

CONSUMO ESPAÑA 2025

DINÁMICAS DEL CONSUMO EN ESPAÑA 2025: TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS

OBSERVATORIO Cetelem





BARÓMETRO MENSUAL





BARÓMETRO MENSUAL: PERCEPCIÓN SITUACIÓN GENERAL Y PERSONAL



--- Situación personal

Situación general del país

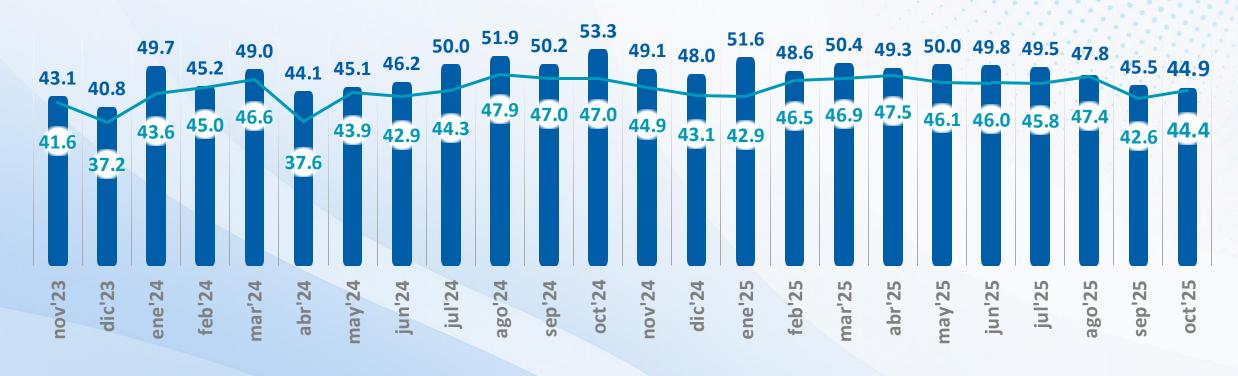


BARÓMETRO MENSUAL: PERCEPCIÓN FUTURA





BARÓMETRO MENSUAL: AHORRO



% ahorradores último mes

—% intención seguir ahorrando



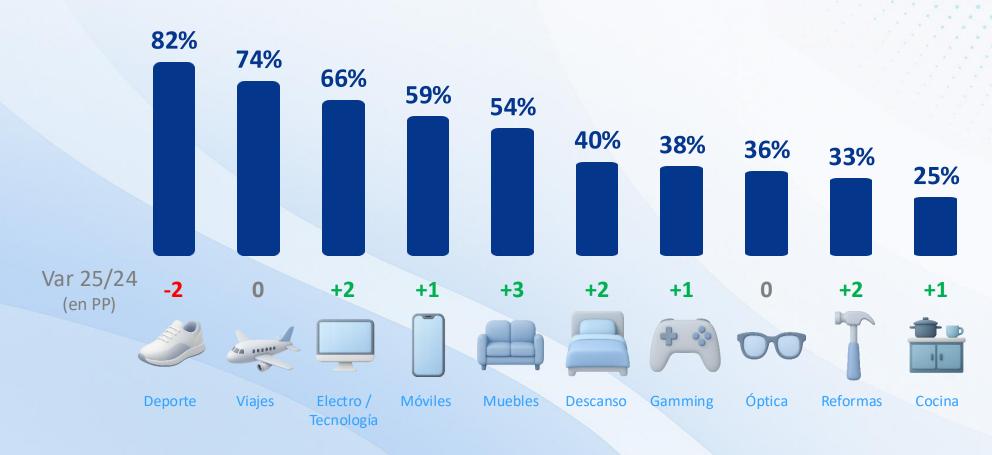




