

CONSUMO ESPAÑA 2025

SECTOR
DISPOSITIVOS
MÓVILES



🌐 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 Medio de pago**
 - 08 Canal de compra**
 - 11 Motivos de elección de establecimiento**
 - 13 Gasto medio**
 - 15 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Dispositivos móviles**
 - 17 Fuentes de información en la decisión de compra**
 - 18 Intención de compra para los próximos 12 meses**
 - 19 Intención gasto medio en los próximos 12 meses**
 - 20 Intención financiación en los próximos 12 meses**
 - 21 Intención medio de pago en los próximos 12 meses**
 - 22 Intención canal de compra en los próximos 12 meses**
 - 24 Conclusiones del sector Dispositivos móviles**
 - 28 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 DISPOSITIVOS MÓVILES

El **59% +1**

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



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

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

			var 25/24 en pp
	Complementos	29%	-1
	Smartphone otra marca	26%	-3
	Smartphone Iphone	24%	+2
	Smartphone Samsung	17%	-1
	Tablet tipo Ipad	15%	+3
	Accesorios de movil para el coche	10%	+1
	Tarjeta de memoria	7%	-2
	Otros	2%	-1

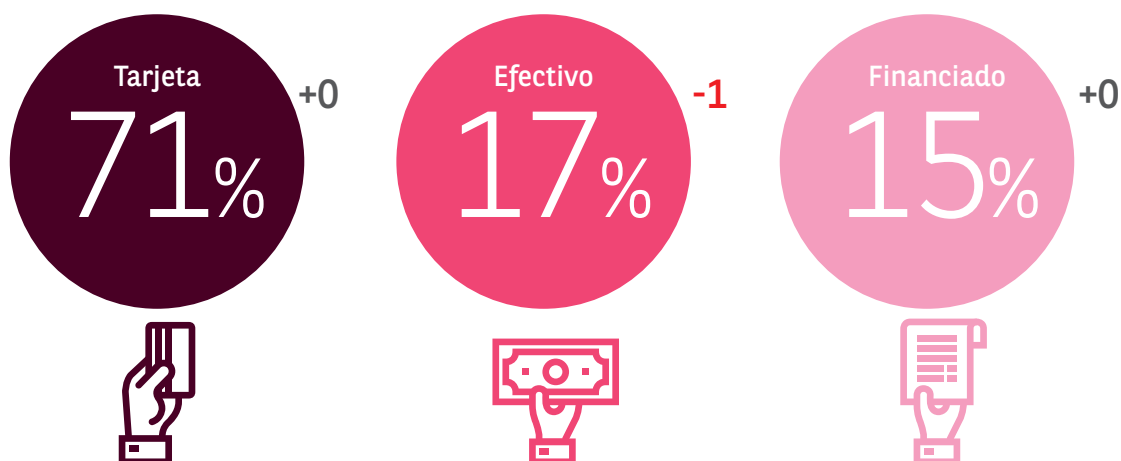
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

En lo que respecta a las categorías de dispositivos móviles adquiridas por los consumidores durante el último año, los complementos como auriculares o carcasas vuelven a ser los más demandados con un 29% de menciones (un punto porcentual por debajo de 2024). Con el

26% encontramos a los smartphone de marcas distinta a Apple y Samsung, que descienden en 3 puntos porcentuales, y, para cerrar el top 3, los smartphone de Apple con un 24%, 2 puntos por encima de lo declarado el año anterior.

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 dispositivos móviles, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 71% de menciones y mostrando el mismo porcentaje que el año anterior. 54 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo, y con un 15% a los que han financiado su compra.

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector dispositivos móviles, un 84% declara haberlo hecho mediante la financiación

ofrecida en la tienda donde compró (+2pp vs 2024) y un 16% mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 66% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, y por detrás, encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 32% (-3 puntos respecto a 2024).

