

CONSUMO ESPAÑA 2025

SECTOR
ELECTRO Y
TECNOLOGÍA

 elobservatoriocetelem.es
 bnpparibas-pf.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**
 - 16 Gasto medio**
 - 19 Medio de pago**
 - 20 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector electrodomésticos/tecnología**
 - 20** Fuentes de información en la decisión de compra
 - 21 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 electrodomésticos/tecnología**
 - 31 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: vertebrada 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 ELECTRODOMÉSTICOS Y TECNOLOGÍA

El **66%** **+3**

de los encuestados ha comprado productos del sector electrodomésticos/tecnología en los últimos 12 meses.



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 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

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 49% de

menciones. Le siguen los electrodomésticos de gama blanca con un 31% de menciones (30% en 2024) y los productos informáticos con un 25% 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)



		var 25/24 en pp
Por Internet/online	41%	0
Gran Superficie especializada	20%	+2
Grandes almacenes	18%	-2
Hipermercado	16%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	10%	0
Tienda pequeña de barrio	9%	-1
Tienda pequeña en Centro Comercial	7%	+1
Outlet	5%	-1
Tiendas de segunda mano	4%	+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 electrodomésticos y tecnología en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online con un 41% de menciones, mismo porcentaje que en 2024. Las grandes superficies especializadas suben al segundo lugar con un 20%

(2 puntos más que en 2024) y los grandes almacenes pasan al tercer lugar con un 18% (2 puntos menos que en 2024). Entre el resto de canales destacan los hipermercados, las tiendas pequeñas de centros comerciales y las tiendas de segunda mano con subidas de un punto porcentual.

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



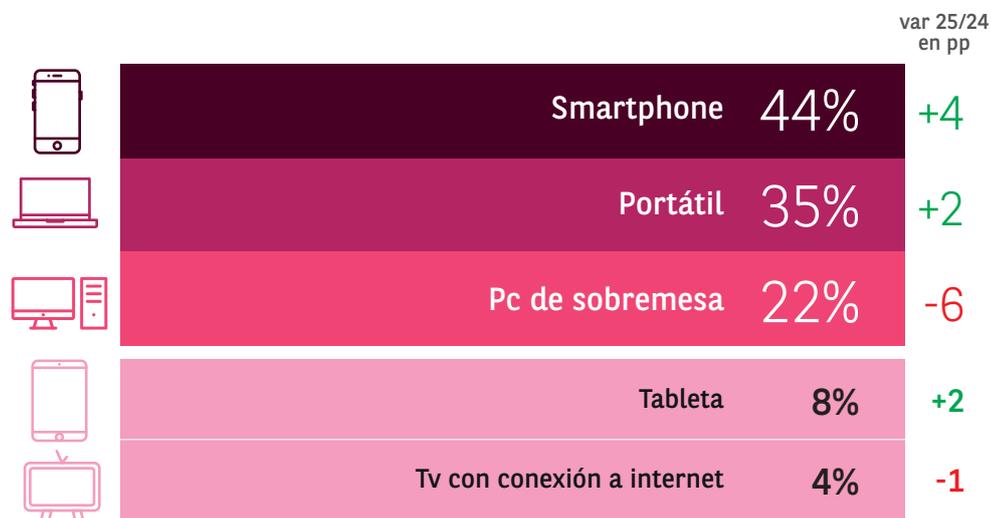
		var 25/24 en pp
Marketplace (Amazon, T-mart, etc...)	47%	-1
Web de la tienda	34%	+2
Web fabricante marca	15%	-1
A través de la app	14%	+1
Web compras colectivas (Groupon, Offerum, etc...)	3%	-1
Web de segunda mano (eBay, etc...)	2%	-1
Redes sociales	1%	-1
Otras	1%	0

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

Dentro de ese 41% que ha comprado online sus productos de este sector, hemos querido analizar en qué 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 47%, seguidos de las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 34% y un 15% respectivamente. También hay que destacar que las compras a través de apps siguen creciendo aunque a un ritmo menor que el año anterior.

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

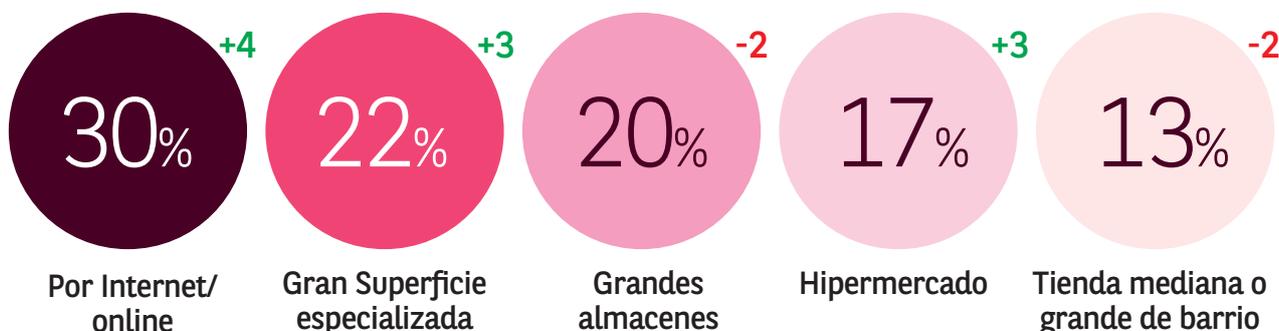
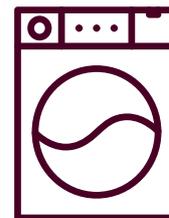