ASPECTOS GENERALES Y TENDENCIAS



PRODUCTOS COMPRADOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES







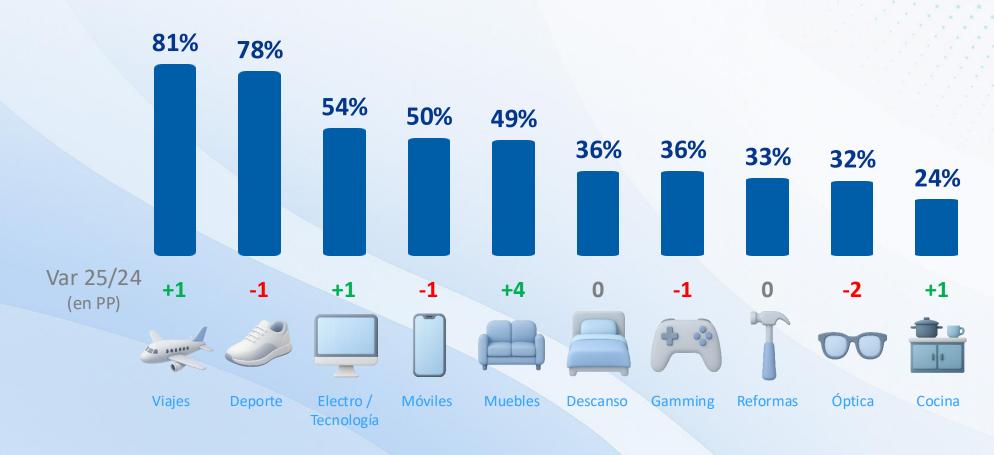
GASTO REALIZADO POR SECTOR



BNP PARIBAS



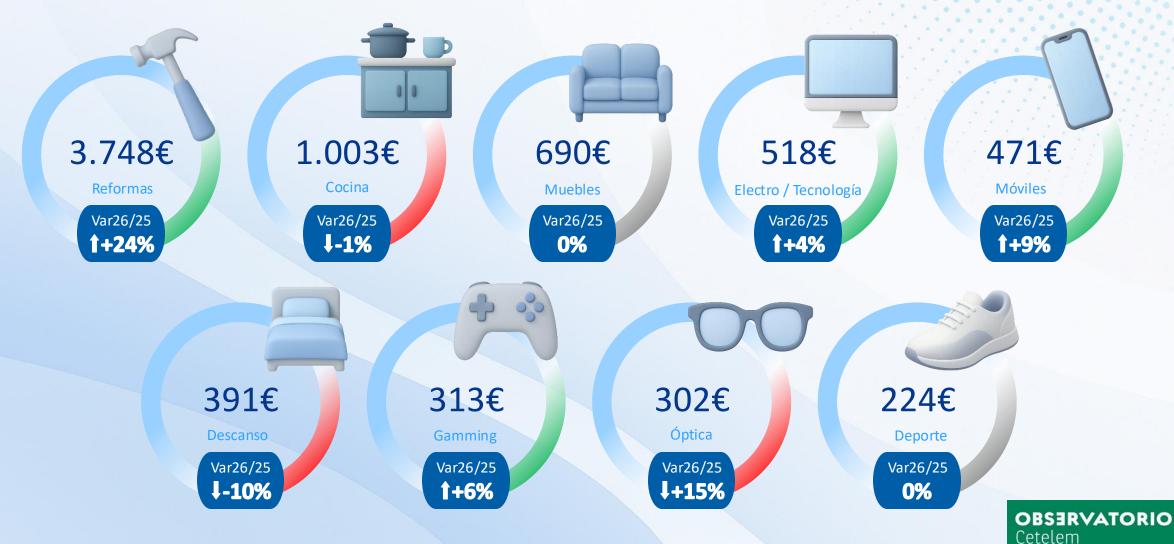
INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES







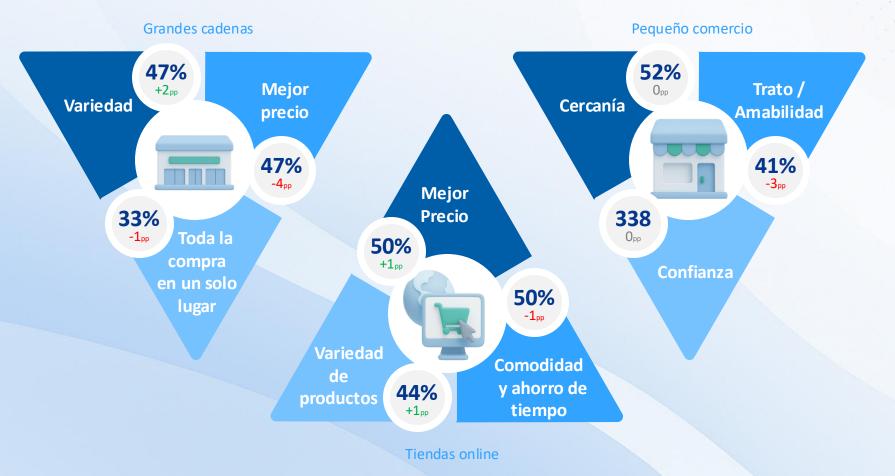
INTENCIÓN DE GASTO PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES



BNP PARIBAS



CANAL PREFERIDO Y ASPECTOS MAS VALORADOS



¿Dónde prefieres hacer la compra?

