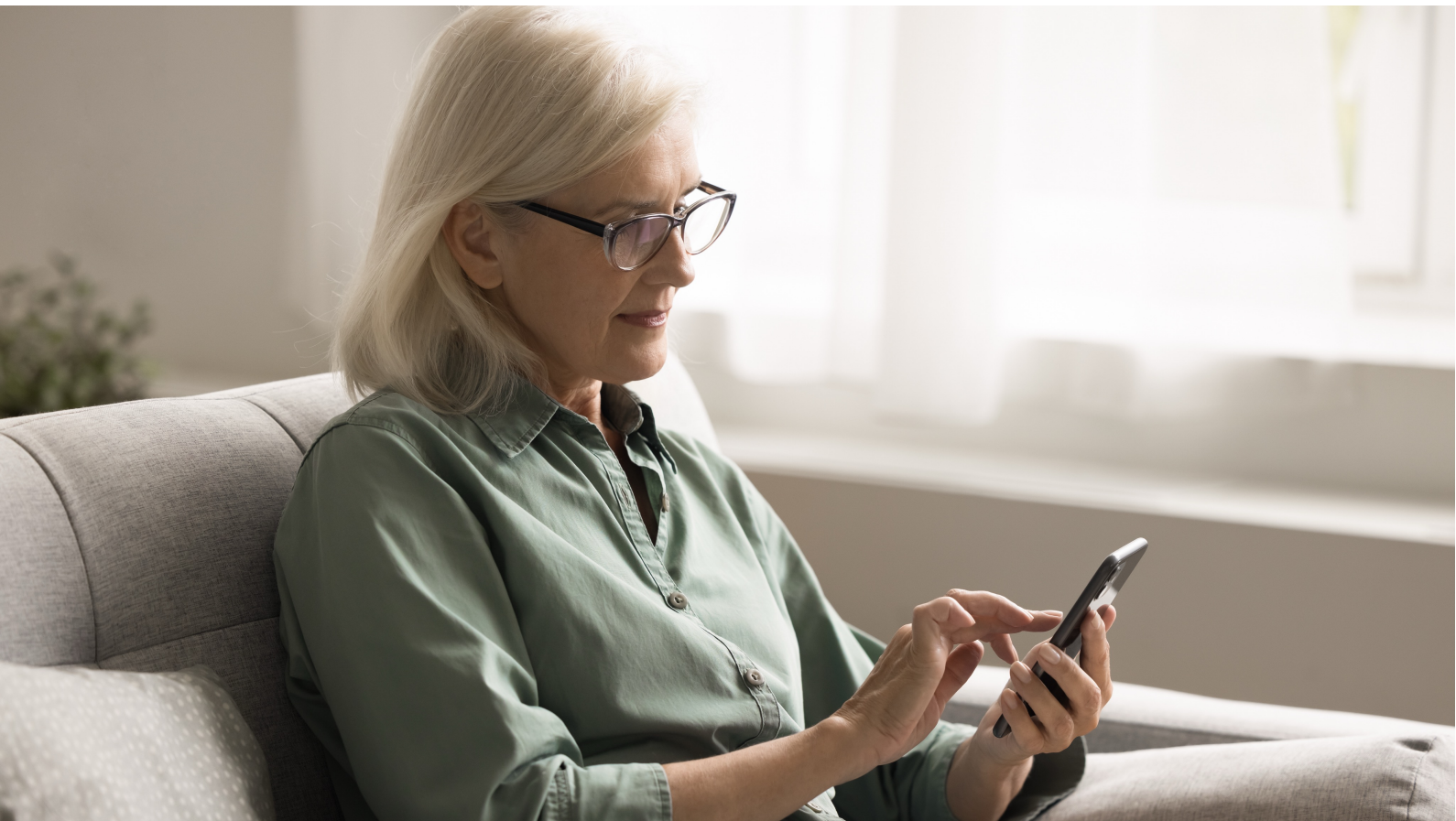


z00m

La IA en el proceso de compra de los séniors



Cómo la inteligencia artificial influye en las decisiones de compra del consumidor mayor de 55 años

Octubre 2026

EL OBSERVATORIO CETELEM



Ficha técnica

1.000

encuestas online (CAWI)
a población española

Error muestral: $\pm 3,10\%$

Para datos globales ($p=q=0,5$), con un nivel
de confianza del 95,5%

MÉTODO DE RECOGIDA

Entrevistas online (CAWI)

UNIVERSO Y ÁMBITO

Población general mayor de edad · Ámbito nacional (España)

CUOTAS

Sexo, edad y comunidad autónoma, representativas de la población general

INSTITUTO RESPONSABLE

InvesMarket, miembro de Insights y Analytics España y de ESOMAR, acogido al código deontológico internacional ICC/ESOMAR

TEMÁTICA

Penetración de la IA, uso en el proceso de compra, delegación de tareas y compra automática, aspectos financieros, privacidad y confianza

(-5pp, +5pp) Variaciones en puntos porcentuales respecto al total de España

PARTE 1

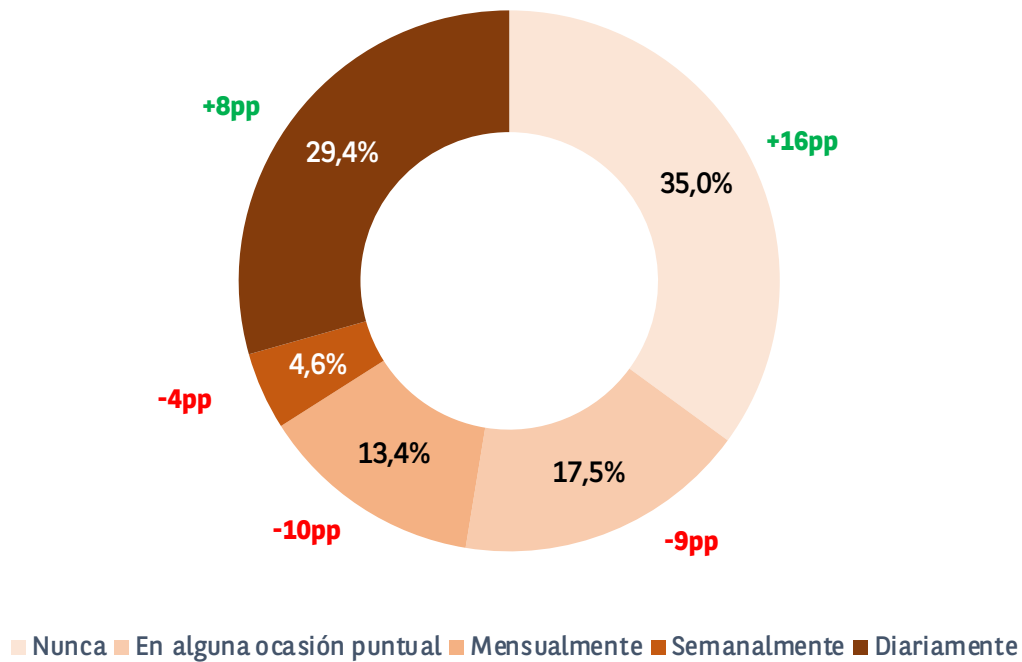
Penetración y utilización de la IA

Cómo han adoptado la inteligencia artificial generativa los consumidores españoles: frecuencia de uso y herramientas preferidas.



¿Has utilizado alguna herramienta de IA generativa en los últimos 12 meses?

% respuesta única · Base: total muestra (n = 1.000)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

65%
-16pp

de los seniors encuestados ha utilizado alguna herramienta de IA generativa en el último año (frente a un 35% que nunca la ha usado)

En relación con la penetración de herramientas de IA, los consumidores seniors mayores de 55 años destacan muy por encima de la media (+16 pp) en declarar que no han utilizado nunca la inteligencia artificial generativa con un 35% de menciones.

Entre aquellos que las han utilizado durante los últimos 12 meses, es importante señalar que el 29% de los usuarios mayores de 55 años declara su uso diariamente, situándose 8 puntos por encima de la media de españoles. El 18 % utiliza IA de manera puntual el 13% mensualmente, en ambos casos con porcentajes inferiores a la media de españoles en -9 y -10 pp respectivamente.



