

zOOM

La IA en el proceso de compra

Jóvenes vs Seniors

2026

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 



INTRODUCCIÓN

El Observatorio Cetelem presenta en abril de 2026 el Zoom de la Inteligencia Artificial en el proceso de compra de los españoles.

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta edición de El Observatorio Cetelem, se han obtenido a partir de la segmentación por edad del estudio Consumo España 2025 y el estudio de Motor 2026 elaborado a partir de encuestas online realizadas CanalSondeo:

- Metodología online (CAWI)
 - Universo: Total adultos que hayan comprado o vayan a comprar alguna de las categorías de producto en los últimos / próximos 12 meses.
 - Ámbito: Nacional
 - Tamaño de muestra: 2.200 encuestas
 - Error muestral: $\pm 4\%$ al 95% de confianza
 - Encuestas realizadas entre el 18 y el 25 de julio de 2025 y entre el 17 de febrero y el 2 de marzo de 2026



INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS COMPRAS





Inteligencia artificial en las compras

¿Cómo crees que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)?

(Respuesta múltiple)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Puede ayudar a encontrar productos	50% +4	44% +2	52% +4
Puede ayudar a encontrar productos personalizados	39% +0	37% +1	37% +1
Puede hacer que el proceso de pago sea más rápido y eficiente	21% -1	28% +0	15% -3
La realidad aumentada y la inteligencia artificial van a converger para ofrecer experiencias de compra totalmente inmersivas en los puntos de venta físicos	16% -5	18% -1	14% -6

La mayoría de los consumidores españoles considera que la principal característica de la IA es que les puede ayudar a encontrar productos de manera rápida, así lo manifiesta un 50% de ellos, mostrando un importante crecimiento de 4 puntos respecto al año anterior, destacando por encima de la media 2pp los jóvenes. Los seniors se sitúan 8pp por encima de los jóvenes con un 52% de menciones vs 44%, pero en ambos casos con crecimientos respecto al 2025.

Un 39% opina que esta nueva tecnología les puede ayudar a encontrar productos personalizados, porcentaje que se mantiene estable respecto a 2024.

Un 21% opina que esta nueva tecnología puede hacer que el proceso de pago sea más rápido y eficiente, porcentaje que desciende ligeramente vs 2024. Los jóvenes se sitúan 7pp por encima de la media, aunque estables respecto al año anterior.

Es importante señalar que descienden 5 puntos aquellos que van más allá y piensan en la combinación de la realidad aumentada y la IA para ofrecer experiencias de compra totalmente inmersivas en los puntos de venta físicos.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Hasta qué punto confías en las decisiones y sugerencias proporcionadas por sistemas de IA?
(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Confío completamente en las decisiones de la IA porque suelen ser precisas	8% +0	15% +2	4% +1
Confío en la IA para ciertas cosas, pero siempre reviso antes de tomar una decisión final	52% +4	58% +4	46% +5
Prefiero confiar en mi propio juicio en lugar de las sugerencias de la IA	40% -4	27% -2	51% -6

Este año observamos una cierta tendencia a confiar cada vez más en las decisiones de compra proporcionadas por la IA. El 52% de los consumidores afirma confiar en este sistema, aunque siempre revisando antes de tomar una decisión, porcentaje que crece 4 puntos respecto al año anterior. Los jóvenes destacan por encima de la media en 6pp y por encima de los seniors en 12pp con un 58% de menciones y mostrando crecimiento respecto al año anterior.

El 40% tiene claro que prefiere confiar en su propio juicio en lugar de atender las sugerencias que le pueda ofrecer la IA, aunque hay que señalar que este porcentaje desciende respecto al año anterior en 4 puntos porcentuales. En este sentido, los que más claro lo tienen son los seniors que alcanzan un 51% de respuestas, 11pp por encima de la media. También se sitúan por encima de los jóvenes en 24pp y en ambos casos descienden respecto al año anterior.