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	53%	-1
Gran Superficie especializada	17%	+2
Grandes almacenes	13%	-1
Tienda pequeña de barrio	9%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	-1
Hipermercado	7%	0
Tienda mediana o grande de barrio	6%	-1
Outlet	4%	-1
Tiendas de segunda mano	4%	0
Otro tipo de establecimiento	4%	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 dispositivos móviles, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online, pasando de un 54% a un 53% de menciones. Las

grandes superficies especializadas con un 17% (2 puntos más que en 2024) y los grandes almacenes con un 13% (-1 punto respecto a 2024) completan el top3.

¿Dónde compró los productos online de este sector?

(% respuesta múltiple)



		var 25/24 en pp
Marketplace	47%	-3
Web de la tienda	29%	+3
Web fabricante marca	15%	0
A través de la app	14%	-1
Web compras colectivas	3%	+1
Web de segunda mano	3%	-1
Otras	3%	+2
Redes sociales	1%	0

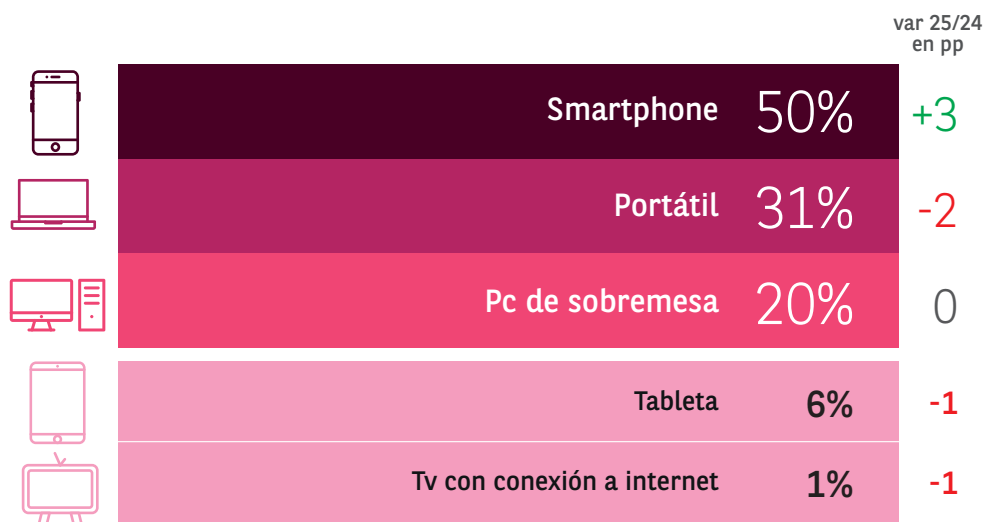
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Si analizamos dónde ha comprado ese 55% que ha realizado sus compras online, podemos ver como un 47% nos dice que lo ha hecho a través de Marketplace, des-

cendiendo en 3 puntos respecto al año anterior. Las webs de las tiendas y las del fabricante o marca ocupan los siguientes escalones tal y como ocurría en 2024.

¿Desde qué dispositivo has 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 al dispositivo desde el que realizó su compra a través de internet, el 50% eligió su smartphone, con un aumento de 3 puntos porcentuales, seguidos del 31% que

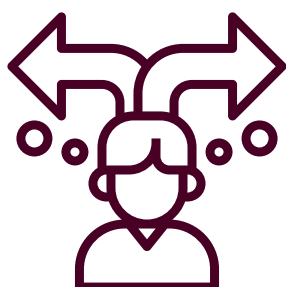
utilizó su portátil y de un 20% que optó por comprar desde su PC de sobremesa.