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

En cuanto a los dispositivos utilizados para realizar sus compras, los smartphones vuelven a encontrarse en primer lugar con un 44% de menciones y creciendo 4 puntos.

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

GAMA BLANCA
(% respuesta múltiple)



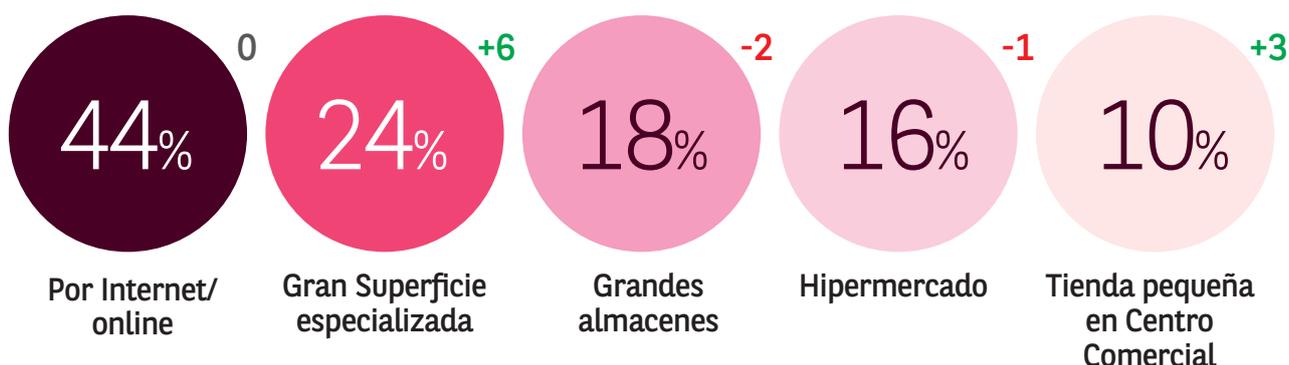
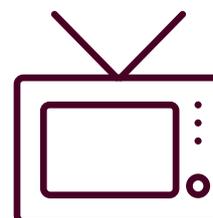
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

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 (30%) y en grandes superficies especializadas (22%), cre-

ciendo en 4 y 3 puntos respectivamente. En cambio, las compras en grandes almacenes bajan del 22% en 2024 al 20% en 2025.

GAMA MARRÓN
(% respuesta múltiple)



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

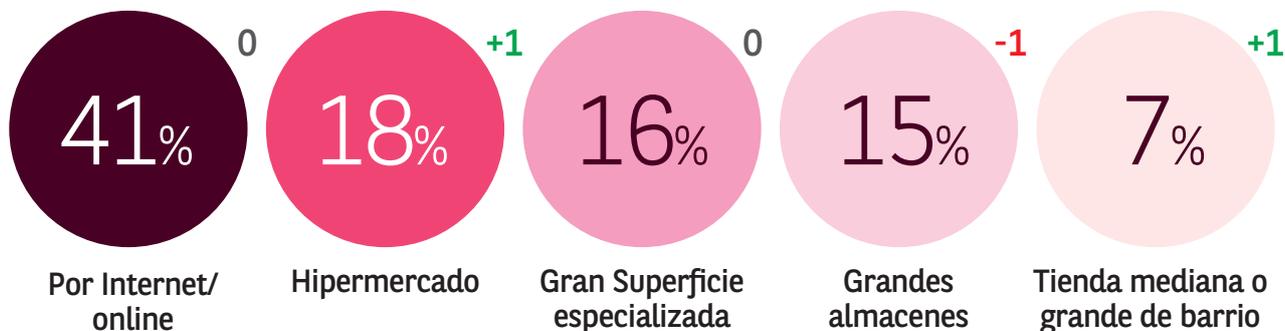
% 2025

Para los electrodomésticos de gama marrón, el top 3 lo forman, en primer lugar, la tienda online con un 44%,

seguidas por las grandes superficies especializadas (que crecen en 6 puntos) y los grandes almacenes.