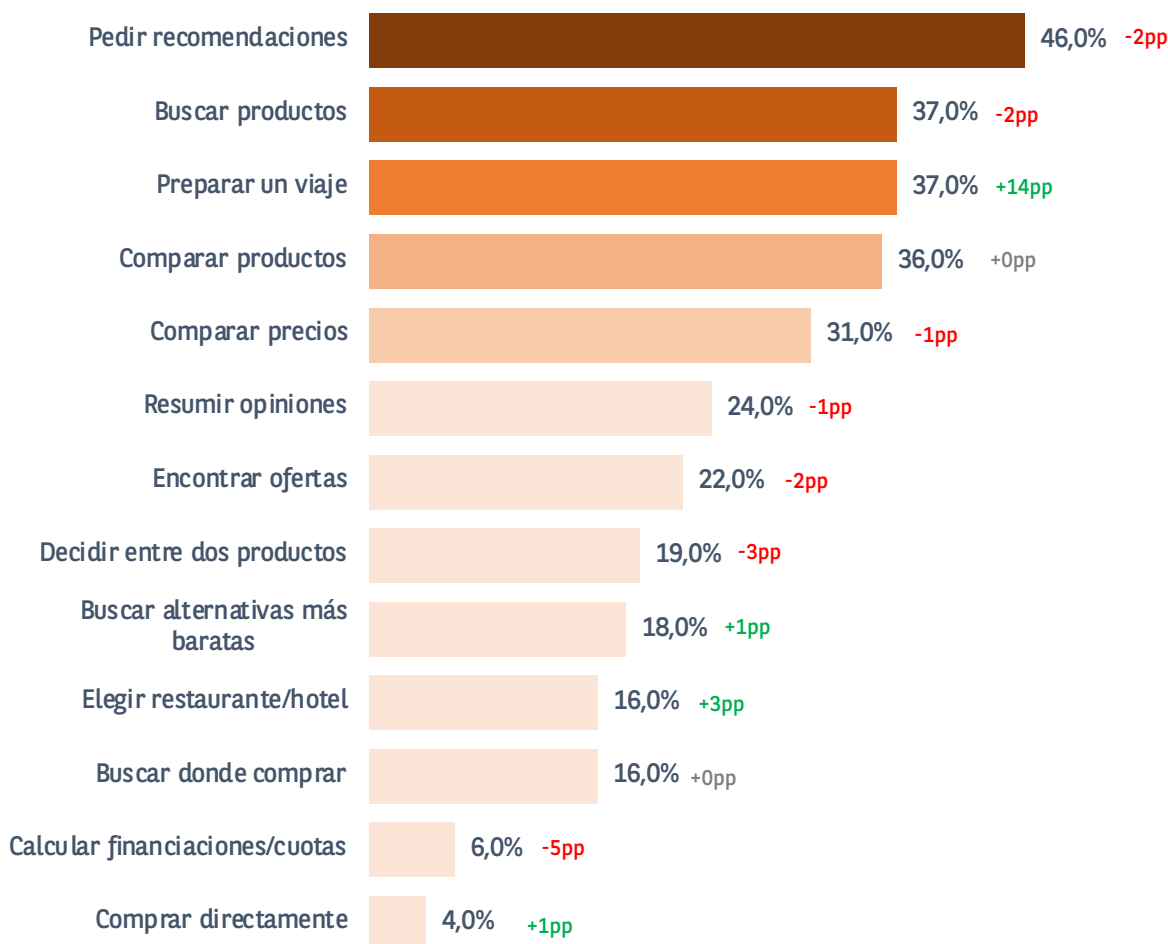
¿Para qué has utilizado una IA durante algún proceso de compra en los últimos 12 meses?

% respuesta única · Base: total muestra (n = 1.000)

78% -5 pp

de los seniors encuestados ha utilizado una herramienta de IA en algún proceso de compra

% respuesta múltiple · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

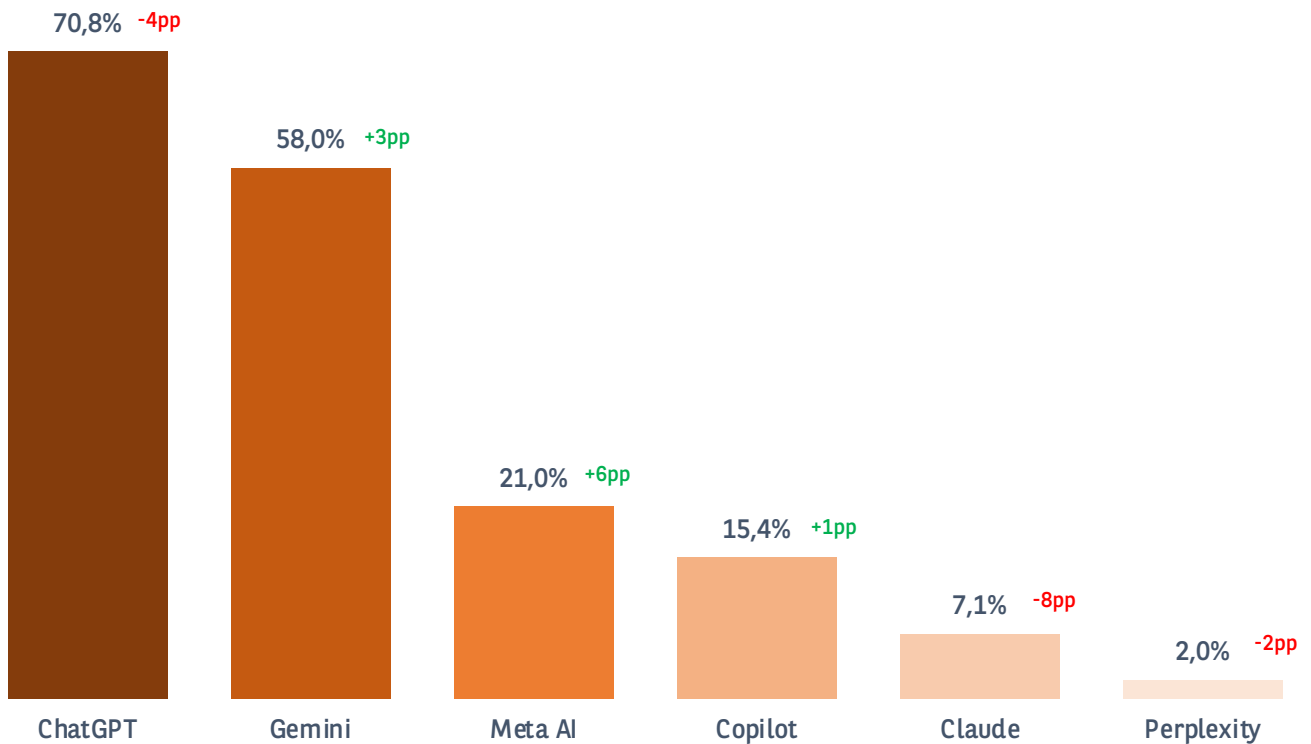
Respecto al uso de las herramientas de IA en el proceso de compra por parte de los seniors, pedir recomendaciones (46%) es el más mencionado al igual que en la media, pero situándose 2 pp por debajo. Le siguen la búsqueda de productos con un 37% (-2pp vs media) y la preparación de viajes también con un 37% de menciones, pero con una notable diferencia respecto a la media de españoles de +14pp.

La comparación de productos (36%) y la comparación de precios (31%) son otras de las opciones más mencionadas por los seniors, al mismo nivel que las respuestas de la media. El resto de las opciones está por debajo del 30% de menciones. Y en general podemos decir que los seniors se sitúan por debajo de la media en la mayoría de las opciones preguntadas.



¿Qué herramientas de IA utilizas a la hora de consultar antes de hacer alguna compra?

% respuesta múltiple · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Entre las diferentes opciones de herramientas de IA, hay dos claras ganadoras: ChatGPT es la más utilizada por los españoles mayores de 55 años con un 71% (-4pp vs media) de menciones, seguida de Gemini con un 58% y 3 puntos por encima de la media.

El resto de las alternativas se encuentra muy por debajo de las anteriores con porcentajes por debajo de 25% de menciones. Pero hay que destacar que en el caso de la utilización de la herramienta Meta AI, los seniors destacan 6pp por encima de la media.

