

CONSUMO ESPAÑA 2025

SECTOR
ÓPTICA

🌐 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. | 19 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Óptica |
| 04 Editorial.
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España. | 19 Fuentes de información en la decisión de compra |
| 05 Sector Óptica | 20 Intención de compra para los próximos 12 meses |
| 06 Tipo de producto comprado | 21 Intención canal de compra en los próximos 12 meses |
| 08 Tiempo de renovación | 22 Intención gasto medio en los próximos 12 meses |
| 11 Importe medio gastado y medio de pago | 23 Intención medio de pago en los próximos 12 meses |
| 13 Medio de pago | 24 Conclusiones del sector elementos de descanso |
| 14 Canal de compra | 27 Ficha técnica |
| 17 Motivos de elección de establecimiento | |

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 ÓPTICA

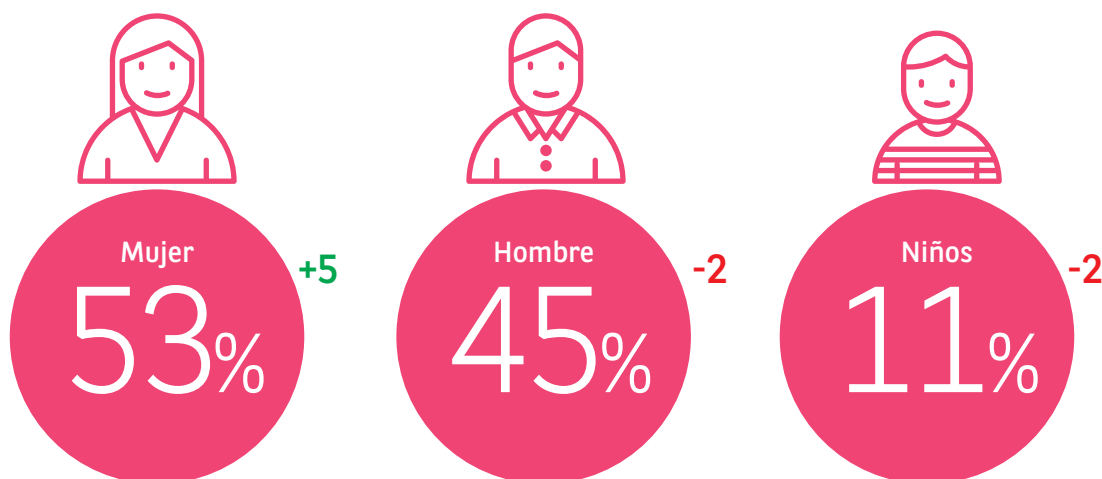
El **36% +0**

de los encuestados ha comprado productos del sector óptica/audifonía en los últimos 12 meses



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audilogía en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías?
(% respuesta múltiple)



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

Entre los españoles que han adquirido algún producto de óptica en el último año, encontramos que el 53% lo ha hecho en la categoría de productos de mujer que aumenta 5 puntos respecto a 2024, seguido del 45% (-2pp vs 2024)

que ha comprado en la categoría de productos de hombre. La categoría de niños vuelve a ser la menos solicitada con un 11% y con un descenso de 2 puntos.

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos?
(% respuesta múltiple)

			var 25/24 en pp
	Gafas graduadas / pregraduadas	57%	+3
	Gafas de sol	32%	0
	Lentillas	21%	-2
	Monturas	11%	-1
	Cristales	9%	-1
	Audiología	3%	+1
	Complementos / accesorios	2%	-1
	Otros	1%	0

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

Entre los productos de óptica más comprados, vuelven a estar en primer lugar las gafas graduadas con un 57% de menciones y un aumento respecto al año anterior de 3 puntos porcentuales. Le siguen las gafas de sol con un 32%, y las lentillas que descienden 2 puntos.

Si segmentamos por edades lo más destacable es que los consumidores mayores de 45 años destacan por encima de la media en la compra de gafas graduadas con un 66% de menciones frente al 57% de la media y aquellos con edades entre los 25 y 34 años en las compras de gafas de sol (42% vs 32% media).