PAE

(% respuesta múltiple)



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

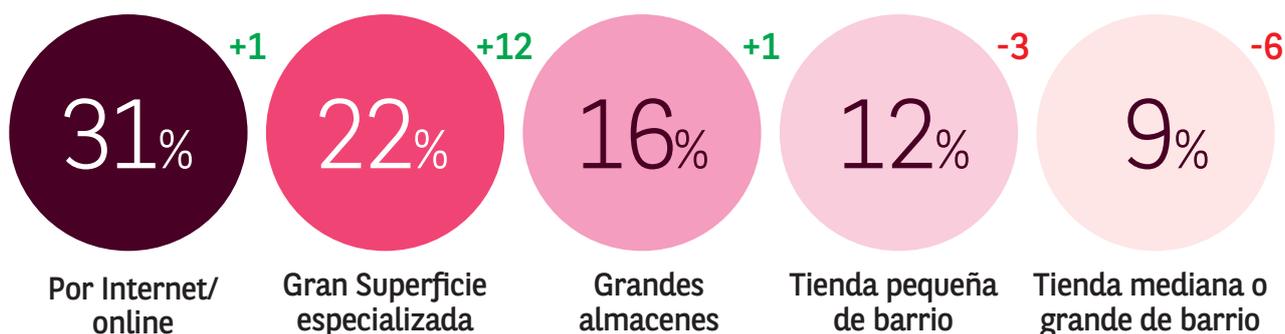
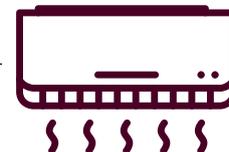
% 2025

Para los PAE, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online con un 41% de menciones tal y como sucedía el año anterior. Le siguen las compras realizadas en los

hipermercados y grandes almacenes con un 18% y un 16% respectivamente.

CLIMATIZACIÓN

(% respuesta múltiple)



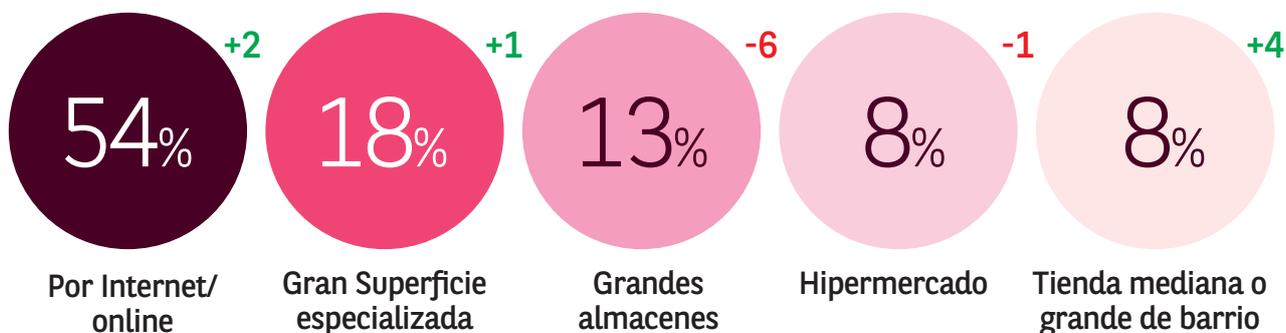
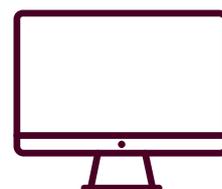
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

% 2025

En el caso de los productos de climatización, la tienda online continúa en el primer puesto y vuelve a crecer, aunque de forma más moderada, respecto al año ante-

rior. El 22% los ha adquirido en grandes superficies especializadas, y en este caso, el crecimiento si es muy significativo, aumentando 12 puntos porcentuales.

TECNOLOGÍA
(% respuesta múltiple)



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

% 2025

Para los productos de tecnología, en primer lugar y destacando claramente sobre el resto de canales, volvemos a encontrar la tienda online (54%) que presenta un aumento de 2 puntos respecto a 2024. Las grandes super-

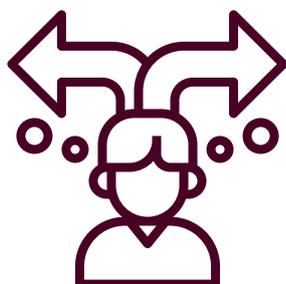
ficies especializadas y los grandes almacenes con un 18% y un 13% de menciones respectivamente, ocupan el segundo y tercer lugar en el ranking. El resto de tiendas se encuentra por debajo del 10%.



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)



var 25/24
en pp

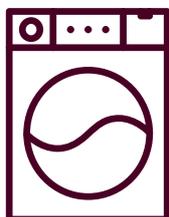
Precio	66%	-2
Calidad del producto	34%	+3
Variedad de productos	34%	+2
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	+1
Servicio de entrega	26%	-1
Facilidad de pago	19%	+1
Atención de vendedores	15%	-2
Servicio postventa	11%	-1
Ventajas por fidelidad cliente	9%	0
Web propia con catálogo y posibilidades de comprar	8%	+1
Personalización del producto	5%	0
Planes Renove	3%	-1
Otros motivos	2%	+1

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

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.