PARTE 2

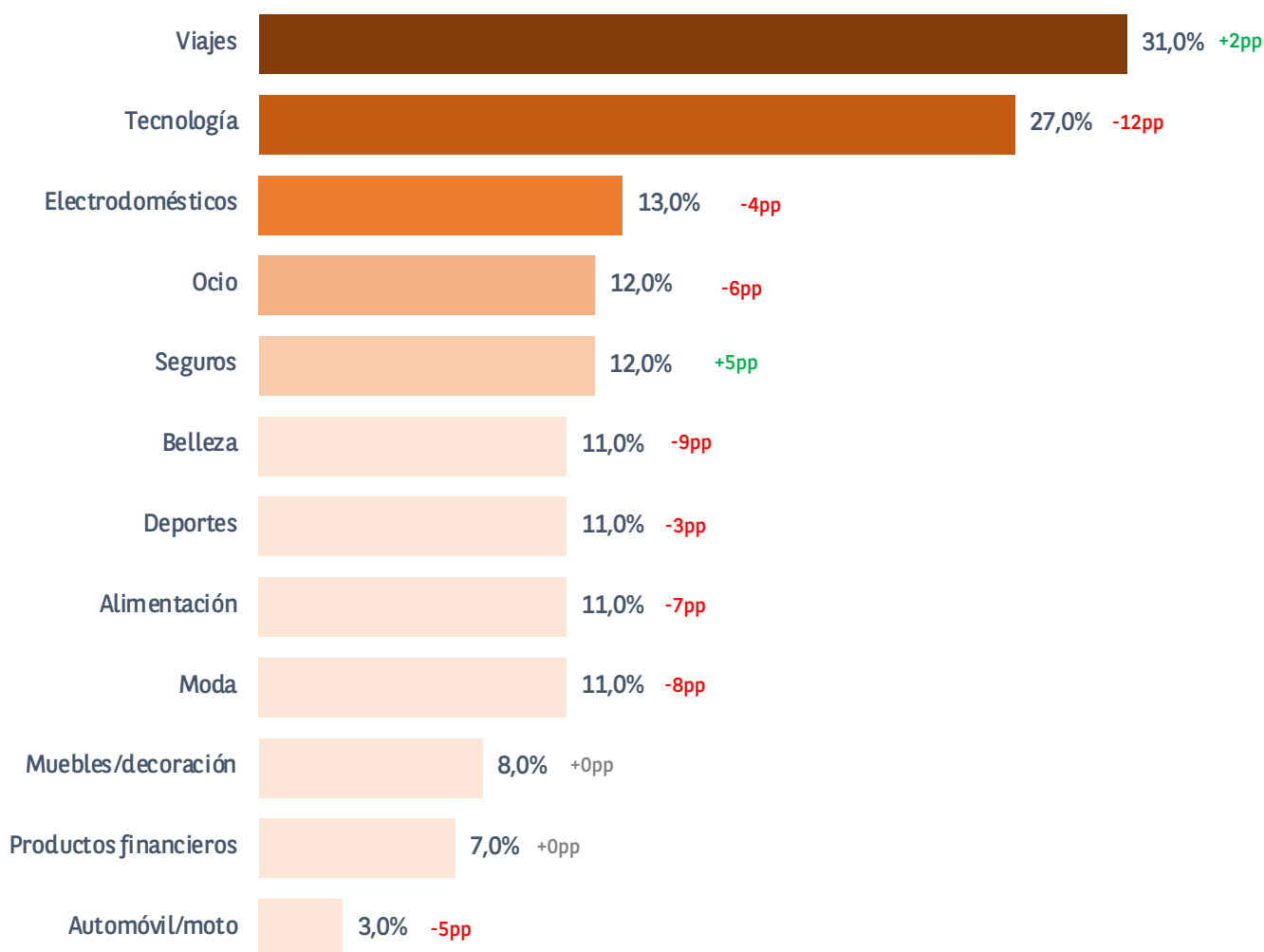
Compras a través de la IA

Qué compran los españoles gracias a la IA, cuánto dicen ahorrar y en quién confían más a la hora de decidir.



¿Qué has comprado gracias a una recomendación de IA?

% respuesta múltiple · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

El Top 3 de productos/servicios más comprados por los mayores de 55 años gracias a recomendaciones de las herramientas de IA, es muy diferente al de la media de españoles. En concreto los más adquiridos son los relacionados con los viajes (31%, +2pp vs media), la tecnología con un 27% de menciones, pero situándose 12 puntos por debajo de la media (39% %), y los electrodomésticos (13%, -4pp vs media).

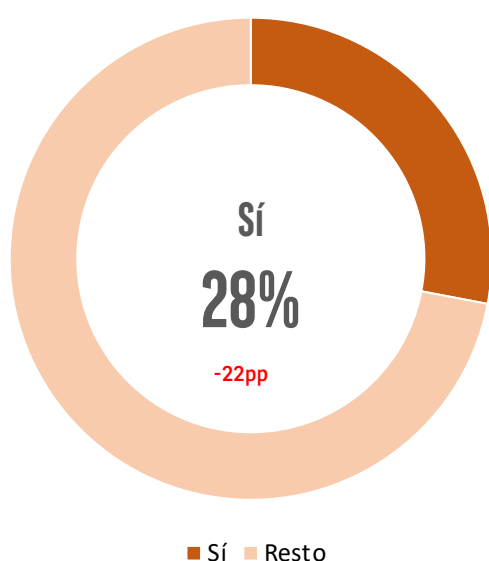
Es importante destacar que los usuarios seniors se posicionan por debajo de la media en la mayoría de los productos, excepto en las categorías de viajes y seguros.



Impacto de la IA en la decisión final de compra

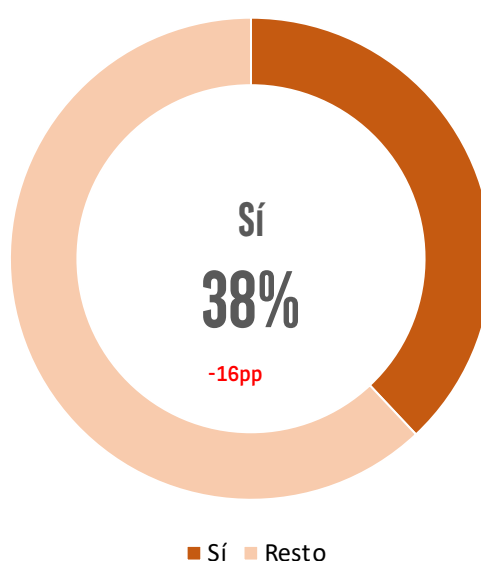
% respuesta única · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)

¿Has comprado alguna vez un producto que inicialmente NO tenías pensado comprar después de que una IA te lo recomendara?



Ha comprado algo que no tenía previsto

¿La IA te ha llevado alguna vez a elegir un producto más caro porque consideraba que tenía mejor relación calidad/precio?