TIEMPO DE RENOVACIÓN

¿Cada cuánto renuevas/cambias ?
(% respuesta única)

		2025	Var 2025/2024 (en pp)
Monturas 	Anualmente o antes	9%	-5
	Entre 1 y 2 años	34%	+3
	Entre 2 y 3 años	25%	-1
	Entre 3 y 4 años	16%	+3
	Más de cuatro años	17%	0
Cristales 	Anualmente o antes	12%	+2
	Entre 1 y 2 años	31%	-2
	Entre 2 y 3 años	23%	-5
	Entre 3 y 4 años	23%	+6
	Más de cuatro años	11%	0
Gafas de sol 	Anualmente o antes	11%	-1
	Entre 1 y 2 años	30%	-1
	Entre 2 y 3 años	31%	-2
	Entre 3 y 4 años	15%	+3
	Más de cuatro años	14%	0

Gafas graduadas/pregraduadas 	Anualmente o antes	5%	-1
	Entre 1 y 2 años	25%	-1
	Entre 2 y 3 años	36%	+2
	Entre 3 y 4 años	18%	+1
	Más de cuatro años	16%	-1
Lentillas 	Anualmente o antes	73%	-2
	Entre 1 y 2 años	16%	-2
	Entre 2 y 3 años	6%	+4
	Entre 3 y 4 años	4%	0
	Más de cuatro años	2%	-1

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

En lo que respecta al plazo de renovación de los productos de óptica en el caso de las monturas oscila entre 1 y 3 años con un 59% de menciones, mostrando un ligero aumento respecto a lo mencionado en 2024.

En el caso de los cristales, el periodo más habitual de renovación sigue siendo entre 1 y 3 años con un 53% de menciones en total, algo menos que el año anterior.

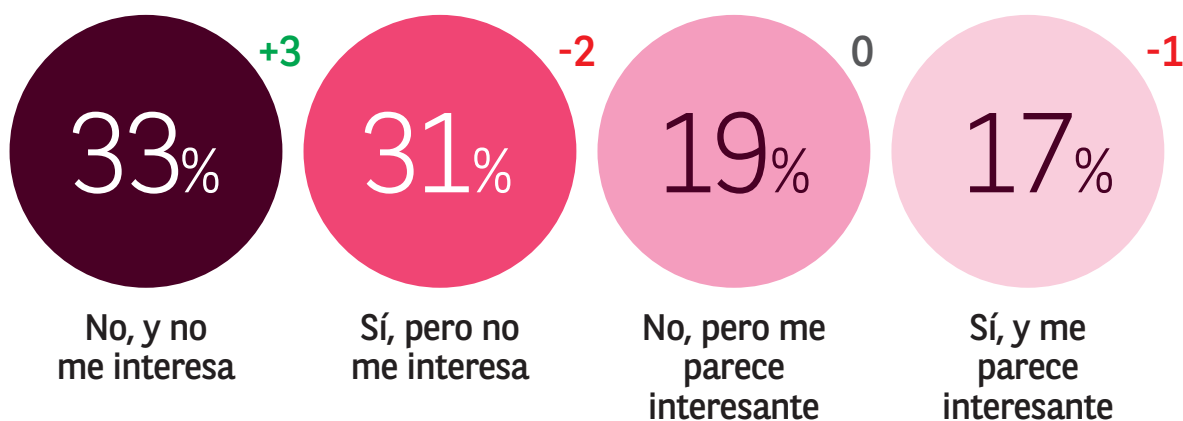
En el caso de las gafas de sol, este año el periodo más mencionado vuelve a ser de entre 2 y 3 años con un 31% de menciones y un descenso de 3 puntos respecto al 2024,

muy seguido de aquellos que renuevan este producto entre 1 y 2 años con un 31% de respuestas.

La categoría de gafas graduadas continúa siendo renovada mayoritariamente cada 2 o 3 años (36%).

