

CONSUMO ESPAÑA 2025

SECTOR
DEPORTES



 elobservatoriocetelem.es
 bnpparibas-pf.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



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 Deportes**
 - 06 Tipo de producto comprado**
 - 07 Canal de compra**
 - 10** Textil y calzado deportivo
 - 10** Máquinas fitness
 - 11** Deportes acuáticos
 - 11** Patinetes eléctricos
 - 12 Motivos de elección de establecimiento**
 - 13 Gasto realizado**
 - 15 Medio de pago**
 - 16 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Deportes**
 - 16** Fuentes de información en la decisión de compra
 - 17 Intención de compra para los próximos 12 meses**
 - 19 Intención gasto medio en los próximos 12 meses**
 - 20 Intención medio de pago en los próximos 12 meses**
 - 21 Intención canal de compra en los próximos 12 meses**
 - 23 Conclusiones del sector Deportes**
 - 27 Ficha técnica**
-

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Cada año tenemos una cita con el consumo en España y siempre es un momento especial para Cetelem. En esta ocasión presentamos la 28ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem. Un informe que arrancó allá por 1997 y es el decano de los informes que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores.

Son ya, y se dice pronto, casi tres décadas estudiando diferentes 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.

El consumo en España es un motor clave de la economía determinando



la fortaleza del mercado interno y representando una parte sustancial del PIB. Cumple funciones sociales, culturales y económicas: vertebrando la vida cotidiana, facilita el acceso a bienes y servicios, y contribuye a la configuración de un modelo de sociedad que valora la sostenibilidad, la

calidad y la innovación. En síntesis, el consumo en España es fundamental para el dinamismo económico, la cohesión social y la adaptación continua de empresas y ciudadanos a un entorno en transformación.

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

España ha sorprendido positivamente con un crecimiento económico superior al esperado en la primera mitad de 2025. El Producto Interior Bruto (PIB) aumentó un 0,6% en el primer trimestre y se aceleró hasta el 0,8% en el segundo, impulsado por la demanda interna y la inversión. La previsión anual ubica el crecimiento en torno al 2,5-2,9%, marcando la economía española como una de las más dinámicas de la zona euro a pesar de la incertidumbre internacional.

Por otra parte, la inflación se mantiene relativamente estable, con una tasa anual en torno al 3% en septiembre y una inflación subyacente situada cerca del 2,4%. Esto, junto con la bajada notable del paro hasta el 10,29%, aumenta la confianza de los consumidores. El consumo privado ha sido protagonista en el ciclo expansivo español, creciendo un 3,7% anual en el primer tramo de 2025, cifra que supera el último trimestre de 2024 y muestra una evolución estable. En este escenario, el ahorro de las familias permaneció en niveles elevados, reflejando una tendencia de cautela pese a mejores datos.

En paralelo, el sector servicios sigue siendo el gran motor de la economía española, mientras que las inversiones y el consumo sostienen el ritmo de crecimiento. El modelo productivo español atraviesa una transición hacia la sostenibilidad y la eficiencia,



aunque todavía debe afrontar retos cruciales como la productividad, la calidad del empleo y el acceso a la vivienda.

Un aspecto destacado en 2025 es la progresiva incorporación de criterios de sostenibilidad en los hábitos de consumo. Aunque el porcentaje de personas que priorizan la sostenibilidad en sus compras ha disminuido ligeramente respecto a años anteriores, los segmentos jóvenes (18-24 años) y mayores de 55 años se muestran particularmente sensibles a las cuestiones medioambientales. Además, nuestro Observatorio Cetelem constata que el 30% de los consumidores manifiestan haber reducido su consumo por motivos ecológicos, y entre los jóvenes, este porcentaje alcanza el 70%. Este matiz subraya que la transición sostenible empieza

a consolidarse, aunque no de forma uniforme entre segmentos generacionales.

Desde hace casi tres décadas, el Observatorio Cetelem analiza las tendencias y hábitos de consumo de los españoles, combinando información estadística y estudios sectoriales para ofrecer una visión integral y prospectiva de la evolución del consumo en España. La edición 2025 se erige como testigo de las transformaciones sociales, económicas y sostenibles que configuran el comportamiento de los consumidores, contribuyendo a la comprensión y anticipación de los retos del futuro.