Otras variables importantes son la variedad de productos (32%) y la calidad (32%), aumentando en 2 y 3 puntos respectivamente.

¿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?
(% respuesta múltiple)



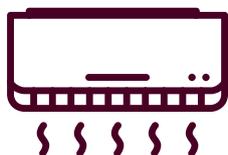
	2025	var 25/24 en pp
Electrodomésticos gama blanca		
Precio	61%	+2
Servicio de entrega	33%	-4
Calidad del producto	30%	+4



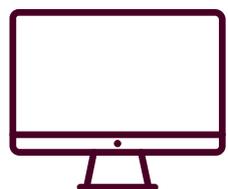
	2025	var 25/24 en pp
Electrodomésticos gama marrón		
Precio	68%	0
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	+10
Calidad del producto	33%	+13



	2025	var 25/24 en pp
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)		
Precio	67%	-4
Variedad de productos	35%	+3
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	0



Climatización		
Precio	60%	+5
Variedad de productos	33%	+11
Calidad del producto	28	+3



Tecnología (productos informáticos)		
Precio	62%	-6
Calidad del producto	33%	+5
Variedad de productos	30%	0

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

En el caso concreto de la compra de productos de Gama Blanca, el precio también es el motivo principal para elegir la tienda con un 61% de menciones aumentando un punto respecto a 2024. El servicio de entrega y la calidad del producto son los siguientes más mencionados por los consumidores.

A la hora de comprar gama marrón, el precio, la calidad del producto y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, son los motivos más determinantes a la hora de elegir dónde comprar.

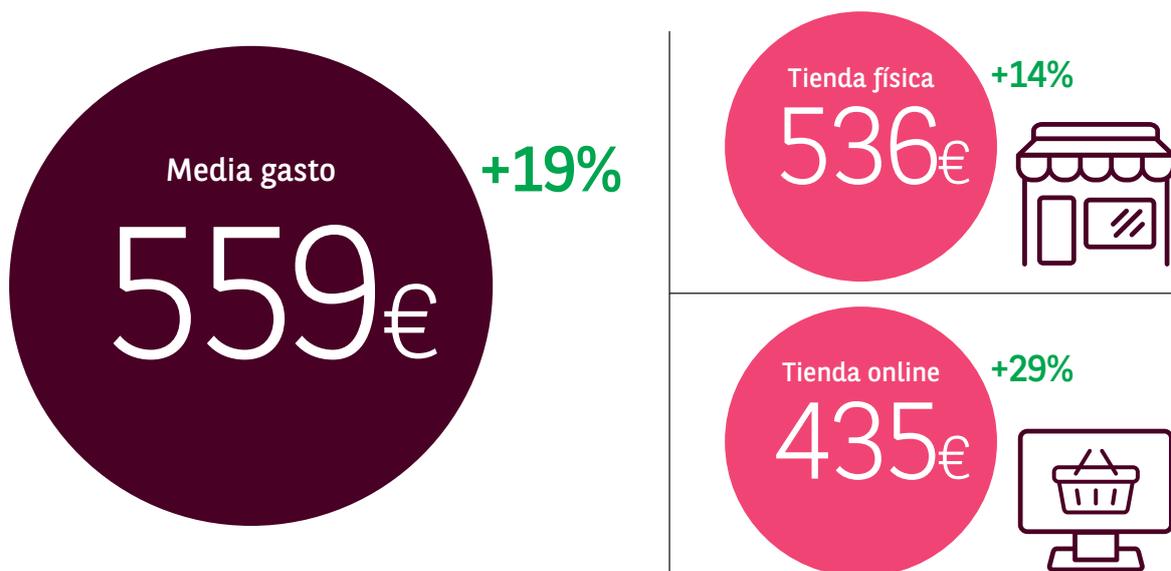
El precio vuelve a ser también la variable más importante a la hora de adquirir PAE, seguido de la variedad de productos y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, tal y como ocurría en 2024.

Tanto para los productos de climatización, como para los productos de tecnología informática, el precio, la variedad y la calidad del producto, forman el top 3 de motivos más determinantes.

GASTO MEDIO

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

(Abierta numérica)



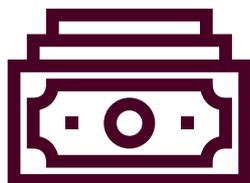
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses es de 559 euros, un 19% más respecto al gasto medio de 2024, en el que se gastaron 470 euros de media.

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como en tienda física el gasto aumenta un 14% alcanzando la cifra media de 536€. El gasto en el canal online aumenta un 29% hasta los 435€.