Grandes cadenas



41%

Tiendas online



31%

Pequeño comercio



28%

(Respuesta única)

OBSERVATORIO Cetelem



(Respuesta múltiple)



ECOMERCE: LOGÍSTICA EN LAS COMPRAS ONLINE

Percepción de mejora
(Respuesta única)

Plazos de entrega -4

Seguimiento digital +2

Seguimiento digital +2

Gastos de envío 0

11%



El **66%** de los consumidores que han comprado online ha notado una mejoría en los precios de logística





ECOMERCE: DEVOLUCIONES EN LAS COMPRAS ONLINE



En los últimos 12 meses el **45%** ha devuelto o cancelado algún producto comprado online, un **1 punto** más que el año pasado (Respuesta única)



(Respuesta múltiple) Var 25/24

Tener que desplazarme -3

Costes -1 26%

Tardanza en la devolución del dinero +1 21%

Necesidad de embalaje original +1 19%

Plazo para realizar la devolución 0 16%

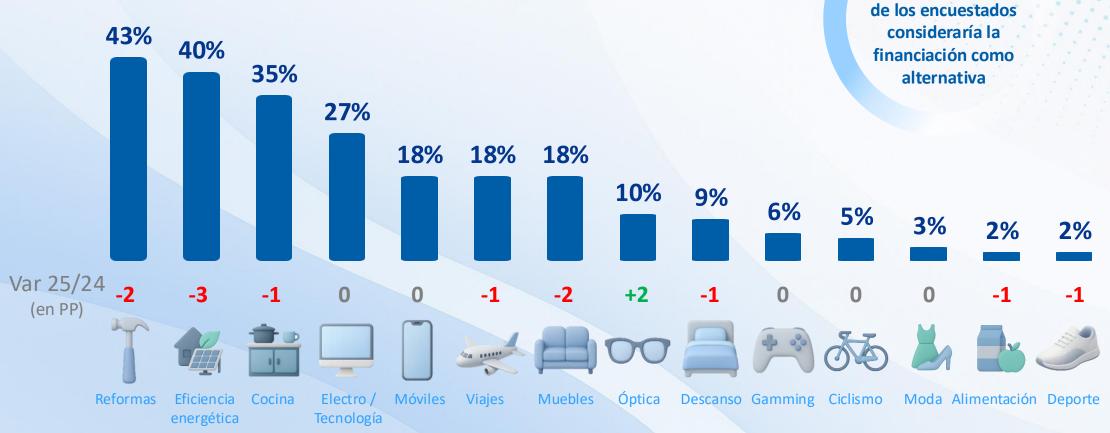








FINANCIACIÓN COMO ALTERNATIVA DE PAGO



(Respuesta múltiple)



(Respuesta única)

El 50% (+1 punto)





ELECTRO Y TECNOLOGÍA: COMPRA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



El **66% (+3 puntos)** de los encuestados ha comprado productos de este sector

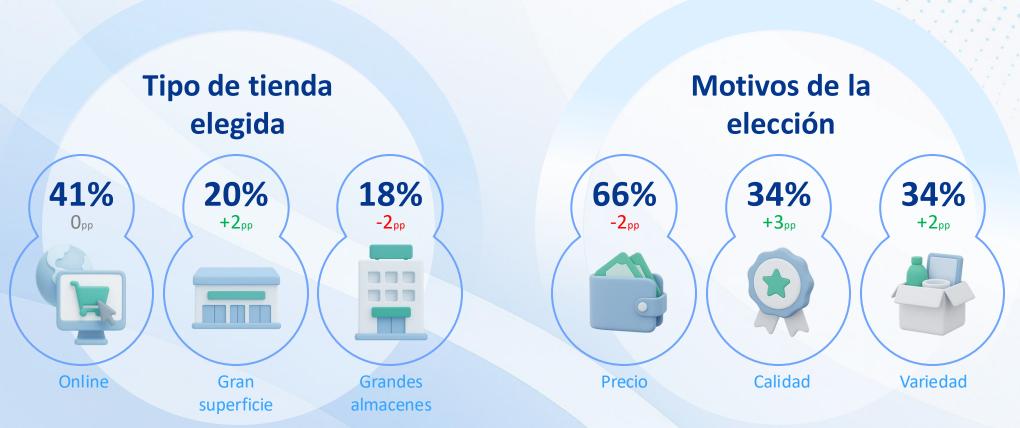






ELECTRO Y TECNOLOGÍA: CANAL DE COMPRA Y MOTIVOS DE ELECCIÓN

(Respuesta múltiple)





