CONSUMO ESPAÑA 2026



SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

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 dispositivos móviles**

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 dispositivos móviles**
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.

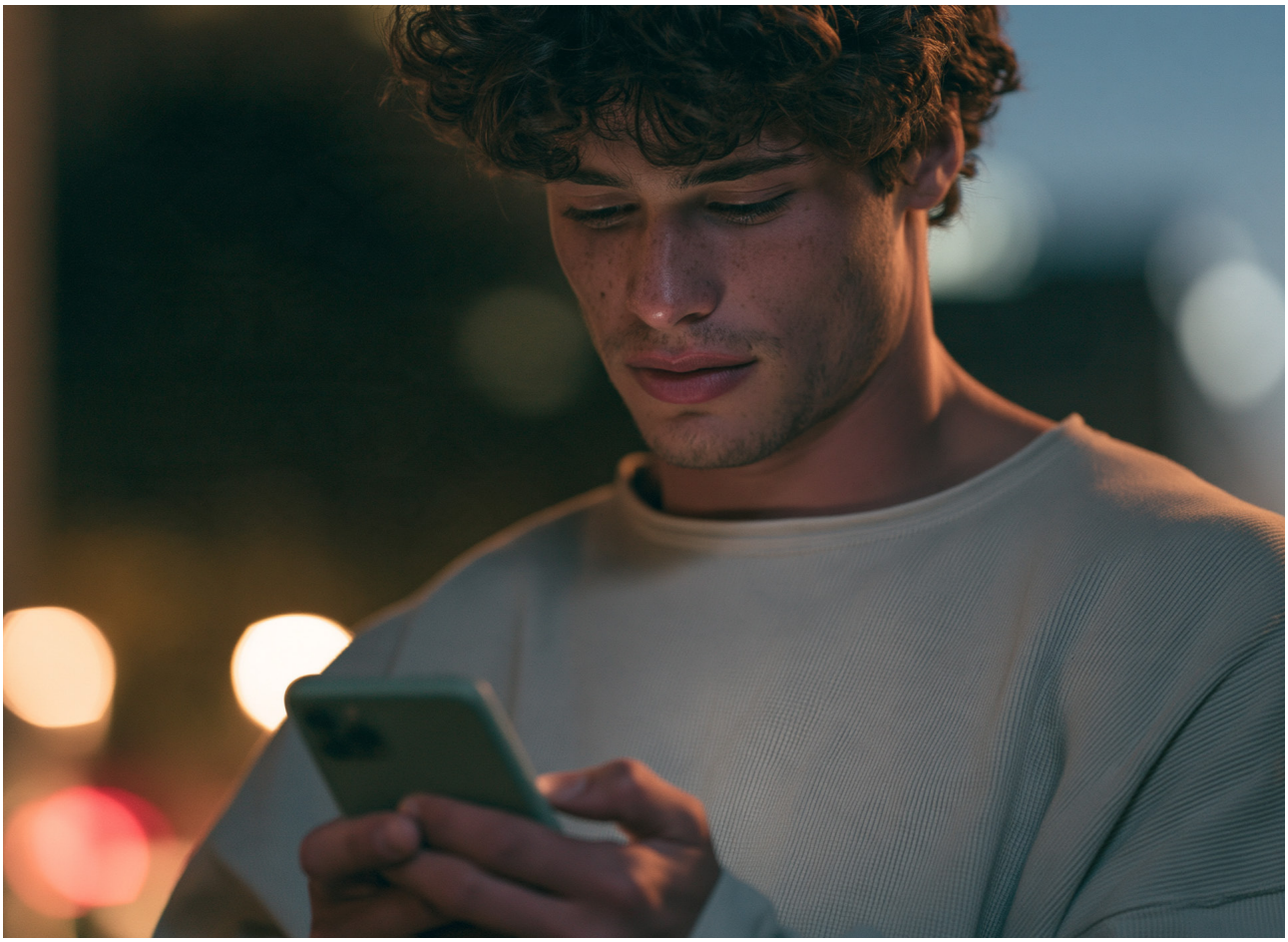
Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán.
Responsable del
Observatorio Cetelem.

SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

El **58%** -1pp de los encuestados **ha comprado** productos del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses.

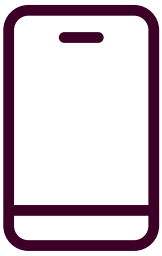
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026



TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

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

Complementos	Smartphone otra marca	Smartphone Iphone
28% -2	26% -1	26% +2



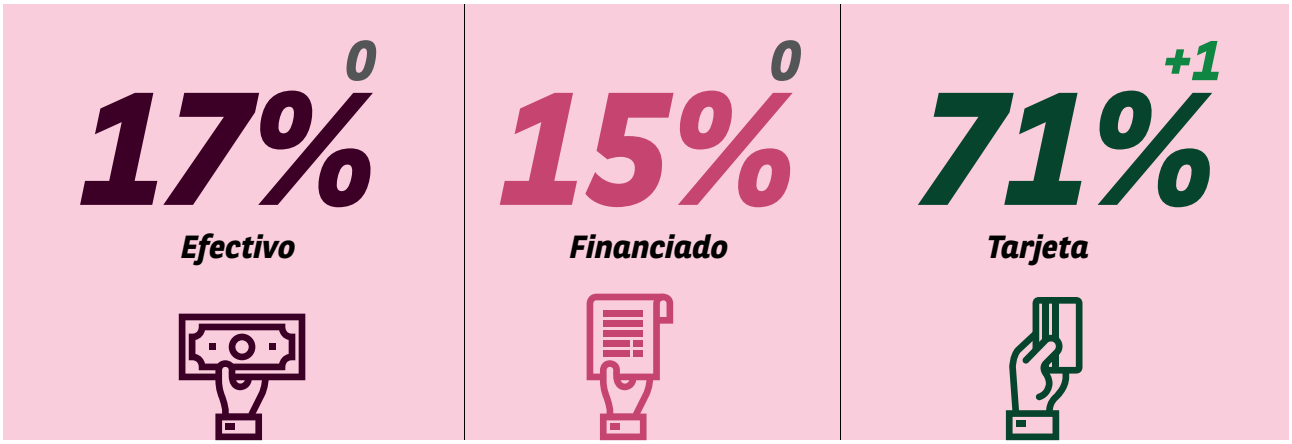
Smartphone samsung	17%	0
Tablet tipo ipad	13%	-2
Accesorios de movil para el coche	9%	-1
Tarjeta de memoria	7%	0
Otros	2%	-1

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 dispositivos móviles adquiridas por los consumidores durante el último año, los complementos como auriculares o carcasas vuelven a ser los más demandados con un 28% de menciones (2 puntos porcentuales por debajo de 2025). Con el 26% encontramos a los smartphone de marcas distinta a Apple y Samsung, que descienden en un punto porcentual, y, para cerrar el top 3, los smartphone de Apple con otro 26%, 2 puntos por encima de lo declarado el año anterior.

MEDIO DE PAGO

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



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

En la compra de dispositivos móviles, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 71% de menciones y mostrando un ligero aumento de un punto respecto al año anterior. 54 puntos por debajo encontramos a los que eligen pagar en efectivo, y con un 15% a los que han financiado su compra.

Entre los encuestados que han respondido que financiaron su compra de productos del sector dispositivos móviles, un 84% declara haberlo hecho mediante la financiación ofrecida en la tienda donde compró (mismo porcentaje que en 2025) y un 16% mediante financiación solicitada en una entidad financiera.

De los que han respondido que pagaron con tarjeta, un 66% declara haberlo hecho mediante tarjeta de débito, y por detrás, encontramos a los consumidores que utilizaron su tarjeta de crédito con un 31% (-1 puntos respecto a 2025).