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

(Abierta numérica)



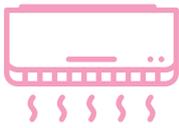
		var 25/24 en %
Electrodomésticos gama blanca	743€	+16%
Climatización	614€	-2%
Electrodomésticos gama marrón	441€	+14%
Tecnología (productos informáticos)	432€	+9%
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	165€	+15%

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

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido gama blanca (743€) y climatización (614€). Aumentan los gastos medios en la

mayoría de categorías, y tan solo desciende ligeramente en los productos de climatización, cayendo en un 2%.

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)

		2025	Var 2025/2024 (en %)	
	Gama blanca	Tienda física	743 €	+19%
		Online	603 €	+12%
	Gama marrón	Tienda física	410 €	+21%
		Online	381 €	+12%
	PAE	Tienda física	151 €	+15%
		Online	154 €	+12%
	Climatización	Tienda física	648 €	-16%
		Online	452 €	+69%
	Tecnología	Tienda física	388 €	+1%
		Online	384 €	+19%

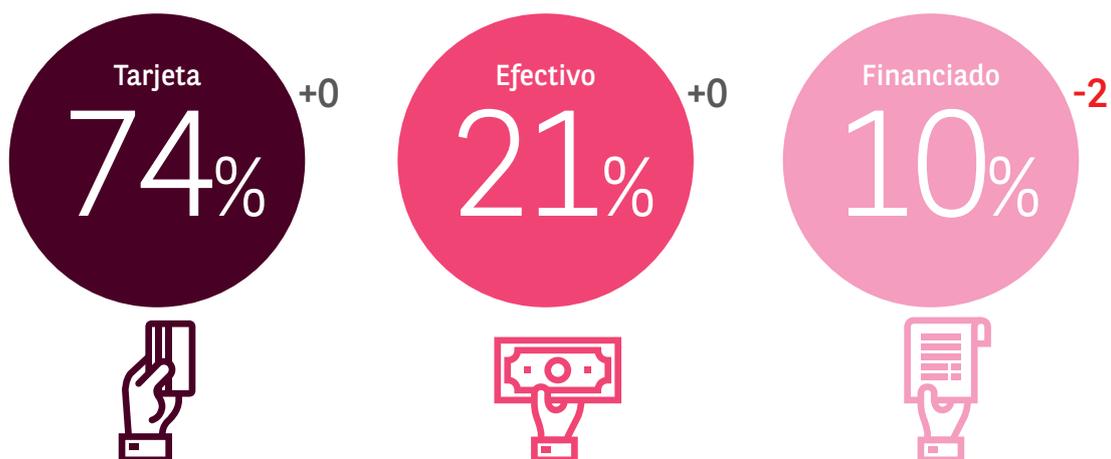
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, el gasto medio en tienda online aumenta para todas las categorías, destacando en tecnología y climatización con un aumento del 19% y del 69% respectivamente.

En tienda física, el gasto medio también aumenta en todas las categorías excepto en climatización, destacando por encima del resto el +21% en gama marrón.

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 electrodomésticos/tecnología, el pago con tarjeta es el elegido nuevamente por los consumidores en primer lugar con un 74% de menciones, le sigue el pago en efectivo, con un 21%.

El 10% declara haber financiado su compra de electrodomésticos y/o tecnología descendiendo este porcentaje en 2 puntos porcentuales. Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del

sector electro, un 79% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró, 4 puntos menos que el año anterior.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 66% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 34%, dato que desciende en un punto porcentual.

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)



		var 25/24 en pp
Consultas en páginas web especializadas	26%	-3
No he realizado consultas previas	25%	+1
Consulta con el personal/vendedor de tienda	25%	+1
Consulta en el catálogo (on/off) de la tienda	22%	-1
Consultas en foros de Internet	18%	0
Recomendación de amigo, familiar o conocido	16%	+2

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

Para la compra de productos de este sector, observamos cómo el 26% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas (29% en 2024). Los que consultan con el personal de la tienda