En el caso de las lentillas no hay duda, todos aquellos usuarios de este producto coinciden mayoritariamente en que el plazo de renovación es anual, aunque este porcentaje desciende 2 puntos respecto a lo mencionado hace un año pasando de un 75% a un 73%.

¿Te han ofrecido en tu óptica un seguro de rotura/robo de la gafa?
(% respuesta única)



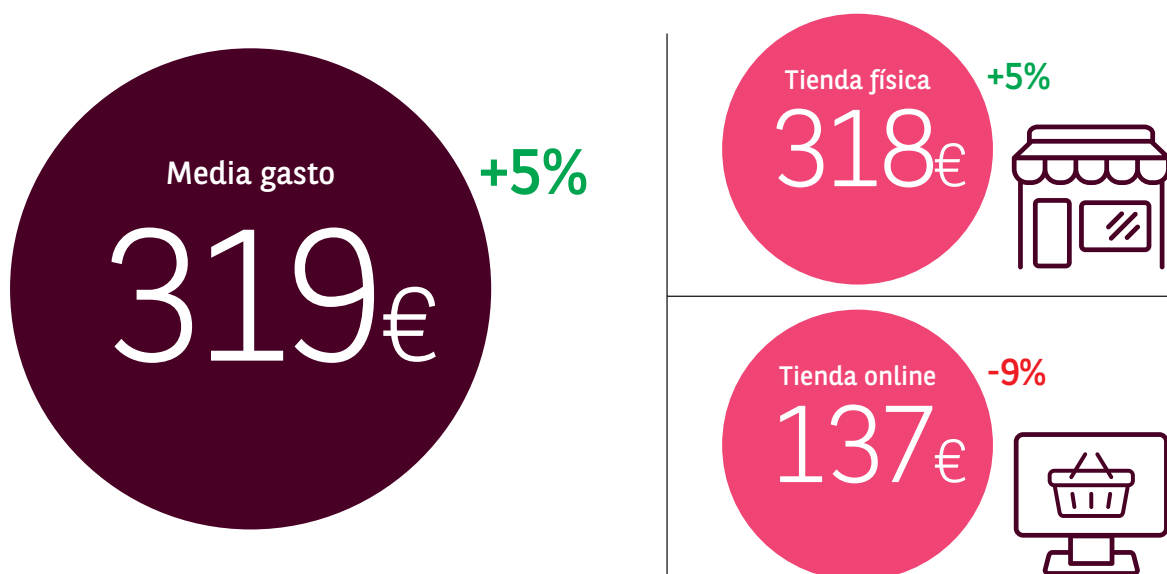
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Hemos querido preguntar por los seguros de rotura o robo de gafas, y un 64% de los encuestados nos dice que no está interesado, frente a un 36% que lo ve con buenos ojos.



IMPORTE MEDIO GASTADO

¿Cuánto te has gastado en el establecimiento de óptica 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 realizado por aquellos consumidores españoles que han comprado productos de óptica en el último año aumenta un 5% con un importe medio declarado de 319€. Si desglosamos por tipo de canal, el realizado en la tienda física continúa siendo muy superior al realizado online, además se produce un aumento del 5% en el gasto

realizado en la tienda física mientras que el realizado por internet desciende un 9% respecto a 2024.

Los encuestados mayores de 45 años son los que declaran el gasto mas elevado que asciende a unos 401€.

Y, ¿cuál es el importe que has gastado en estos productos en los últimos 12 meses?
(Abierta numérica)

