte aumento de 5 puntos (53% vs 48% en 2023), seguidas por

las grandes superficies especializadas (23%) y por los grandes almacenes (18%).

## SUSCRIPCIÓN ONLINE

Suscripción online (PS Plus, PS Now, Xbox Live Gold, Xbox Game Pass, etc.)  
(% respuesta múltiple)



% 2024

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

Para las suscripciones a servicios online, en primer lugar y con mucha diferencia respecto al segundo, volvemos a encontrar la tienda online (63%), seguida por las gran-

des superficies especializadas (11%) y por los grandes almacenes (8%).

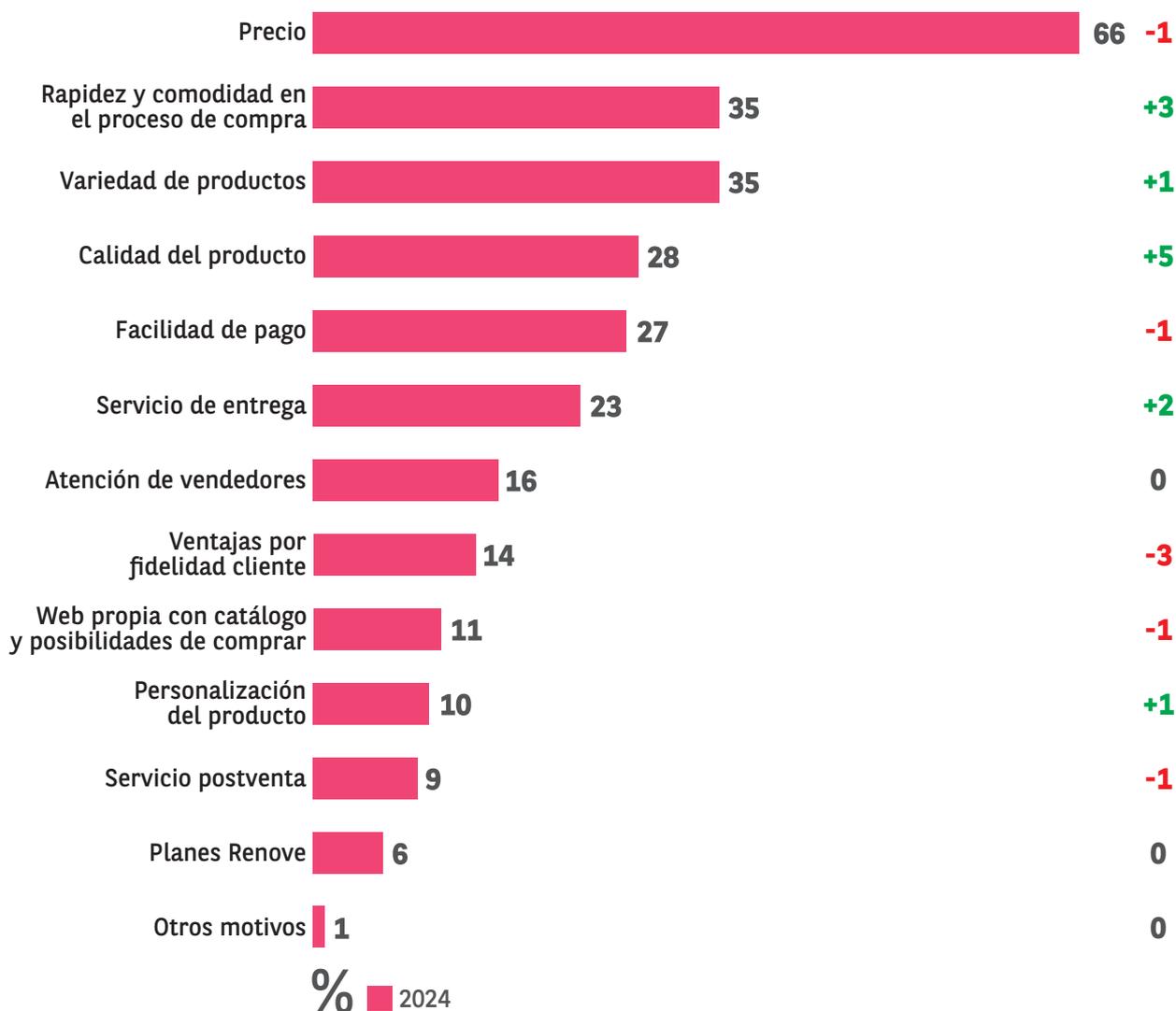
# MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿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)

var 24/23  
en pp



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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar en un establecimiento u otro, en general para los españoles en este sector, el precio es el más impor-

tante, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la variedad de productos que se ofrece, tal y como ocurría el año pasado.