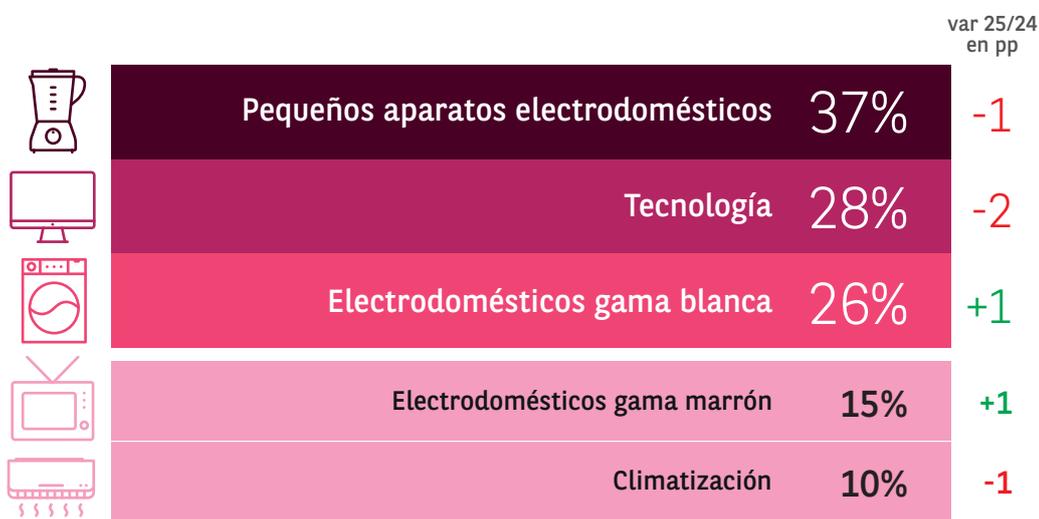
son el 25% y los que consultan en catálogo de la tienda tanto online como offline cierran el top 3 con un 22% de menciones.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El **54%** **+1**

de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector electrodomésticos/tecnología en los próximos 12 meses.

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



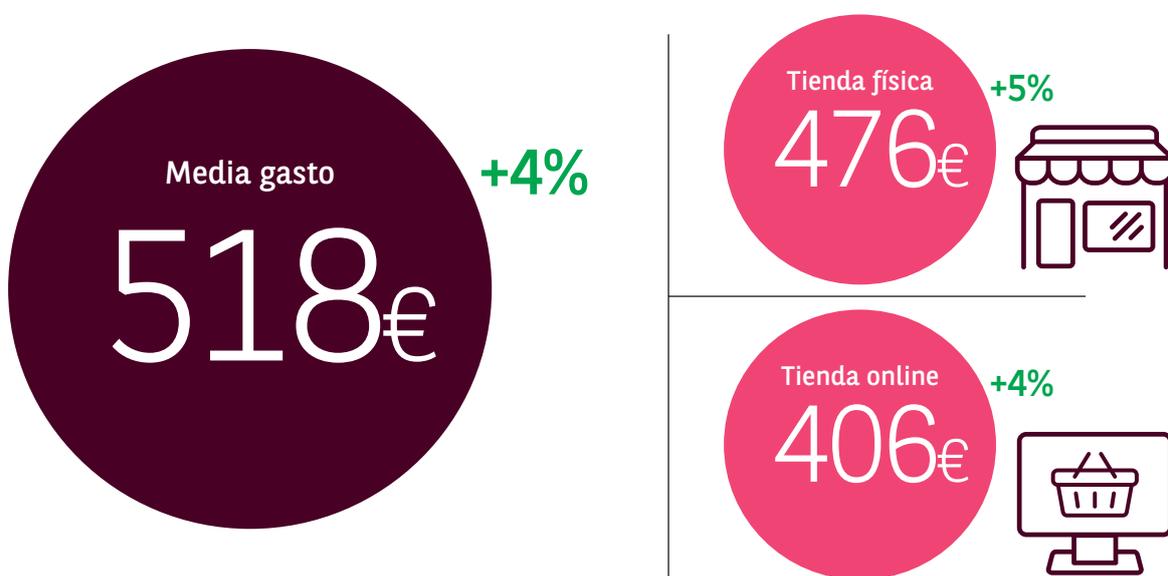
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

De cara a los próximos 12 meses, el top 3 de productos que presentan una mayor intención de compra estaría formado por los PAE con un 37%, los productos de tecnología informática con un 28% y los electrodomésticos

de gama blanca con un 26%. Tan solo aumenta la intención de compra de los productos de gama blanca y gama marrón.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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



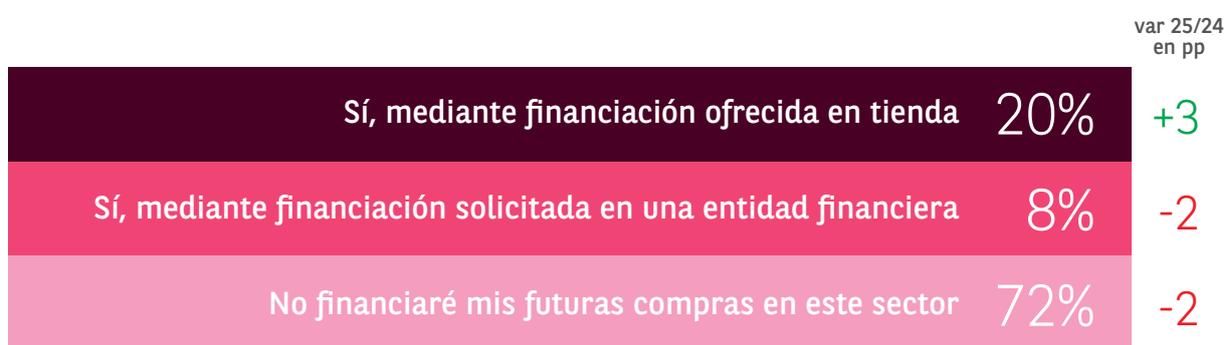
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2025

Los encuestados prevén gastar una media de 518€ en sus compras de este sector, aumentando en un 4% 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 476€ y en tiendas online a 406€.