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 dispositivos móviles (% respuesta múltiple)

51% -2	**16%** -1	**16%** +3
Por Internet/online	***Gran Superficie especializada***	***Grandes almacenes***



Hipermercado	9%	+1
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	0
Tienda pequeña de barrio	7%	-2
Tienda mediana o grande de barrio	7%	+1
Tiendas de segunda mano	6%	+2
Outlet	5%	+1
Otro tipo de establecimiento	3%	-1

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 dispositivos móviles, este año volvemos a encontrar en el primer lugar a las tiendas online, pasando de un 53% a un 51% de menciones. Las grandes superficies especializadas con un 16% (un punto menos que en 2025) y los grandes almacenes con un 16% (+3 puntos respecto a 2025) completan el top3.

			var 26/25 en pp
SMARTPHONE IPHONE Base han comprado Smartphone iPhone	Por Internet/online	**40%**	**-3**
	Grandes almacenes	**18%**	**+5**
	Gran Superficie especializada	**15%**	**-3**
	Tiendas de segunda mano	**9%**	**0**
	Tienda pequeña en Centro Comercial	**8%**	**+1**
SMARTPHONE SAMSUNG Base han comprado Smartphone Samsung	Por Internet/online	**43%**	**+3**
	Grandes almacenes	**19%**	**+4**
	Gran Superficie especializada	**16%**	**-4**
	Hipermercado	**10%**	**+4**
	Tienda pequeña en Centro Comercial	**9%**	**+2**
TABLET TIPO IPAD Base han comprado Tablet tipo iPad	Por Internet/online	**48%**	**-5**
	Gran Superficie especializada	**18%**	**0**
	Grandes almacenes	**12%**	**+1**
	Tienda pequeña en Centro Comercial	**8%**	**+3**
	Hipermercado	**8%**	**+2**
TARJETA DE MEMORIA Base han comprado tarjeta de memoria	Por Internet/online	**53%**	**+6**
	Grandes almacenes	**16%**	**+4**
	Hipermercado	**11%**	**+2**
	Outlet	**9%**	**+7**
	Tienda pequeña de barrio	**9%**	**-4**

ACCESORIOS DE MÓVIL PARA EL COCHE

Base han comprado accesorios de móvil para el coche



Por Internet/online	57%	-1
Hipermercado	12%	+1
Tienda pequeña de barrio	10%	+3
Gran Superficie especializada	8%	+2
Outlet	8%	+1

COMPLEMENTOS (AURICULARES, FUNDAS, ETC)

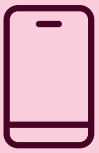
Base han comprado complementos



Por Internet/online	53%	-3
Grandes almacenes	13%	+3
Tienda pequeña de barrio	12%	0
Gran Superficie especializada	12%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	8%	+1

SMARTPHONE OTRA MARCA

Base han comprado otra marca



Por Internet/online	54%	-4
Gran Superficie especializada	15%	+3
Grandes almacenes	9%	+1
Hipermercado	7%	+2
Tienda mediana o grande de barrio	7%	+4

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

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

Marketplace	Web de la tienda	A través de la app
46% (0)	28% (-1)	15% (+1)



Web fabricante marca	13%	-2
Web de segunda mano	5%	+2
Web compras colectivas	3%	0
Otras	3%	0
Redes sociales	3%	+1

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

Si analizamos dónde ha comprado ese 51% que ha realizado sus compras online, podemos ver como un 46% nos dice que lo ha hecho a través de Marketplace. Las webs de las tiendas y las compras a través de la App ocupan los siguientes escalones, superando estas últimas a las compras en la web del fabricante o marca.

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

Smartphone	Portátil	PC de sobremesa
46% -4	33% +3	22% +2



Tableta	6%	+1
Tv con conexión a internet	1%	-1

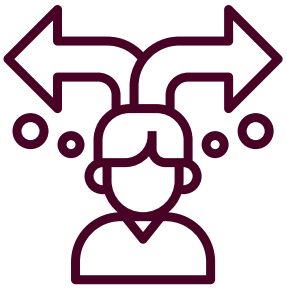
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2025
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2026

En cuanto al dispositivo desde el que realizo su compra a través de internet, el 46% eligió su smartphone, con un descenso de 4 puntos porcentuales, seguidos del 33% que utilizó su portátil y de un 22% que optó por comprar desde su PC de sobremesa.