Eligió pagar más, por una mejor relación calidad-precio

Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

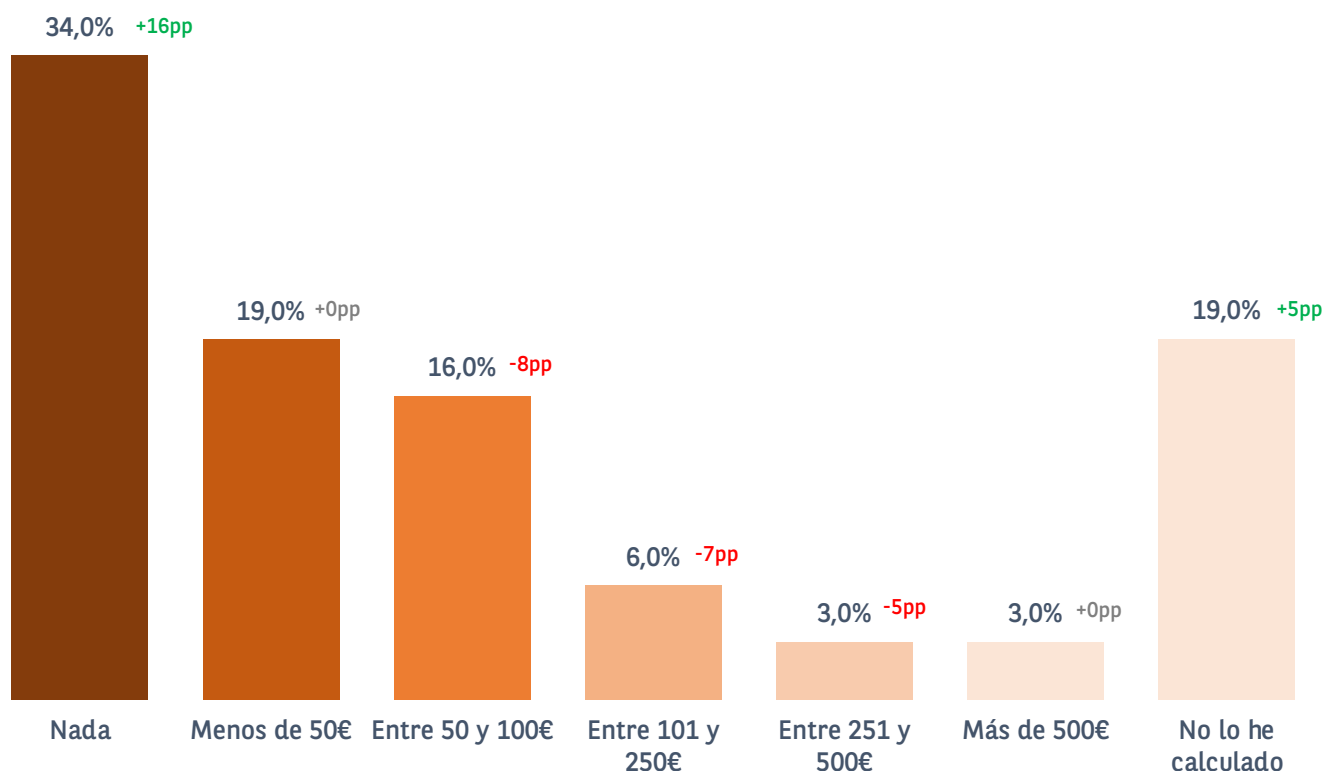
Sólo el 28% de los seniors encuestados afirman que han comprado alguna vez un producto que inicialmente no tenía previsto comprar tras la recomendación de una herramienta de Inteligencia Artificial, con una gran diferencia respecto a la media de españoles, situándose -22 pp por debajo.

Pero la IA también puede hacer que nos gastemos más de lo que teníamos pensado al llevarnos a elegir un producto más caro porque consideraba que ese producto en concreto tenía mejor relación calidad/precio. En este sentido los consumidores seniors se sitúan por debajo de la media en -16pp con un 38% de respuestas.



¿Cuánto has ahorrado gracias a la IA en los últimos 12 meses?

% respuesta única · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Una de las funciones de las herramientas de IA es el ahorro del que se pueden beneficiar los consumidores al poder comparar productos y opciones de compra de una forma ágil y rápida. El 34% de consumidores seniors afirma no haber ahorrado nada con el uso de la IA, destacando notablemente por encima de la media en +16pp. El 19% simplemente no lo ha calculado (+5pp vs media).

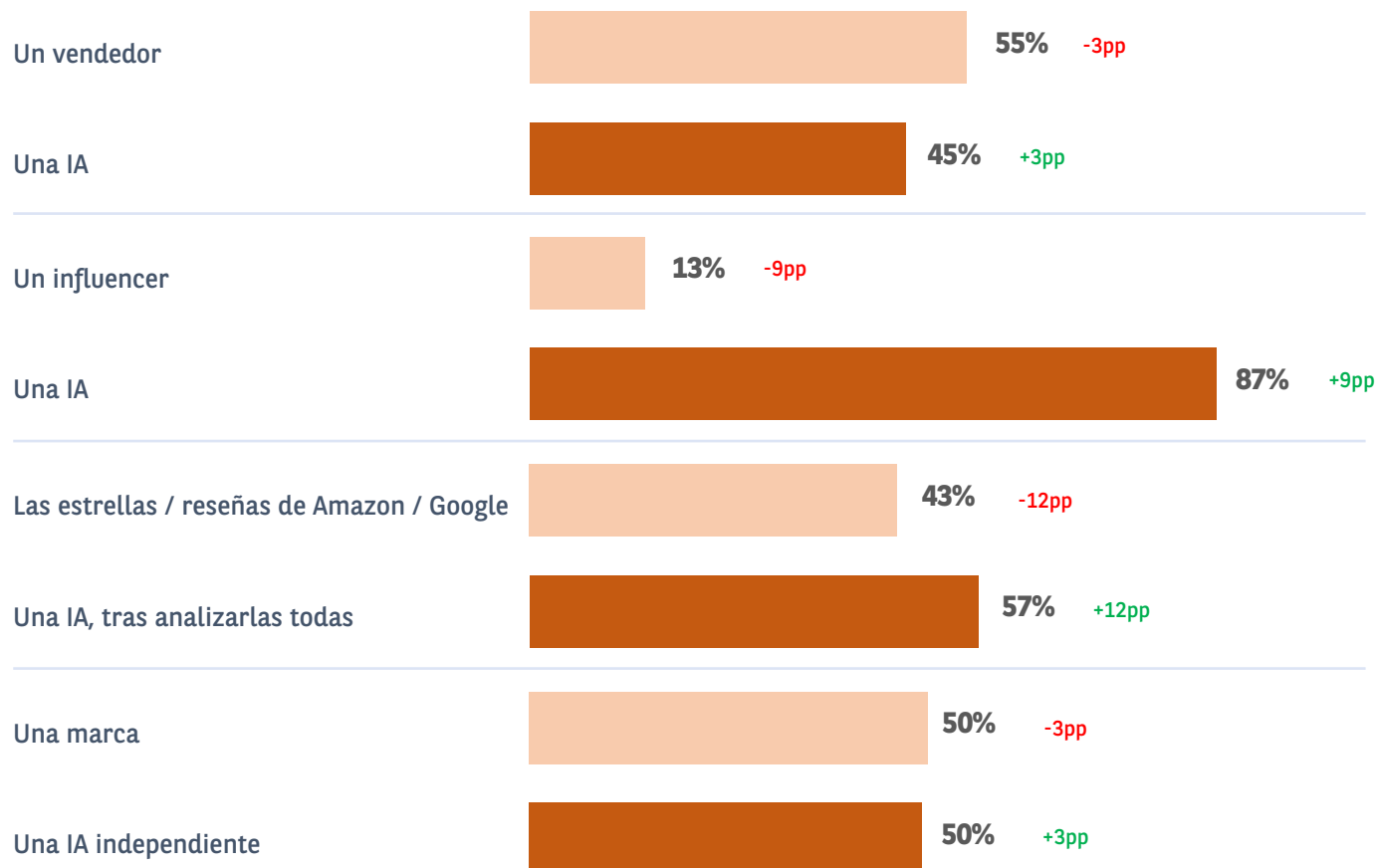
Si nos centramos en aquellos usuarios seniors mayores de 55 años que si han ahorrado en sus compras al utilizar la IA, el porcentaje más alto lo encontramos en los que declaran un ahorro de menos de 50€, con un 19% de menciones y 1pp por debajo de la media. Le siguen aquellos que declaran un ahorro de entre 50 y 100€ que oscila entre los 50 y 100€, con un 16% de respuestas, 8pp por debajo de la media.

En lo que respecta a la declaración de ahorros superiores a los 100€, los seniors muestran porcentajes por debajo del 10% e inferiores a la media de españoles



¿De quién te fiarías más para elegir un producto o servicio?