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 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

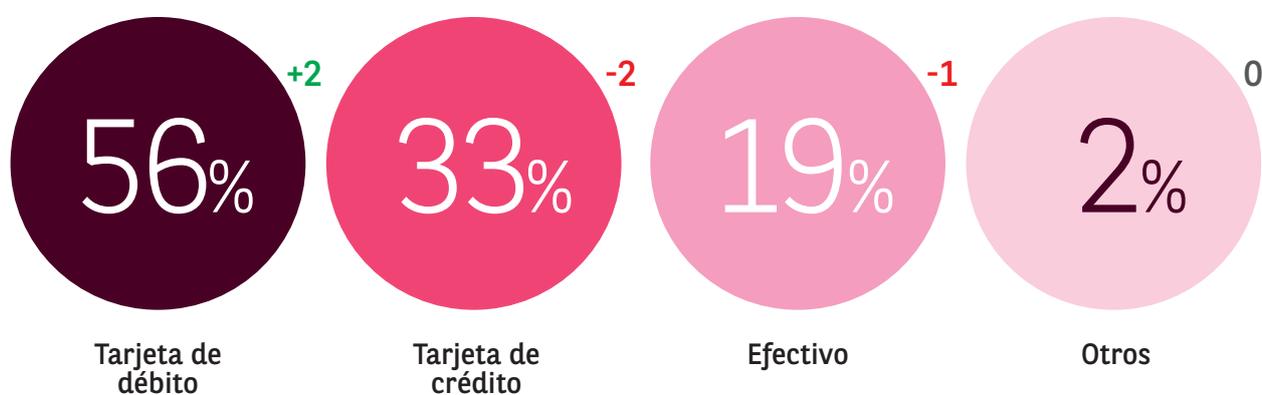
En cuanto a la financiación en futuras compras, el 72% de los encuestados no tiene intención de financiar sus compras de este sector (-2 punto respecto al año ante-

rior). Los consumidores que sí lo harán mediante la financiación ofrecida en tienda son el 20%, mostrando un aumento de 3 puntos respecto al año anterior.

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

Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras de este sector, el 56% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector, seguidos del 33% que pretende usar la tarjeta de

crédito y del 19% que pagará en efectivo. Tan solo aumenta la intención de pago mediante tarjeta de débito en 2 puntos porcentuales.

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)



		var 25/24 en pp
Por Internet / Online	37%	+2
Gran Superficie especializada	27%	-4
Grandes almacenes	23%	-2
Hipermercado	14%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	11%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	+1
Tienda pequeña de barrio	8%	+2
Outlet	7%	-2
Tiendas de segunda mano	4%	+1
Otro tipo de establecimiento	1%	0

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

Por último, observamos el canal de compra que pretenden utilizar los españoles en el próximo año. El 37% de los encuestados elegirá la tienda online para sus compras de este sector, seguidos del 27% que pretende rea-

lizarlas en grandes superficies especializadas (descendiendo en 4 puntos respecto al año anterior) y del 23% que pretende realizarlas en grandes almacenes.

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



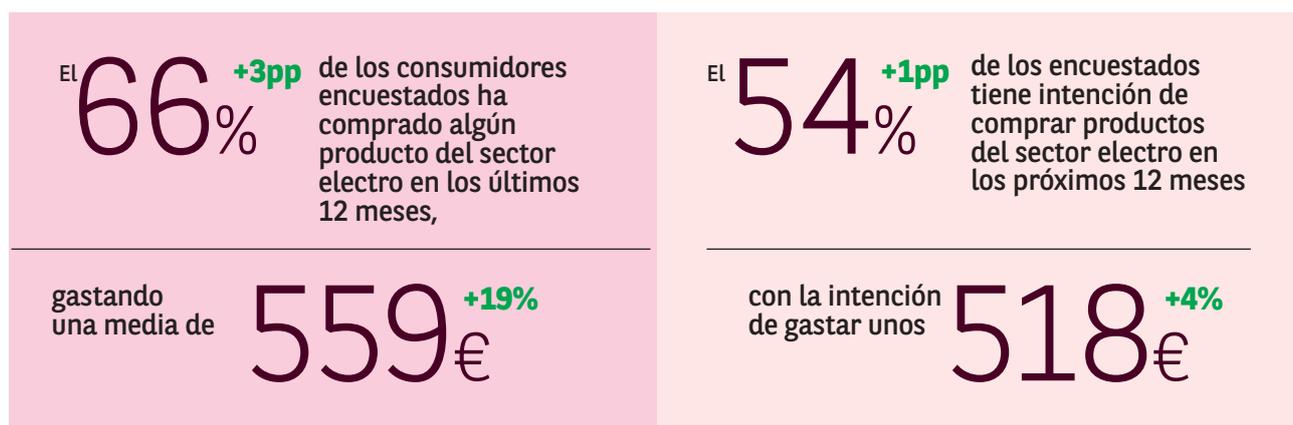
		var 25/24 en pp
Marketplace	56	0
Web de la tienda	40	-4
Web fabricante marca	25	+1
A través de la app	13	+1
Web de segunda mano	6	-1
Redes sociales	5	+1
Web compras colectivas	4	-1
Otras	1	0