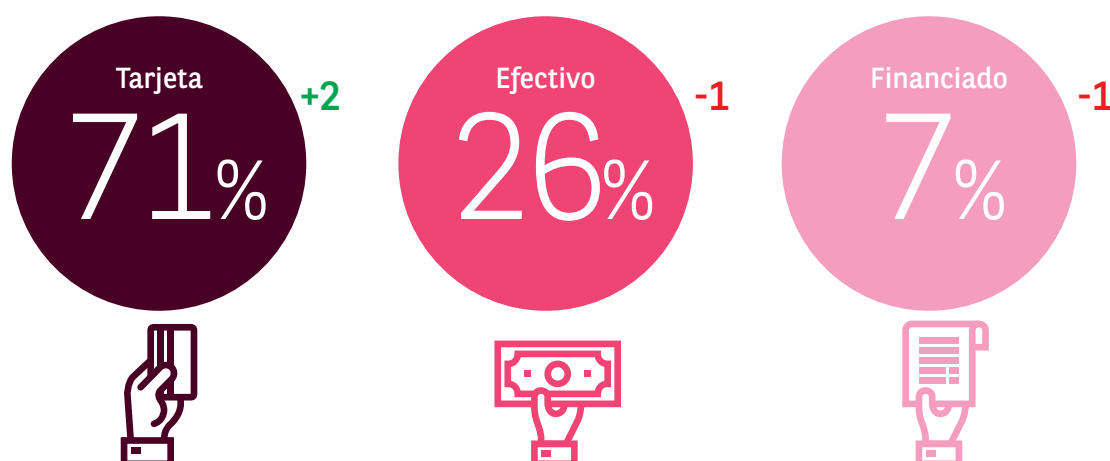
			var 25/24 en %
	Audiología	1.499€	-16%
	Gafas graduadas / pregraduadas	275€	+1%
	Cristales	217€	-14%
	Monturas	163€	-6%
	Lentillas	158€	+6%
	Gafas de sol	141€	+5%
	Complementos / accesorios	91€	-21%

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

Lo más destacable en cuanto al gasto por producto, es que se produce un descenso respecto al año anterior en 4 de las categorías analizadas siendo los más notables el de complementos, audiología y el de cristales.

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

El medio de pago más utilizado en las compras de productos de óptica es un año más la tarjeta con un 71% de menciones y un aumento de 2 puntos respecto a 2024. Los consumidores entre los 45 y 54 años son los que más la utilizan destacando por encima de la media en 5 puntos porcentuales (76%).

Entre las distintas modalidades, la tarjeta de débito es la más utilizada con un 65% de menciones, (+4pp vs 2024). La siguiente opción preferida es la tarjeta de crédito con pago a fin de mes con un 33% de consumidores que afirman haberla utilizado para sus compras, mos-

trando un descenso de 5 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Un 26% afirma que ha pagado sus compras en efectivo (25% en 2024), siendo los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 50% de menciones.

La financiación continúa siendo el método de pago menos utilizado con un 7% de menciones, mostrando un ligero descenso de 1 punto porcentual respecto a 2024.

CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
TIPO TIENDA GLOBAL
(% respuesta múltiple)



Óptica centro ciudad (tradicional)	42%
Óptica centro ciudad (cadena)	40%
Óptica centro comercial	26%
Web óptica (online)	8%

var 25/24
en pp

+3

+1

+2

-1

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

Las ópticas tradicionales situadas en centros de ciudad pasan a ser las tiendas más elegidas por los consumidores con un 42% de menciones y un importante crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

El porcentaje de compradores en las cadenas de ópticas de centros de ciudad bajan al segundo lugar en el ranking, aunque también aumentan un punto respecto a 2024.

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

		2025	Var 2025/2024 (en pp)
Monturas 	Óptica centro ciudad (tradicional)	48%	+9
	Óptica centro ciudad (cadena)	32%	-16
	Óptica centro comercial	25%	+11
	Web óptica (online)	4%	+2

Cristales 	Óptica centro ciudad (tradicional)	51%	+5
	Óptica centro ciudad (cadena)	38%	-1
	Óptica centro comercial	15%	+4
	Web óptica (online)	2%	-7
Gafas de sol 	Óptica centro ciudad (cadena)	34%	-3
	Óptica centro comercial	33%	+6
	Óptica centro ciudad (tradicional)	31%	+3
	Web óptica (online)	9%	-1
Gafas graduadas/ pregraduadas 	Óptica centro ciudad (tradicional)	39%	+2
	Óptica centro ciudad (cadena)	38%	-1
	Óptica centro comercial	23%	-1
	Web óptica (online)	3%	0
Lentillas 	Óptica centro ciudad (tradicional)	40%	+5
	Óptica centro ciudad (cadena)	38%	+7
	Web óptica (online)	14%	0
	Óptica centro comercial	11%	-10
Audiología 	Óptica centro ciudad (tradicional)	46%	-7
	Óptica centro ciudad (cadena)	30%	+12
	Óptica centro comercial	20%	+5
	Web óptica (online)	3%	-11