% respuesta única por dilema · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

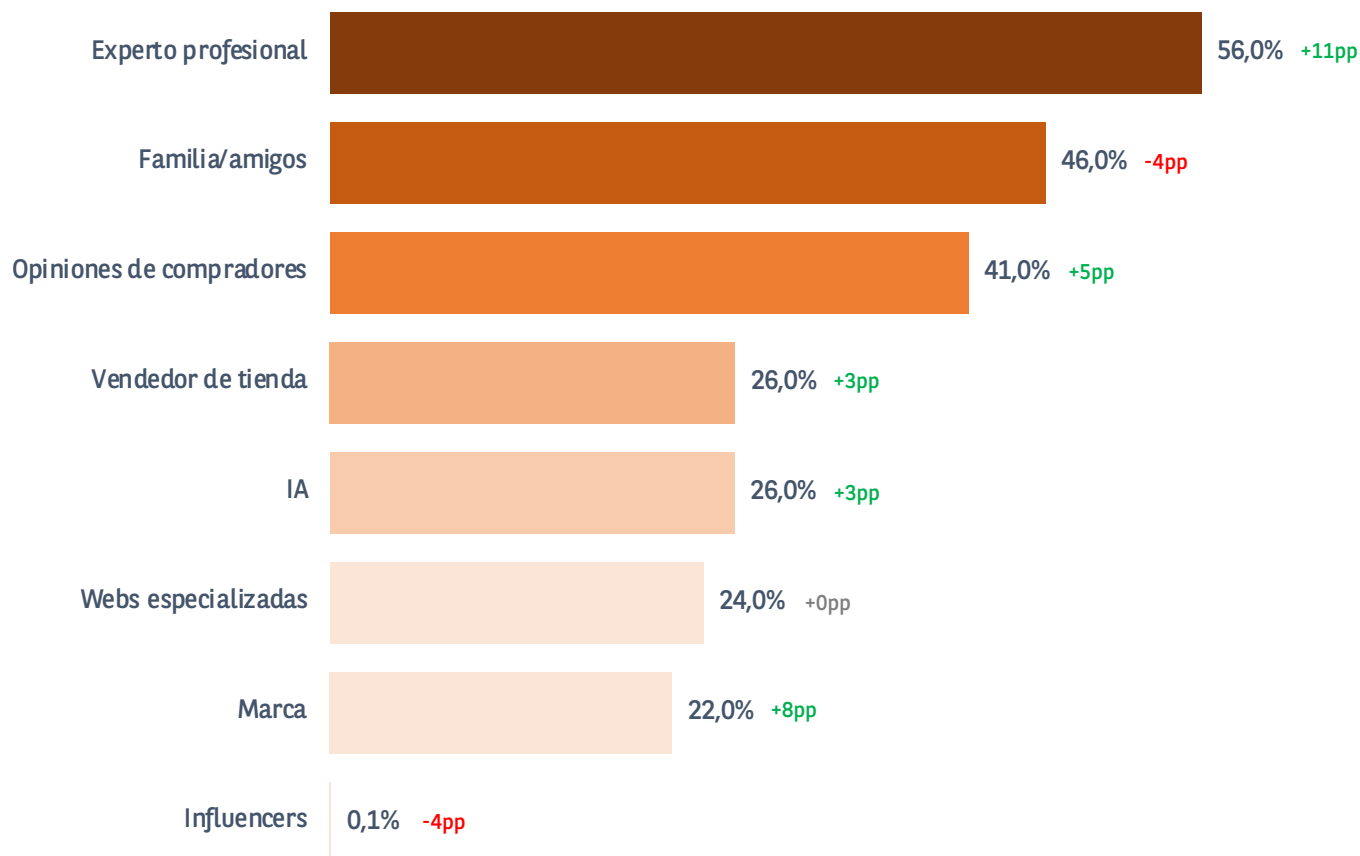
Pero si enfrentamos la IA con otras opciones de asesoramiento, obtenemos resultados interesantes:

- Entre el vendedor y la IA, al igual que en el caso de la media general gana el vendedor, pero no por mucha diferencia, ya que el 55% de los seniors se fía más de un vendedor que de la IA (-3pp vs media), mientras que el 45% opta por la inteligencia artificial frente al personal de la tienda, +3pp por encima de la media.
- Entre la opción de IA vs Influencer, la IA se posiciona al igual que en el caso de la media, como clara ganadora entre los seniors con un 87% de menciones frente al 13% que declara fiarse más de los influencers. Aunque hay que señalar que en el caso de los mayores de 55 años el porcentaje que se fía más de la IA es 9 puntos superior a la media de españoles.
- Las estrellas/reseñas obtienen un porcentaje de confianza más bajo entre los seniors frente a las recomendaciones de IA (57% vs 43%). Con respecto a la media, los mayores de 55 años se encuentran 12pp por encima en la valoración de las herramientas de IA.
- Por último, la fiabilidad de la marca frente a la IA es valorada de manera equitativa por los seniors, 50-50. Con respecto a la media, los seniors se posicionan por encima de la media en 3pp en relación con la IA.



Para decidir qué producto comprar, ¿en quién confiarías MÁS?

% de menciones · Máximo 3 respuestas · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Aunque las herramientas de inteligencia artificial son cada vez más importantes entre los consumidores a la hora de tomar decisiones de compra, todavía siguen siendo más importantes los consejos de la familia y amigos, la información de expertos y las opiniones de otros compradores, tanto para la media de españoles como para los seniors mayores de 55 años.

Más de la mitad de los seniors españoles confía como primera opción en los consejos de expertos con un 56% de menciones y 11 pp por encima de la media. Le siguen el 46% que confía en las opiniones de familiares y amigos (46%, -4pp vs media) y las opiniones de otros compradores (41%, +5pp vs media).

Un 26% de seniors declara que confiaría más en la IA, situándose 3 puntos por encima de lo declarado por la media.

PARTE 3

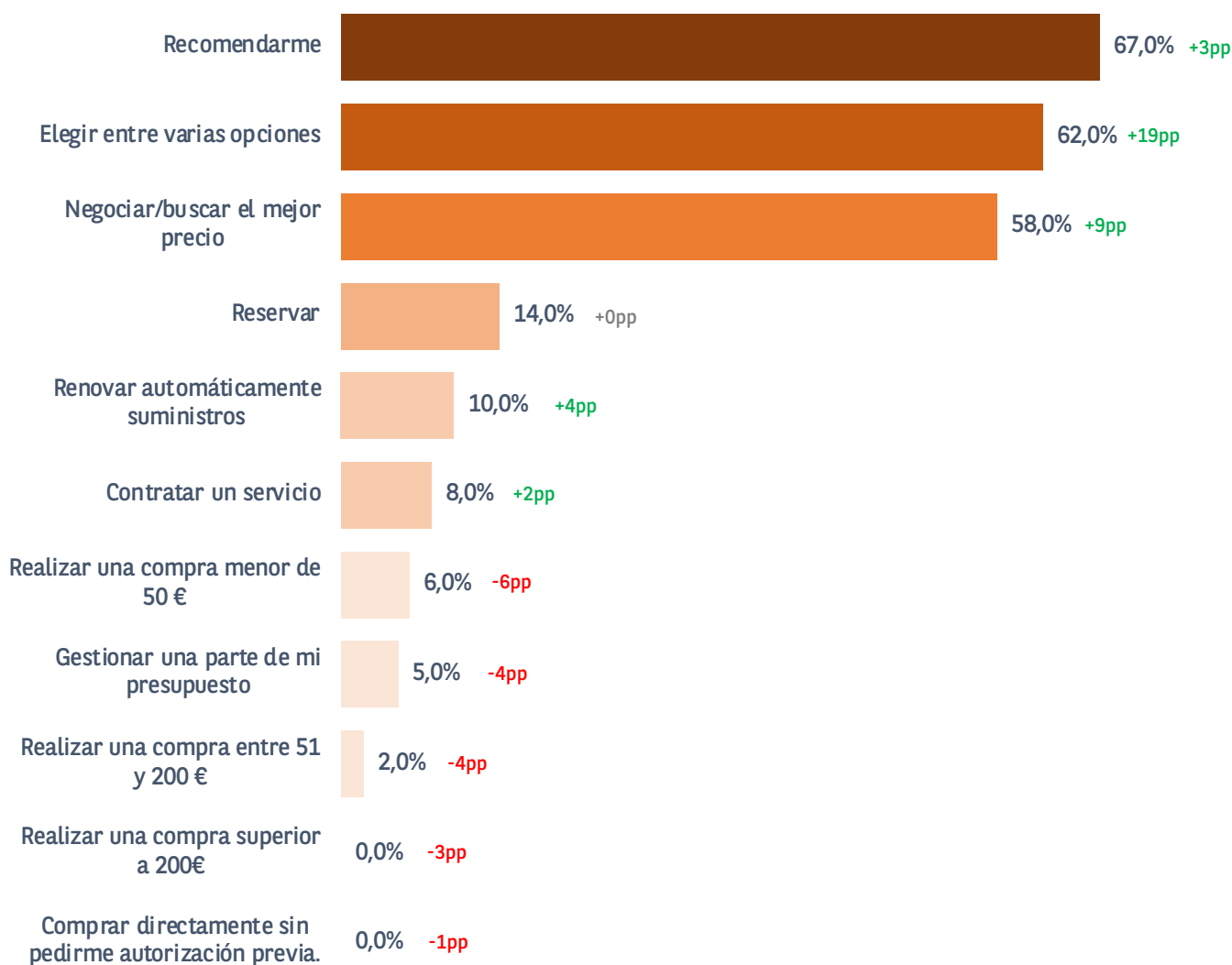
Prescripción, delegación y la IA agéntica

Hasta dónde está dispuesto a llegar el consumidor: qué tareas delegaría en una IA y con qué límites de gasto.



¿Qué estarías dispuesto a permitir que hiciera una IA por ti?

% de menciones · Máximo 3 respuestas · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



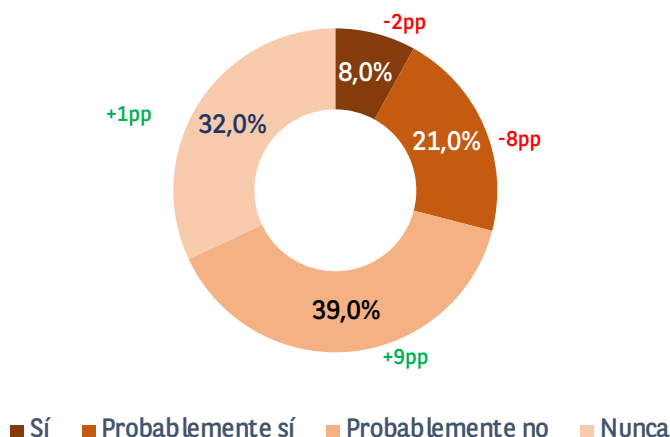
Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Las opciones de obtener recomendaciones (67%), la elección entre varias opciones (62%) y la búsqueda del mejor precio (58%), son las tres opciones que mas estarían dispuestos a permitir los usuarios mayores de 55 años para que una IA hiciera por ellos. Con relación a la media, el top 3 de opciones es el mismo, pero mostrando porcentajes muy superiores. El resto de las opciones como realizar reservas o compras muestran porcentajes muy inferiores y por debajo del 15%. Hay que destacar que, aunque los porcentajes son todavía muy bajos, los seniors destacan ligeramente por encima de la media en permitir que la IA realizara la renovación de los suministros (10% vs 6% media)



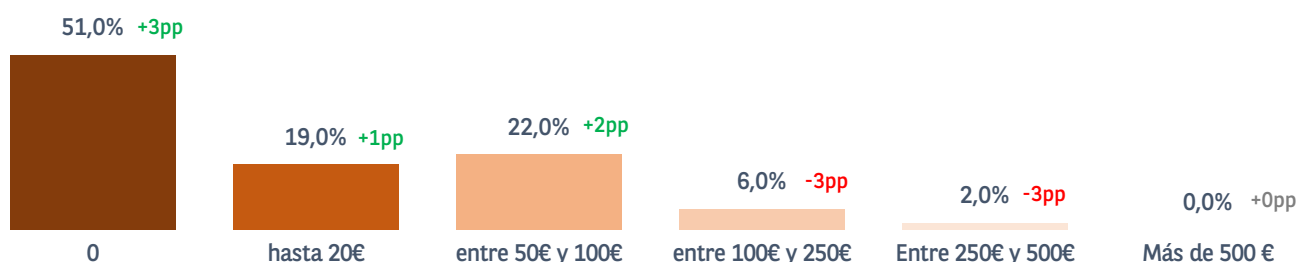
¿Permitirías que una IA que conoce tus gustos, necesidades y presupuesto, comprase automáticamente por ti al detectar una buena oportunidad?

% respuesta única · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

¿Qué cantidad máxima permitirías gastar autónomamente a una IA sin pedirte autorización?



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

El porcentaje de seniors que estaría dispuesto a delegar completamente la compra no está todavía muy extendido ya que si sumamos todas las opciones planteadas sólo un 29% de usuarios mayores de 55 años delegaría algún tipo de compra a la IA, porcentaje 10pp por debajo de la media de españoles.

Al preguntar por la cantidad máxima que permitirían gastar autónomamente a una IA sin pedirles autorización la mitad de los usuarios seniors encuestados (51%) dice que nada. En este sentido están por encima de la media en +3pp.

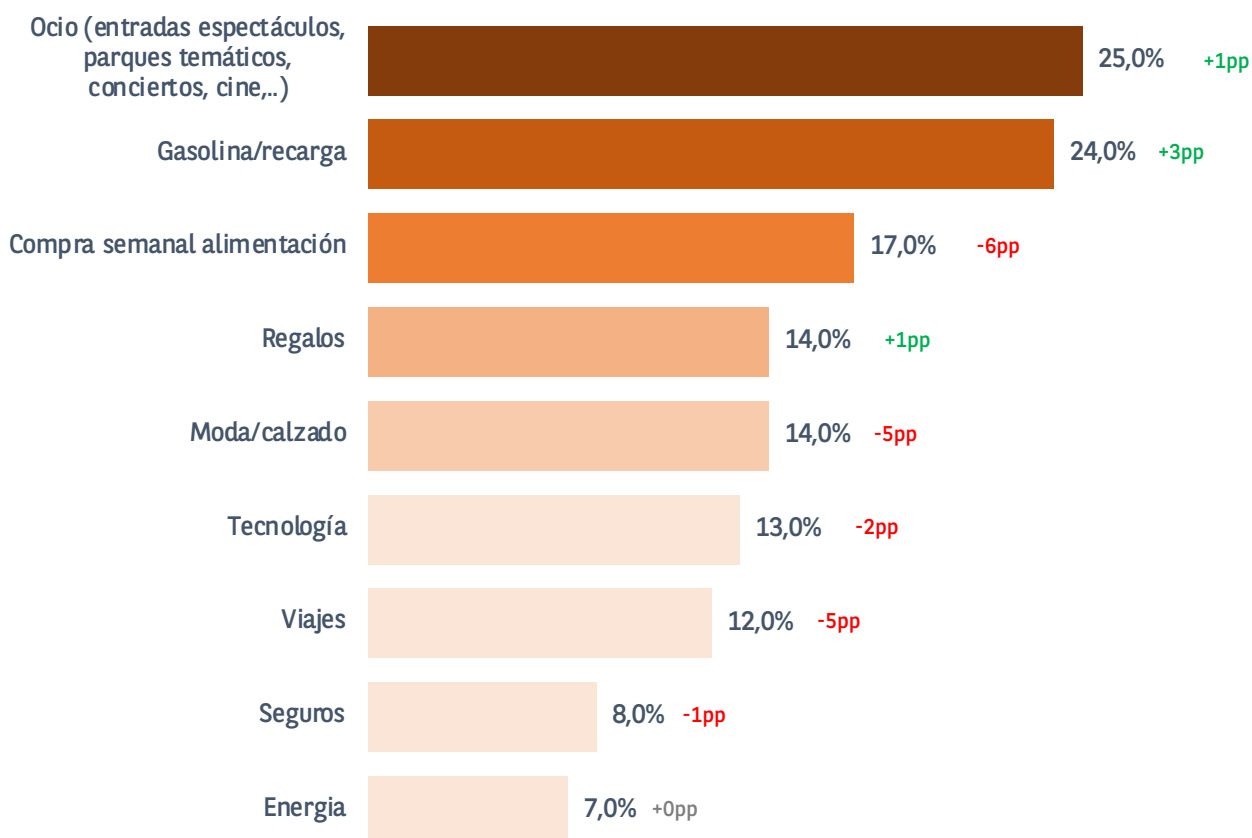
Las siguientes opciones más mencionadas son el ahorro entre los 50 y 100€ con un 22% (+2pp vs media) y de menos de 20€ con un 19%.

El resto de las opciones muestra datos por debajo del 10%, pero hay que destacar que los seniors estarían menos dispuestos que la media en delegar compras de importes más elevados.



¿En cuáles de los siguientes productos o servicios permitirías la compra automática?

% de menciones · Base: dispuestos a delegar compras (sí / probablemente sí) (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Entre aquellos seniors que han contestado que "sí" o "probablemente sí" delegarían la compra automática en la IA, hemos preguntado por los productos o servicios que estarían dispuestos a confiar a las herramientas de inteligencia artificial para la automatización de la compra.

El top 3 sería:

- Ocio (entradas espectáculos, cine...) (25%). Destacan por encima de la media en 1pp.
- Gasolina /recarga (24%). Destacan por encima de la media en 3pp
- Compra semanal alimentación (17%). Bastante por debajo de la media (-6pp)

El resto de las opciones presenta valores por debajo del 20%.

PARTE 4

El tema financiero y la privacidad

Qué papel aceptarían los consumidores para una IA en sus finanzas personales y qué datos están dispuestos a compartir a cambio.



El papel financiero de la IA: seis preguntas clave

% respuesta única (Sí) · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)

69% -8pp

de usuarios seniors declara que les gustaría tener un asistente personal de IA que buscara continuamente los mejores precios, situándose por debajo de la media en -8pp.

62% -2pp

utilizaría una IA para decidir si se puede permitir o no una determinada compra, situándose ligeramente por debajo de la media -2pp.

50% -5pp

estaría dispuesto a facilitar información sobre sus ingresos y gastos para que la IA le aconsejara. En este sentido los mayores de 55 años se sitúan al nivel de la media de españoles.

67% -2pp

declara que confiaría en una IA para recomendarle la forma más adecuada de pagar una compra, por debajo del resto de españoles en -2pp.

66% -7pp

usuarios seniors aceptaría que una IA le avisara de que no puede realizar una compra si compromete excesivamente su presupuesto, muy por debajo de la media (-7pp).

57% -5pp

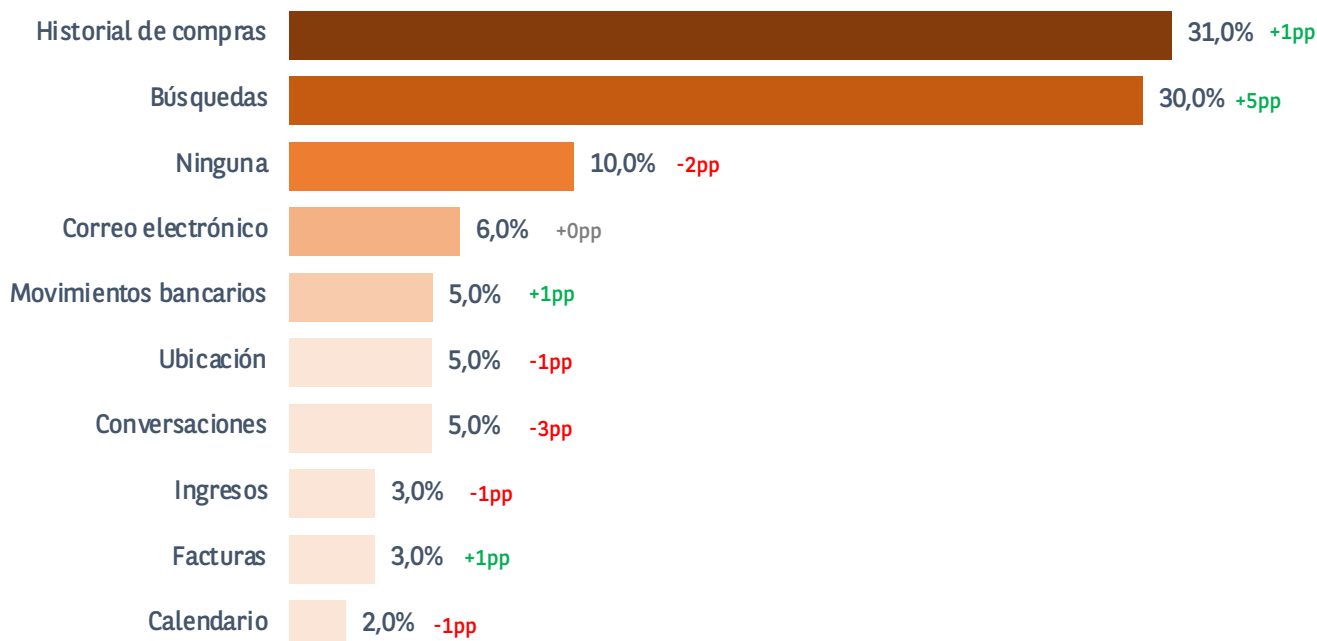
de usuarios seniors renunciaría a una compra si su asistente de IA se lo recomendara, 5 puntos por debajo de la media.

Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem



Para recibir recomendaciones realmente personalizadas, ¿qué información permitirías analizar a una IA?

% de menciones · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

57%
-8pp

aceptaría compartir más datos personales a cambio de ahorrar al menos 500€ al año

Para recibir recomendaciones realmente personalizadas, los usuarios tienen que permitir analizar a las herramientas de IA cierta información personal, pero parece que los usuarios no están muy dispuestos según de que tipo sea y de hecho el 10% de los mayores de 55 años no estaría dispuesto a dar ningún tipo de información. La información que más facilitarían los seniors a la IA:

- El 31% su historial de compras, situándose +1pp por encima de la media
- El 30% permitiría que la IA accediese a la información de sus búsquedas, +5pp vs media

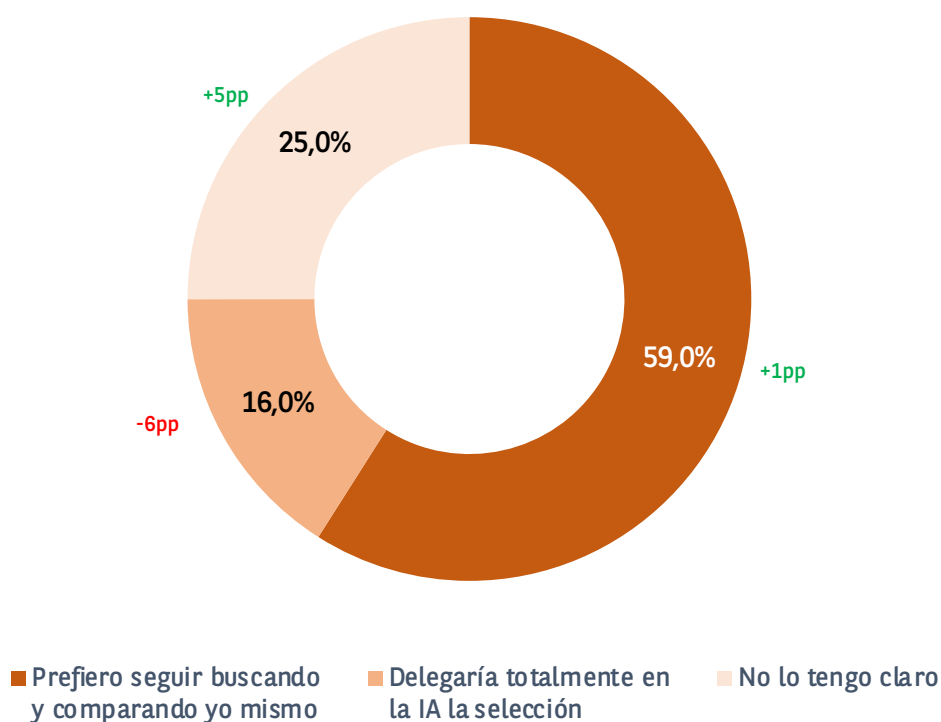
La información que menos facilitarían a la IA:

- Facturas, calendarios y movimientos bancarios. En este sentido no encontramos grandes diferencias significativas por grupos de edad, todos los usuarios se muestran reacios a dar información muy detallada de su ámbito personal, aunque sea para que les faciliten la compra y un posible ahorro. Estamos todavía en un momento de falta de confianza y de mantener al máximo nuestra privacidad.



Si una IA conociera perfectamente tus gustos, necesidades y presupuesto, ¿preferirías seguir decidiendo tú o delegar en ella?

% respuesta única · Base: ha utilizado la IA para comprar (n = 673)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Ante el supuesto de que una inteligencia artificial conociera perfectamente sus gustos, necesidades, situación económica y hábitos de consumo, el 59% de los seniors preferiría hoy en día seguir buscando y comparando el mismo, con ayuda sí, pero continuando con un papel importante en el proceso de compra, aunque 1pp por encima de la media.

Existe un porcentaje usuarios seniors que se muestran indecisos (25%), 5 puntos más que en el caso de la media.

Por otro lado, el 16% lo tiene claro y delegaría totalmente en la IA una selección de sus compras, 6pp por debajo de la media.