Sólo el 8% declara confiar completamente en las decisiones de la IA, manteniéndose estable respecto al año anterior. En este sentido, los que más claro lo tienen son los consumidores jóvenes que alcanzan un 15% de respuestas. Los jóvenes se sitúan por encima de los seniors en 9pp y en ambos casos con ligeros crecimientos respecto al año anterior.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Cuál es tu opinión sobre las ofertas basadas en IA?
(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Las ofertas personalizadas son atractivas, pero no esenciales para mí	50% -1	48% -6	48% +5
Me interesa mucho las ofertas personalizadas basadas en IA	18% +3	32% +9	10% +1
No me interesan las ofertas personalizadas prefiero buscar ofertas por mí mismo	32% -2	20% -2	42% -6

La mitad de los españoles encuestados opina que las ofertas personalizadas son atractivas, pero no esenciales para ellos, mostrando un ligero descenso de 1pp respecto al año anterior.

El 32% declara que no le interesan las ofertas personalizadas y que prefiere buscar ofertas por sí mismo, mostrando un descenso de -2pp respecto al año anterior. Los consumidores seniors destacan por encima de la media en +10pp.

El 18% declara que le interesa mucho las ofertas personalizadas basadas en IA, mostrando un aumento de +3pp respecto al año anterior. Los jóvenes destacan por encima de la media en 14pp. También se sitúan 22pp por encima de los seniors, con un 32% de menciones vs 10%. En ambos casos mostrando aumentos respecto al año anterior, pero mucho más notable en el caso de los jóvenes (+9pp vs +1pp)

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA para resolver consultas de servicio al cliente?

(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Depende de la complejidad de mi problema para asuntos simples los chatbots están bien	41% +1	48% -1	29% +0
No me gustan los chatbots, prefiero hablar con un humano	50% -3	34% -4	66% -2
Prefiero los chatbots porque están disponibles 24/7 y responden rápidamente	9% +2	18% +5	5% +2

Los españoles preferimos realizar nuestras consultas con un servicio de atención al cliente en el que interactuemos con otra persona, así lo manifiestan el 50% de encuestados, aunque este porcentaje desciende 3 puntos respecto a lo manifestado el año anterior. En este sentido destacan claramente por encima de la media los seniors con un 66% de menciones, 16 puntos más que el resto de los españoles.

Por otro lado, encontramos al 41% que dependiendo de la complejidad del problema prefiere uno u otro sistema, si el asunto es simple los chatbots les parecen bien. Los jóvenes destacan claramente no sólo por encima de la media (+7pp) sino, sobre todo, respecto a los seniors, con un 48% vs 29% (+19pp).

Aunque sólo el 9% prefiere los chatbots porque están disponibles 24 horas y responden rápidamente, este porcentaje crece dos puntos respecto a 2024, destacando 9pp por encima de la media los jóvenes con un 18% de menciones. Los jóvenes se sitúan 13pp por encima de los seniors y en ambos casos con crecimientos respecto a 2024, pero superior en el caso de los jóvenes.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Cuál es tu opinión acerca de la IA en la seguridad de sus transacciones online?
(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Confío en que la IA mejora la seguridad de mis transacciones en línea	21% +2	31% +4	16% +2
No estoy seguro de como la IA afecta la seguridad de mis transacciones	40% -1	38% -2	38% +1
Prefiero métodos de seguridad tradicionales sin IA	39% -1	31% -2	46% -3

Aunque sólo el 21% de los españoles confía en que la IA mejore la seguridad de las transacciones online, este porcentaje crece 2 puntos respecto al año anterior, destacando claramente los consumidores jóvenes con un 31% de menciones, 10pp más que la media. Los jóvenes se sitúan por encima de los seniors en 15pp y en ambos casos con aumentos respecto al año anterior.

Pero la realidad, es que la gran mayoría de consumidores no tiene claro que la inteligencia artificial pueda mejorar la seguridad de las transacciones. El 40% afirma que no está seguro de como la IA puede afectar de manera positiva y otro 39% afirma que prefiere los métodos de seguridad tradicionales, aunque en ambos casos con ligeros descensos respecto al año anterior..

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Tienes preocupaciones sobre cómo las empresas utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA?

(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Estoy cómodo, siempre y cuando mi información se maneja de manera segura y privada	26% -1	31% -1	22% +1
Estoy muy preocupado por la privacidad y prefiero no recibir publicidad personalizada	33% -1	20% -4	43% -4
Tengo algunas preocupaciones, pero el beneficio de la personalización supera estas	41% +2	49% +6	36% +3

La preocupación por la privacidad de los datos personales y el uso que las empresas les dan a los mismos es algo que tradicionalmente ha preocupado a los consumidores españoles, aunque parece que, con la llegada de la IA y el beneficio de la personalización de los productos, esta preocupación se diluye un poco. El 33% de los españoles se muestra muy preocupado por su privacidad y prefiere no recibir publicidad personalizada, siendo los seniors los más inseguros en este sentido con un 43% de menciones.

