

# El impacto de la inflación en el consumo de los hogares españoles. 2023

**OBSERVATORIO**  
Cetelem





# INTRODUCCIÓN

El Observatorio Cetelem presenta en octubre 2023 un estudio de actualidad en el que analizamos el impacto de la inflación en el consumo de los hogares españoles.

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta edición de El Observatorio Cetelem, se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Invesmarket:

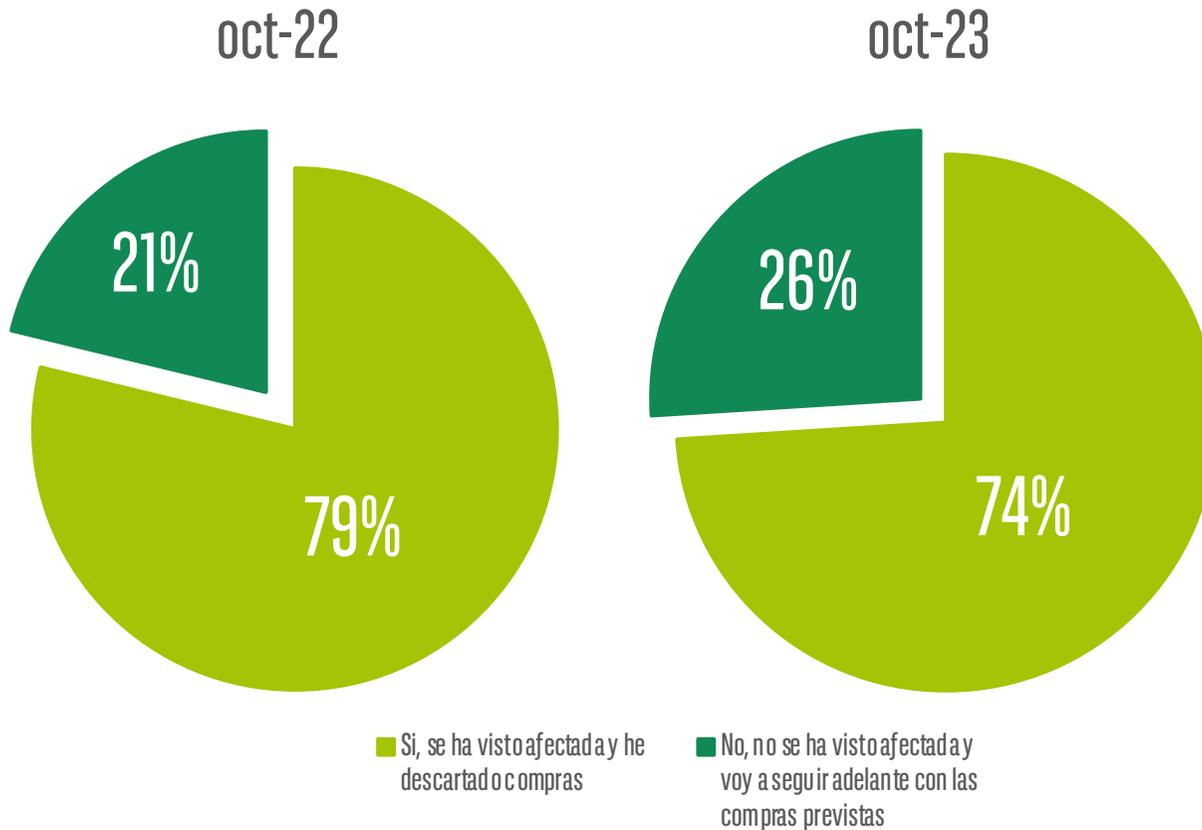
## Metodología online (CAWI)

- Universo: Población mayor de 18 años
- Ámbito: Nacional
- Tamaño de muestra: 1.000 encuestas
- Error muestral:  $\pm 3,16\%$  para datos globales

El Observatorio Cetelem  
[www.elobservatoriocetelem.es](http://www.elobservatoriocetelem.es)



Ante la subida generalizada de precios y la alta inflación (energía, combustible, alimentación, etc...)  
¿Se ha visto afectada tu economía familiar descartando compras previstas para los próximos meses? (% única)



