

# 1 de cada 3 españoles compra más de lo que debe influido por las redes sociales

**Según el nuevo Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum, el 38% de los españoles afirma, sin embargo, que las redes sociales le han ayudado a concienciarse para adquirir bienes o servicios más sostenibles**

El Black Friday y el Cyber Monday se han consolidado como unos de los días de más consumo del año, y las marcas han convertido las redes sociales en el principal canal para promocionar sus ofertas. Un hecho que ha modificado los patrones de consumo de la población española.

El nuevo Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum arroja un dato relevante al respecto: el 36% de los españoles toma sus decisiones de compra influido por las redes sociales y reconoce que estas le hacen consumir más de lo que debería.

A pesar de tratarse de un porcentaje elevado, España se encuentra por debajo de la media europea (38%), aunque lejos de otros países como Francia, donde solo el 24% de los encuestados reconoce que las redes sociales le incitan a adquirir más bienes y servicios de los que puede permitirse.

Este tipo de compras, en las que se gasta dinero de forma rápida y en productos que 'están de moda', puede afectar seriamente al bienestar financiero de la población si no se toman las medidas adecuadas. Entre las más destacadas está la elaboración de un presupuesto que evite caer en la tentación de las múltiples opciones de pago existentes y, también, del endeudamiento poco sólido a corto plazo.

Se trata de una medida especialmente útil para las familias españolas con menores a su cargo, ya que, de todas aquellas que afirman haber necesitado pedir dinero prestado o haber superado el límite de su tarjeta en los últimos meses, 8 de cada 10 (82%) reconocen haberlo hecho para comprar productos a sus hijos/as, cinco puntos más que la media europea.

Además, si se realiza una radiografía teniendo en cuenta la cantidad de veces que los padres y madres españoles se han visto impulsados a solicitar financiación o han agotado el crédito de su tarjeta, los datos muestran que el 56% de estos reconoce que ha llegado a experimentar en una ocasión presión social para comprar productos a sus hijos que no puede pagar. El 26% afirma que es algo que le ha ocurrido más de una vez.

Redes sociales y consumo responsable

Por otra parte, las redes sociales también aportan un beneficio a los ciudadanos europeos como consumidores, ya que según se desprende de este informe elaborado por Intrum, han incrementado su

concienciación a la hora de adquirir productos que sean producidos de forma ética y/o sostenible.

En el caso de España, el 38% de las personas encuestadas asegura que las redes sociales le han ayudado a mejorar en este sentido, ayudándoles a optar por productos más sostenibles, cinco puntos por encima de la media europea (33%), y en línea con otras grandes economías como Italia y Reino Unido.

**Datos de contacto:**

Redacción

Madrid

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>