En suma, el consumo en España en 2025 se muestra sólido pero vigilante, reflejo de una sociedad adaptada a la incertidumbre, que apuesta por la sostenibilidad y la calidad de vida, y donde el Observatorio Cetelem sigue siendo el referente imprescindible para el análisis y estudio de estos fenómenos. Desde aquí, les invito a profundizar en la información que les ofrecemos en esta nueva edición.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán Fornís
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

SECTOR DEPORTES

El **82% -1**

de los encuestados ha comprado productos del sector deporte en los últimos 12 meses.



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

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

			var 25/24 en pp
	Textil /calzado	85%	0
	Máquinas fitness	8%	0
	Otros	7%	-1
	Acuático (buceo, surf, etc)	6%	-1
	Patinetes eléctricos	4%	0
	Caza /pesca	4%	+1
	Ski	2%	0
	Golf	1%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

En lo que respecta a las categorías de deporte adquiridas por los consumidores durante el último año, el textil y calzado vuelven a ser claramente los más demandados con un 85% de menciones, mismo porcen-

taje que en 2024. El resto de categorías preguntadas presentan datos muy inferiores, el 8% afirma haber adquirido máquinas fitness, el 6% equipo para deportes acuáticos (7% en 2024) y el 4% patinetes eléctricos.

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)



var 25/24 en pp		
Decathlon	45%	+3
Por Internet / Online	31%	-3
Gran Superficie especializada	21%	-3
Grandes almacenes	15%	-1
Outlet	10%	-2
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	6%	0
Tienda pequeña de barrio	6%	-1
Hipermercado	5%	-1
Tiendas de segunda mano	2%	-1
Otro tipo de establecimiento	2%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de deportes en general, este año el top 3 los forman: Decathlon con un 45% de menciones,

los canales online con un 31% y las grandes superficies que con un 21%.

¿Dónde compró los productos online de este sector?

(% respuesta múltiple)



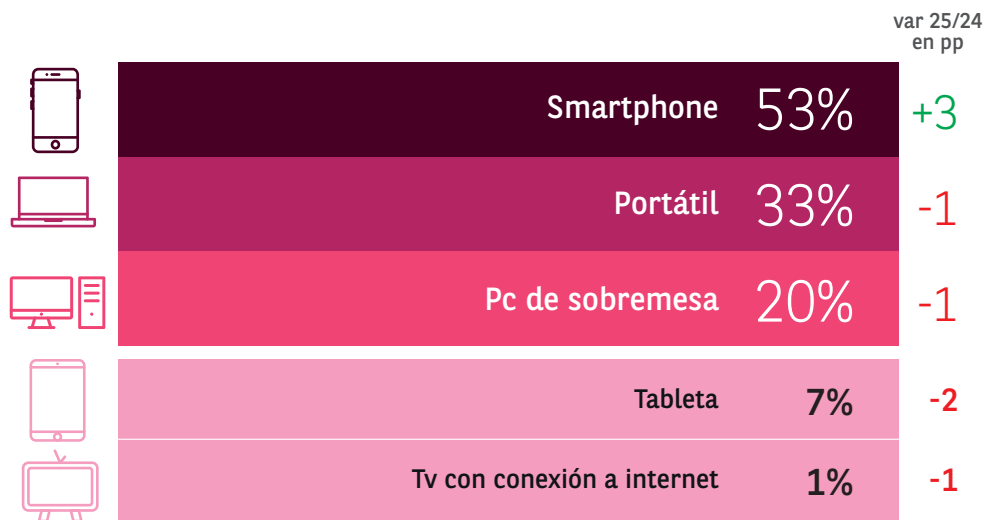
		var 25/24 en pp
Web de la tienda	46%	+1
Marketplace	38%	-3
A través de la app	20%	+2
Web fabricante marca	18%	-1
Web compras colectivas	4%	0
Web de segunda mano	3%	-1
Otras	2%	+1
Redes sociales	2%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Entre los que han comprado online, el 46% lo ha hecho a través de las webs de las tiendas, seguido por los que utilizan los marketplaces y las apps con un 38% y un 20% respectivamente.