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)



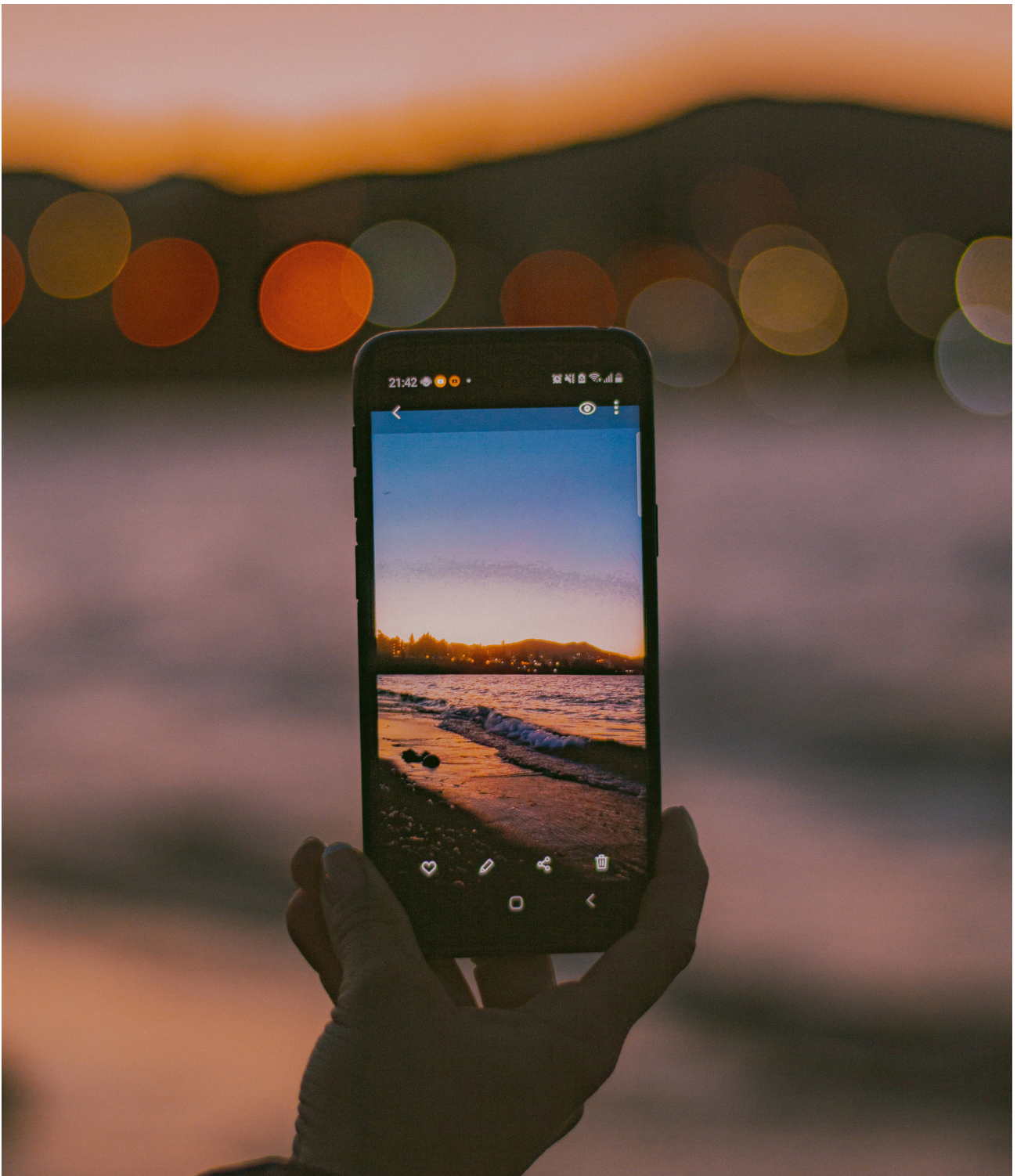
var 25/24
en pp

Precio	69%	+1
Calidad del producto	32%	+1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	-3
Variedad de productos	29%	-1
Facilidad de pago	21%	+1
Servicio de entrega	21%	0
Atención de vendedores	13%	+1
Servicio postventa	11%	-1
Ventajas por fidelidad cliente	10%	-1
Web propia con catálogo y posibilidades de comprar	9%	+3
Personalización del producto	6%	-1
Planes Renove	6%	0
Otros motivos	1%	-1