Sin embargo, el 41% de españoles afirma que, a pesar de tener algunas preocupaciones, el beneficio de la personalización supera las mismas, con un crecimiento de 2pp respecto al año anterior. Los jóvenes se sitúan 13pp por encima de los seniors con un 49% de menciones vs 36%, en ambos casos con aumentos respecto al año anterior, siendo más elevado en el caso de los jóvenes.

Por otro lado, el 26% se siente cómodo siempre que su información se maneja de manera segura y privada, porcentaje que desciende ligeramente respecto al año anterior. Los jóvenes se sitúan 9pp por encima de los seniors con un 31% de menciones vs 22%.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales

- Jóvenes: entre 18 y 35 años

- Seniors: mayores de 55 años

OBSERVATORIO
Cetelem

BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



Inteligencia artificial en las compras

¿Estarías dispuesto a implementar la IA en tus compras?
(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA para mejorar mi experiencia de consumo	17% +3	29% +6	12% +4
Podría considerar la adopción de IA si veo beneficios claros	52% -1	53% +1	48% -2
Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA en mi comportamiento de consumo	30% -2	18% -7	40% -2

Aumenta tres puntos el porcentaje de españoles que declara estar dispuesto a implementar nuevas tecnologías de IA para mejorar su experiencia de consumo, destacando claramente los consumidores más jóvenes con un 29% y 12pp por encima de la media. También se sitúan por encima de los seniors en 17pp con un 29% de menciones vs 12%, en ambos casos con aumentos respecto al año anterior.

El 30% muestra su claro rechazo hacia adoptar estas nuevas tecnologías en su comportamiento de consumo, aunque observamos un descenso de 2 puntos respecto al año anterior. Los seniors son los que más claro lo tienen con un 40% de respuestas, 10 puntos por encima de la media.

Algo más de la mitad de los españoles encuestados (52%), podría considerar la adopción de la IA siempre y cuando obtuvieran un beneficio claro, mostrando un ligero descenso respecto al año anterior. Los jóvenes se sitúan ligeramente por encima de los seniors en 5pp con un 53% de menciones vs 48%, mostrando comportamientos diferentes respecto al año anterior, ya que se observa un ligero crecimiento en el caso de los jóvenes mientras que el porcentaje de seniors se reduce.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras

¿Cómo imaginas que la IA cambiará tu forma de consumir productos y servicios en los próximos 5 años?

(Respuesta única)

	España 2025	Jóvenes	Seniors
Creo que la IA hará que las compras sean completamente automatizadas y personalizadas	17% +3	28% ⁺⁷	8% ⁺⁴
Espero que la IA proporcione una experiencia de compra más integrada y sin fricciones	36% +1	46% ⁺²	27% ⁺¹
No estoy seguro de como la IA cambia las compras, pero estoy abierto a las posibilidades	47% -4	26% ₋₉	65% ₋₄

Prácticamente la mitad de los consumidores españoles (47%) no está seguro de como la inteligencia artificial afectará de aquí a cinco años en su forma de consumir, aunque se muestra abierto a las posibilidades que esta les ofrezca, porcentaje que desciende 4 puntos respecto al 2024. En este sentido los seniors destacan claramente por encima de la media con un 65% de menciones. También están por encima de los jóvenes en 39pp, en ambos casos con descensos respecto al año anterior.

El 36% espera que la IA les ofrezca una experiencia de compra más integrada, creciendo ligeramente respecto al año anterior. Los jóvenes se sitúan por encima de la media en 10pp con un 46% de menciones y por encima de los seniors en 19pp, en ambos casos con ligeros aumentos respecto al año anterior.

Crece el porcentaje de consumidores que tiene claro que esta nueva tecnología hará que las compras sean completamente automatizadas y personalizadas, pasando del 14% al 17%. Los jóvenes destacan claramente por encima de los seniors en 20pp con un 28% de menciones vs 8%, en ambos casos con aumentos respecto al año anterior, siendo superior en el caso de los jóvenes.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales

- Jóvenes: entre 18 y 35 años

- Seniors: mayores de 55 años

OBSERVATORIO
Cetelem

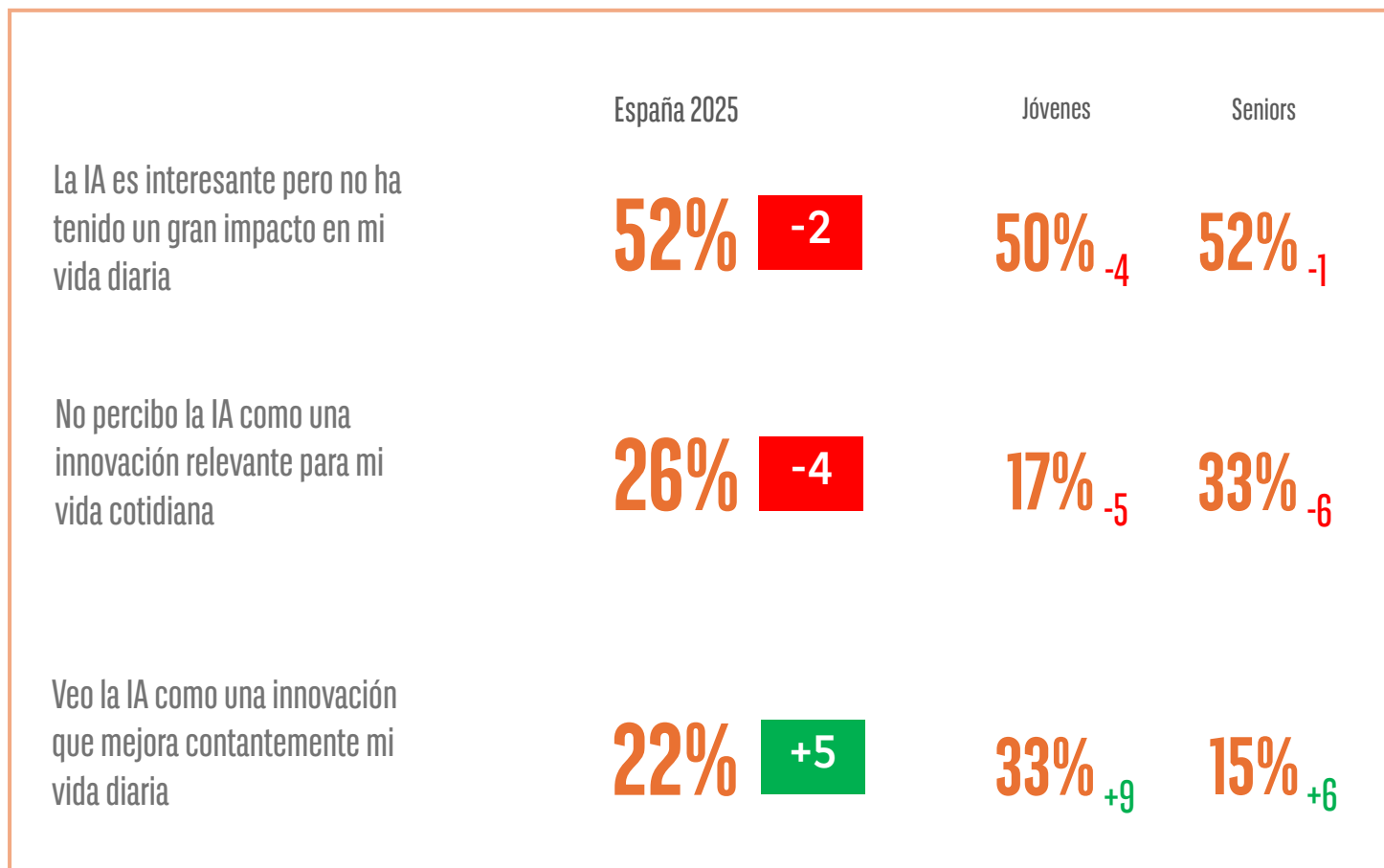
BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



Inteligencia artificial en las compras

¿Cuál es tu percepción de la IA como una implementación innovadora?

(Respuesta única)



El 52% de los españoles encuestados opina que la IA es interesante pero no ha tenido un gran impacto en su vida diaria, mostrando un ligero descenso de -2pp respecto al año anterior.

El 26% no percibe la IA como una innovación relevante para su vida cotidiana, mostrando un descenso de -4pp respecto al año anterior. Los seniors con un 33% de menciones destacan por encima de la media en 7pp, y por encima de los jóvenes en 16pp.

El 22% de los españoles encuestados ve la IA como una innovación que mejora constantemente su vida diaria, mostrando un aumento de +5pp respecto al año anterior. Los jóvenes con un 33% de menciones destacan por encima de la media en 11pp y por encima de los seniors en 18pp, en ambos casos mostrando importantes aumentos respecto al año anterior.

- Variaciones respecto al año anterior en puntos porcentuales
- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras. Sector motor

¿Has utilizado este tipo de herramientas para informarte sobre la compra de un coche o una moto?

(Respuesta única)

	España 2026	Jóvenes	Seniors
Sí, de forma habitual	16%	21%	12%
Sí, en alguna ocasión	41%	44%	37%
Las conozco, pero no las he utilizado	27%	24%	31%
No las conozco	17%	11%	20%

La Inteligencia artificial ha supuesto un avance en lo que respecta a las consultas de información en el proceso de compra de los consumidores. En el caso de la compra relacionada con el sector del motor, como la compra de un coche o una moto, el 41% de los conductores encuestados afirma haber utilizado la IA en alguna ocasión, y un 16% declara utilizarla de manera habitual. Los jóvenes destacan por encima de la media en 5pp con un 21% de menciones. También destacan por encima de los seniors en ambos casos.

El 27% declara conocer estas herramientas de IA, pero no haberlas utilizado, siendo los seniors con un 31% de menciones los que destacan por encima de la media.

- Jóvenes: entre 18 y 35 años

- Seniors: mayores de 55 años

OBSERVATORIO
Cetelem

BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



Inteligencia artificial en las compras. Sector motor

¿Para qué las has utilizado principalmente?
(Respuesta múltiple)

	España 2026	Jóvenes	Seniors
Comparar modelos y marcas	55%	38%	64%
Resolver dudas técnicas	33%	29%	40%
Ajustar la elección a mi presupuesto	36%	33%	37%
Confirmar una decisión ya tomada	19%	25%	17%
Como alternativa a preguntar a un vendedor	21%	18%	26%

Entre aquellos conductores que han utilizado la IA en su proceso de compra de coche o moto, el uso más habitual es para comparar modelos y marcas (55%), seguido de los que la utilizan para ajustar la elección de su compra a su presupuesto (36%), y los que recurren a estas herramientas para resolver dudas técnicas (33%), este sería el Top 3 del ranking.

Es importante señalar que, en los 3 casos, en contra de lo que se pudiera pensar a priori, los consumidores seniors destacan por encima tanto en lo que respecta a la media como a los jóvenes.

- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras. Sector motor

En general, ¿qué nivel de confianza te generan las recomendaciones de este tipo de herramientas?
(Respuesta única)

	España 2026	Jóvenes	Seniors
Mucha	8%	9%	7%
Bastante	57%	52%	57%
No tengo una opinión formada	6%	6%	8%
Poca	26%	31%	25%
Ninguna	2%	2%	3%

En lo que respecta a la confianza que le generan a los consumidores del sector motor las recomendaciones de este tipo de herramientas, el 65% declara tener mucha o bastante confianza, sin diferencias significativas en cuanto a la comparación entre jóvenes y seniors, aunque estos últimos presentan un porcentaje ligeramente superior (64% vs 62%), y en ambos casos se sitúan ligeramente por debajo de la media.

- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



Inteligencia artificial en las compras. Sector motor

¿Te resultaría útil que una marca o concesionario ofreciera un asistente digital propio para ayudarte a elegir modelo o versión? *(Respuesta única)*

	España 2026	Jóvenes	Seniors
Muy útil	25%	25%	26%
Algo útil	50%	54%	47%
Indiferente	18%	16%	19%
No me genera confianza	7%	5%	8%

El 75% de los españoles encuestados declara que le resultaría útil o muy útil que una marca o concesionario de coche o moto, ofreciera un asistente digital propio para ayudarte a elegir modelo o versión, destacando ligeramente por encima de la media los más jóvenes con un 79% de menciones, y también por encima de los seniors (73%).

- Jóvenes: entre 18 y 35 años
- Seniors: mayores de 55 años



 elobservatoriocetelem.es

 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)