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

(% respuesta múltiple)

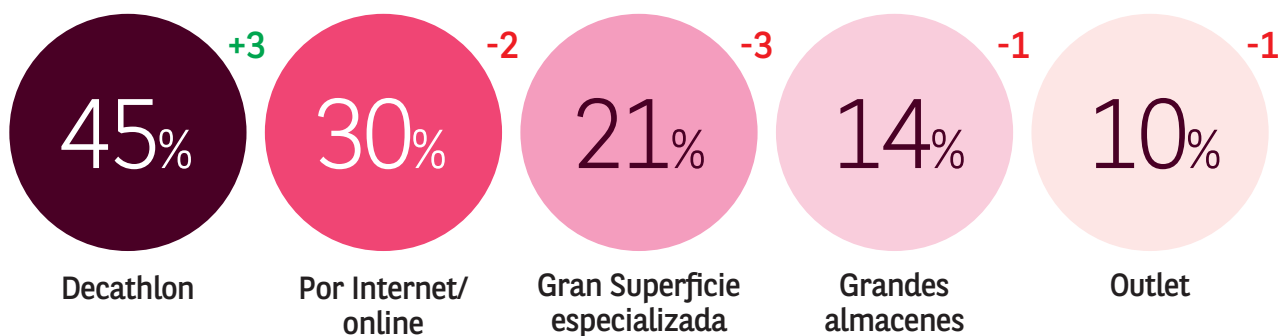


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El dispositivo más utilizado para las compras online del sector deporte y el único que crece respecto a 2024, vuelve a ser el smartphone con un 53%. Las compras desde el

portátil y desde el PC de sobremesa alcanzan el 33% y el 20% de menciones respectivamente.

Textil/calzado (% respuesta múltiple)



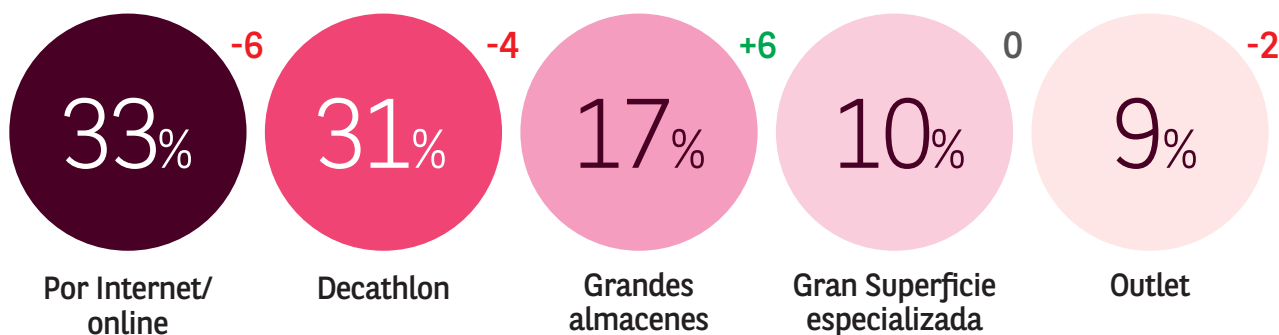
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

Analizando los canales de compra para cada categoría de producto, en el caso del textil y el calzado deportivo, en primer lugar, nos encontramos las compras en Decathlon (45%), seguidos de las compras online con un 30% de men-

ciones y un descenso de 2 puntos respecto a 2024. El top 3 lo cierran las grandes superficies especializadas que descienden 3 puntos respecto al año anterior (21% vs 24% en 2024).

Máquinas fitness (% respuesta múltiple)