(Respuesta múltiple – máximo 3)



ELECTRO Y TECNOLOGÍA: INTENCIÓN DE COMPRA Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES









MUEBLES, DECORACIÓN Y COMPLEMENTOS: COMPRA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



El **54% (+2 puntos)** de los encuestados ha comprado productos de este sector

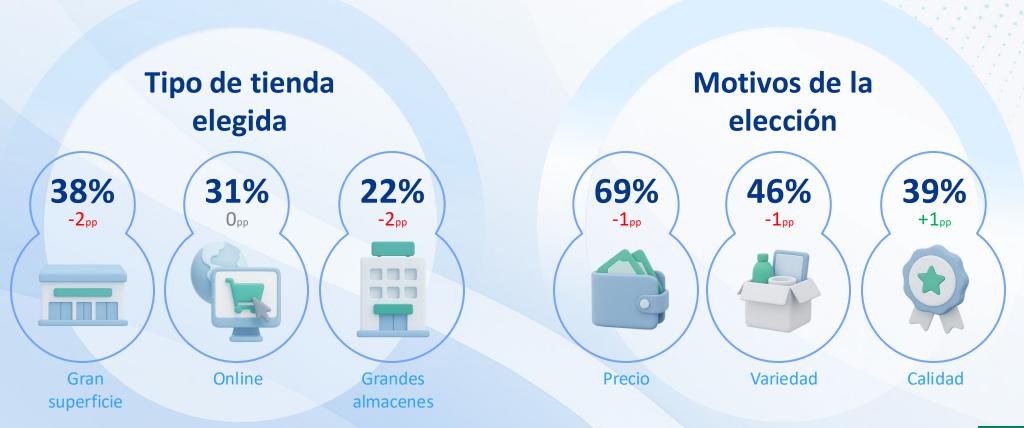






MUEBLES, DECORACIÓN Y COMPLEMENTOS: CANAL DE COMPRA Y MOTIVOS DE ELECCIÓN

(Respuesta múltiple)





(Respuesta múltiple – máximo 3)



MUEBLES, DECORACIÓN Y COMPLEMENTOS: INTENCIÓN DE COMPRA Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES









REFORMAS: TIPO DE REFORMA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



El **33% (+2 puntos)** de los encuestados de los encuestados ha realizado reformas en el hogar







REFORMAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA: TIPO DE REFORMA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

El **35% (+6 punto)** de las reformas realizadas están relacionadas con mejoras de eficiencia energética





(Respuesta múltiple)

Media Gasto
4.334€

Var25/24
1+13%





REFORMAS: RAZONES PARA REALIZAR LA REFORMA

Razones para la reforma de mejora de la eficiencia energética



(Respuesta múltiple)

¿Has realizado la reforma por...?



(Respuesta única)





REFORMAS: INTENCIÓN DE REFORMAR Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES



El **33% (0 puntos)** de los encuestados tiene intención de realizar reformas en el hogar







REFORMAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA: INTENCIÓN DE REFORMAR Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El 30% (+1 punto) de la intención de reforma está relacionado con mejoras de eficiencia energética





Media Gasto
3.748€

Var25/24
1+2/19/



(Respuesta múltiple)



DISPOSITIVOS MÓVILES: COMPRA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