El Smartphone es el dispositivo más utilizado por los consumidores que han realizado compras online del sector óptica, así lo manifiesta el 51% de ellos siendo aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media con un 63% de respuestas.

Las compras a través del portátil son las siguientes más mencionadas (26%), siendo los consumidores entre los 25 y 34 años los que destacan en este sentido con un 39% de respuestas, 13 puntos por encima de la media.

Complementos/ accesorios 	Óptica centro ciudad (cadena)	51%	+32
	Óptica centro comercial	35%	+13
	Óptica centro ciudad (tradicional)	21%	-15
	Web óptica (online)	8%	-18

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

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

			var 25/24 en pp
	Smartphone	45%	-6
	Portátil	38%	+12
	Pc de sobremesa	19%	+3
	Tableta	4%	-1
	Tv con conexión a internet	3%	-1

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

El Smartphone es el dispositivo más utilizado por los consumidores que han realizado compras online del sector óptica, así lo manifiesta el 65% de ellos siendo aquellos con edades entre los 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 75% de respuestas.

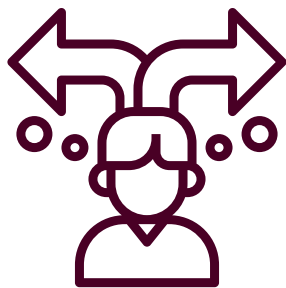
Las compras a través del portátil son las siguientes más mencionadas (38%), siendo los consumidores entre los 25 y 34 años los que destacan en este sentido con un 60% de respuestas, 13 puntos por encima de la media.

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	60%	+4
Atención de vendedores	48%	-1
Calidad del producto	45%	+2
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	-2
Variedad de productos	31%	0
Servicio postventa	18%	0
Servicio de entrega	11%	0
Facilidad de pago	11%	-3
Otros motivos	5%	+1
Tienda con web compra online	4%	-1

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 compradores de productos de óptica a decidirse por un tipo de tienda u otro, el precio sigue siendo el factor más mencionado con un 60% de menciones, mostrando un notable aumento de 4 puntos respecto al año anterior.

La importancia de la atención de los vendedores con un 48% de respuestas obtenidas continúa en segundo lugar, siendo los consumidores mayores de 45 años los que más valoran este aspecto con un 52% de menciones. El top 3 lo cierra la calidad del producto con un 45% y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2024.

¿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 2025/2024 (en pp)
Monturas 	Precio	50%	0
	Calidad del producto	47%	-3
	Atención de vendedores	44%	-1
Cristales 	Precio	55%	+12
	Atención de vendedores	51%	-7
	Calidad del producto	39%	-3
Gafas de sol 	Precio	57%	-2
	Calidad del producto	38%	0
	Atención de vendedores	36%	+5
Gafas graduadas/ pregraduadas 	Precio	56%	+3
	Atención de vendedores	46%	0
	Calidad del producto	39%	+2
Lentillas 	Precio	55%	+2
	Calidad del producto	40%	+3
	Atención de vendedores	40%	0

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

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ÓPTICA

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
	Consulta con el personal / vendedor de tienda	44%	-2
	No he realizado consultas previas	33%	-1
	Recomendación de amigo, familiar o conocido	18%	+5
	Consultas en páginas web especializadas	9%	+1
	Consulta en el catálogo (on/off) de la tienda	8%	-1
	Consultas en foros de Internet	6%	0

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

La importancia de la atención personalizada por parte del personal de la óptica se posiciona en primer lugar con un 44% de menciones, destacando notablemente por encima de la media los consumidores mayores de 45 años (52%). El porcentaje de aquellos que declaran no

realizar consultas previas antes de la compra con un 33% de respuestas desciende un punto respecto a 2024. El resto de las opciones muestran valores muy inferiores por debajo del 20%

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El **32% -2**

de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector óptica/audifonía en los próximos 12 meses.