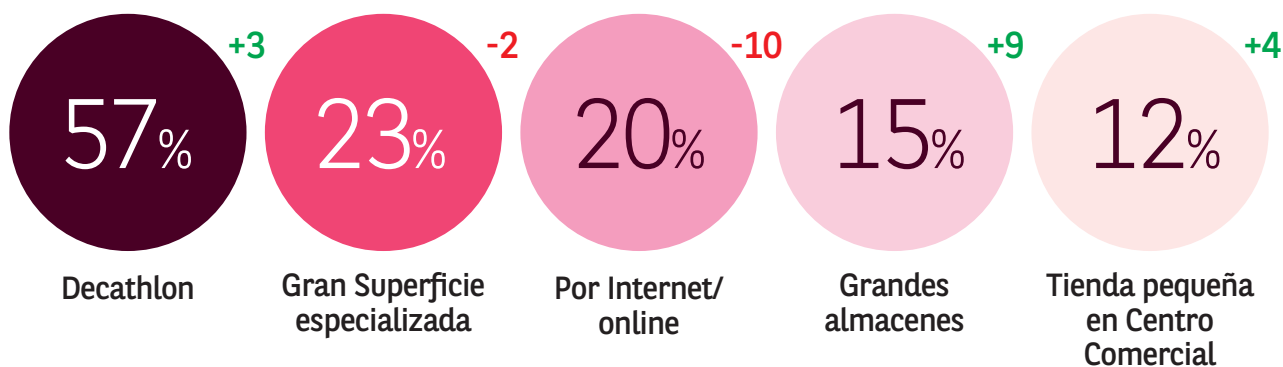
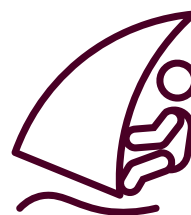
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

Para las máquinas fitness, los consumidores vuelven a optar por las compras online con un 33% y por Decathlon con un 31% de menciones, aunque ambas descienden en 6 y 4 pun-

tos respecto al año anterior. Muy de lejos le siguen los grandes almacenes con un 17% y una subida de 6 puntos.

Acuático (buceo, surf, etc) (% respuesta múltiple)



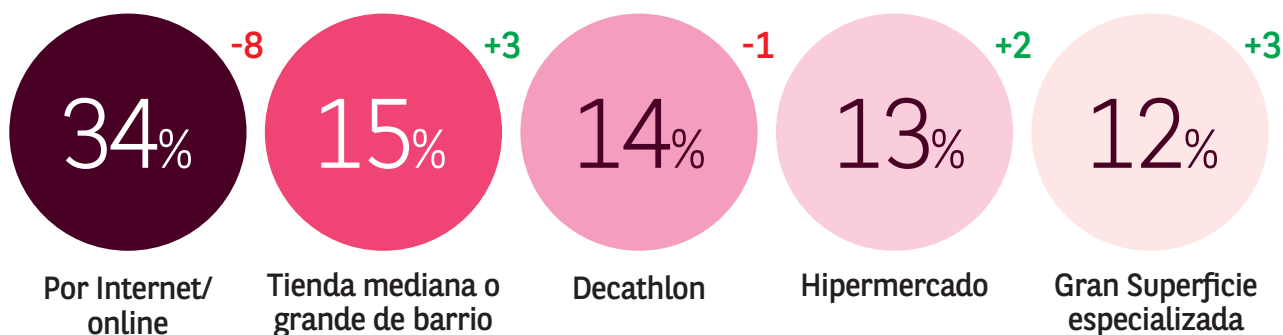
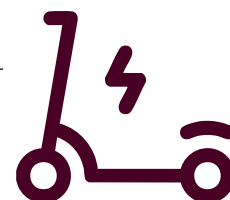
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

Para las compras de producto deportivos acuáticos, los consumidores vuelven a optar en primer lugar y muy claramente por Decathlon con un 57% de menciones y aumentando en 3 puntos respecto al año anterior. Muy de lejos

le siguen la gran superficie especializada y el canal online con un 23% (-2pp vs 2024) y un 20% (-10pp vs 2024) de menciones respectivamente.

Patinetes Eléctricos (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

En la categoría de patinetes eléctricos, los consumidores optan en primer lugar y muy claramente por la tienda online con un 34% de menciones, aunque desciende 8 puntos res-

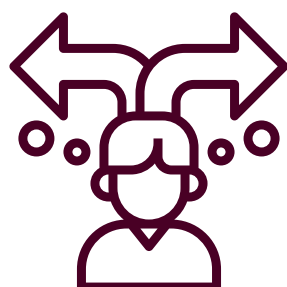
pecto al año anterior. Por detrás aparecen las tiendas medianas o grandes de barrio con un 15% (+3pp vs 2024) y Decathlon con un 14% de menciones (-1pp vs 2024).