PARTE 5

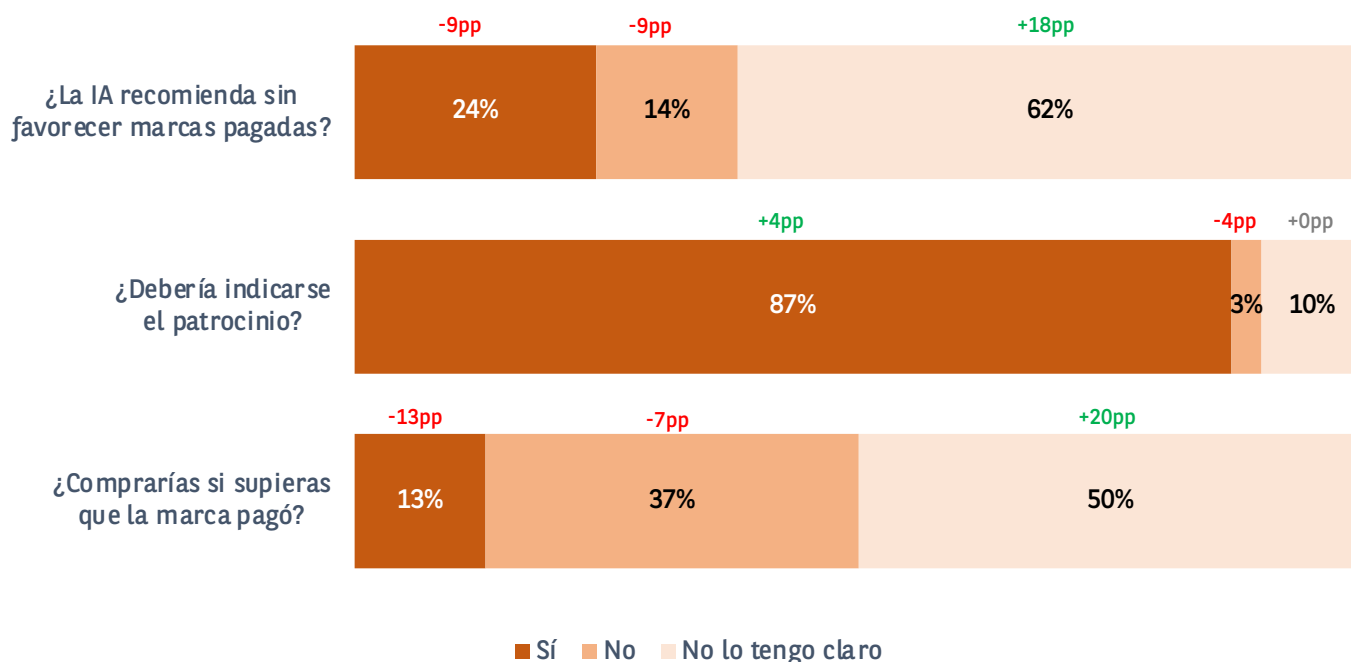
Confianza, transparencia y sesgos algorítmicos

Cómo perciben los españoles la objetividad de las recomendaciones de IA, los patrocinios encubiertos y los precios personalizados.



Objetividad, patrocinios y transparencia de las recomendaciones de IA

% respuesta única por pregunta · Base: total muestra (n = 1.000)



Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Abordamos ahora el tema de los patrocinios y el marketing de algunas marcas que pueden afectar a la opinión de los usuarios de este tipo de herramientas de IA.

- El 62% de los mayores de 55 años no tiene claro que una herramienta de Inteligencia artificial recomiende siempre lo que mas le conviene al consumidor sin favorecer a las marcas que hayan pagado por aparecer, siendo mucho más desconfiados que la media (+18pp)

- Por el contrario, el 24% de seniors confía plenamente en la IA y se fía de que lo recomendado es de manera objetiva, -9pp por debajo de la media

- Lo que tienen muy claro en la mayor parte de los casos, es que si la recomendación de la IA está patrocinada debería indicarse claramente, así lo manifiesta el 87% de los usuarios seniors encuestados, 4 pp por encima de la media.

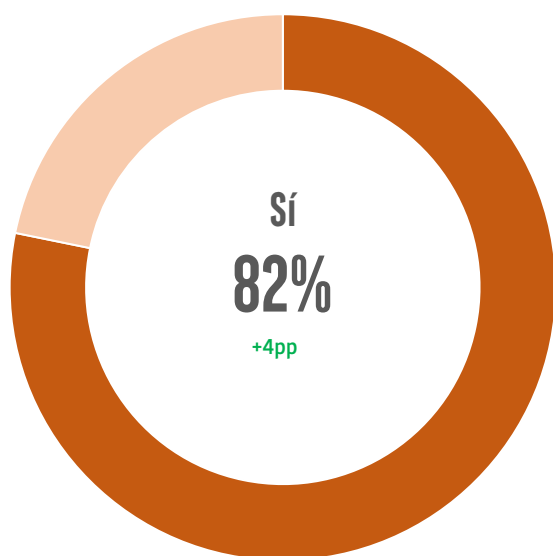
- Sólo el 13% de seniors compraría un producto recomendado por la IA si fuese de una marca que ha pagado por aparecer, situándose muy por debajo de la media en -13pp. El 37% de los usuarios mayores de 55 años lo rechazaría.



Preocupación por el uso de la IA en la fijación de precios

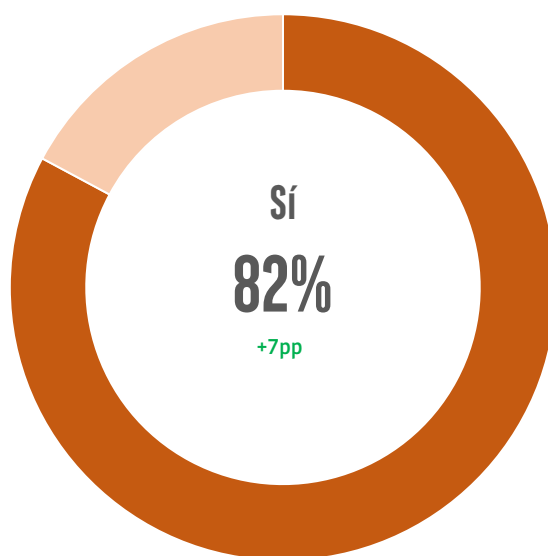
% respuesta única (Sí) · Base: total muestra (n = 1.000)

¿Te preocupa que las empresas utilicen IA para saber cuánto estás dispuesto a pagar?



Le preocupa que las empresas usen IA para saber cuánto está dispuesto a pagar

¿Considerarías injusto que dos consumidores recibieran precios diferentes calculados mediante IA según su perfil?



Considera injusto pagar un precio distinto por el mismo producto según su perfil

Fuente: encuesta Invesmarket/El Observatorio Cetelem

Otra de las cuestiones importantes es la preocupación por el hecho de que las empresas utilicen la IA para saber cuánto está dispuesto a pagar un consumidor por un producto o servicio, así lo manifiesta el 82% de usuarios de más de 55 años encuestados. Esta preocupación está presente en todos los grupos de edad, pero en este caso destacan 4 pp por encima de la media.

- El 82% de seniors consideraría injusto que dos consumidores recibieran precios diferentes calculados mediante IA según su perfil, destacando notablemente por encima de la media en 7pp.

Conclusiones clave

65%

ha usado una IA generativa en el último año; 3 de cada 10 ya lo hace a diario.

ChatGPT y Gemini

concentran el uso de herramientas antes de comprar (71% y 58% de menciones).

Expertos profesionales (56%)

Son la fuente de confianza más citada por los séniors, pero la IA (26%) ya iguala al vendedor de tienda.

Ninguno de los encuestados

delegaría una compra en la IA sin ningún tipo de supervisión; recomendar entre varias opciones es la tarea más aceptada.

87% / 82%

87% cree que debería indicarse siempre un patrocinio y el 82% considera injusto pagar un precio distinto por el mismo producto.

59%

de los consumidores sénior prefieren seguir al mando de sus compras: la IA acompaña, pero todavía no decide.

OBSERVATORIO Cetelem



elobservatoriocetelem.es



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



[Observatorio Cetelem](https://www.linkedin.com/company/observatorio-cetelem)