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

		var 25/24 en pp
	Gafas graduadas / pregraduadas 45%	+2
	Gafas de sol 34%	-1
	Lentillas 25%	-1
	Cristales 8%	-1
	Monturas 7%	+1
	Complementos / accesorios 4%	+2
	Audiología 3%	+1
	Otros 1%	-1

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

Respecto a las categorías con más intención de compra, las gafas graduadas con un 45% de menciones y un crecimiento de 2 puntos, son las más demandadas de cara a

los próximos 12 meses. Le siguen las gafas de sol con un 34% de respuestas y las lentillas con un 25%, ambas con un ligero descenso de un punto porcentual.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de establecimiento pretendes adquirir productos de óptica / audifonía en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



		var 25/24 en pp
Óptica centro ciudad (tradicional)	40	-1
Óptica centro ciudad (cadena)	40	-1
Óptica centro comercial	23	+1
Web óptica (online)	12	0

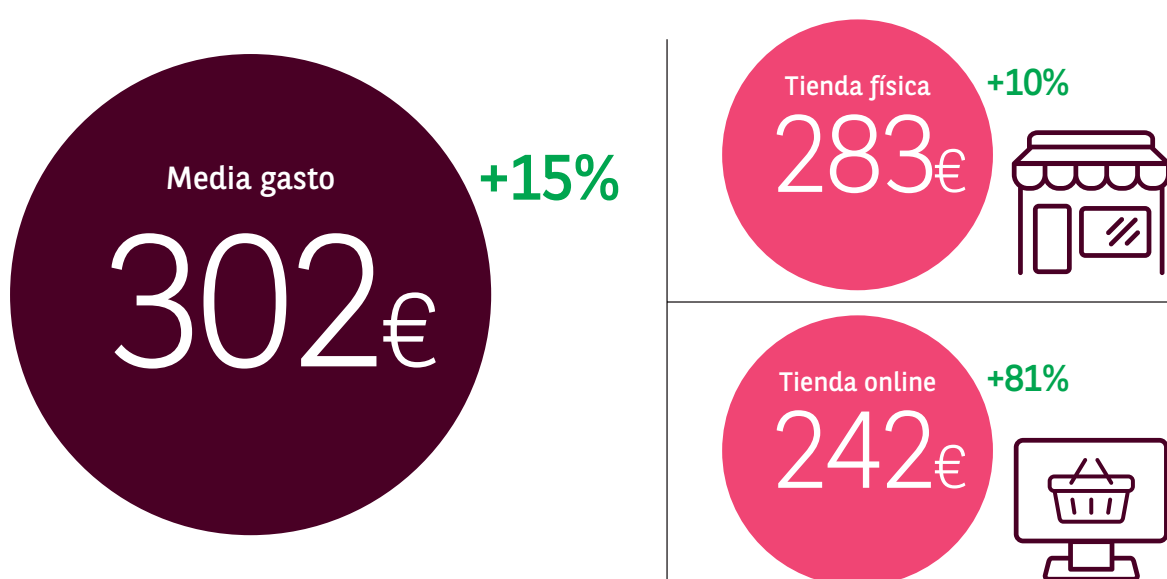
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

Las ópticas tradicionales de centro de ciudad y las pertenecientes a cadenas, son los dos formatos con más intenciones de compra de cara a los próximos 12 meses, con

un 40% de menciones en ambos casos, aunque descienden un punto 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)