El **59% (+1 punto)** de los encuestados ha comprado productos de este sector

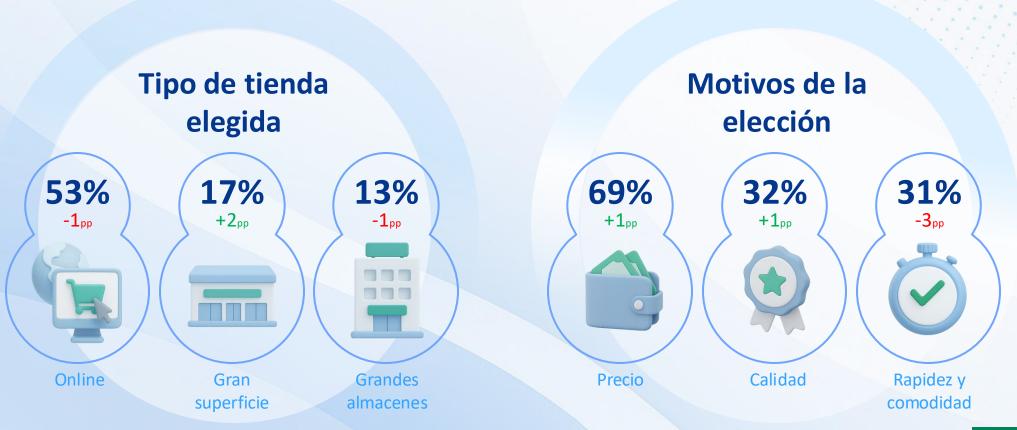






DISPOSITIVOS MÓVILES: CANAL DE COMPRA Y MOTIVOS DE ELECCIÓN

(Respuesta múltiple)



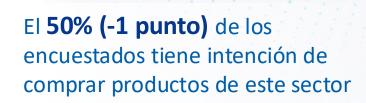


(Respuesta múltiple – máximo 3)



DISPOSITIVOS MÓVILES: INTENCIÓN DE COMPRA Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES









GAMING: COMPRA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



El **38% (+1 punto)** de los encuestados ha comprado productos de este sector

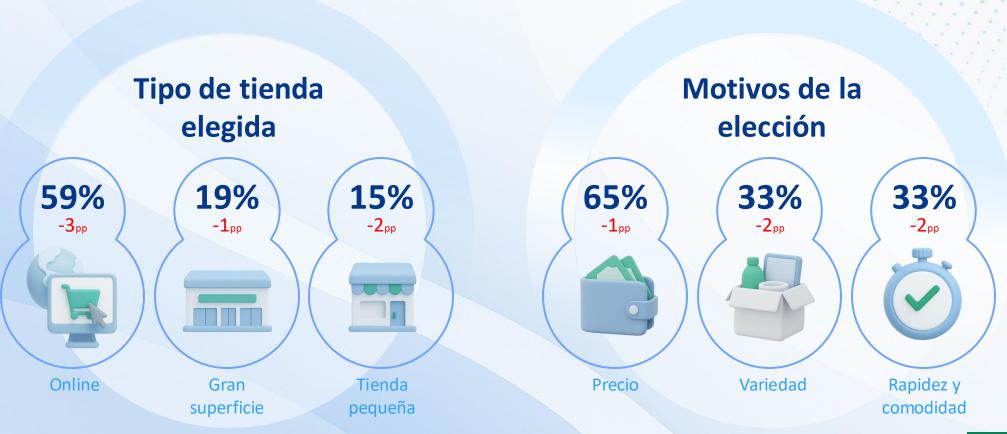






GAMING: CANAL DE COMPRA Y MOTIVOS DE ELECCIÓN

(Respuesta múltiple)





(Respuesta múltiple – máximo 3)



GAMING: INTENCIÓN DE COMPRA Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES





El **36% (-1 punto)** de los encuestados tiene intención de comprar productos de este sector





DESCANSO: COMPRA Y GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



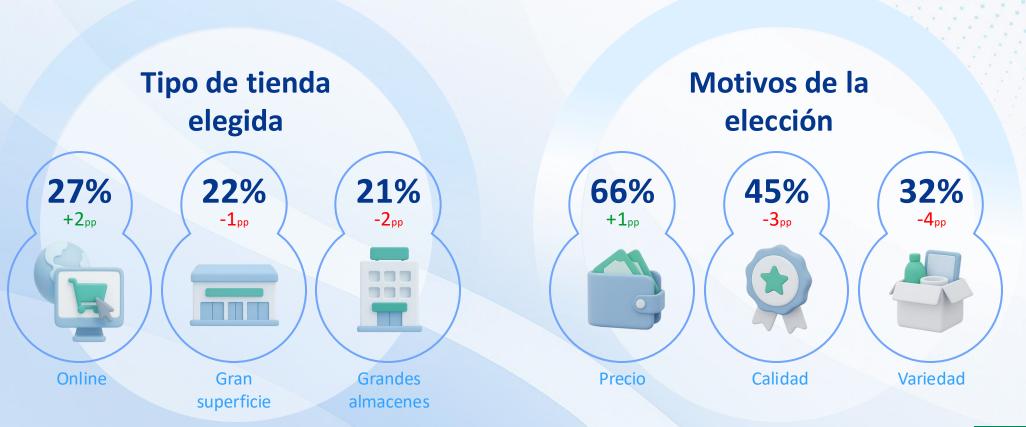
El **40% (+2 punto)** de los encuestados ha comprado productos de este sector

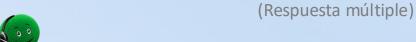






DESCANSO: CANAL DE COMPRA Y MOTIVOS DE ELECCIÓN









DESCANSO: INTENCIÓN DE COMPRA Y GASTO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES





El **36% (0 puntos)** de los encuestados tiene intención de comprar productos de este sector







INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS COMPRAS





IMPACTO E IMPLANTACIÓN DE LA IA EN EL PROCESO DE COMPRA

¿Cómo crees que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)?