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 25/24 en pp
Precio	71%	-1
Variedad de productos	51%	+3
Calidad del producto	44%	-1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	27%	-1
Atención de vendedores	15%	0
Facilidad de pago	13%	-2
Servicio de entrega	11%	-1
Web propia con catálogo y posibilidades de comprar	7%	-1
Servicio postventa	6%	-1
Otros motivos	2%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

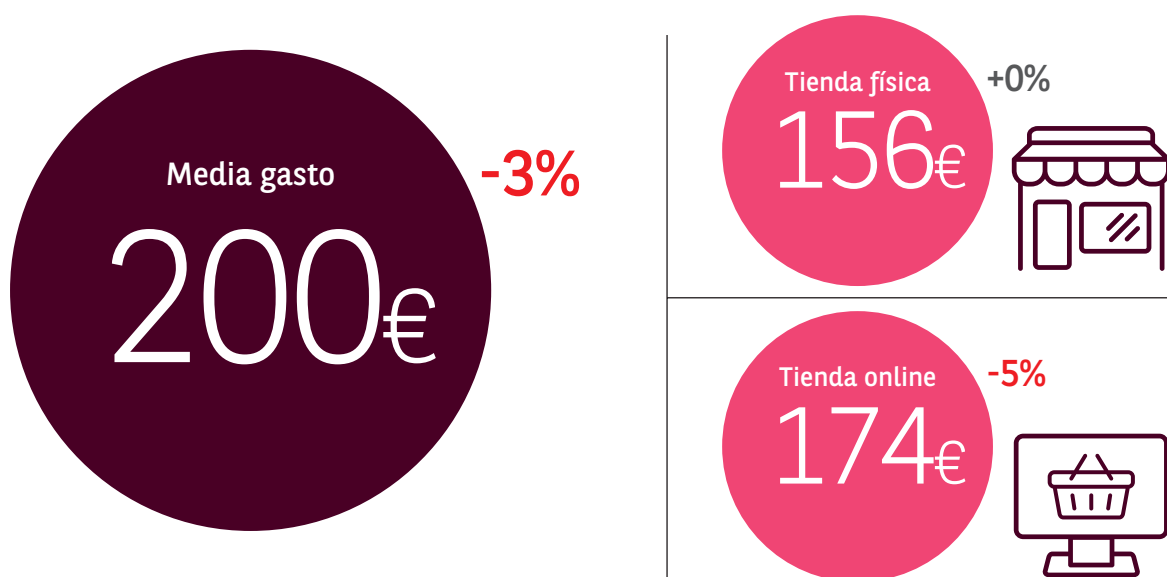
En cuanto a los motivos que llevan a los consumidores a decidirse por comprar los productos de deportes en un establecimiento u otro, en general, el precio es lo más importante, seguido por la variedad de productos que se

ofrece y por la calidad. En todos los motivos se aprecian descensos respecto a 2024 excepto en los que ven la variedad de productos como un aspecto determinante a la hora de elegir tienda.

GASTO REALIZADO

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

(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de producto deportivo en los últimos 12 meses es de 200€, un 3% menos respecto al gasto medio de 2024, en el que se gastaron 206€ de media.

Se mantiene el gasto realizado en la tienda física y desciende en tienda online (-5%).

En concreto, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los productos de deporte adquiridos en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)

			var 25/24 en %
	Patinetes eléctricos	365€	+56%
	Golf	361€	+5%
	Máquinas fitness	312€	+1%
	Ski	236€	+17%
	Caza / pesca	143€	-8%
	Téxtil / calzado	143€	-2%
	Acuático (buceo, surf, etc)	99€	-45%

