

Actualidad

Impacto de la situación
geopolítica en el
consumo de los
españoles

Mayo 2026

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 



INTRODUCCIÓN

El Observatorio Cetelem presenta en mayo 2026 el estudio de actualidad en el que analizamos la percepción y el comportamiento de los españoles respecto a las consecuencias de la situación geopolítica actual.

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en este estudio se han obtenido a partir de encuestas online realizadas por la empresa Invesmarket:

Metodología online (CAWI)

- Universo: Población mayor de 18 años
- Ámbito: Nacional
- Tamaño de muestra: 1.000 encuestas
- Error muestral: $\pm 3,70\%$ para datos globales
- Nivel de confianza: 95,5%

El Observatorio Cetelem

www.elobservatoriocetelem.es



Impacto de la situación geopolítica
en el consumo de los españoles



Uso del coche o la moto, si el precio del combustible sigue subiendo...

Ante la subida de precio del combustible, la cesta de la compra y el coste de vida en general,

¿Cómo cree que cambiaría / cómo ha cambiado su uso del coche o la moto?

(% única)

	marzo	→	mayo	
Lo utilizaría/ utilizo mucho menos	27%	→	15%	-12 pp
Lo utilizaría / utilizo algo menos, intentando reducir algunos desplazamientos	53%	→	48%	-5 pp
No cambiaría/ ha cambiado mi uso	8%	→	24%	+16 pp
No utilizo coche o moto	5%	→	11%	+6 pp
Optaría/ he optado por transporte público o por otros medios de movilidad	6%	→	3%	-3 pp
No lo sé	1%	→	0%	-1 pp

El precio del combustible sufrió un importante crecimiento al inicio del conflicto de Irán, que ha ido oscilando en los últimos 2 meses. Aunque a mediados del mes de mayo, estos precios son más bajos que en el mes de marzo, los conductores deberán estar atentos a la evolución de los precios en los próximos días, ya que según los expertos todavía queda margen de subida.

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto al uso del vehículo privado, se confirma que el porcentaje más elevado según las intenciones manifestadas por los españoles en marzo, lo encontramos en aquellos que confirman que, ante la subida de precios del combustible, utilizan menos su vehículo privado, reduciendo algunos desplazamientos. Aunque hay que señalar que este porcentaje es 5pp inferior al manifestado hace 2 meses (48,1% vs 52,9%).

Pero lo más destacable son las importantes diferencias respecto a los que declararon no tener intención de cambiar el uso de su vehículo privado, que muestran un fuerte aumento de 16pp respecto a marzo, siendo el 24% de los españoles los que afirman no haber cambiado el uso de su vehículo privado a pesar del aumento de precios, así como los que tenían intención de utilizarlo mucho menos que descienden 12pp.



Ajustes en la compra de alimentos

Ante la subida de precio del combustible, la cesta de la compra y el coste de vida en general,

¿Qué medida sería más probable que adoptase/ qué medida ha adoptado en su hogar? (% única)

	marzo		mayo	
Comprar más productos de marca blanca	33%	→	33%	+0 pp
Buscar más ofertas y promociones	41%	→	39%	-2 pp
Reducir la compra de algunos productos	21%	→	12%	-9 pp
No cambiaría/ no he cambiado mis hábitos de compra	5%	→	15%	+10 pp
No lo sé	1%	→	1%	+0 pp

El precio de la cesta de la compra se ha incrementado a raíz de la guerra de Irán, aunque con ciertas diferencias según el tipo de producto. Según afirman los economistas los sistemas agroalimentarios mundiales siguen demostrando resiliencia, y parece que el impacto en los consumidores está siendo menor que el esperado.

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto a las medidas con relación a la cesta de la compra, se confirma que el porcentaje más elevado según las intenciones manifestadas por los españoles en marzo, lo encontramos en aquellos que confirman que, ante la subida de precios de los alimentos, buscan más ofertas y promociones. Aunque hay que señalar que este porcentaje es inferior al manifestado hace 2 meses (38,6% vs 41,1%).