Puede ayudar a encontrar productos +4 Puede ayudar a encontrar productos personalizados 0 Puede hacer que el proceso de pago sea mas rápido y eficiente -1 Experiencias de compra inmersivas en los puntos de venta físicos -5 16%

> ¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras?

Podría considerarlo si veo beneficios claros _1

Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA -2

Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA +3 17%

(online y física)?











IMPACTO E IMPLANTACIÓN DE LA IA EN EL PROCESO DE COMPRA

¿Cómo crees que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)?

Puede ayudar a encontrar productos +4 50%

Puede ayudar a encontrar productos personalizados 0 39%

Puede hacer que el proceso de pago sea mas rápido y eficiente -1 21%

Experiencias de compra inmersivas en los puntos de venta físicos -5 16%

¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras?

Var 25/24 (Respuesta única)

Podría considerarlo si veo beneficios claros -1 52%

Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA -2 30%

Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA +3 17%





OFERTAS DE LAS EMPRESAS BASADAS EN LA IA

¿La implementación de IA por parte de una marca influye en tu lealtad hacia ella?

Var 25/24

No influye mucho. Otros factores son más importantes -2

No me importa si una marca usa IA o no; no afecta mi lealtad +1

Si una marca utiliza IA de manera efectiva me hace más leal +1 14%

¿Cuál es tu opinión sobre las ofertas basadas en IA?

Var 25/24

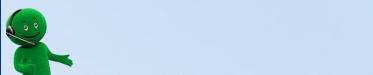
(Respuesta única)

Son atractivas pero no esenciales para mí -1

50%

No me interesan. Prefiero buscar por mí mismo -2

Me interesa mucho +3 18%





CHATBOX Y CONFIANZA EN LAS DECISIONES BASADAS EN IA

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA para resolver consultas de servicio al cliente?

Var 25/24

Respuesta única)

No me gustan. Prefiero hablar con un humano -3 40

Depende de la complejidad. Para asuntos simples están bien +1 51%

Sí, porque están disponibles 24/7 y responden rápidamente +2 9%

¿Hasta qué punto confías en las decisiones y sugerencias proporcionadas por sistemas de IA?

Var 25/24

(Respuesta única)

Confío pero siempre reviso antes de tomar una decisión final +4 52%

Prefiero confiar en mi propio juicio _4 40%

Confío completamente en las decisiones de la IA 0 **8%**





PREOCUPACIONES SOBRE EL IMPACTO DE LA IA

¿Tienes preocupaciones sobre cómo se utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA?

Var 25/24

Sí, pero el beneficio de la personalización supera éstas +2 41%

Estoy muy preocupado y prefiero no recibir publicidad personalizada -1 33%

No mientras mi información se maneje de manera segura y privada _1 ___ 269

(Respuesta única)

¿Cuál es tu opinión acerca de la IA en la seguridad de sus transacciones online?

Var 25/24

No estoy seguro de como afecta la seguridad de mis transacciones _1 40%

Prefiero métodos de seguridad tradicionales sin IA -1 39%

Confío en que la IA mejora la seguridad de mis transacciones en línea +2 21%

(Respuesta única)





PERCEPCIÓN SOBRE EL FUTURO DE LA IA

¿Qué tareas relacionadas con el consumo te gustaría ver automatizadas por la IA en el futuro?

Var 25/24

la comparación de precios y la búsqueda de cupones +2 39%

Prefiero tener control total sobre mis tareas de compra -2 36%

La automatización del seguimiento de envíos -1 32%

¿Cómo imaginas que la IA cambiará tu forma de consumo en los próximos 5 años?

Var 25/24

No estoy seguro, pero estoy abierto a las posibilidades _4 ____ 47%

Espero una experiencia de compra más integrada y sin fricciones +1 36%

Hará que las compras sean automatizadas y personalizadas +3 17%

(Respuesta única)







CONCLUSIONES

MAS INFORMACIÓN:

www.elobservatoriocetelem.es

OBSERVATORIO Cetelem