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 dispositivos móviles (Respuesta múltiple—máximo 3)

65% -4	**31%** 0	**30%** -2
Precio	***Rapidez y comodidad en el proceso de compra***	***Calidad del producto***



Variedad de productos	28%	-1
Servicio de entrega	21%	0
Facilidad de pago	21%	-1
Atención de vendedores	11%	-2
Ventajas por fidelidad cliente	11%	+1
Servicio postventa	11%	0
Web propia con catálogo y posibilidades de comprar	7%	-2
Personalización del producto	6%	0
Planes Renove	5%	0
Otros motivos	1%	0

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

En cuanto a los motivos que nos llevan a decidirnos por comprar en un establecimiento u otro, el precio vuelve a ser el más importante con mucha diferencia, seguido por la rapidez y comodidad en el proceso de compra y por la calidad del producto, que cae del segundo al tercer puesto.

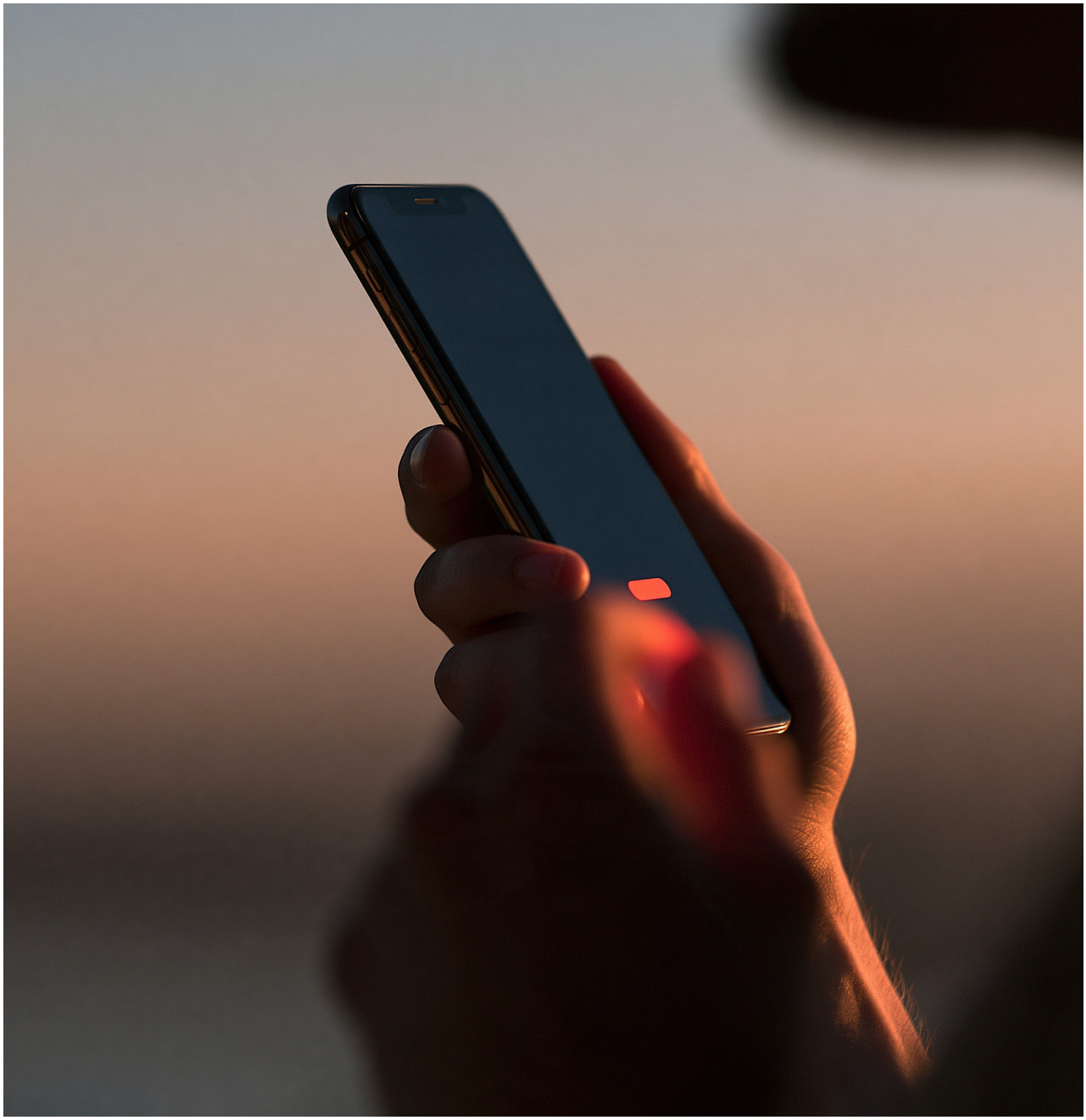
		var 26/25 en pp
SMARTPHONE IPHONE Base han comprado Smartphone iPhone	Precio	54% -4
	Calidad del producto	27% -5
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	22% +2
SMARTPHONE SAMSUNG Base han comprado Smartphone Samsung	Precio	50% -11
	Calidad del producto	36% +6
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	24% -2
TABLET TIPO IPAD Base han comprado Tablet tipo iPad	Precio	57% 0
	Calidad del producto	28% -2
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	26% -4
TARJETA DE MEMORIA Base han comprado tarjeta de memoria	Precio	57% -13
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	30% -2
	Variedad de productos	25% -1
ACCESORIOS DE MÓVIL PARA EL COCHE Base han comprado accesorios para el coche	Precio	61% -8
	Variedad de productos	28% -1
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	25% +1
COMPLEMENTOS (AURICULARES, FUNDAS, ETC) Base han comprado complementos	Precio	68% +3
	Rapidez y comodidad en el proceso de compra	35% +5
	Variedad de productos	33% -1