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

Dentro del 37% que pretende comprar online, encontramos un 56% que lo hará a través de marketplaces, manteniendo el mismo porcentaje de intención que el año

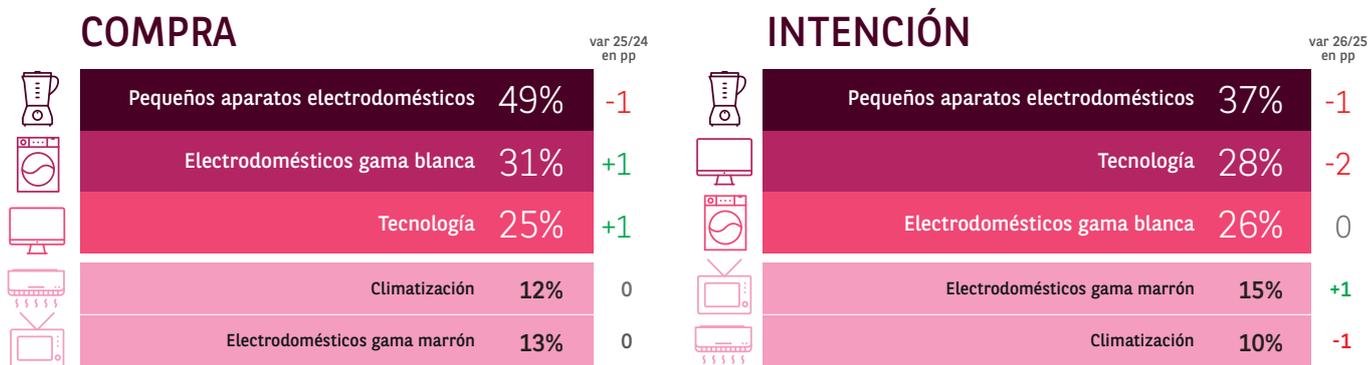
anterior. Cierran el top 3 las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 40% y un 25% respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/TECNOLOGÍA



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)



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.



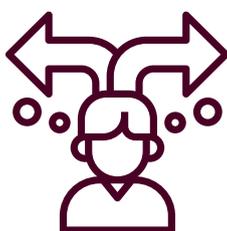
COMPRA

		var 25/24 en pp
Por Internet/online	41%	0
Gran Superficie especializada	20%	+2
Grandes almacenes	18%	-2
Hipermercado	16%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	10%	0
Tienda pequeña de barrio	9%	-1
Tienda pequeña en Centro Comercial	7%	+1
Outlet	5%	-2
Tiendas de segunda mano	4%	+1

INTENCIÓN

		var 26/25 en pp
Por Internet / Online	37%	+2
Gran Superficie especializada	27%	-4
Grandes almacenes	23%	-2
Hipermercado	14%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	11%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	+1
Tienda pequeña de barrio	8%	+2
Outlet	7%	-2
Tiendas de segunda mano	4%	+1

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



		var 25/24 en pp
Precio	66%	-3
Calidad del producto	34%	+3
Variedad de productos	34%	+2
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	+1
Servicio de entrega	26%	0

Y DEL 41% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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



COMPRA

var 25/24
en pp

Marketplace	47%	-1
Web de la tienda	34%	+2
Web fabricante marca	15%	-2
A través de la app	14%	+1
Web compras colectivas	3%	-1
Web de segunda mano	2%	-1
Redes sociales	1%	-1

INTENCIÓN

var 26/25
en pp

Marketplace	56%	0
Web de la tienda	40%	-4
Web fabricante marca	25%	+1
A través de la app	13%	+1
Web de segunda mano	6%	-1
Redes sociales	5%	+2
Web compras colectivas	4%	-1

GASTO MEDIO

Tienda física o ecommerce
¿Cuánto has gastado en cada una? ¿Y cuanto 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



My Cycle ♡

Quick 15'

Rapid 45'

Sport Wear

Wool

Intensive

Spin Only

Delay

Temp.

OBSERVATORIO
Cetelem