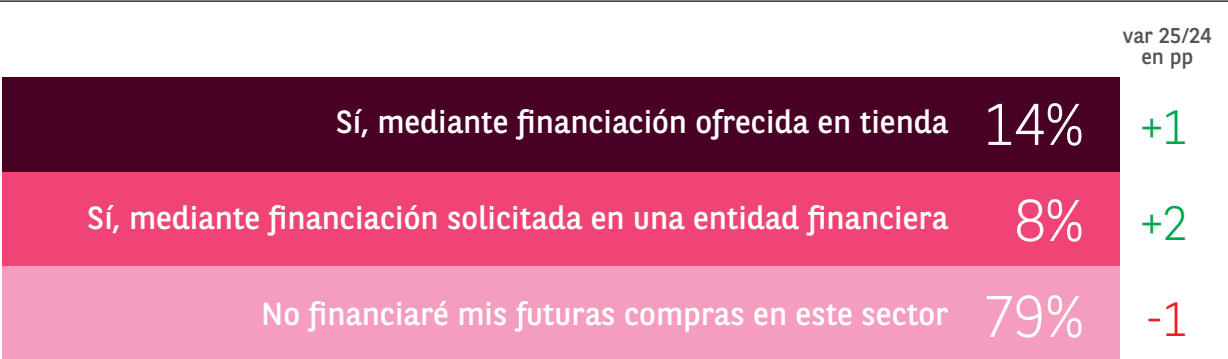


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025

El gasto medio previsto por los consumidores que comprarán productos del sector óptica en los próximos 12 meses es de 302€, un 15% más que el declarado hace un año.

Los consumidores mayores de 45 años son los que más gastarán con un desembolso medio previsto de 401€.

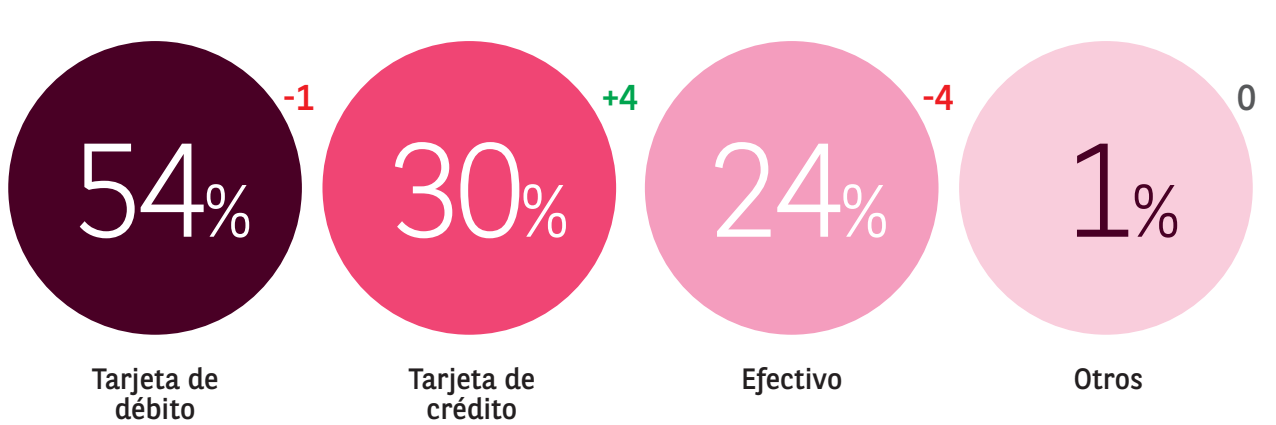
¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
(% respuesta múltiple)



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

Los que financiarán sus compras del sector óptica son tan solo el 22% de los futuros compradores. Descienden en un punto los que no financiarán.

¿Cómo pagarás tu compra?
(% respuesta múltiple)



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

El 54% pagará sus futuras compras de óptica mediante su tarjeta de débito, seguido del 30% que utilizará su tarjeta de crédito y de un 24% que optará por el pago en efectivo.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ÓPTICA