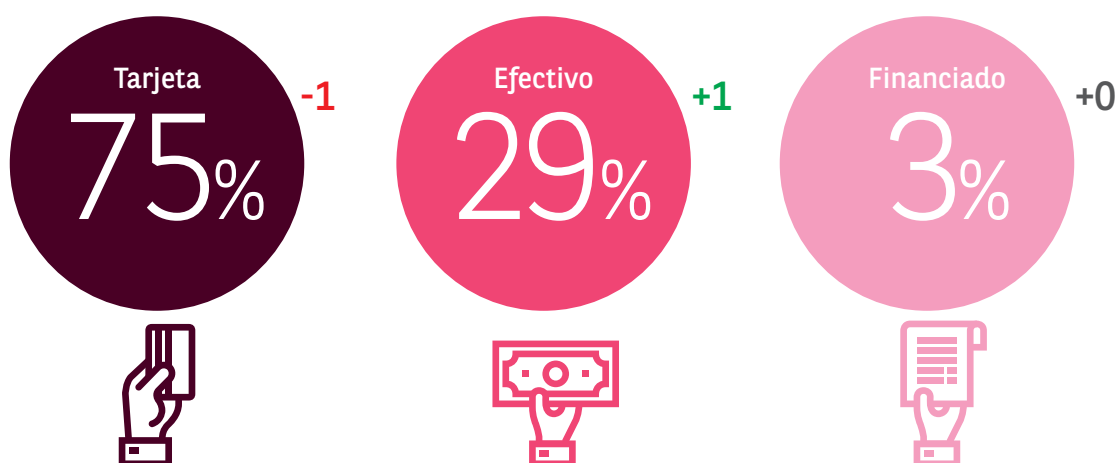
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Las 2 categorías donde más han gastado los consumidores españoles este año han sido en patinetes eléctricos

con un gasto medio de 365€ (+56% vs 2024) y en productos de golf con un gasto medio de 361€.

MEDIO DE PAGO

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

En la compra de productos deportivos, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 75% de menciones (-1pp respecto a 2024). Muy por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo con un 29%. La financiación sigue siendo mínima con un 3% de menciones.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 68% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, 2 puntos porcentuales más que en 2024. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito fin de mes con un 32% (33% en 2024).

Entre los que han financiado, desciende el porcentaje de los que eligen la financiación ofrecida en tienda, pasando de un 71% a un 66% de menciones.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DEPORTE

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)



		var 25/24 en pp
No he realizado consultas previas	41%	-3
Consulta en el catálogo (on/off) de la tienda	20%	+1
Consulta con el personal/vendedor de tienda	20%	0
Consultas en páginas web especializadas	16%	-1
Recomendación de amigo, familiar o conocido	13%	0
Consultas en foros de Internet	10%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

La mayoría de los consumidores, un año más, afirma no haber realizado consultas previas, así lo manifiesta el 41% de los encuestados frente al 44% que lo hizo en 2024.

Las dos fuentes de información más consultadas son los vendedores de las tiendas y los catálogos tanto online como offline, ambos con un 20% de menciones.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El **78% -1**

de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector deporte en los próximos 12 meses.



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

			var 25/24 en pp
	Textil/calzado	74%	-4
	Bicis	12%	0
	Máquinas fitness	6%	+1
	Otros	6%	+1
	Acuático (buceo, surf, etc)	4%	0
	Patinetes eléctricos	4%	+1
	Caza/pesca	3%	+1
	Ski	2%	0
	Golf	1%	0

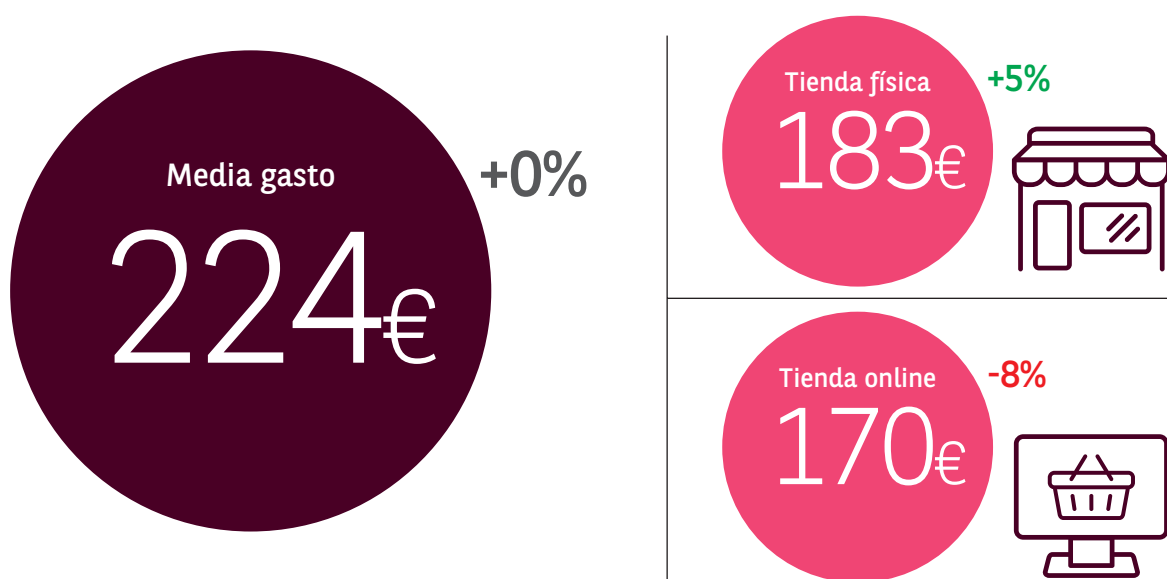
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Entre aquellos consumidores que declaran tener intención de realizar compras del sector deportes en los próximos 12 meses, los más demandados son los productos textiles y el calzado deportivo con un 74% (4 puntos menos que