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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidarnos por comprar en un establecimiento u otro, el precio vuelve a ser el más importante con mucha diferencia, seguido

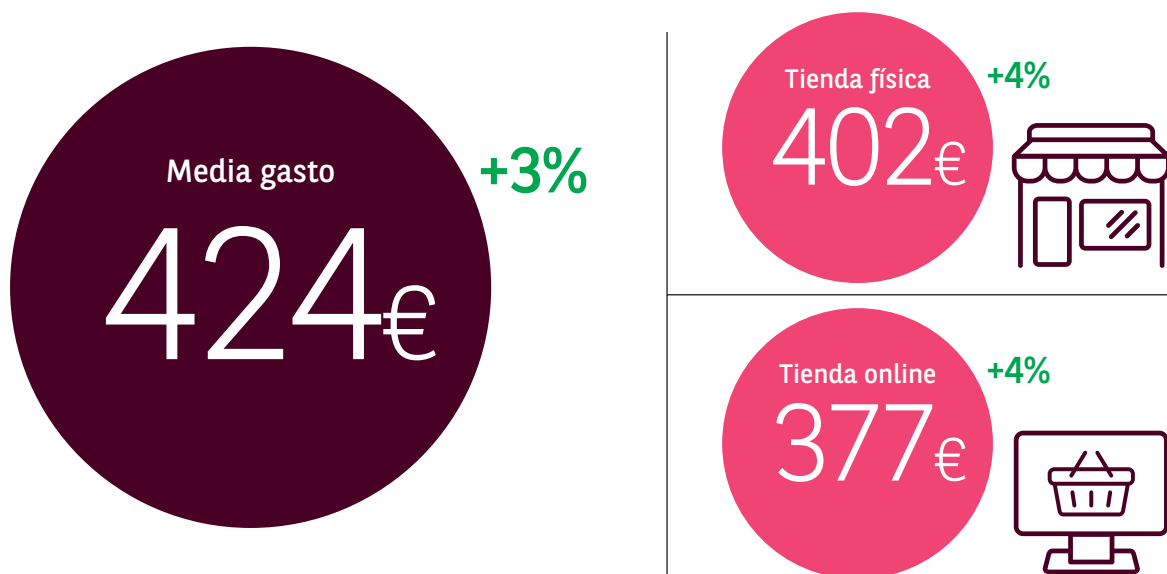
por la calidad del producto y por la rapidez y comodidad en el proceso de compra (que es el motivo que mayor descenso muestra respecto al año anterior).



GASTO MEDIO

En concreto, ¿cuánto has gastado en los productos de telefonía 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 del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses es de 424€, un 3% más respecto al gasto medio de 2024, en el que se gastaron

410€ de media.

El gasto medio en tienda física y en tienda online también ha aumentado un 4%.

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

(Abierta numérica)

			var 25/24 en %
	Smartphone iPhone	676€	-7%
	Smartphone Samsung	501€	+6%
	Tablet tipo iPad	358€	-7%
	Smartphone otra marca	310€	+1%
	Complementos	72€	+10%
	Accesorios de móvil para el coche	47€	-14%
	Tarjeta de memoria	46€	-9%

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

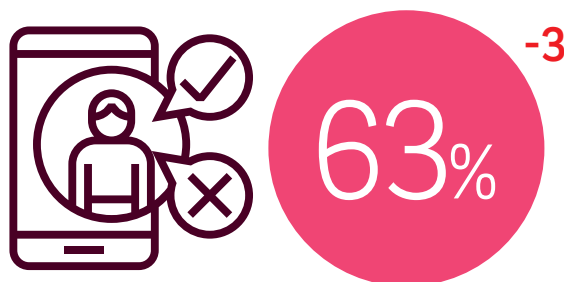
Si profundizamos, las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en smartphones Apple (676€), smartphones Samsung (501€) y tablets