# GASTO MEDIO

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos gaming adquiridos en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

325€ <sup>+2%</sup>

Gasto Medio en  
TIENDA FÍSICA

258€ <sup>+21%</sup>

Gasto Medio en  
TIENDA ONLINE

272€ <sup>-14%</sup>

€ 2024

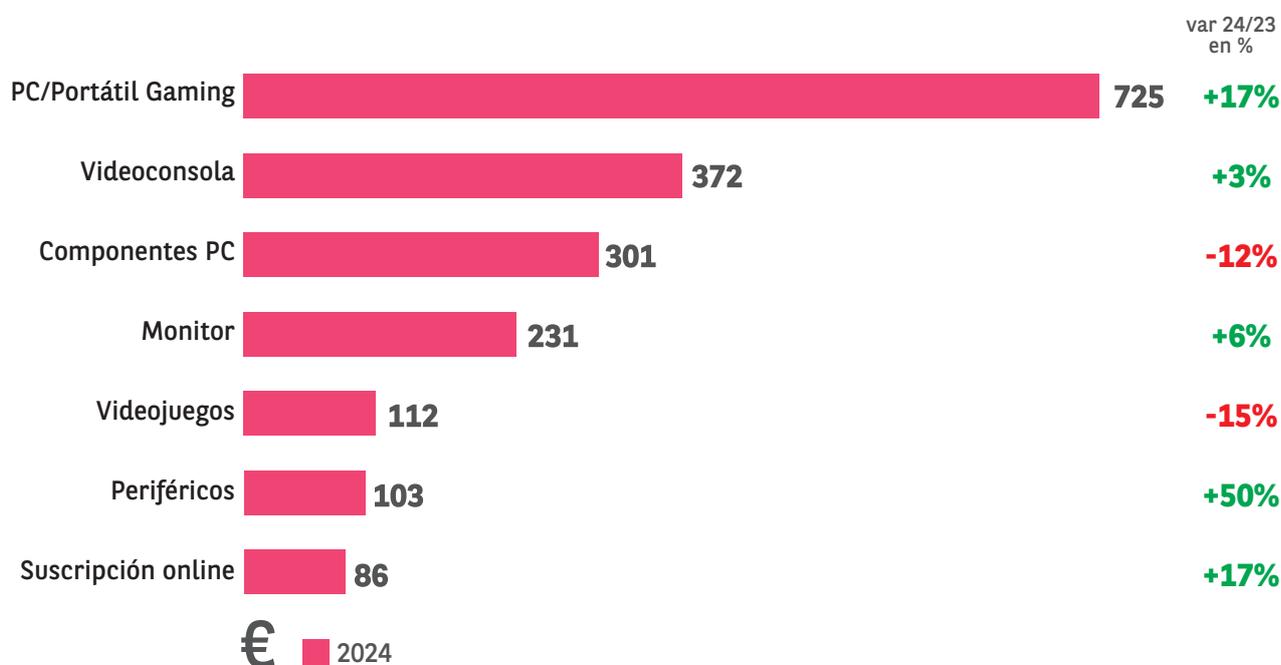
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto del sector gaming en los últimos 12 meses es de 325€, un 2% más que el de-

rado en 2023. El gasto medio general en tienda física es un 21% superior al de 2023 y el gasto en tienda online desciende en un 14%.

### En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos gaming 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 en PC y portátiles gaming (725€), videoconsolas (372€) y componentes de PC

(301€). El gasto medio aumenta en todas las categorías excepto en videojuegos y componentes.

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)

		<b>2024</b>	Var 2024/2023 (en %)
<b>Videoconsola</b>	Tienda física	<b>362 €</b>	<b>+1%</b>
	Online	<b>296 €</b>	<b>-9%</b>
<b>Videojuegos</b>	Tienda física	<b>90 €</b>	<b>-14%</b>
	Online	<b>104 €</b>	<b>-16%</b>
<b>PC/Portátil Gaming</b>	Tienda física	<b>520 €</b>	<b>+29%</b>
	Online	<b>727 €</b>	<b>+1%</b>
<b>Componentes PC</b>	Tienda física	<b>220 €</b>	<b>+55%</b>
	Online	<b>281 €</b>	<b>-28%</b>
<b>Periféricos</b>	Tienda física	<b>93 €</b>	<b>+42%</b>
	Online	<b>87 €</b>	<b>+38%</b>
<b>Monitor</b>	Tienda física	<b>199 €</b>	<b>+4%</b>
	Online	<b>209 €</b>	<b>-2%</b>
<b>Suscripción online</b>	Tienda física	<b>83 €</b>	<b>+25%</b>
	Online	<b>76 €</b>	<b>-55%</b>

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

Si comparamos con el año anterior, el gasto en tienda física aumenta de forma importante en las categorías de

componentes de pc y periféricos, y el gasto online tan solo lo hace en la categorías de periféricos.