el año anterior), seguidos muy de lejos de las máquinas fitness con un 6% (+1 punto) y los productos de deportes acuáticos con un 4% de menciones.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
(Abierta numérica)



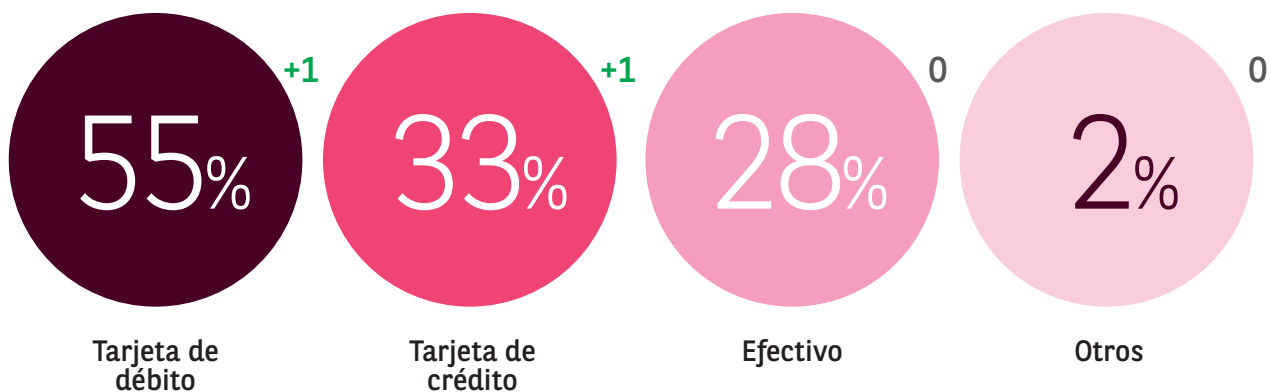
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El importe medio que tienen intención de gastar en sus futuras compras de deporte asciende a los 224€, exactamente el mismo gasto medio de las intenciones mostradas el año anterior.

El gasto medio en tienda física rondaría los 183€ y en tienda online los 170€.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Respecto al medio de pago para sus compras del próximo año, la tarjeta de débito se posiciona claramente como el medio de pago favorito con un 55%. La tarjeta de cré-

dito le sigue con un 33% de menciones, y cerca, con un 28%, encontramos a los que optarán por el pago en efectivo.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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

(% respuesta múltiple)



		var 25/24 en pp
Decathlon	45%	0
Gran Superficie especializada	27%	0
Por Internet / Online	25%	-1
Grandes almacenes	19%	-3
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	9%	-1
Outlet	9%	-3
Tienda pequeña de barrio	8%	-1
Hipermercado	5%	0
Tiendas de segunda mano	3%	0
Otro tipo de establecimiento	1%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Respecto al tipo de tienda o canal donde realizaran sus compras el próximo año, no presentan diferencias respecto a las del año anterior, siendo Decathlon (45%), las

grandes superficies especializadas (27%) e internet (25%) los formatos preferidos.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector

(% respuesta múltiple)



		var 25/24 en pp
Web de la tienda	51%	-5
Marketplace	45%	+2
Web fabricante marca	26%	0
A través de la app	24%	+3
Web compras colectivas	4%	-1
Web de segunda mano	3%	-1
Redes sociales	1%	-1
Otras	1%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Entre los que comprarán online, el 51% lo hará a través de las webs de las tiendas, seguido de un 45% que comprará en marketplaces (que aumentan en 2 puntos) y de

un 26% que lo hará a través de las webs del fabricante o marca.