(358€). El mayor aumento en el gasto lo encontramos en la categoría de complementos.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

Antes de comprar tu smartphone o tablet, ¿consultaste información en blog o redes sociales sobre marcas, modelos, prestaciones, etc.?
(Respuesta única)

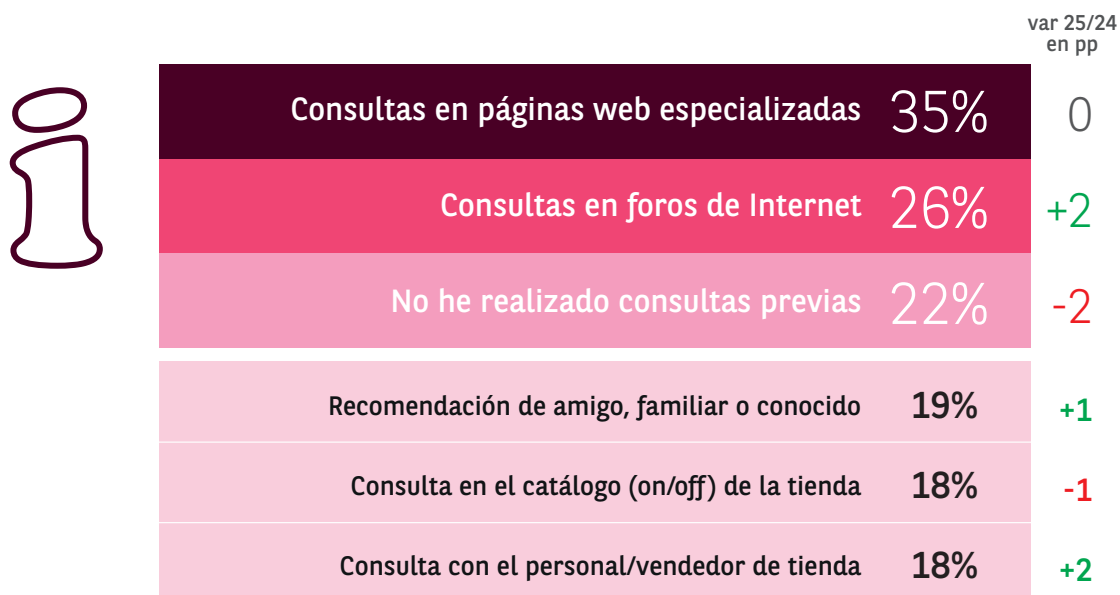


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El 63% de los españoles encuestados dice que se informa en blogs y redes sociales antes de comprar su smartphone o Tablet, disminuyendo este porcentaje en 3 puntos respecto al año anterior.

¿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 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Para la compra de productos del sector dispositivos móviles, observamos cómo el 35% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas. Los que consultan en foros de internet son el 26%, y con un 22%

encontramos a los que dicen no realizar consultas previas a la compra. Vuelve a crecer el porcentaje de los que optan por consultar con el personal de la tienda.

¿Has renovado recientemente (en los últimos 12 meses) tu smartphone o tablet?

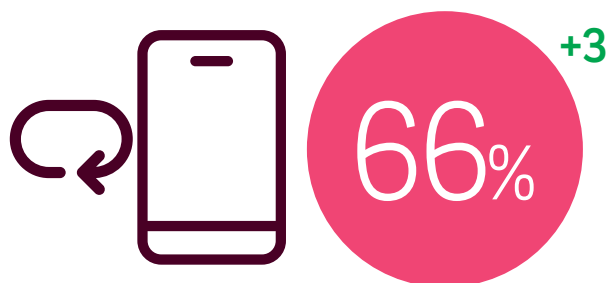
(Respuesta única)



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

Un 58% de los encuestados ha renovado su smartphone o su Tablet en los últimos 12 meses, un punto más que en 2024.