SMARTPHONE OTRA MARCA

Base han comprado otra marca

Precio	70%	-3
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	33%	+4
Variedad de productos	25%	-1

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



GASTO MEDIO

En concreto, ¿cuánto has gastado en los productos de telefonía adquiridos en los últimos 12 meses?
Base han comprado dispositivos móviles (Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL
499€
+18%

Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**
270€
-33%

Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
354€
-6%

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 producto del sector dispositivos móviles en los últimos 12 meses es de 499€, un 18% más respecto al gasto medio de 2025, en el que se gastaron 424€ de media.

El gasto medio en tienda física y en tienda online descienden un 33% y un 6% respectivamente.

En concreto, ¿cuánto te has gastado en los productos de telefonía adquiridos en los últimos 12 meses?
Base han comprado dispositivos móviles (Abierta numérica)

Smartphone iPhone	Smartphone Samsung	Tablet tipo iPad
757€ +12%	719€ +44%	376€ +5%

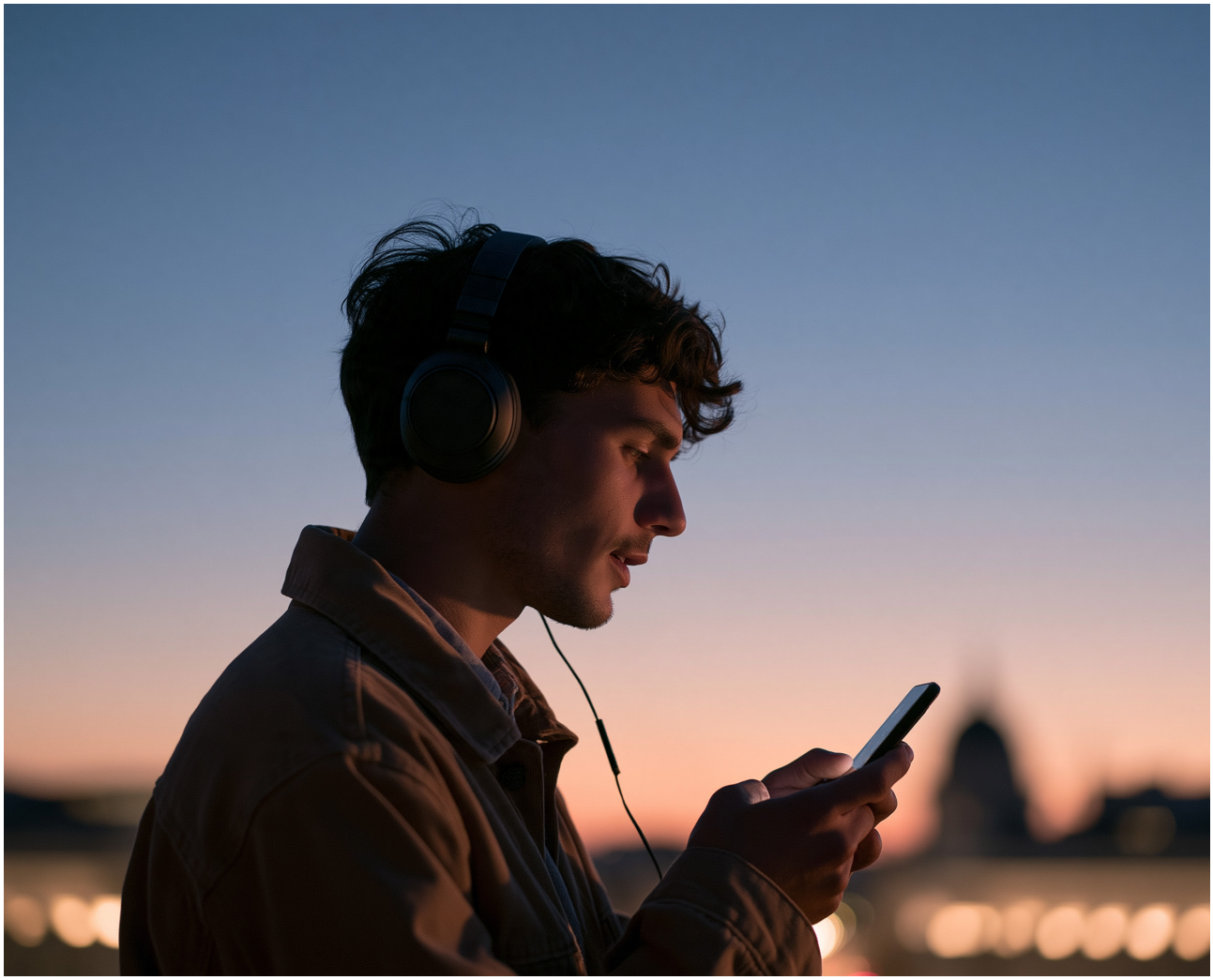


Smartphone otra marca	289€	-7%
Accesorios de móvil para el coche	89€	+90%
Complementos (auriculares, fundas, etc)	71€	-2%
Tarjeta de memoria	43€	-7%

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

Si profundizamos, las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han sido en smartphones Apple (757€), smartphones Samsung (719€) y tablets (376€). El mayor aumento en el gasto lo encontramos en la categoría de accesorios de móvil para el coche.

ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES



FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

El 60% de los españoles encuestados dice que se informa en blogs y redes sociales antes de comprar su smartphone o Tablet, disminuyendo este porcentaje en 3 puntos respecto al año anterior.

