CONSUMO ESPAÑA 2026



SECTOR ELECTRO Y TECNOLOGÍA

elobservatoriocetelem.es
bnpparibas-pf.es
@Obs_Cetelem_ES

OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

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**
06 Canal de compra
07 Tipo de tienda global

10 **Canal de compra por producto**

12 **Motivos de elección de establecimiento**

15 **Gasto medio**

17 **Medio de pago**

18 **Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector electrodomésticos/tecnología**
19 Fuentes de información en la decisión de compra

20 **Intenciones para los próximos 12 meses**
20 Intención de compra para los próximos 12 meses
21 Intención gasto medio en los próximos 12 meses
22 Intención financiación en los próximos 12 meses
23 Intención medio de pago en los próximos 12 meses
24 Intención canal de compra en los próximos 12 meses

26 **Conclusiones**

29 **Ficha técnica**

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España



Un año más, y con este son ya 29, retomamos nuestra cita con el consumo en España a la que somos fieles desde 1997. Tienes en tus manos 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 sin olvidar la tecnología y su impacto en la decisión de compra. No podemos presentar este nuevo informe sin hablar de la inteligencia artificial.

El consumo en España tiene funciones sociales, culturales y económicas contribuyendo 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 uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten, periódicamente, con todos aquellos que, como vosotros, estáis interesados en profundizar en el futuro del consumo entendido como uno de los pilares de nuestra economía. En consecuencia, es un placer compartir estás 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.

EDITORIAL

El Observatorio Cetelem Consumo España 2026

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem
en BNP Paribas Personal Finance en España



El consumo vuelve a situarse en el centro de la economía española. En un contexto internacional marcado por la desaceleración del comercio exterior, la demanda interna se ha consolidado como el principal motor del crecimiento: en el segundo trimestre de 2026, el PIB avanzó un 0,7% intertrimestral y un 2,6% interanual, mientras el gasto en consumo final de los hogares creció un 1,2% respecto al trimestre anterior y un 3,5% interanual. Esta fortaleza confirma que las decisiones de compra de millones de hogares no son solo un indicador de bienestar, sino una variable decisiva para el empleo, la inversión, la actividad comercial y la confianza colectiva.

Sin embargo, detrás de esos datos macroeconómicos se percibe un consumidor más prudente, analítico y exigente. La incertidumbre, derivada de la evolución de los precios, la presión sobre los salarios reales, la volatilidad geopolítica y la duda sobre la evolución futura del poder adquisitivo, ha transformado la manera de consumir. El ahorro ya no se entiende como una renuncia, sino como una forma de inteligencia financiera y de control sobre la propia vida.

A esta nueva racionalidad se suma una transformación tecnológica de gran alcance: la inteligencia artificial. La IA ha dejado de ser una promesa lejana para incorporarse al recorrido de compra, desde la inspiración y la búsqueda de productos hasta la comparación de precios, la detección de ofertas y la toma de decisiones. Este cambio redefine el papel de las marcas, los comercios y los medios: la confianza, la transparencia y la utilidad real de las recomendaciones se convierten en factores tan determinantes como el precio.

En este escenario presenta su vigésimo novena edición el Observatorio Cetelem de Consumo España, un estudio de referencia que, desde hace casi tres décadas, analiza los hábitos, actitudes, expectativas y comportamientos del consumidor español. La persistencia de esta investigación durante 29 ediciones permite no solo radiografiar el presente, sino también identificar las transiciones estructurales que están redefiniendo el consumo: la digitalización, la sostenibilidad, la personalización, el nuevo equilibrio entre lo físico y lo digital y, ahora, la irrupción de la inteligencia artificial.

La edición 2026 llega, por tanto, en un momento especialmente relevante. El consumo mantiene su impulso y sostiene el crecimiento económico, pero lo hace con un consumidor que exige más información, más control y más valor por cada euro gastado. Comprender sus dudas, sus prioridades y sus nuevas formas de decidir es imprescindible para empresas, instituciones y sociedad. Este informe ofrece una lectura rigurosa de esa realidad y una invitación a mirar el futuro del consumo con realismo, ambición y responsabilidad.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán.
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS Y TECNOLOGÍA

El **66%** *+0pp* de los encuestados **ha comprado** productos del sector electrodomésticos /tecnología en los últimos 12 meses.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado electrodomésticos en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de electrodoméstico has comprado?
Base han comprado electrodomésticos (% respuesta múltiple)

47% -2	**30%** -1	**23%** -2
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	***Electrodomésticos gama blanca***	***Tecnología (productos informáticos)***

Climatización	**17%**	+3
Electrodomésticos gama marrón	**12%**	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En lo que respecta a las categorías de electrodomésticos/tecnología adquiridas por los consumidores durante el último año, los pequeños aparatos electrodomésticos (PAE) vuelven a ser los más demandados con un 47% de menciones. Le siguen los electrodomésticos de gama blanca con un 30% de menciones (31% en 2025) y los productos informáticos con un 23% de menciones que descienden 2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Los productos de climatización son la única categoría que aumenta (+3pp).

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
Base han comprado electrodomésticos (% respuesta múltiple)

Por Internet/online	Gran Superficie especializada	Grandes almacenes
39% -2	20% 0	19% +1



Hipermercado	17%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	11%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de electrodomésticos y tecnología en general, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online con un 39% de menciones, 2 puntos menos que en 2025. Las grandes superficies especializadas continúan en el segundo lugar con un 20% (mismo porcentaje que en 2025) y los grandes almacenes permanecen en el tercer lugar con un 19% (un puntos más que en 2025).

¿Dónde compró los productos online de este sector?
Base han comprado en tienda online (% respuesta múltiple)

Marketplace (Amazon, T-mart, etc...)	Web de la tienda	Web fabricante marca
47% 0	34% 0	16% +1



A través de la app	15%	+1
Web de segunda mano (eBay, etc...)	4%	+2
Redes sociales	3%	+1
Web compras colectivas (Groupon, Offerum, etc...)	3%	-1
Otras	2%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Dentro de ese 39% que ha comprado online sus productos de este sector, hemos querido analizar en que plataformas o tipos de web ha comprado y desde qué dispositivo lo ha hecho. En cuanto a las plataformas o webs, destacan por encima del resto las compras en marketplaces con un 47%, seguidos de las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 34% y un 16% respectivamente. También hay que destacar que las compras a través de apps siguen creciendo aunque a un ritmo menor que el año anterior.

¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?
Base han comprado en tienda online (% respuesta múltiple)

Smartphone	Portátil	PC de sobremesa
43% -1	31% -3	23% +1



Tableta	9%	+1
Tv con conexión a internet	5%	+2

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

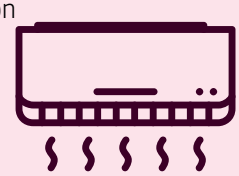
En cuanto a los dispositivos utilizados para realizar sus compras, los smartphones vuelven a encontrarse en primer lugar con un 43% de menciones. Cierran el top 3 las compras a través de ordenadores portátiles y PCs de sobremesa.

CANAL DE COMPRA POR PRODUCTO

			var 26/25 en pp
GAMA BLANCA Base han comprado electrodomésticos gama blanca	Por Internet/online	**27%**	**-3**
	Gran Superficie especializada	**22%**	**-1**
	Grandes almacenes	**21%**	**+1**
	Hipermercado	**16%**	**-2**
	Tienda mediana o grande de barrio	**14%**	**0**
GAMA MARRÓN Base han comprado electrodomésticos gama marrón	Por Internet/online	**39%**	**-5**
	Hipermercado	**24%**	**+8**
	Grandes almacenes	**17%**	**-1**
	Gran Superficie especializada	**14%**	**-10**
	Tienda pequeña en Centro Comercial	**9%**	**-1**
PEQUEÑOS APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS (PAE) Base han comprado PAE	Por Internet/online	**40%**	**-1**
	Hipermercado	**17%**	**-1**
	Grandes almacenes	**17%**	**+2**
	Gran Superficie especializada	**15%**	**-1**
	Tienda mediana o grande de barrio	**8%**	**+1**

CLIMATIZACIÓN

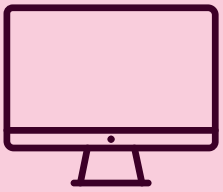
Base han comprado climatización



Por Internet/online	29%	-3
Gran Superficie especializada	19%	-3
Grandes almacenes	15%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	13%	+4
Tienda pequeña de barrio	13%	0

TECNOLOGÍA

Base han comprado tecnología



Por Internet/online	51%	-3
Gran Superficie especializada	21%	+2
Grandes almacenes	14%	+1
Hipermercado	8%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Analizando el canal de compra según la categoría comprada, aquellos que han comprado gama blanca, este año lo han hecho principalmente en la tienda online (27%) y en grandes superficies especializadas (22%), descendiendo en 3 y 1 puntos respectivamente. En cambio, las compras en grandes almacenes aumentan del 20% en 2025 al 21% en 2026.

Para los electrodomésticos de gama marrón, el top 3 lo forman, en primer lugar, la tienda online con un 39%, seguidas por los hipermercados (que crecen en 8 puntos) y los grandes almacenes.

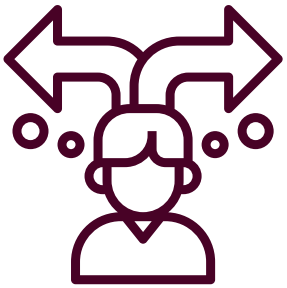
Para los PAE, en primer lugar, vuelve a estar la tienda online con un 40% de menciones tal y como sucedía el año anterior. Le siguen las compras realizadas en los hipermercados y grandes almacenes, ambas con un 17%. En el caso de los productos de climatización, la tienda online continúa en el primer puesto, aunque cae en 3 puntos respecto al año anterior. El 19% los ha adquirido en grandes superficies especializadas y el 15% en grandes almacenes.

Para los productos de tecnología, en primer lugar y destacando claramente sobre el resto de canales, volvemos a encontrar la tienda online (51%) que presenta un descenso de 3 puntos respecto a 2025. Las grandes superficies especializadas y los grandes almacenes con un 21% y un 14% de menciones respectivamente, ocupan el segundo y tercer lugar en el ranking. El resto de tiendas se encuentra por debajo del 10%.

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
Base han comprado electrodomésticos (Respuesta múltiple—máximo 3)

64% -2	**31%** -1	**31%** -3
Precio	***Rapidez y comodidad en el proceso de compra***	***Calidad del producto***

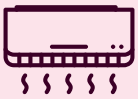


Variedad de productos	30%	-4
Servicio de entrega	26%	0
Facilidad de pago	17%	-2
Atención de vendedores	17%	+2
Servicio postventa	13%	+3
Ventajas por fidelidad cliente	10%	+1
Web propia con catálogo y posibilidades de comprar	7%	-1
Personalización del producto	6%	+1
Planes Renove	4%	+1
Otros motivos	2%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En general, a la hora de comprar electrodomésticos, con independencia del tipo de tienda elegido, el precio es el principal motivo por el que se guían los consumidores.

Otras variables importantes son la repidez y comodidad en el proceso de compra (31%) y la calidad (31%), descendiendo en 1 y 3 puntos respectivamente.

			var 26/25 en pp
 ***GAMA BLANCA*** Base han comprado electrodomésticos gama blanca	Precio	56%	-5
	Servicio de entrega	34%	+1
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	+3
 ***GAMA MARRÓN*** Base han comprado electrodomésticos gama marrón	Precio	61%	-7
	Calidad del producto	28%	-5
	Variedad de productos	26%	-3
 ***PEQUEÑOS APARATOS ELECTRO DOMÉSTICOS (PAE)*** Base han comprado PAE	Precio	64%	-3
	Variedad de productos	32%	-3
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	0
 ***CLIMATIZACIÓN*** Base han comprado climatización	Precio	60%	0
	Calidad del producto	28%	+1
	Variedad de productos	24%	-9
 ***TECNOLOGÍA*** Base han comprado tecnología	Precio	64%	+2
	Calidad del producto	28%	-5
	Variedad de productos	26%	-4

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En el caso concreto de la compra de productos de Gama Blanca, el precio también es el motivo principal para elegir la tienda con un 56% de menciones, descendiendo en 5 puntos respecto a 2025. El servicio de entrega y la repidez en el proceso de compra son los siguientes más mencionados por los consumidores.

A la hora de comprar gama marrón, el precio, la calidad del producto y la variedad, son los motivos más determinantes a la hora de elegir dónde comprar, aunque todos sufren descensos.

El precio vuelve a ser también la variable más importante a la hora de adquirir PAE, seguido de la variedad de productos y la rapidez y comodidad en el proceso de compra, tal y como ocurría en 2025.

Tanto para los productos de climatización, como para los productos de tecnología informática, el precio, la variedad y la calidad del producto, forman el top 3 de motivos más determinantes.



GASTO MEDIO

Y, ¿cuánto te has gastado en los electrodomésticos / tecnología que has adquirido en los últimos 12 meses?
Base han comprado electrodomésticos (Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL
624€
+12%

Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**
476€
-11%

Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
289€
-34%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de electrodoméstico o tecnología en los últimos 12 meses es de 624 euros, un 12% más respecto al gasto medio de 2025, en el que se gastaron 559 euros de media.

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como en tienda física el gasto desciende un 11% alcanzando la cifra media de 476€. El gasto en el canal online también desciende en un 34% hasta los 289€.

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en los electrodomésticos adquiridos en los últimos 12 meses?
Base han comprado electrodomésticos (Abierta numérica)

-6%	-7%	+13%
701€	**572€**	**489€**
Electrodomésticos gama blanca	***Climatización***	***Tecnología (productos informáticos)***



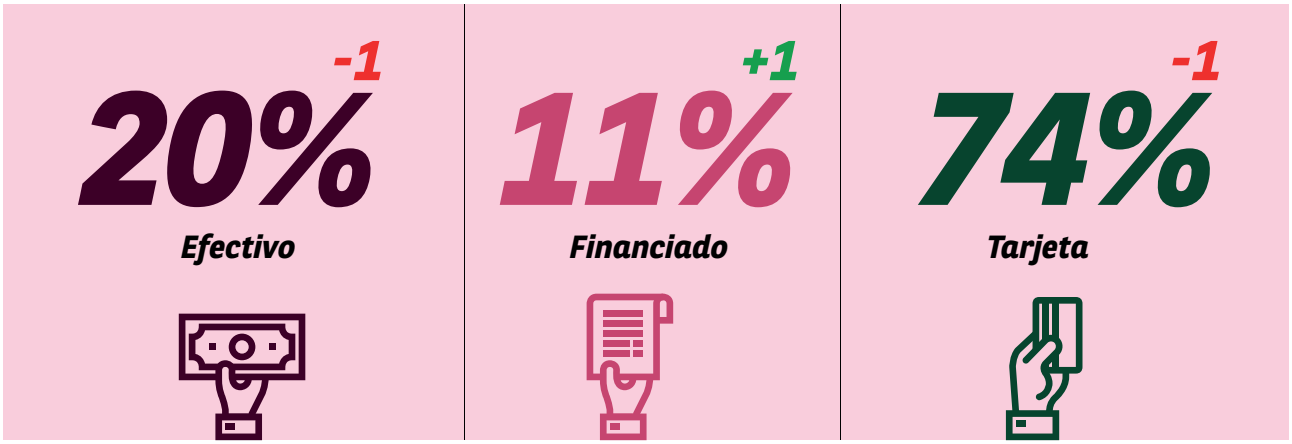
Electrodomésticos gama marrón	**436€**	**-1%**
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	**188€**	**+14%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido gama blanca (701€) y climatización (572€). Aumentan los gastos medios en tecnología informática y en PAE.

MEDIO DE PAGO

¿Cómo has pagado tu compra?
Base han comprado electrodomésticos (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En la compra de electrodomésticos/tecnología, el pago con tarjeta es el elegido nuevamente por los consumidores en primer lugar con un 74% de menciones, le sigue el pago en efectivo, con un 20%.

El 11% declara haber financiado su compra de electrodomésticos y/o tecnología, aumentando este porcentaje en 2 puntos porcentuales. Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector electro, un 81% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró, 2 puntos más que el año anterior.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 64% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito. Por detrás encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 34%, dato que se mantiene respecto al año anterior.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/ TECNOLOGÍA



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?
Base han comprado electrodomésticos (% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)

27% +2	**25%** 0	**24%** -1
No he realizado consultas previas	***Consultas en páginas web especializadas***	***Consulta con el personal /vendedor de tienda***



Consulta en el catálogo (on/off) de la tienda	**23%**	0
Consultas en foros de Internet	**16%**	-1
Recomendación de amigo, familiar o conocido	**16%**	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Para la compra de productos de este sector, observamos cómo el 25% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas. Los que consultan con el personal de la tienda son el 24% y los que consultan en catálogo de la tienda tanto online como offline cierran el top 3 con un 23% de menciones.