Pero lo más destacable son las importantes diferencias respecto a los que declararon en marzo que reducirían la compra de algunos productos, que descienden notablemente pasando del 20,7 que manifestaba esta intención al 12,3 que finalmente declara haberlo hecho. Además, aumenta 10pp el porcentaje de españoles que declaraba que no cambiaría sus hábitos de compra, respecto a los que finalmente no los han cambiado.



Cambios en el gasto en ocio

Ante la subida de precio del combustible, la cesta de la compra y el coste de vida en general,

¿Reduciría/ ha reducido su gasto en ocio (restaurantes, actividades, entretenimiento, etc.)
y en otros bienes no esenciales (ropa, tecnología, etc.)? (% única)

	marzo		mayo	
Sí, mucho	34%	→	21%	-13 pp
Sí, bastante	35%	→	29%	-6 pp
Sí, algo	26%	→	33%	+7 pp
No lo reduciría/ no lo he reducido	4%	→	16%	+12 pp
No lo sé	1%	→	2%	+1 pp

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto a las medidas con relación al gasto en ocio:

- Lo más reseñable es que el porcentaje de españoles que afirmó que si la situación del conflicto continuaba reduciría mucho o bastante su gasto en ocio, desciende notablemente. En marzo el 68% de los encuestados tenía intención de reducir el gasto en este tipo de actividades, mientras que, con los datos de la encuesta de mayo, el 49% finalmente lo ha reducido.

- También es importante mencionar el importante aumento de 11pp del porcentaje de consumidores que finalmente no han reducido nada su gasto en ocio.



Cambios en viajes y vacaciones

Ante la subida de precio del combustible, la cesta de la compra y el coste de vida en general,

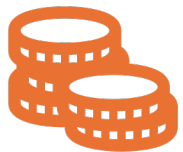
¿Cree que ajustaría/ ha ajustado su gasto en viajes o vacaciones? (% única)

	marzo		mayo	
Sí, viajaría mucho menos	33%	→	23%	-10 pp
Sí, reduciría algo ese gasto haciendo pequeños ajustes	55%	→	53%	-2 pp
No cambiaría mis planes de viaje	5%	→	13%	+8 pp
No suelo viajar	6%	→	9%	+3 pp
No lo sé	1%	→	3%	+2 pp

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto a las medidas con relación al gasto en viajes:

Se confirma que el porcentaje más elevado según las intenciones manifestadas por los españoles en marzo, lo encontramos en aquellos que confirman que ante la subida del coste de vida en general, han reducido o ajustado algo el gasto previsto para viajes o vacaciones. Aunque hay que señalar que este porcentaje es algo inferior al manifestado hace 2 meses (52,8% vs 55,1%).

Pero lo más destacable son las importantes diferencias respecto a el porcentaje de españoles que declaró en el mes de marzo que viajaría mucho menos (32,5%) se ha reducido 10pp, situándose en el 22,6% que afirma que viajará mucho menos de lo previsto. Aumenta notablemente el número de españoles que afirma que no va a cambiar sus planes de viaje a pesar del aumento de precios, pasando de un 5,2% marzo a un 13,4% en el mes de mayo.



Impacto en el ahorro

Ante la subida de precio del combustible, la cesta de la compra y el coste de vida en general,

¿Qué haría/ qué ha hecho con el dinero que normalmente destina al ahorro?

	<i>marzo</i>		<i>mayo</i>	
Reducir el ahorro	23%	→	28%	+5 pp
Utilizar parte de mis ahorros para cubrir gastos	27%	→	29%	+2 pp
Intentar mantener el mismo nivel de ahorro	28%	→	27%	-1 pp
Intentar aumentar mi ahorro por la incertidumbre generada	16%	→	7%	-9 pp
No suelo ahorrar	5%	→	8%	+3 pp
No lo sé	1%	→	1%	+0 pp

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto a las medidas en relación ahorro:

La diferencia más notable es la relacionada con el porcentaje de españoles que declararon que intentarían aumentar su ahorro por la incertidumbre generada, que pasa del 16% en marzo a tan sólo el 6,8% en el mes de mayo, reduciéndose 9 pp.

Crece 5 puntos el porcentaje de aquellos que manifiestan haber reducido su ahorro con motivo del aumento de precios.