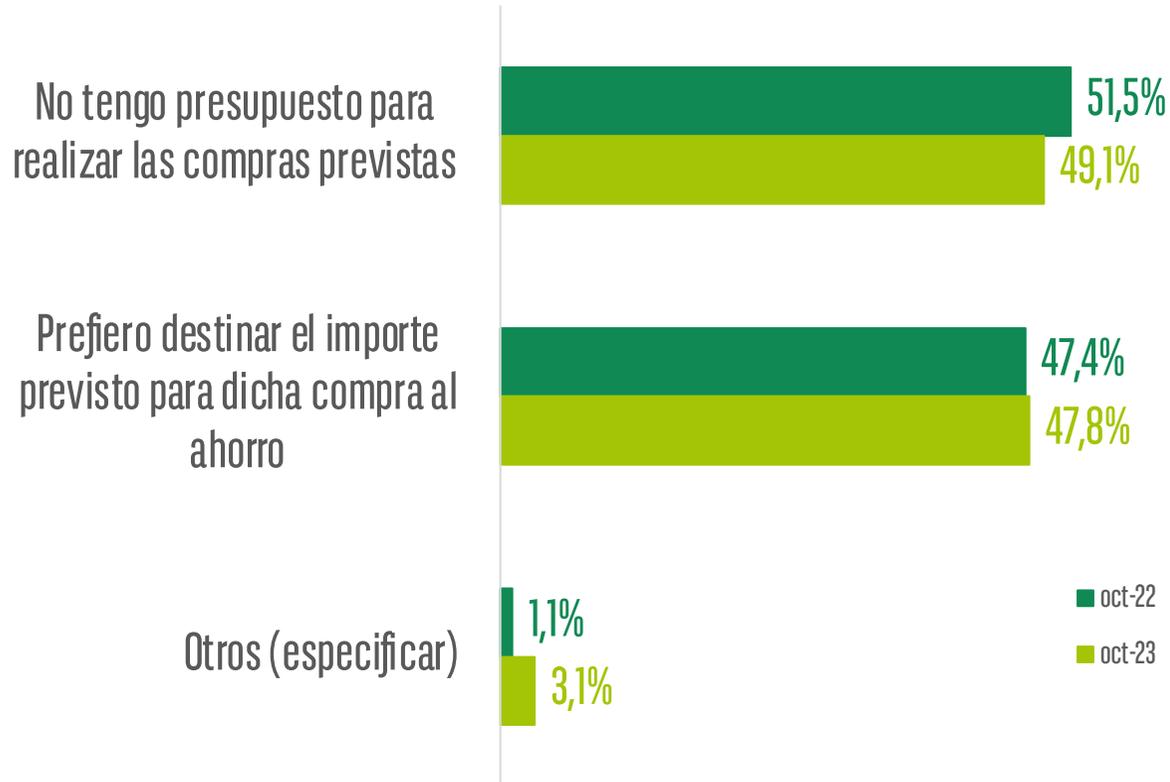
**7 de cada 10 españoles ha visto afectada su economía familiar por la inflación, descartando compras previstas para los próximos meses.**

El 74% de los consumidores españoles encuestados, afirma que su economía se ha visto afectada debido a la alta inflación, descartando compras previstas para los próximos meses (5 puntos menos que en la encuesta realizada hace un año).

Si segmentamos por edades, los consumidores más afectados son aquellos con edades comprendidas entre los 25 y 29 años (84% vs 74% media).



## Has contestado que la inflación ha afectado a tu economía, descartando compras previstas para los próximos meses, ¿cuál es el motivo? (% única)