INTENCIONES PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

El ***55%*** ***+1pp*** de los encuestados tiene **intención de comprar** productos del sector electrodomésticos/ tecnología en los próximos 12 meses.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de electrodoméstico en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de electrodoméstico tienes pensado adquirir?
Base tienen intención de comprar electrodomésticos (% respuesta múltiple)

34% ***-2***	***27%*** ***-1***	***26%*** ***0***
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	***Tecnología (productos informáticos)***	***Electrodomésticos gama blanca***

Electrodomésticos gama marrón ***15%*** ***0***

Climatización ***14%*** ***+4***

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

De cara a los próximos 12 meses, el top 3 de productos que presentan una mayor intención de compra estaría formado por los PAE con un 34%, los productos de tecnología informática con un 27% y los electrodomésticos de gama blanca con un 26%. Tan solo aumenta la intención de compra de los productos de climatización.

INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?
Base tienen intención de comprar electrodomésticos (Abierta numérica)

Gasto Medio **TOTAL**	Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**	Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
627€	**467€**	**315€**
+21%	**-2%**	**+29%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Los encuestados prevén gastar una media de 627€ en sus compras de este sector, aumentando en un 21% el gasto previsto respecto a las intenciones mostradas el año anterior.

Si diferenciamos entre gasto online y en tienda física, la intención de gasto en tienda física asciende hasta los 467€ y en tiendas online a 315€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Financiarás tus compras del próximo año en este sector?
Base tienen intención de comprar electrodomésticos (% respuesta múltiple)

-3	0	+3
17%	**8%**	**75%**
Sí, mediante financiación ofrecida en tienda	***Sí, mediante financiación solicitada en una entidad financiera***	***No financiaré mis futuras compras en este sector***

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En cuanto a la financiación en futuras compras, el 72% de los encuestados no tiene intención de financiar sus compras de este sector (+3 puntos respecto al año anterior). Los consumidores que sí lo harán mediante la financiación ofrecida en tienda son el 17%, mostrando un descenso de 3 puntos respecto al año anterior.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Cómo pagarás tu compra?
Base no financiarán las compras futuras en este sector (% respuesta múltiple)

Tarjeta de débito	Tarjeta de crédito	Efectivo	Otros
58% (+3)	30% (-2)	21% (+3)	2% (0)

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Centrándonos en cómo pagarán los españoles sus futuras compras de este sector, el 58% de los encuestados elegirá la tarjeta de débito para sus compras de este sector, seguidos del 30% que pretende usar la tarjeta de crédito y del 21% que pagará en efectivo. Tan solo desciende la intención de pago mediante tarjeta de crédito en 2 puntos porcentuales.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar electrodomésticos en los próximos 12 meses?
Base tienen intención de comprar electrodomésticos (% respuesta múltiple)

36% -2	**30%** +3	**23%** 0
Por Internet/online	***Gran Superficie especializada***	***Grandes almacenes***



Hipermercado	**16%**	+2
Tienda mediana o grande de barrio	**10%**	0
Outlet	**9%**	+2
Tienda pequeña de barrio	**8%**	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	**7%**	-1
Tiendas de segunda mano	**4%**	0
Otro tipo de establecimiento	**1%**	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Por último, observamos el canal de compra que pretenden utilizar los españoles en el próximo año. El 36% de los encuestados elegirá la tienda online para sus compras de este sector, seguidos del 30% que pretende realizarlas en grandes superficies especializadas (aumentando en 3 puntos respecto al año anterior) y del 23% que pretende realizarlas en grandes almacenes.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector
Base tienen intención de comprar electrodomésticos en tienda online (% respuesta múltiple)

Marketplace (Amazon, T-mart, etc...)	Web de la tienda	Web fabricante marca
55% -2	38% -2	26% +1



A través de la app	16%	+3
Web de segunda mano	7%	+1
Web compras colectivas	4%	+1
Redes sociales	3%	-1
Otras	1%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