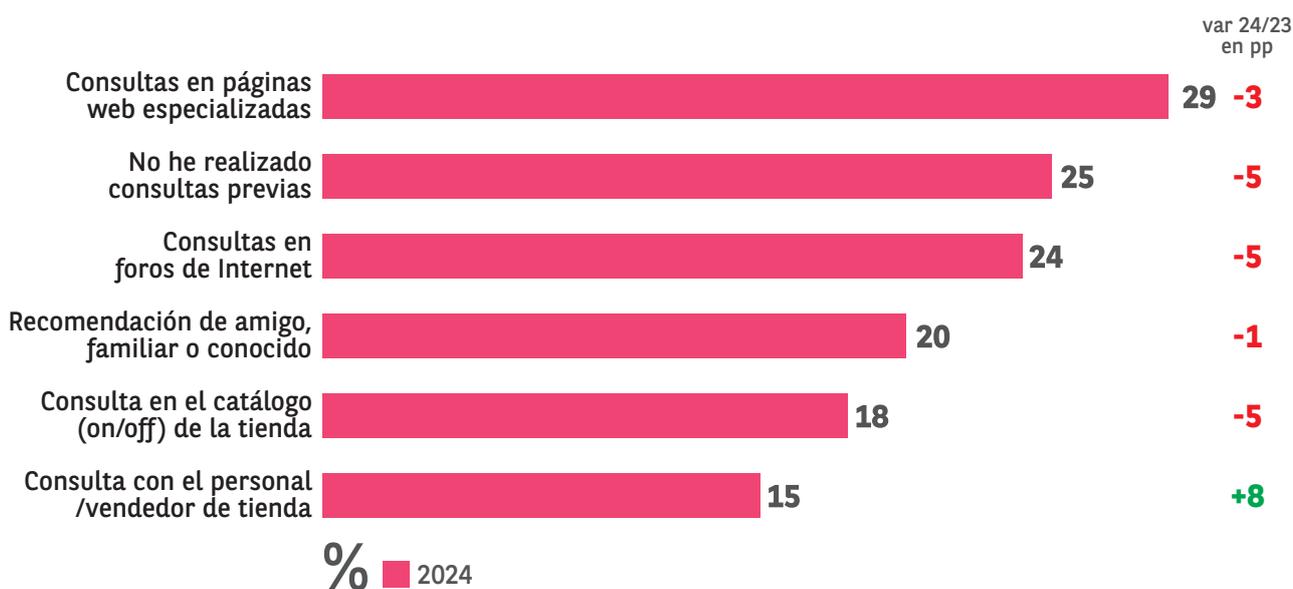


# ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR GAMING

## 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 del sector gaming, observamos cómo el 29% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (-3pp vs 2023). Los que consultan en foros de internet son el

24%, aunque por delante de estos con un 25% encontramos a los que no realizan consultas previas. Tan solo aumenta el porcentaje de los que consultan al personal de las tiendas.

# 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)

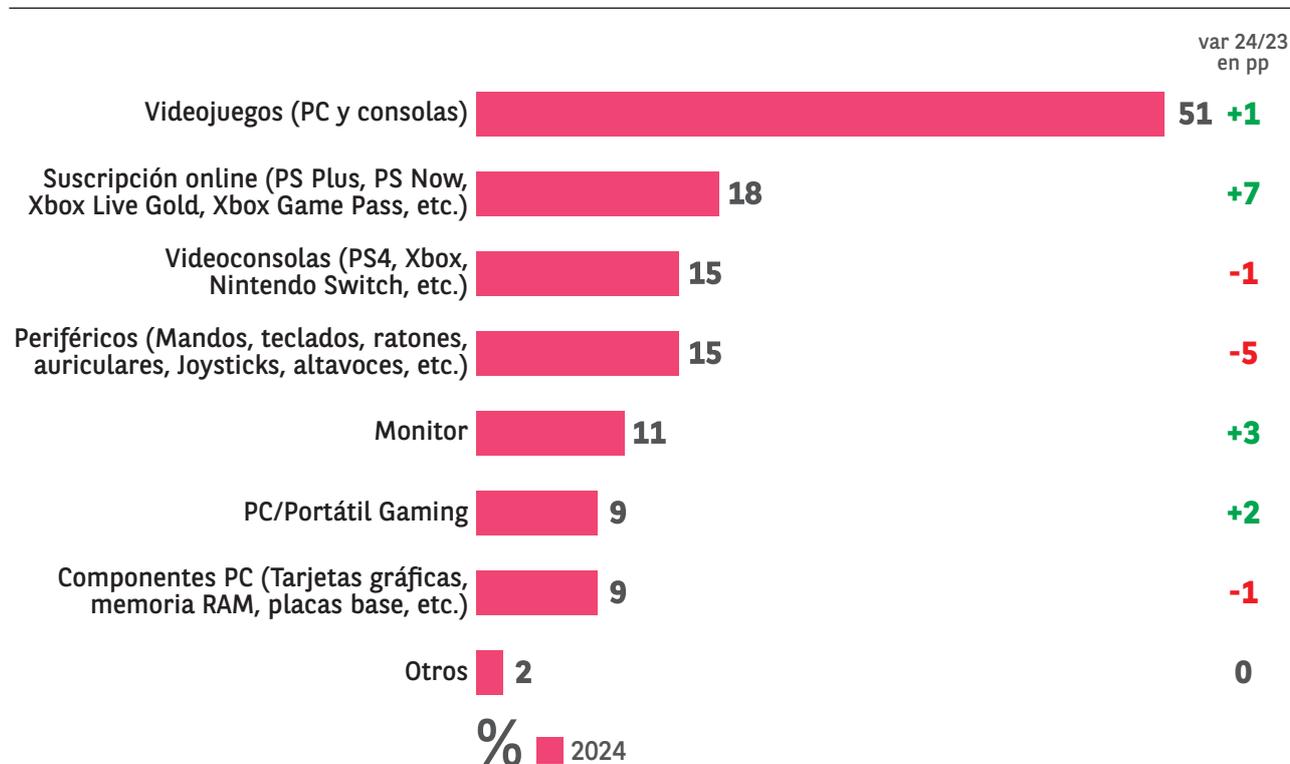


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

Un 38% de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector gaming en los próximos 12 meses, un punto menos que la intención mostrada el año anterior.

## Has dicho que tienes pensado comprar algún producto gaming 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

Por categoría, en primer lugar, los más pretendidos vuelven a ser los videojuegos con un 51%, seguidos de las suscripciones online que pasan del cuarto al segundo lugar con un aumento de 7 puntos hasta alcanzar el 18%

de menciones. Para cerrar el top 3 encontramos las videoconsolas con un 15% de menciones, aunque muestran un descenso de un punto en intención de compra.

# 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

297€ <sup>+22%</sup>

Gasto Medio en TIENDA FÍSICA

255€

Gasto Medio en TIENDA ONLINE

226€

€ 2024

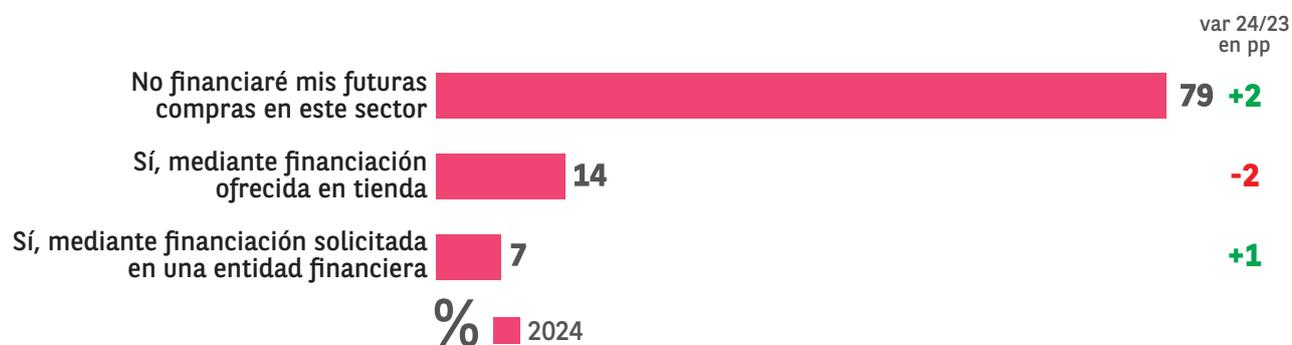
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Los españoles encuestados tienen intención de gastar una media de 297€ en sus compras gaming en los próximos 12 meses, lo que supone un aumento del 22% respecto a la intención de gasto mostrada para este 2023.

La intención de gasto en tienda física ronda una media de 255€ y en tienda online unos 225€.

# INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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



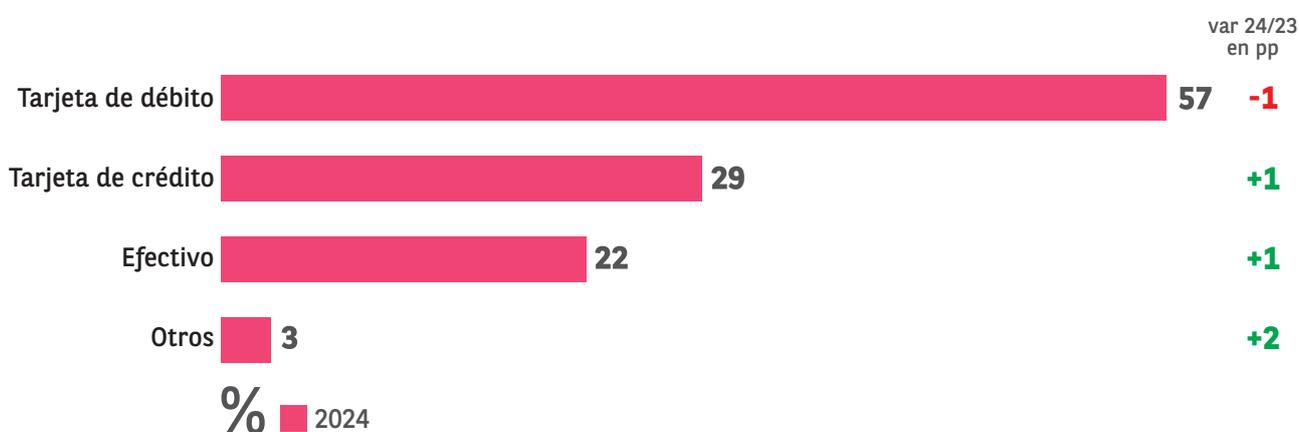
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 14% de los españoles encuestados tiene intención de financiar en tienda sus compras gaming en los próximos

12 meses, aunque la gran mayoría seguirá optando por no financiar sus compras de este sector.

# INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

## ¿Cómo pagarás tu compra? (% respuesta múltiple)



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

Para el 57% de los consumidores del sector gaming, el pago a través de su tarjeta de débito es el que utilizarán en sus próximas compras. De lejos le siguen el pago con

tarjeta de crédito y el pago en efectivo con un 29% y un 22% respectivamente.

# INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar productos gaming en los próximos 12 meses?

(% respuesta múltiple)