Aumenta ligeramente el número de consumidores españoles que declara haber utilizado parte de sus ahorros para cubrir gastos, así lo manifiesta el 28,8% de encuestados frente al 27,4% que se lo planteaba en el mes de marzo.



Priorización de medidas

¿Cuál sería/ cuál ha sido la primera medida que adoptaría/ ha adoptado ante el aumento del coste de vida? (% única)

	marzo		mayo	
Reducir gasto en ocio y restauración	42%	→	33%	-9 pp
Reducir viajes o vacaciones	19%	→	8%	-11 pp
Utilizar menos el coche o la moto	8%	→	11%	+3 pp
Reducir consumo de energía en casa	5%	→	9%	+4 pp
Comprar productos más económicos	7%	→	13%	+6 pp
Buscar más ofertas	6%	→	10%	+4 pp
Reducir compras no esenciales	11%	→	9%	-2 pp
Utilizar ahorros	0%	→	1%	+1 pp
No cambiaría/ no he cambiado mis hábitos	1%	→	4%	+3 pp

Si realizamos una comparación entre el estudio del mes de marzo (intenciones) y el del mes de mayo (acciones), respecto a las medidas en relación ahorro:

La diferencia más notable es la relacionada con el porcentaje de españoles que declararon que intentarían aumentar su ahorro por la incertidumbre generada, que pasa del 16% en marzo a tan sólo el 6,8% en el mes de mayo, reduciéndose 9 pp.

Crece 5 puntos el porcentaje de aquellos que manifiestan haber reducido su ahorro con motivo del aumento de precios.

Aumenta ligeramente el número de consumidores españoles que declara haber utilizado parte de sus ahorros para cubrir gastos, así lo manifiesta el 28,8% de encuestados frente al 27,4% que se lo planteaba en el mes de marzo.



Indicador de Estrés Económico del Consumidor español

El Indicador de Estrés Económico del Consumidor se construye a partir de seis preguntas sobre posibles cambios de comportamiento ante una subida del coste de la energía. Cada pregunta se convierte a una escala 0-100 y el indicador final se obtiene como la media aritmética de los seis indicadores.

Índice	Nivel de estrés
0 a 25	Muy bajo
25 a 50	Moderado
50 a 75	Alto
75 a 100	Muy alto

Cambio de comportamiento	Índice marzo	Índice mayo
Reducir el gasto total	65,8	58,9
Reducir el uso del coche	69,6	49,3
Retrasar compras	70,4	43,6
Aumentar el ahorro por precaución	64,4	48,3
Comprar más barato	75,2	64,4
Reducir el ocio	78,7	62,4

El IEECE se sitúa en 54,5 puntos sobre 100, reflejando un nivel moderado de presión económica percibida por los hogares. Este índice ha descendido notablemente en comparación con el elaborado en el mes de marzo, al inicio de la guerra.

De los 6 índices que componen el índice global, dos de ellos han pasado de un nivel muy alto a alto, como es el caso de la reducción del gasto en ocio (78,7 vs 62,4 en mayo) y realizar compras más baratas (75,2 vs 64,4 mayo). Por otro lado 3 variables han pasado de un nivel alto a un nivel moderado. En marzo, 5 de las 6 variables analizadas estaban por encima de 65, mientras que en la encuesta realizada en mayo todas las variables están por debajo del 65%.

El resultado final de 54,5 frente al 70,7 del mes de marzo indica que el nivel de estrés de los consumidores españoles se ha rebajado en comparación con el inicio del conflicto donde todas las noticias, informaciones y expectativas más negativas, generaron una mayor presión sobre el consumidor generando una mayor incertidumbre que por el momento no parece haber afectado tan drásticamente a un ajuste del consumo como preveíamos hace 2 meses-

Aun así, hay que estar atentos a la evolución de la situación geopolítica y de su impacto en los precios en los próximos meses, donde volveremos a repetir la encuesta. Ya que el consumidor se encuentra en una especie de equilibrio frágil.

Indicador de Estrés Económico del Consumidor Español (IEECE):

marzo **70,7** → mayo **54,5**

OBSERVATORIO Cetelem



 elobservatoriocetelem.es

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