El **36%**^{+0pp} de los encuestados ha comprado productos del sector óptica en los últimos 12 meses,

gastando una media de **319€**^{+5%}

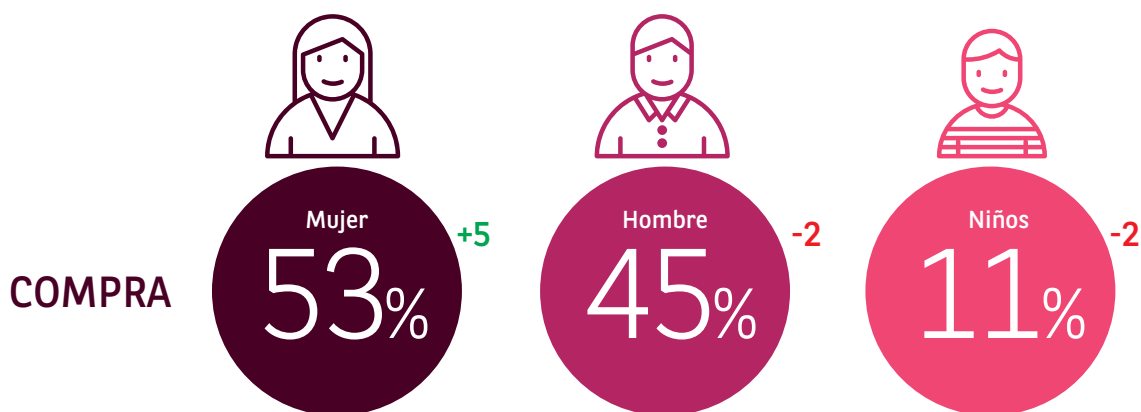
El **32%**^{-2pp} de los encuestados tiene intención de comprar productos del sector óptica en los próximos 12 meses

con la intención de gastar unos **302€**^{+15%}

COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

Has comentado que has adquirido algún tipo de producto de óptica o audiolología en los últimos 12 meses. ¿De cuáles de las siguientes categorías?

(% respuesta múltiple)



La categoría de productos de mujer lidera el ranking con un importante crecimiento de 5 puntos.

Y en concreto, ¿cuáles de los siguientes productos has comprado y cuáles tienes intención de comprar?

(% respuesta múltiple)

	COMPRA	var 25/24 en pp	INTENCIÓN	var 26/25 en pp
	Gafas graduadas / pregraduadas 57%	+3	Gafas graduadas / pregraduadas 45%	+2
	Gafas de sol 32%	0	Gafas de sol 34%	-1
	Lentillas 21%	-2	Lentillas 25%	-1
	Monturas 11%	-1	Monturas 7%	+1
	Cristales 9%	-2	Cristales 8%	-1
	Audiología 3%	+1	Audiología 3%	+1
	Complementos / accesorios 2%	-1	Complementos / accesorios 4%	+2

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

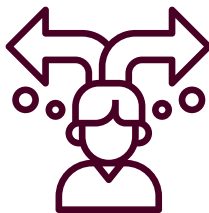
(% respuesta múltiple)

	COMPRA	var 25/24 en pp	INTENCIÓN	var 26/25 en pp
	Óptica centro ciudad (tradicional) 42%	+3	Óptica centro ciudad (tradicional) 40%	-1
	Óptica centro ciudad (cadena) 40%	0	Óptica centro ciudad (cadena) 40%	-1
	Óptica centro comercial 26%	+2	Óptica centro comercial 23%	+1
	Web óptica (online) 8%	0	Web óptica (online) 12%	0

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



El precio es claramente el motivo principal para decidir donde comprar y creciendo respecto al año anterior.



var 25/24 en pp

Precio	60%	+4
Atención de vendedores	48%	0
Calidad del producto	45%	+2
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	-2
Variedad de productos	31%	0

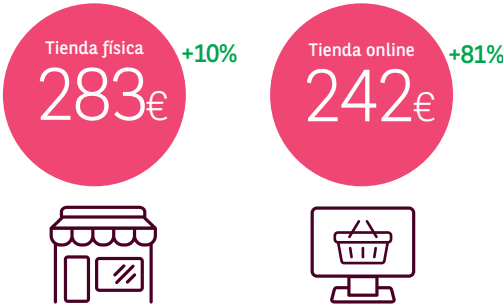
GASTO MEDIO

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 