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?
Base han comprado dispositivos móviles (% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)

33% -2	**23%** -3	**23%** +1
Consultas en páginas web especializadas	***Consultas en foros de Internet***	***No he realizado consultas previas***



Recomendación de amigo, familiar o conocido	**20%**	+1
Consulta en el catálogo (on/off) de la tienda	**18%**	0
Consulta con el personal/vendedor de tienda	**18%**	0

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

Para la compra de productos del sector dispositivos móviles, observamos cómo el 33% de los españoles encuestados asegura consultar antes en páginas web especializadas. Los que consultan en foros de internet son el 23%, y con otro 23% encontramos a los que dicen no realizar consultas previas a la compra.

Un 54% de los encuestados ha renovado su smartphone o su Tablet en los últimos 12 meses, y entre ellos, un 65% nos dice que ha vuelto a comprar la misma marca que ya tenía.

¿Cuál es el motivo de cambio de marca?
Base han cambiado de marca (% respuesta múltiple)

Precio	Prestaciones	Otros motivos
57% (+6)	50% (-2)	12% (-5)

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

Entre los consumidores que han decidido cambiar de marca, en primer lugar, encontramos este año a los que lo han hecho por el precio con un 57% de menciones, seguidos de cerca por un 50% que se ha guiado por las prestaciones.



INTENCIONES PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

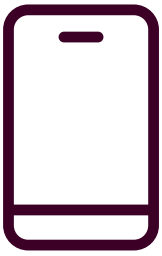
El ***51%*** ***+1pp*** de los encuestados tiene **intención de comprar** productos del sector dispositivos móviles en los próximos 12 meses.

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



Has dicho que tienes pensado comprar telefonía / digital en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?
Base tienen intención de comprar dispositivos móviles (% respuesta múltiple)

23% +3	**23%** +1	**19%** -3
Accesorios de móvil para el coche	***Smartphone iPhone***	***Complementos (auriculares, fundas, etc.)***



Smartphone Samsung	**16%**	-3
Smartphone otra marca	**13%**	-1
Tarjeta de memoria	**9%**	+1
Tablet tipo iPad	**7%**	+1
Otros	**4%**	+2

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

Observando por categoría, en primer lugar, los más pretendidos pasan a ser los accesorios de móvil para coche con un 23%, seguidos de los smartphone de Apple con otro 23%. Para cerrar el top 3 encontramos los complementos con un 19% de menciones y un descenso de 3 puntos porcentuales 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?
Base tienen intención de comprar dispositivos móviles (Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL
569€
+21%

Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**
267€
-39%

Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
302€
-24%

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

Los españoles encuestados pretenden realizar un gasto medio de unos 569€ en sus compras en este sector durante los próximos 12 meses, un 21% más de lo que pretendían gastar en este 2026.

La intención de gasto medio en tienda física ronda los 270€ y en tienda online los 300€.

INTENCIÓN FINANCIACIÓN EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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

19% (0)	**11%** (+2)	**71%** (-2)
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

El 71% de los españoles encuestados no pretenden financiar sus compras en este sector durante los próximos 12 meses, descendiendo este porcentaje en 2 puntos porcentuales respecto a lo declarado en 2025.

INTENCIÓN MEDIO DE PAGO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

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

Tarjeta de débito	Tarjeta de crédito	Efectivo	Otros
52% (+1)	33% (+1)	16% (-5)	3% (+1)

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

Los españoles encuestados pretenden pagar sus compras mediante su tarjeta de débito en un 52% de los casos. De lejos le siguen los pagos con tarjeta de crédito y el efectivo con un 33% y un 16% respectivamente.

INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar telefonía / digital en los próximos 12 meses?
(% respuesta múltiple)

45% -3	**20%** -1	**19%** +5
Por Internet/online	***Gran Superficie especializada***	***Grandes almacenes***



Tienda pequeña en Centro Comercial	10%	+1
Hipermercado	8%	0
Outlet	7%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	7%	+1
Tienda pequeña de barrio	5%	-1
Tiendas de segunda mano	5%	+1
Otro tipo de establecimiento	2%	-1

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

En cuanto al canal de compra en el que pretenden comprar los consumidores durante los próximos 12 meses, el 45% pretende realizar sus compras en este sector a través de la tienda online, seguidos de un 20% que comprará en grandes superficies especializadas y un 19% que lo hará en grandes almacenes. El top 3 es el mismo que aparecía para las intenciones de compra para este 2026.