CONCLUSIONES DEL SECTOR DEPORTES

El **82%** ^{-1pp} de los encuestados ha comprado productos del sector deporte en los últimos 12 meses

gastando una media de **200€** ^{-3%}

El **78%** ^{-1pp} de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector deporte en los próximos 12 meses

con la intención de gastar unos **224€**

COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

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

(% respuesta múltiple)



El textil y calzado siguen liderando el ranking pero mostrando cierta ralentización.

COMPRA

var 25/24
en pp

	Textil /calzado	85%	0
	Máquinas fitness	8%	0
	Acuático (buceo, surf, etc)	6%	-1
	Patinetes eléctricos	4%	0
	Caza /pesca	4%	+2
	Ski	2%	0
	Golf	1%	-1

INTENCIÓN

var 26/25
en pp

	Textil /calzado	74%	-4
	Máquinas fitness	6%	+1
	Acuático (buceo, surf, etc)	4%	0
	Patinetes eléctricos	4%	+1
	Caza /pesca	3%	+1
	Ski	2%	0
	Golf	1%	0

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)



COMPRA

var 25/24
en pp

Decathlon	45%	+3
Por Internet / Online	31%	-3
Gran Superficie especializada	21%	-3
Grandes almacenes	15%	-1
Outlet	10%	-2
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	6%	0
Tienda pequeña de barrio	6%	-1
Hipermercado	5%	-1
Tiendas de segunda mano	2%	-1

INTENCIÓN

var 26/25
en pp

Decathlon	45%	0
Gran Superficie especializada	27%	0
Por Internet / Online	25%	-1
Grandes almacenes	19%	-3
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	9%	-1
Outlet	9%	-2
Tienda pequeña de barrio	8%	-1
Hipermercado	5%	0
Tiendas de segunda mano	3%	0

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



var 25/24
en pp

Precio	71%	-1
Variedad de productos	51%	+3
Calidad del producto	44%	-1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	27%	-1
Atención de vendedores	15%	0

Y DEL 31% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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



Las compras a través de la app no son las más numerosas pero sí las únicas que aumentan respecto al año anterior.



COMPRA

var 25/24
en pp

Web de la tienda	46%	0
Marketplace	38%	-3
A traves de la app	20%	+2
Web fabricante marca	18%	-1
Web compras colectivas	4%	0
Web de segunda mano	3%	-2
Redes sociales	2%	-1

INTENCIÓN

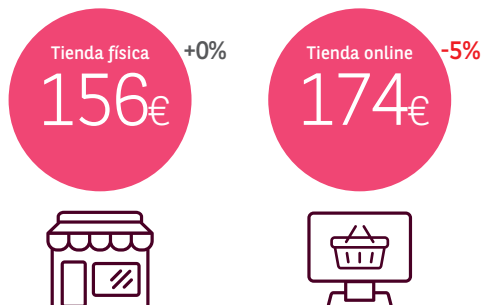
var 26/25
en pp

Web de la tienda	51%	-5
Marketplace	45%	+1
Web fabricante marca	26%	0
A traves de la app	24%	+3
Web compras colectivas	4%	-1
Web de segunda mano	3%	-2
Redes sociales	1%	-1

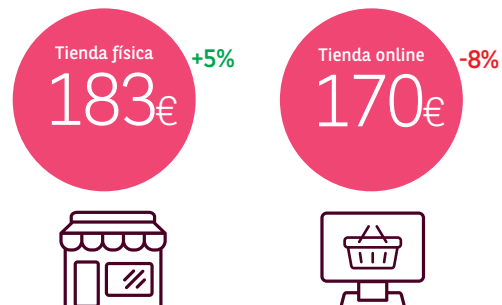
GASTO MEDIO

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

GASTO 2025



INTENCIÓN DE GASTO 2026



FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2025

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2025

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 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



OBSERVATORIO

Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE