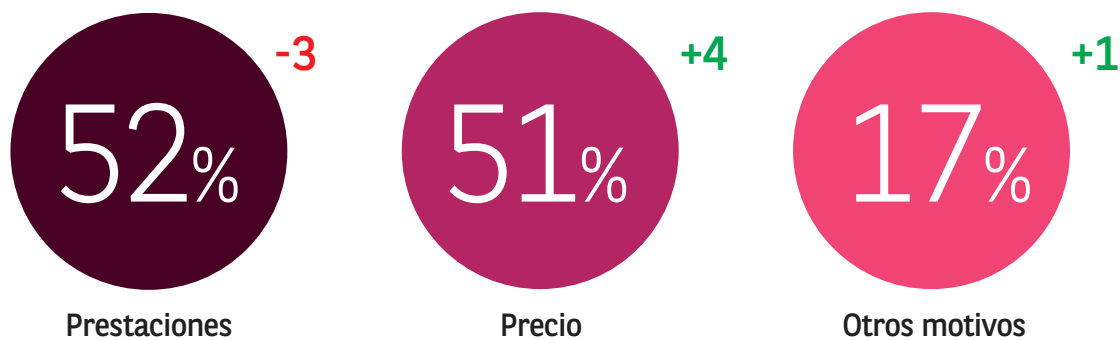
¿Has vuelto a comprar la misma marca de smartphone o tablet? (Respuesta única)



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

De los encuestados que han renovado su smartphone o Tablet, un 66% nos dice que ha vuelto a comprar la misma marca que ya tenía, aumentando este porcentaje en 3 puntos respecto al año anterior.

¿Cuál es el motivo de cambio de marca? (% respuesta múltiple)



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

Entre los consumidores que han decidido cambiar de marca, en primer lugar, encontramos este año a los que lo han

hecho por las prestaciones con un 52% de menciones, seguidos de cerca por un 51% que se ha guiado por el precio.

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El **50%** **-1**

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

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

		var 25/24 en pp
	Complementos 23%	0
	Smartphone iPhone 22%	+2
	Accesorios de móvil para el coche 20%	-2
	Smartphone Samsung 20%	+2
	Smartphone otra marca 14%	0
	Tarjeta de memoria 8%	+1
	Tablet tipo iPad 6%	-3
	Otros 2%	-1

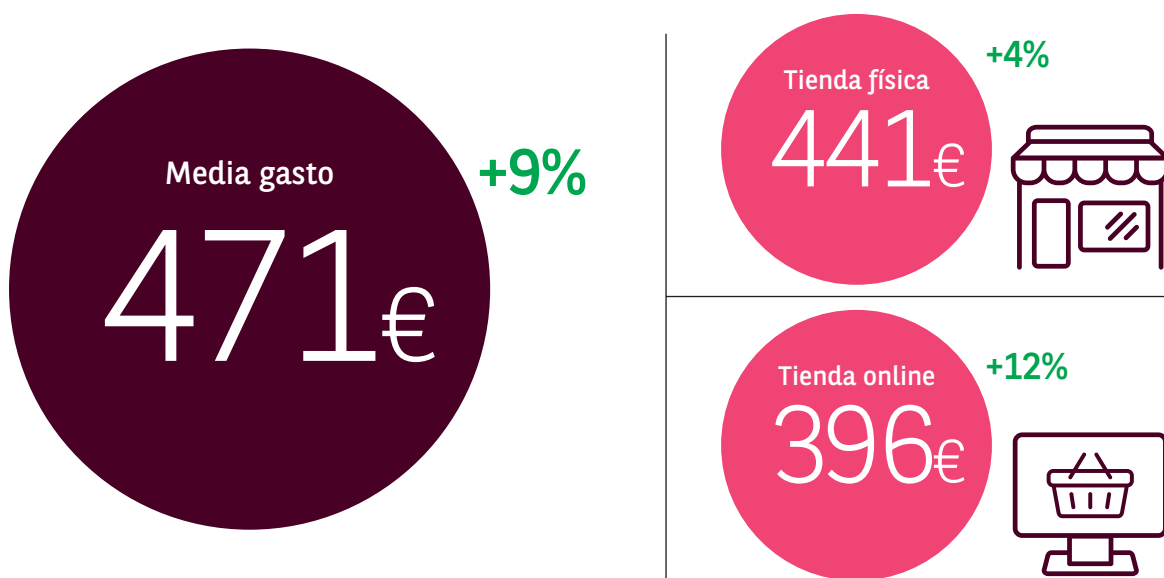
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Observando por categoría, en primer lugar, los más pretendidos pasan a ser los complementos con un 23%, seguidos de los smartphone de Apple con un 22%. Para

cerrar el top 3 encontramos los accesorios de móvil para coche con un 20% de menciones y un descenso de 2 puntos porcentuales respecto al año anterior.

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 españoles encuestados pretenden realizar un gasto medio de unos 471€ en sus compras en este sector durante los próximos 12 meses, un 9% más de lo que pretendían gastar en este 2025.

La intención de gasto medio en tienda física ronda los 441€ y en tienda online los 396€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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

		var 25/24 en pp
Sí, mediante financiación ofrecida en tienda	19%	+2
Sí, mediante financiación solicitada en una entidad financiera	9%	+2
No financiaré mis futuras compras en este sector	73%	-3

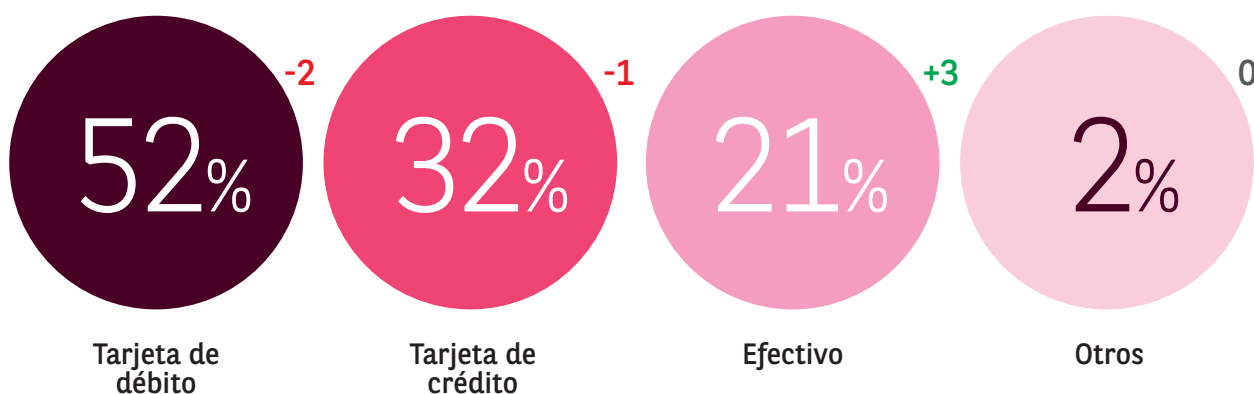
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El 73% de los españoles encuestados no pretenden financiar sus compras en este sector durante los próximos 12

meses, descendiendo este porcentaje en 3 puntos porcentuales respecto a lo declarado en 2024.

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

Los españoles encuestados pretenden pagar sus compras mediante su tarjeta de débito en un 52% de los casos.

De lejos le siguen los pagos con tarjeta de crédito y el efectivo con un 32% y un 21% respectivamente.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar telefonía / digital en los próximos 12 meses?