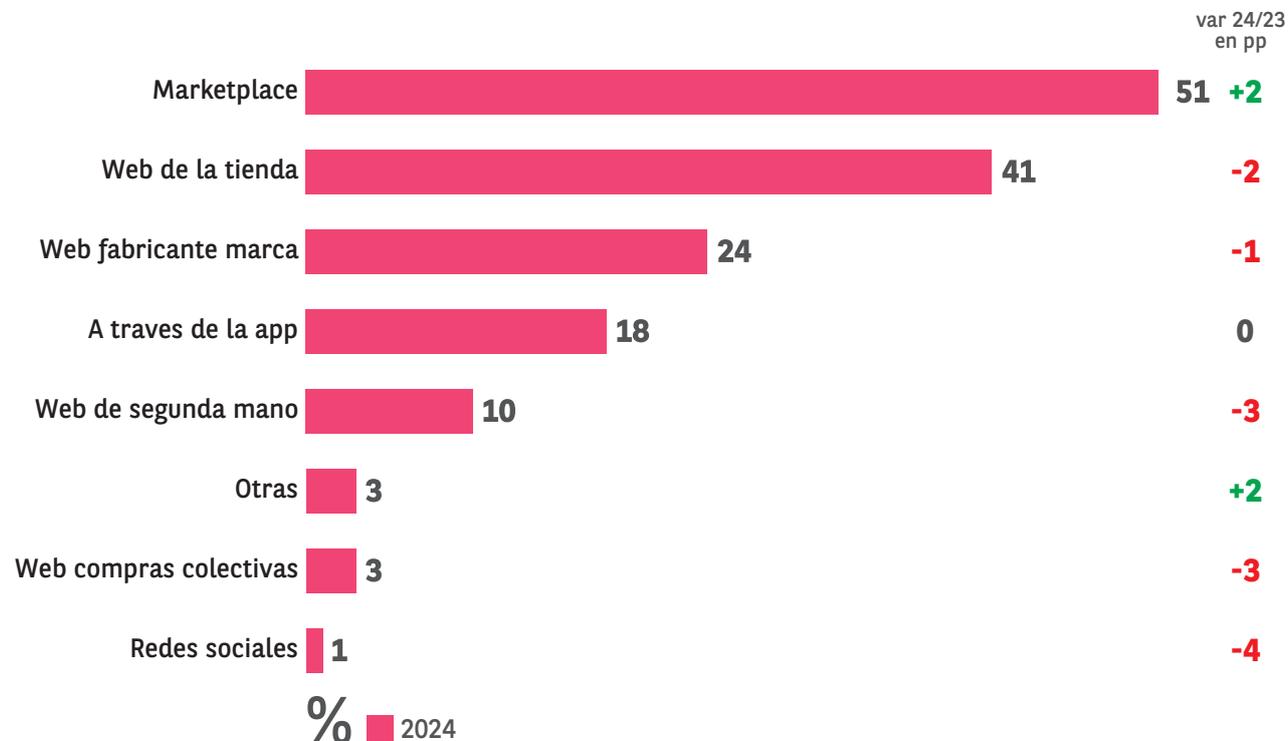


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 54% de los españoles encuestados tiene intención de realizar sus futuras compras gaming en las tiendas online (mismo porcentaje que el año anterior). Por detrás vol-

vemos a encontrar con un 23% a los que pretenden comprar en grandes superficies especializadas y con un 14% a los que pretenden comprar 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

De los que pretenden comprar online, más de la mitad lo hará en marketplaces, aumentando esta intención de compra en 2 puntos porcentuales. Le siguen las webs de

las tiendas y las del fabricante o marca con un 41% y un 24% respectivamente.

# CONCLUSIONES DEL SECTOR GAMING

El **37%**<sup>-5pp</sup> de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector gaming en los últimos 12 meses, gastando una media de **325€**<sup>+2%</sup>

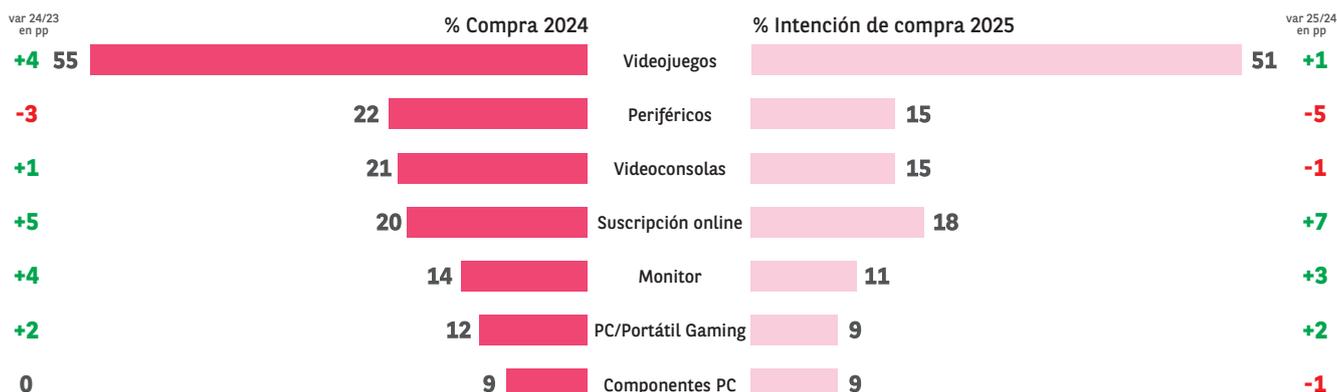
El **37%**<sup>-1pp</sup> de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector gaming en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **297€**<sup>+22%</sup>

## Compras e intención de compra

Observamos un fuerte crecimiento en las suscripciones online tanto en 2024 como de cara a 2025.

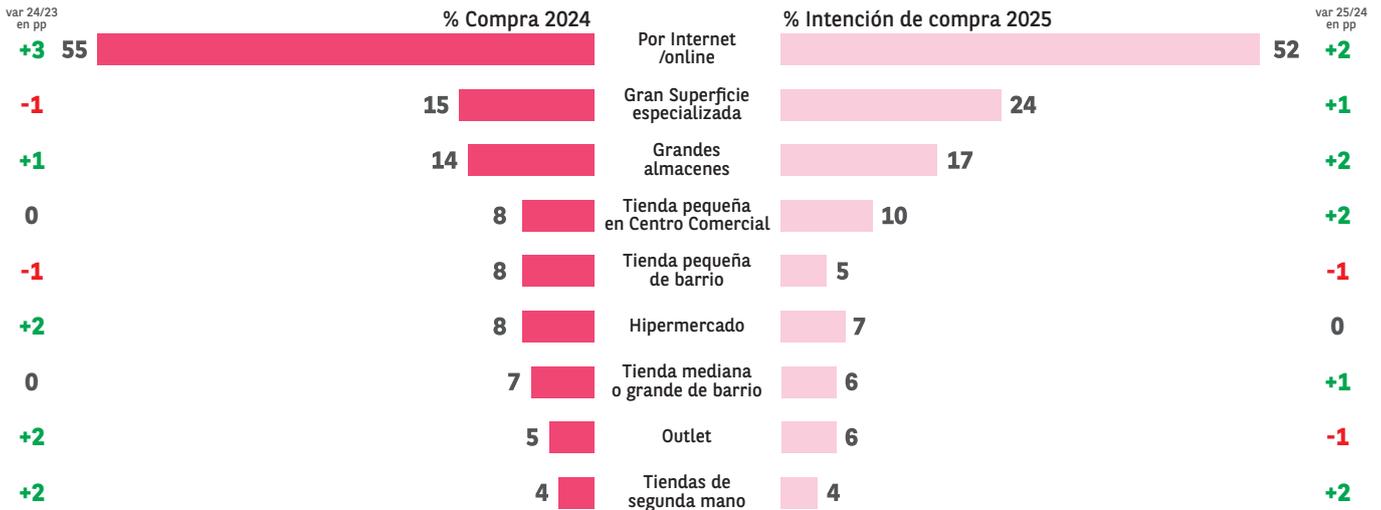
¿Qué tipo de producto del sector gaming has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los próximos 12 meses?

(% respuesta múltiple)



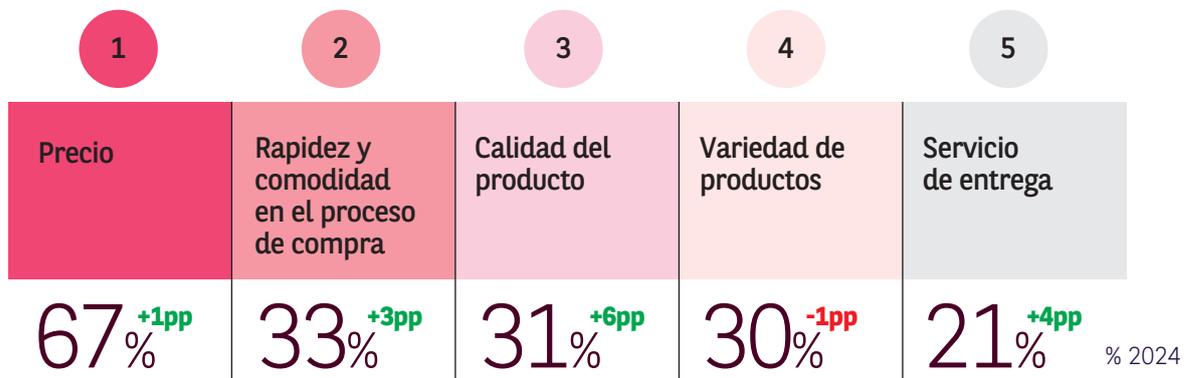
## Canal de compra

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)



## Principales motivos para elegir el tipo de tienda

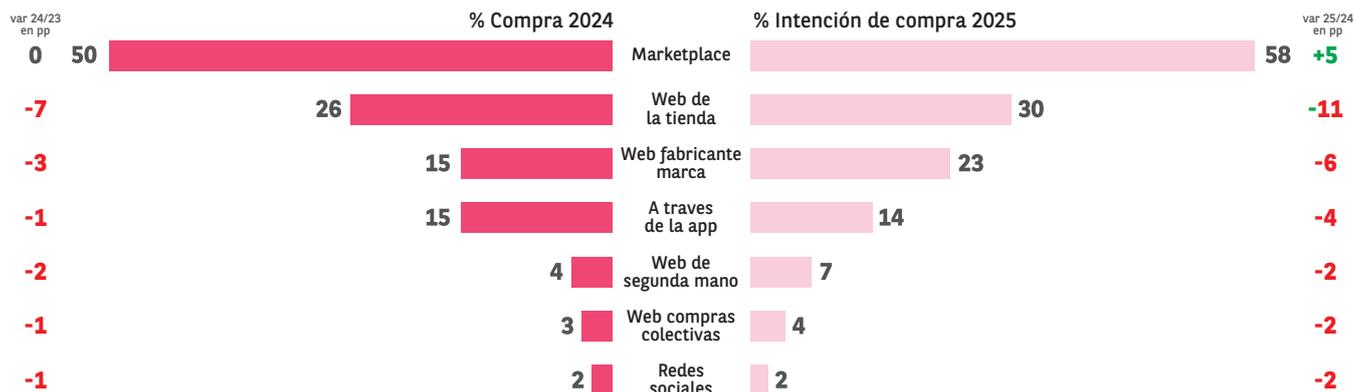
La calidad del producto se posiciona como tercera variable más importante y con fuerte crecimiento respecto al año anterior.



## Y del 55% que ha comprado online...

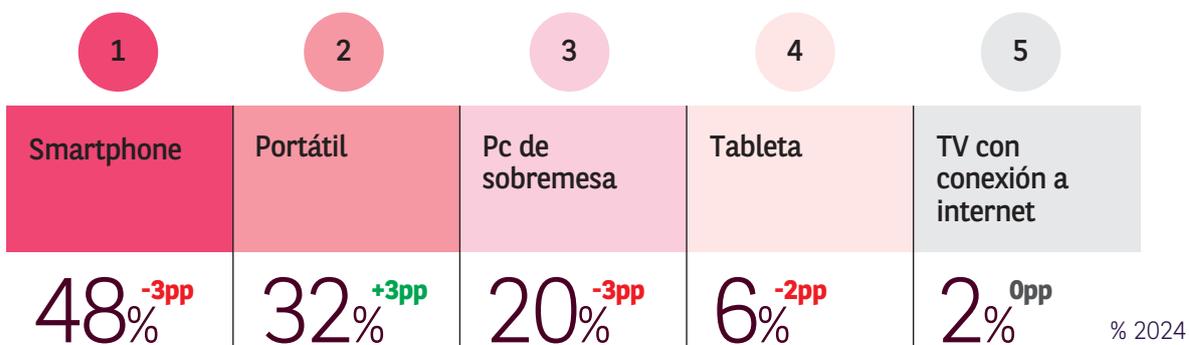
¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?

(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?

(% respuesta múltiple)

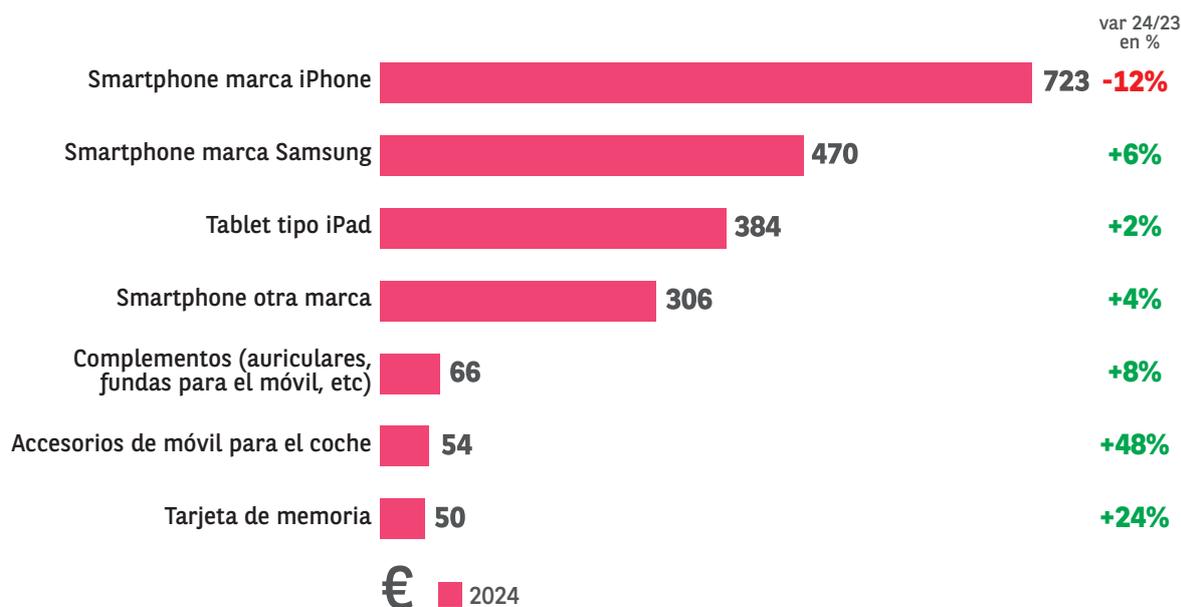


## Gasto medio

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

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	410 €	+1%
Tienda física	387 €	+2%
Online	361 €	-3%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los dispositivos móviles 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