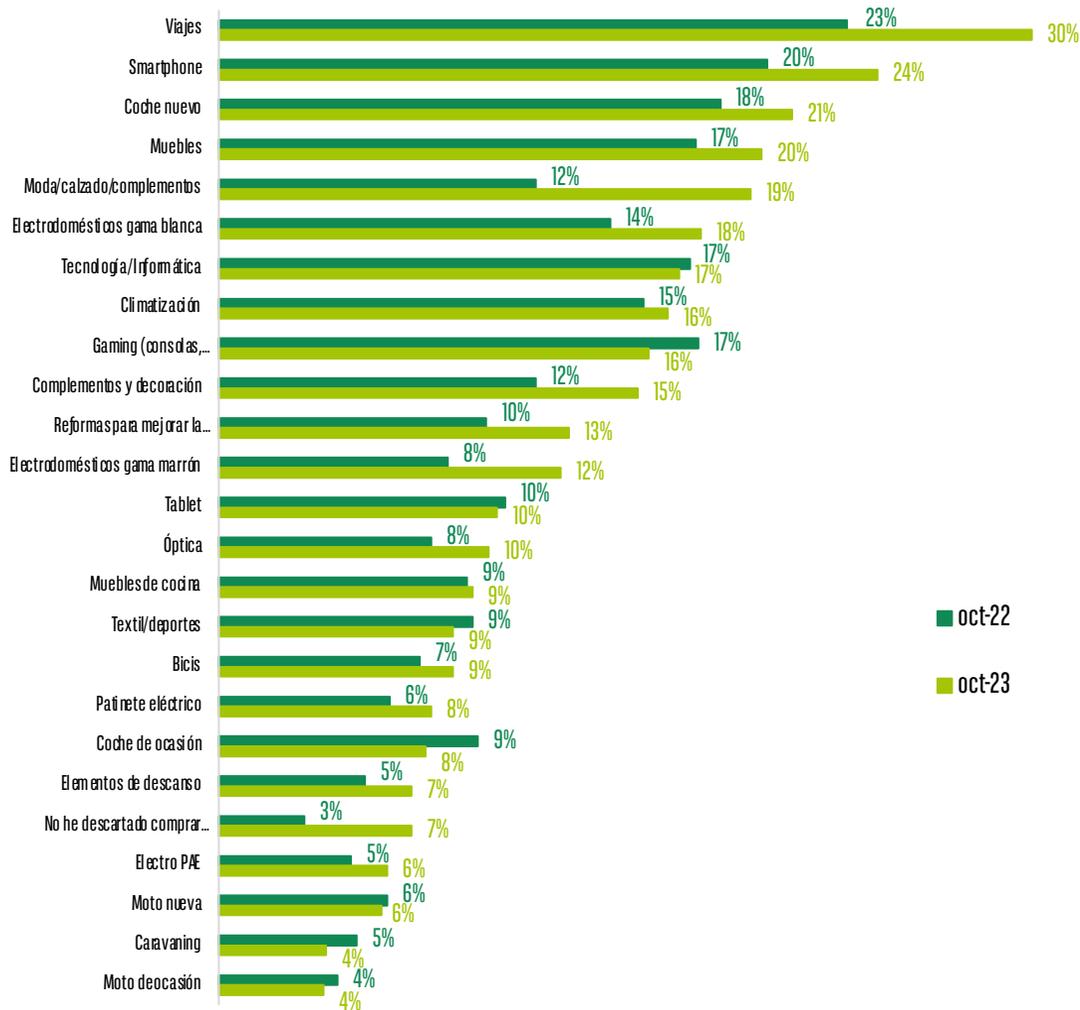


Entre aquellos afectados por la alta inflación y que han descartado las compras previstas, los motivos son:

- El 49,1% declara no tener presupuesto para realizar las compras que tenían previstas frente al 51,5% de octubre 2022. Si segmentamos por edades, los consumidores que destacan en este sentido son aquellos con edades entre los 55 y 59 años con un 64,3% de menciones y aquellos entre 50 y 54 años con un 63,6%.
- El 47,8% prefiere destinar el importe previsto para dichas compras al ahorro, porcentaje muy similar al de hace un año.
- Si segmentamos por edades, los consumidores que destacan por encima de la media son aquellos con edades entre los 25 y 29 años (58,5% vs 47,8% media), y aquellos entre los 18 y 24 años con un 58,1% de menciones.



# Has contestado que la inflación SI ha afectado a tu economía familiar, descartando compras que tenías previstas para los próximos 6 meses, ¿Cuáles son los productos que has descartado comprar? (% múltiple)



El top 5 de productos que los españoles afectados por la inflación, han decidido descartar de sus compras previstas, son por este orden: Viajes (30% vs 23% en 2022), Smartphone (24% vs 20% en 2022), Coche nuevo (21% vs 18% en 2022), Muebles (20% vs 17% en 2022) y Moda/complementos con un 19% de menciones frente al 12% de 2022.

En general, se observa un aumento en prácticamente todas las categorías preguntadas.

En el caso de los viajes, los consumidores más afectados han sido aquellos con edades comprendidas entre los 50 y 54 años con un 51% de menciones frente al 30% de la media.

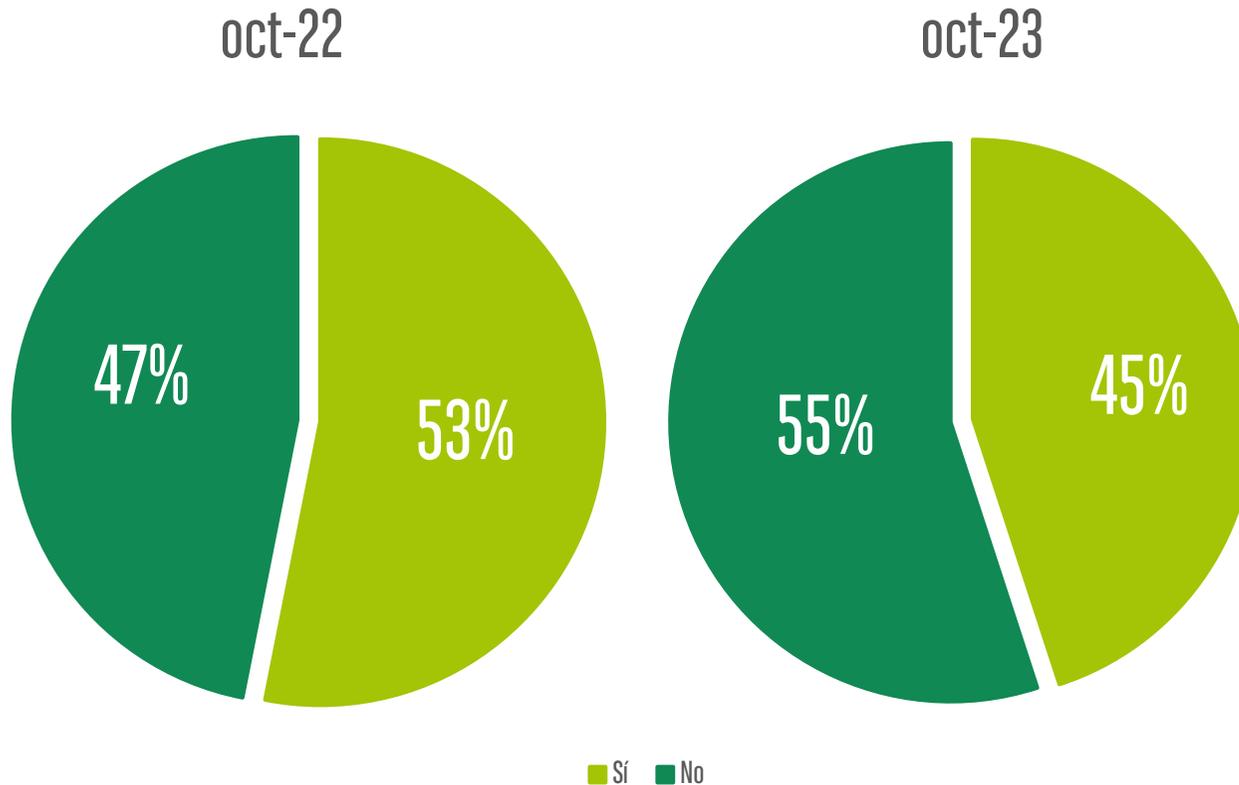
Las compras de smartphones con un 24% de menciones ocupan el segundo lugar, siendo los consumidores entre los 25 y 29 años los que presentan el porcentaje más alto con un 26% de respuestas.

Entre los 7 de cada 10 españoles que han declarado verse afectados por la inflación, el 21% afirma haber descartado su compra prevista de un coche nuevo, destacando los consumidores entre los 25 y 29 años con un 25% de menciones.

En lo que respecta a las compras de muebles los consumidores que destacan por encima de la media, son aquellos con edades entre los 25 y 29 años con un 29% de menciones frente al 20% de la media. Por otra parte, en lo que respecta a las compras de moda y complementos descartadas, destacan aquellos con edades entre los 45 y 49 años con un 25% de menciones frente al 19% de la media.



## ¿La financiación podría ser una opción para replantearse de nuevo dichas compras? (% única)

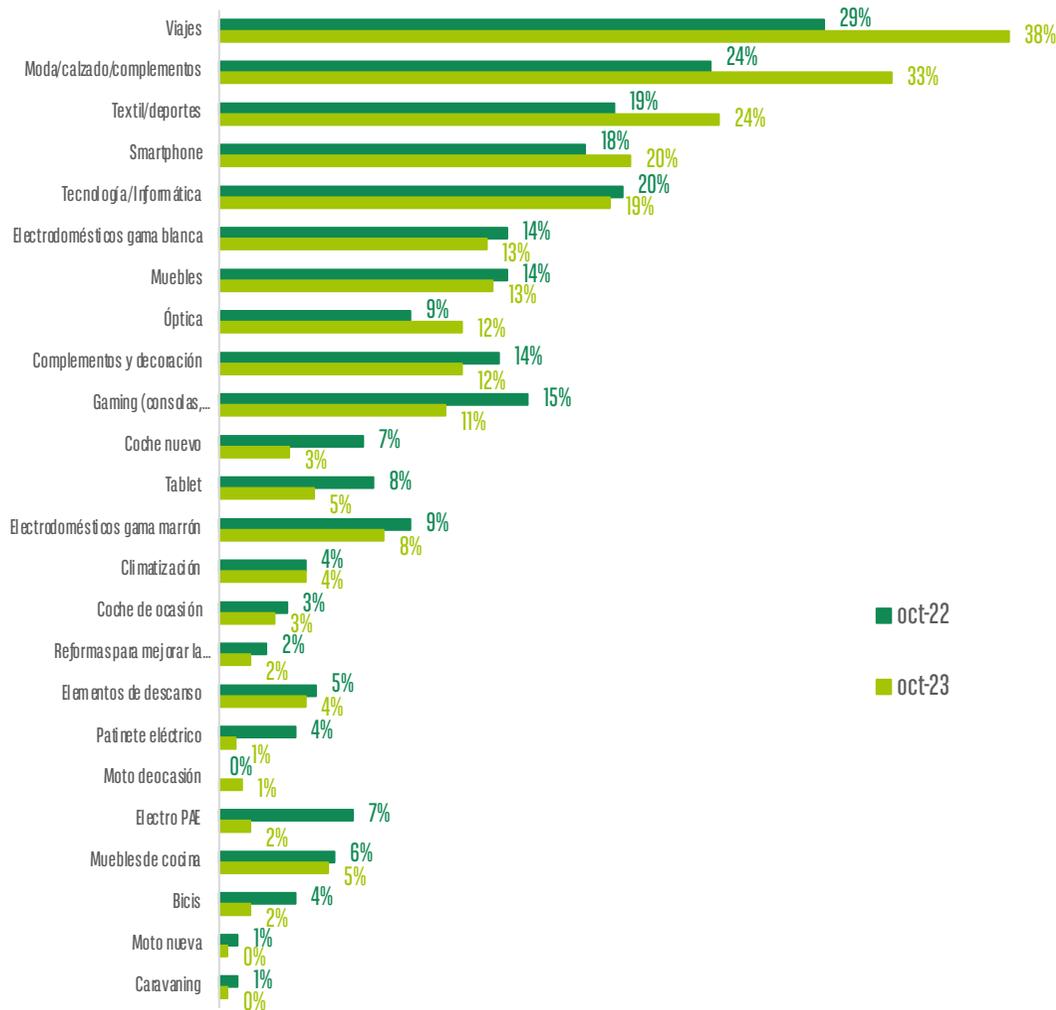


A aquellos consumidores que declaran que han descartado sus compras previstas para los próximos meses debido a la fuerte inflación, hemos querido preguntarles si la financiación podría ser una opción para replantearse de nuevo dichas compras y el 45% responde que sí.

Esta opción es más valorada entre los consumidores con edades entre lo 25 y 29 años con un 62% de menciones.



## Has contestado que la inflación NO ha afectado a tu economía familiar, y no has descartado las compras previstas para los próximos meses, ¿Cuáles son los productos que tienes intención de comprar? (% múltiple)



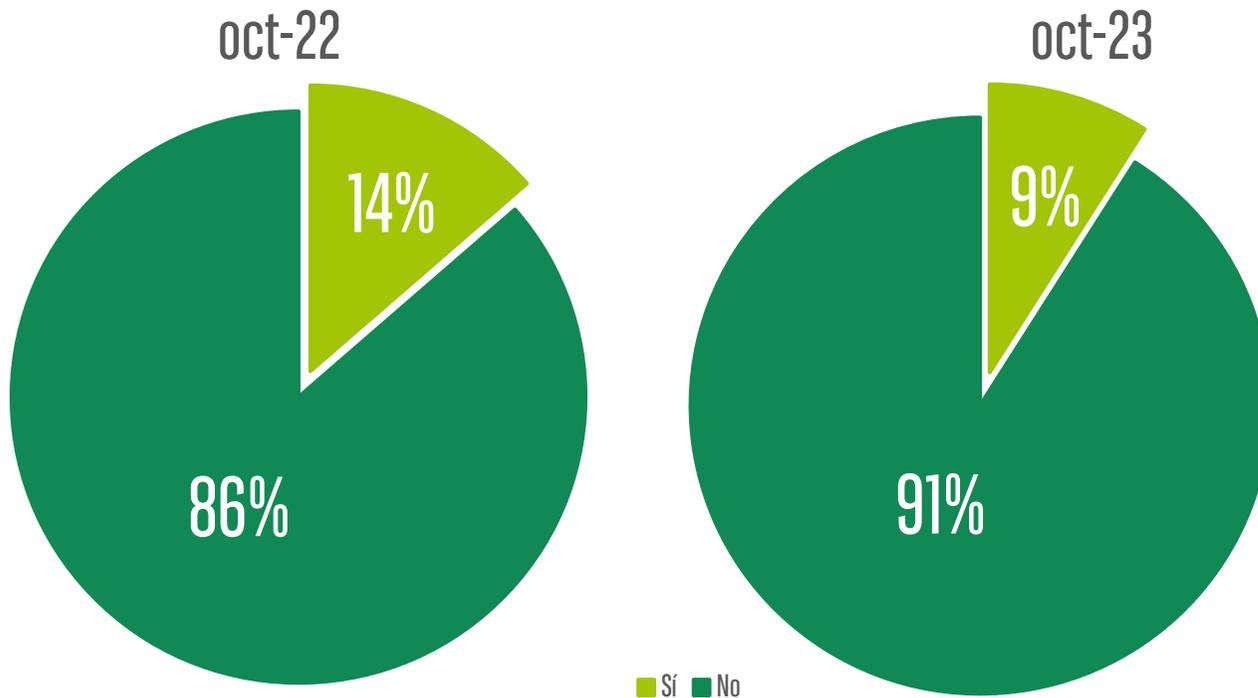
Entre el 26% de consumidores españoles que declaran que no les ha afectado la inflación de cara a sus compras programadas para los próximos meses, los productos con mayores intenciones manifestadas son: Viajes, moda, textil/deportes, smartphones y tecnología/informática.

Los que destacan por encima de la media en la intención de realizar algún viaje en los próximos meses son aquellos con edades entre los 45 y 49 años con un 44% de menciones frente al 38% de la media. Los consumidores de entre 50 y 54 años son los que manifiestan una mayor intención de comprar moda y complementos, con un 44% de menciones frente al 33% de la media.

En comparación con los datos de octubre 2022, se observan mayores intenciones de compra en 5 de los 24 productos preguntados: Viajes, moda, textil deportes, smartphones y productos de óptica.



## Para dichas compras, ¿tienes pensado solicitar financiación? (% única)



Sólo el 9% de aquellos consumidores que van a realizar compras en los próximos meses, tiene pensado solicitar financiación frente al 14% del año pasado.

Destacan por encima de la media aquellos con edades entre los 30 y 34 años con un 18,6% de menciones.

# OBSERVATORIO Cetelem



**BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE



 [www.elobservatoriocetelem.es](http://www.elobservatoriocetelem.es)

 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)