(% respuesta múltiple)



var 25/24 en pp		
Por Internet / Online	48%	-4
Gran Superficie especializada	22%	-2
Grandes almacenes	14%	-3
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	-1
Hipermercado	8%	+1
Outlet	8%	+2
Tienda pequeña de barrio	6%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	6%	0
Tiendas de segunda mano	4%	0
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 en el que pretenden comprar los consumidores durante los próximos 12 meses, el 48% pretende realizar sus compras en este sector a través de la tienda online, seguidos de un 22% que com-

prará en grandes superficies especializadas y un 14% que lo hará en grandes almacenes. El top 3 es el mismo que aparecía para las intenciones de compra en este 2025.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector

(% respuesta múltiple)



		var 25/24 en pp
Marketplace	54	-5
Web de la tienda	32	+2
Web fabricante marca	25	+2
A través de la app	14	+1
Web de segunda mano	5	-2
Web compras colectivas	3	0
Redes sociales	1	-1
Otras	1	-2

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

Dentro de los que pretenden comprar online, el 54% lo hará a través de marketplaces, cayendo este porcentaje en 5 puntos porcentuales. La web de la tienda y la del

fabricante o marca cierran el top 3, creciendo ambas en 2 puntos respecto a las intenciones mostradas el año anterior.

CONCLUSIONES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

El **59%** ^{+1pp} de los encuestados ha comprado productos del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses,

gastando una media de **424€** ^{+3%}

El **50%** ^{-1pp} de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector dispositivos móviles en los próximos 12 meses

con la intención de gastar unos **471€** ^{+9%}

COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

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

(% respuesta múltiple)

COMPRA

var 25/24
en pp

	Complementos	29%	-1
	Smartphone otra marca	26%	-4
	Smartphone Iphone	24%	+2
	Smartphone Samsung	17%	-1
	Tablet tipo Ipad	15%	+3
	Accesorios de movil para el coche	10%	0
	Tarjeta de memoria	7%	-2

INTENCIÓN

var 26/25
en pp

	Complementos	23%	+1
	Smartphone otra marca	14%	0
	Smartphone iPhone	22%	+2
	Smartphone Samsung	20%	+2
	Tablet tipo iPad	6%	-3
	Accesorios de movil para el coche	20%	-3
	Tarjeta de memoria	8%	+1

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

Por Internet/online	53%	-2
Gran Superficie especializada	17%	+2
Grandes almacenes	13%	-1
Tienda pequeña de barrio	9%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	0
Hipermercado	7%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	6%	-1
Outlet	4%	-1
Tiendas de segunda mano	4%	0

INTENCIÓN

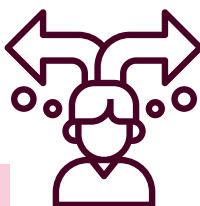
var 26/25
en pp

Por Internet / Online	54%	0
Gran Superficie especializada	21%	-2
Grandes almacenes	15%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	-1
Hipermercado	8%	+1
Outlet	8%	+2
Tienda pequeña de barrio	6%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	6%	0
Tiendas de segunda mano	4%	0

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



La calidad del producto y la facilidad de pago cobran más importancia aunque todavía muy lejos del precio.



var 26/25
en pp

Precio	69%	+2
Calidad del producto	32%	+1
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	-2
Variedad de productos	29%	-1
Facilidad de pago	21%	+1

Y DEL 53% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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



Las compras en la web de la tienda son las únicas que crecen respecto al año anterior.



COMPRA

var 25/24
en pp

Marketplace	47%	-3
Web de la tienda	29%	+3
Web fabricante marca	15%	0
A través de la app	14%	-1
Web compras colectivas	3%	0
Web de segunda mano	3%	-1
Redes sociales	1%	-1

INTENCIÓN

var 26/25
en pp

Marketplace	54%	-4
Web de la tienda	32%	+2
Web fabricante marca	25%	+2
A través de la app	14%	0
Web de segunda mano	5%	-2
Web compras colectivas	3%	-1
Redes sociales	1%	-1

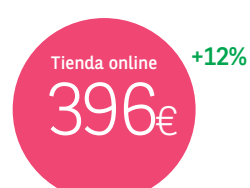
GASTO MEDIO

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 