Dentro del 36% que pretende comprar online, encontramos un 55% que lo hará a través de marketplaces, descendiendo su porcentaje en 2 puntos. Cierran el top 3 las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 38% y un 26% respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS/ TECNOLOGÍA

El **66%** +0 de los encuestados **ha comprado** algún producto del sector Electro en los últimos 12 meses

gastando una media de **624€** +12%

El **55%** +1 de los encuestados **tiene intención de comprar** algún producto del sector Electro en los próximos 12 meses

gastando una media de **627€** +21%

COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

¿Qué tipo de producto del sector electro **has comprado** en los últimos 12 meses y qué tipo **tienes intención de comprar** en los proximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

	% Compra últimos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	47%	-2
Electrodomésticos gama blanca	30%	-1
Tecnología (productos informáticos)	23%	+2
Climatización	17%	+4
Electrodomésticos gama marrón	12%	0

	% Intención de compra próximos 12 meses	
Pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)	34%	-3
Electrodomésticos gama blanca	26%	0
Tecnología (productos informáticos)	27%	-1
Climatización	14%	+4
Electrodomésticos gama marrón	15%	0

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)

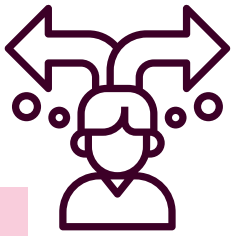


% Compra últimos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp
Por Internet/online	39%	+2
Gran Superficie especializada	20%	0
Grandes almacenes	19%	+1
Hipermercado	17%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	11%	+1
Tienda pequeña de barrio	9%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	+1
Outlet	7%	+2
Tiendas de segunda mano	3%	-1

% Intención de compra próximos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp
Por Internet/online	36%	+2
Gran Superficie especializada	30%	0
Grandes almacenes	23%	+1
Hipermercado	16%	+1
Tienda mediana o grande de barrio	10%	+1
Tienda pequeña de barrio	9%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	+1
Outlet	7%	+2
Tiendas de segunda mano	4%	-1

Las compras online en 2026 de Electro y Tecnología destacan muy por encima de las realizadas en tiendas físicas, aunque se observa cierta ralentización de cara a 2027, donde el comercio físico crece.

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



El precio sigue siendo el factor decisivo pero desciende respecto al año anterior.

Precio	64%	-2
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	-2
Calidad del producto	31%	-3
Variedad de productos	30%	-4
Servicio de entrega	26%	0

Y DEL 41% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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



% Compra últimos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp	**% Intención de compra** próximos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp
Marketplace	47%	0	Marketplace	55%	-2
Web de la tienda	34%	0	Web de la tienda	38%	-2
Web fabricante marca	16%	+1	Web fabricante marca	26%	+1
A través de la app	15%	-1	A través de la app	16%	+3
Web de segunda mano	4%	-2	Web de segunda mano	7%	+1
Redes sociales	3%	-2	Redes sociales	4%	+1
Web compras colectivas	3%	0	Web compras colectivas	3%	-1

GASTO MEDIO

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



Importante aumento de la **intención de gasto en tiendas online**

	Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**	Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
Gasto	624€ +12%	476€ -11%	289€ -34%
Intención	627€ +21%	467€ -2%	315€ +29%

FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem Consumo España 2026

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2026

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

Ficha técnica estudio "La IA en el proceso de compra"

Método de Recogida de Información: Se ha utilizado una metodología cuantitativa de entrevistas con sistema CAWI (online), a través de panel de internautas de reconocido prestigio.

Universo: Población general mayor de edad.

Ámbito: Nacional.

Tamaño muestral: 1.000 encuestas.

Cuestionario: 28 preguntas más las cuestiones de clasificación sociodemográfica y financieras con una duración aproximada de 10 minutos.

Cuotas: sexo, edad y Comunidad Autónoma representativas de la población general.

Error Muestral: Con un tamaño muestral de 1.000 encuestas, el error muestral quedaría fijado en el +/- 3,10% para datos globales, p=q=0,5, con un nivel de confianza del 95,5%.

Instituto responsable: InvesMarket miembro de Insights y Analytics España, ESOMAR y acogido al código deontológico Internacional ICC/ ESOMAR de Marketing e Investigación social.

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



OBSERVATORIO Cetelem

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE