

meses con la intención de gastar unos 391-10%

> var 26/25 en pp

+3

-4

-1

-2

-2

-1

13%

8%

9%

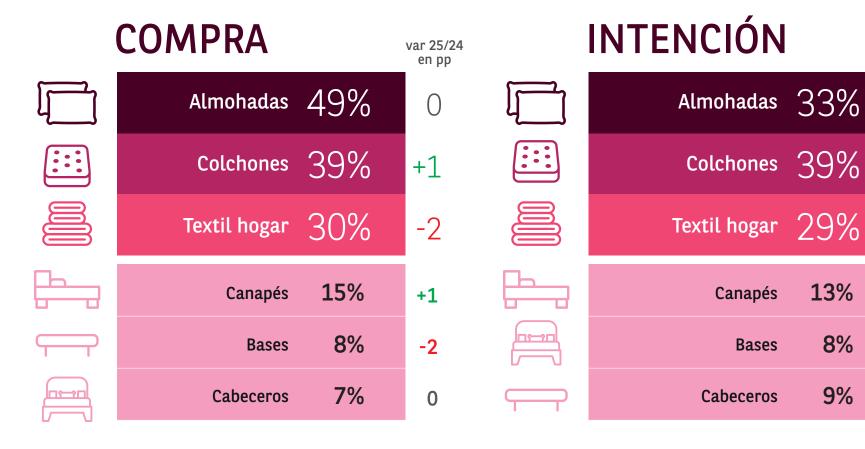
Las grandes superficies y los grandes

almacenes superan al canal online en

las futuras compras.

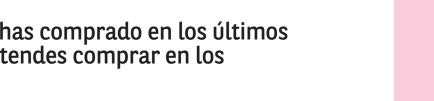
### COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

¿Qué tipo de producto de descanso has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los proximos 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)





COMPRA		var 25/24 en pp
Por Internet / Online	27%	+1
Gran Superficie especializada	22%	-1
Grandes almacenes	21%	-2
Tienda mediana o grande de barrio	18%	0
Tienda pequeña de barrio	14%	+1
Hipermercado	13%	-2
Outlet	11%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	10%	+2
Tiendas de segunda mano	3%	-1

INTENCIÓN		var 26/25 en pp
Gran Superficie especializada	31%	-4
Grandes almacenes	28%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	20%	+1
Por Internet / Online	20%	+2
Tienda pequeña de barrio	15%	-1
Outlet	9%	-1
Hipermercado	9%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	+3
Tiendas de segunda mano	1%	-2

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



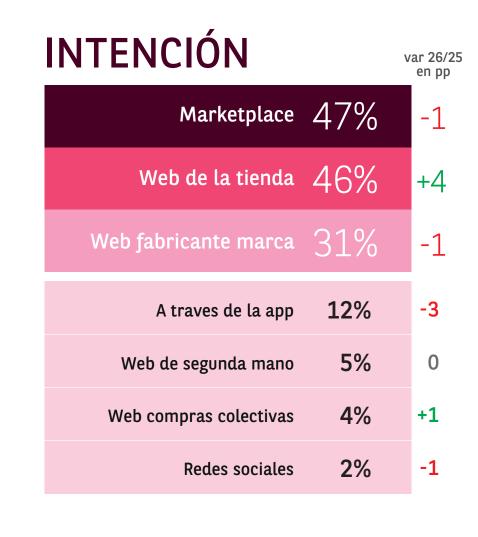
			var 25/24 en pp
<b>&gt;</b>	Precio	66%	0
)	Calidad del producto	45%	-2
	Variedad de productos	32%	-4
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	27%	0
	Servicio de entrega	24%	+3

### Y DEL 27% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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



COMPRA		var 25/24 en pp
Web de la tienda	41%	+6
Marketplace	39%	-1
Web fabricante marca	15%	-3
A traves de la app	13%	-1
Web compras colectivas	5%	0
Web de segunda mano	4%	0
Redes sociales	2%	-2



## **GASTO MEDIO**

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









# **INTENCIÓN DE GASTO 2026**