¿Dónde comprarás los productos online de este sector?
Base no financiaran las futuras compras en este sector (% respuesta múltiple)

Marketplace	Web de la tienda	Web fabricante marca
52% -1	31% -1	23% -2



A traves de la app	14%	0
Web de segunda mano	7%	+2
Web compras colectivas	5%	+2
Otras	2%	+2
Redes sociales	2%	+1

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

Dentro de los que pretenden comprar online, el 52% lo hará a través de marketplaces, cayendo este porcentaje en un punto porcentual. La web de la tienda y la del fabricante o marca cierran el top 3, descendiendo ambas en 1 y 2 puntos respectivamente.

CONCLUSIONES DEL SECTOR DISPOSITIVOS MÓVILES

El **58%** -1 de los encuestados **ha comprado** algún producto del sector Dispositivos móviles en los últimos 12 meses

gastando una media de **499€** +18%

El **51%** +1 de los encuestados **tiene intención de comprar** algún producto del sector Dispositivos móviles en los próximos 12 meses

gastando una media de **569€** +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
Complementos	28%	-2
Smartphone otra marca	26%	0
Smartphone iphone	26%	+2
Smartphone samsung	17%	0
Tablet tipo ipad	13%	-2
Accesorios para el coche	9%	-1
Tarjeta de memoria	7%	0

	% Intención de compra próximos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp
Complementos	19%	-4
Smartphone otra marca	13%	-1
Smartphone iphone	23%	+1
Smartphone samsung	16%	-4
Tablet tipo ipad	7%	+1
Accesorios para el coche	23%	+3
Tarjeta de memoria	9%	+1

CANAL DE COMPRA

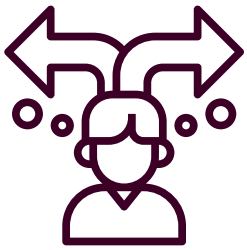
Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses
(% respuesta múltiple)



% Compra últimos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp
Por Internet/online	51%	-2
Gran Superficie especializada	16%	-1
Grandes almacenes	16%	+3
Hipermercado	9%	+2
Tienda pequeña en Centro Comercial	8%	0
Tienda pequeña de barrio	7%	-2
Tienda mediana o grande de barrio	7%	+1
Tiendas de segunda mano	6%	+2
Outlet	5%	+1

% Intención de compra próximos 12 meses		Variación vs últimos 12 meses en pp
Por Internet/online	45%	-3
Gran Superficie especializada	20%	-2
Grandes almacenes	19%	+5
Hipermercado	8%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	10%	+1
Tienda pequeña de barrio	5%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	7%	+1
Tiendas de segunda mano	5%	+1
Outlet	7%	-1

Principales motivos para elegir el tipo de tienda



La importancia del precio continúa en primer lugar pero **perdiendo peso.**

Precio	65%	-4
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	31%	0
Calidad del producto	30%	-2
Variedad de productos	28%	-1
Servicio de entrega	21%	0

Y DEL 51% 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	46%	-1	52%	-2
Web de la tienda	28%	-1	31%	-1
A través de la app	15%	+1	14%	0
Web fabricante marca	13%	-2	23%	-2
Web de segunda mano	5%	+2	7%	+2
Web compras colectivas	3%	0	5%	+2
Redes sociales	3%	+2	2%	+1

Los marketplaces pierden «fuelle» en el sector de dispositivos móviles

GASTO MEDIO

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

	Gasto Medio **TOTAL**	Gasto Medio en **TIENDA FÍSICA**	Gasto Medio en **TIENDA ONLINE**
Gasto	499€ +18%	270€ -33%	354€ -6%
Intención	569€ +21%	267€ -39%	302€ -24%

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