

**PERSISTENCIA DE LAS TRADICIONES NAVIDEÑAS,  
RETICENCIAS ANTE LA SITUACIÓN ECONÓMICA.  
RESULTADOS DE LA IV ENCUESTA FUNCAS DE NAVIDAD**

*Dirección de Estudios Sociales*

**Diciembre 2025**

# Persistencia de las tradiciones navideñas, reticencias ante la situación económica. Resultados de la IV Encuesta Funcas de Navidad

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES - [esociales@funcas.es](mailto:esociales@funcas.es) | 18 DE DICIEMBRE DE 2025

Por cuarto año consecutivo, Funcas ha realizado su Encuesta de Navidad, un estudio llevado a cabo *online* entre el 27 de noviembre y el 10 de diciembre con una muestra de 1.201 residentes en España de 18 a 75 años<sup>1</sup>. La edición de 2025 permite abordar, al cierre del año, dos cuestiones especialmente oportunas. Por un lado, ofrece un panorama de cómo la sociedad se aproxima hoy en día a las celebraciones navideñas, qué sentido les atribuye y qué prácticas mantiene, así como sobre el papel que desempeñan factores como la familia y la religiosidad en la configuración de esa vivencia. Por otro, la encuesta aborda la evaluación que los entrevistados hacen del año económico que termina, tanto en el plano personal y del hogar como con relación a la economía española, con un énfasis particular en el impacto que la inflación ha tenido en las cuentas familiares.

Aunque se trata de ámbitos de análisis diferenciados, ambos adquieren especial relevancia en estas fechas. La Navidad condensa prácticas y significados arraigados en la sociedad, la familia y los individuos; el cambio de año invita a valorar la situación económica y las expectativas con las que se encara el siguiente. A continuación se presentan ambos bloques de resultados.

## Familia y religión en las celebraciones navideñas

La palabra ágape, en su origen griego (ἀγάπη), designaba el amor fraternal y desinteresado. En el cristianismo primitivo pasó a nombrar las comidas comunitarias que fomentaban la cohesión del grupo, de donde proviene el significado posterior de ágape como banquete o comida festiva, con connotaciones de fraternidad o celebración. No sorprende, por tanto, que las fiestas navideñas sigan articulándose en torno a comidas, cenas y encuentros festivos, concebidos, fundamentalmente, como momentos para reunirse en familia, y que sea la situación familiar la que condicione, en gran medida, cómo se vive y se “practica” la Navidad.

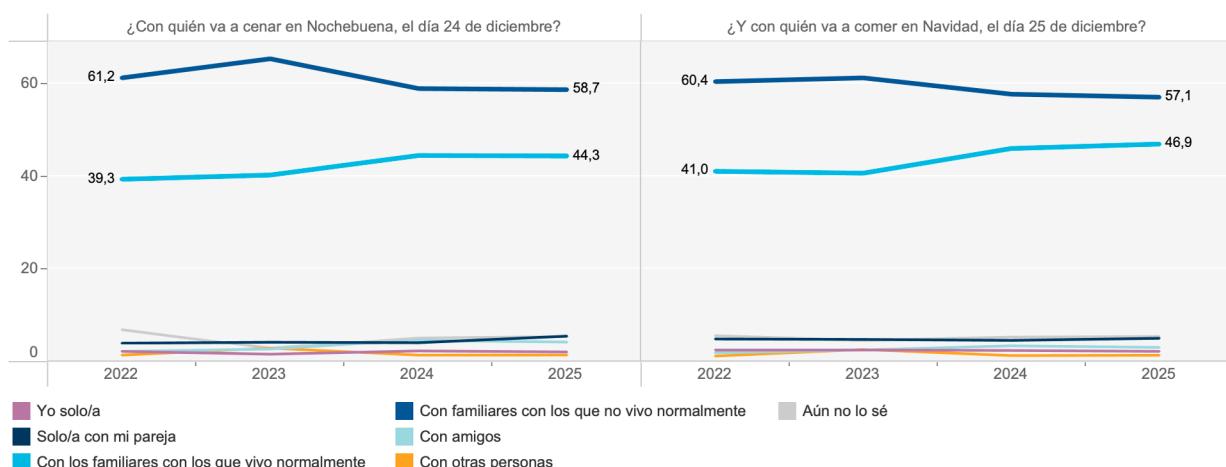
Los residentes en España pasan en familia los dos principales ágapes tradicionales navideños, la cena de Nochebuena y la comida del día de Navidad. En el caso de la Nochebuena, un 44 % la pasará con familiares con los que convive normalmente y un 59 %, alternativa o complementariamente, con familiares con quienes no convive habitualmente. Muy pocos mencionan a amigos (4 %) u otras personas (1 %). Y muy pocos, también, van a cenar solos (2 %) o solos con su pareja (6 %) ([gráfico 1](#)). Supone este un patrón muy consolidado, casi sin variaciones en los últimos cuatro años. En la comida de Navidad, la distribución de los entrevistados según la compañía que tendrán es casi idéntica a la correspondiente a la cena de Nochebuena, y tampoco ha cambiado apreciablemente en los últimos años ([gráfico 1](#)).

El papel fundamental de la familia en las celebraciones navideñas lo explicitan los encuestados cuando, en una muy amplia mayoría, entienden las navidades, ante todo, como unas celebraciones de carácter familiar. El 80 % así lo declara en primer o en segundo lugar, con un 56 % que las ve así en primer lugar. A continuación se ven como unas fiestas de carácter comercial (53 %), como un periodo de vacaciones (32 %) o como unas fiestas con significado religioso (30 %) ([gráfico 2](#)). De la comparación de estos datos con los procedentes de una pregunta con la misma formulación de una encuesta del CIS de diciembre de 2017 se deduce una considerable estabilidad en la vivencia de la Navidad<sup>2</sup>. Entonces, un 83 % afirmaba vivir estas celebraciones como unas fiestas de carácter familiar.

1 Véase la ficha técnica al final de este texto. La información sobre las encuestas previas puede encontrarse en los siguientes enlaces: [I Encuesta Funcas de Navidad \(2022\)](#); [II Encuesta Funcas de Navidad \(2023\)](#); [III Encuesta Funcas de Navidad \(2024\)](#).

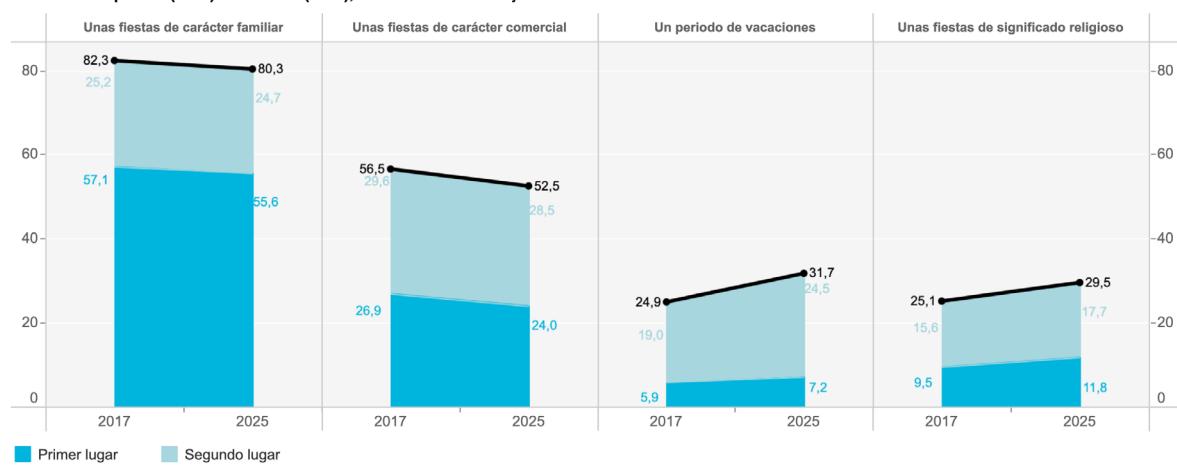
2 Estudio 3.199 del CIS. Elaboración propia con el fichero de microdatos, seleccionando la muestra de 18 a 75 años.

**Gráfico 1. Compañía en Nochebuena y Navidad 2022-2025. Porcentajes**



Nota: el universo de las encuestas de 2022 y 2023 es el de españoles de 25 a 65; el de 2024, españoles, de 18 a 75; el de 2025, residentes, de 18 a 75.  
Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

**Gráfico 2. Pensando en las fechas que se aproximan, ¿diría que, para usted, las Navidades son...? Población española (2017) / residente (2025), 18-75 años. Porcentajes**



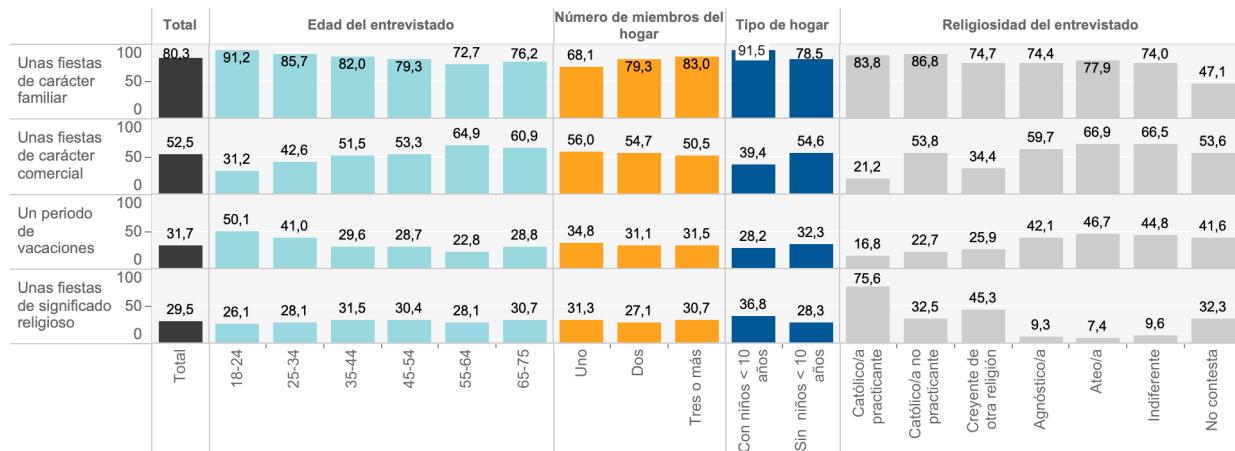
Fuente: elaboración propia con el fichero de microdatos del Estudio 3.199 del CIS, seleccionando la muestra de 18 a 75 años, y con la IV Encuesta Funcas de Navidad.

Los entrevistados que conviven con niños menores de 10 años resaltan más el carácter familiar de las navidades (92 %), y lo hacen menos quienes viven solos (68 %) ([gráfico 3](#)). Que la disponibilidad de redes sociales condiciona en gran medida la vivencia de las navidades se plasma también en que declaran un menor carácter familiar quienes prevén pasar la Nochebuena o la Navidad en soledad (el 38% y el 54% respectivamente). La mención al carácter familiar de las navidades es asimismo algo más frecuente entre los católicos.

Por su parte, el significado religioso destaca, sobre todo, entre quienes se identifican como católicos, especialmente en los practicantes (el 76 % lo menciona como primera o segunda opción). En cambio, la referencia al carácter comercial de las navidades crece marcadamente con la edad, y acaba superando el 60 % en los mayores de 55 años.

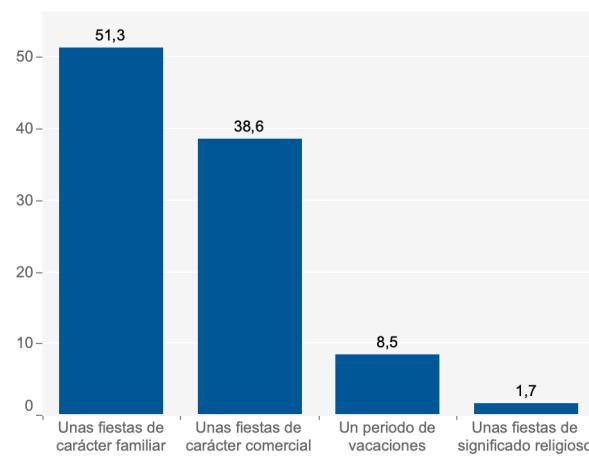
Esta imagen de unas fiestas esencialmente familiares coincide con la percepción que tienen los encuestados sobre cómo se celebra hoy la Navidad en España: el 51 % cree que predomina su carácter familiar y el 39 %, que son fiestas fundamentalmente comerciales ([gráfico 4](#)). Muy por detrás se sitúa la idea de que se viven como un periodo vacacional (9 %). El componente religioso parece notablemente infraestimado, pues solo un 2 % de los encuestados lo menciona en referencia a cómo se viven estas fiestas en España, mientras que un 12 % lo menciona en primer lugar al referirse a su propia vivencia.

**Gráfico 3. Pensando en las fechas que se aproximan, ¿diría que, para usted, las Navidades son...?**  
**Población residente de 18 a 75 años. Total, por edad, por número de miembros del hogar, por tipo de hogar y por religiosidad del entrevistado.**  
 Porcentajes



Nota: total de respuestas en primer y segundo lugar  
 Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

**Gráfico 4. Diría que, a día de hoy, en España, ¿la Navidad se vive, sobre todo, como...?**  
**Población residente de 18 a 75 años. Porcentajes**



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

**Gráfico 5. Hablemos ahora de la Navidad. ¿Cuánto le ilusionan estas próximas Navidades?**

2022-2025. Porcentajes



Nota: el universo de las encuestas de 2022 y 2023 es el de españoles de 25 a 65; el de 2024, españoles, de 18 a 75; el de 2025, residentes, de 18 a 75.

Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

La influencia del entorno familiar y la religiosidad en la experiencia navideña se refleja también en la ilusión que despierta entre los encuestados. El 49 % afirma que las próximas fiestas le ilusionan mucho o bastante, un porcentaje que parece interrumpir, al alza, la tendencia decreciente observada en las encuestas navideñas que Funcas ha llevado a cabo desde 2022 (gráfico 5). La presencia de niños en el hogar parece un factor determinante de la ilusión, puesto que el 61 % de quienes viven con menores de 10 años declara estar muy o bastante ilusionado con la celebración de las próximas navidades, frente al 46 % en los hogares sin niños (gráfico 6). La expresión de ilusión disminuye de forma notable entre quienes viven solos y entre quienes pasarán solos la Navidad o la Nochebuena<sup>3</sup> y también, muy claramente, al igual que se observaba en las encuestas de los años precedentes, con la edad.

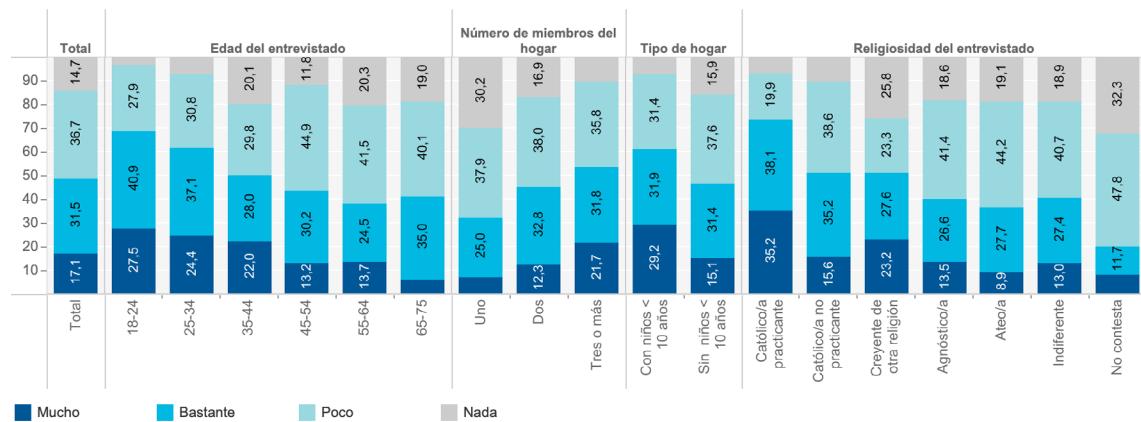
Los ingresos del hogar también guardan cierta relación con la ilusión por las navidades, aunque las diferencias se marcan solo en los extremos. Es menor en hogares con ingresos hasta 1.500 euros (37 %), se estabiliza en torno al 50 % en los tramos intermedios y vuelve a aumentar en los hogares con más de 4.000 euros (63 %)<sup>3</sup>. La religiosidad, como cabía esperar, también marca diferencias. Entre los católicos practicantes, el 73 % se declara muy o bastante ilusionado, frente al 40 % de los agnósticos y el 37 % de los ateos.

La forma en que los encuestados describen sus celebraciones navideñas encuentra un claro correlato en las costumbres que mantienen en sus hogares. A la luz de los datos de la encuesta de Funcas de 2025, un 74 % de los

<sup>3</sup> Datos disponibles, aunque no presentados.

### Gráfico 6. Hablemos ahora de la Navidad. ¿Cuánto le ilusionan estas próximas Navidades?

Población residente de 18 a 75 años. Total, por edad, por número de miembros del hogar, por tipo de hogar y por religiosidad del entrevistado. Porcentajes



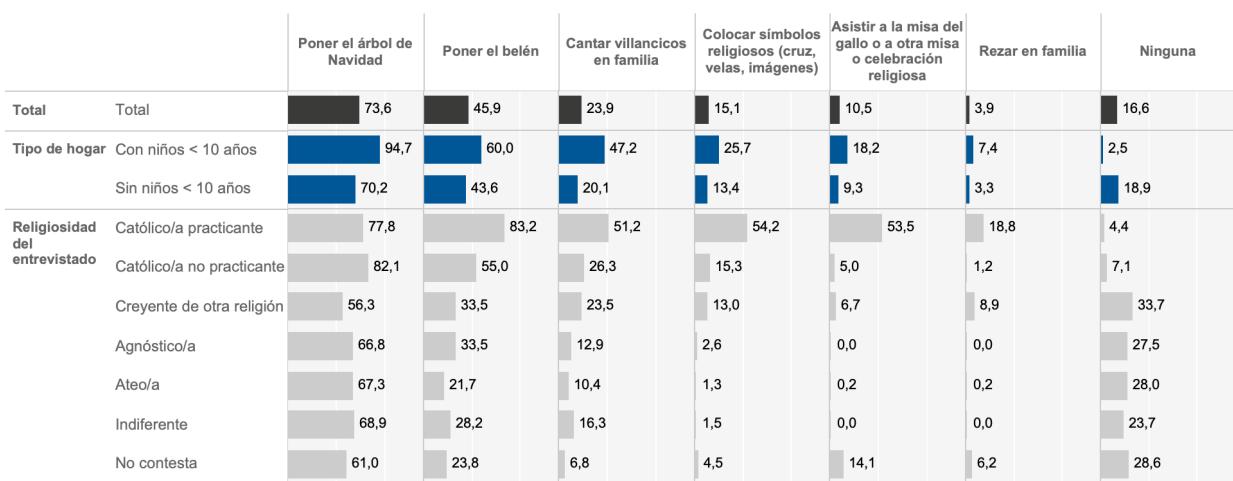
Nota: Respuestas en primer y segundo lugar

Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

entrevistados afirma que en su hogar se mantiene la tradición de poner el árbol de Navidad ([gráfico 7](#)). Esta cifra se aproxima mucho a la procedente de la encuesta del CIS ya citada, de diciembre de 2017, en la que un 71 % de los entrevistados declaraba que solía poner el árbol u otros adornos navideños, lo que apunta a la continuidad en esta tradición.

### Gráfico 7. ¿Cuál o cuáles de las siguientes tradiciones navideñas mantienen en su hogar?

Población residente de 18 a 75 años. Total, por tipo de hogar y por religiosidad del entrevistado. Porcentajes



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

Las tradiciones más asociadas a la religiosidad son menos frecuentes que la de poner el árbol de Navidad. En 2025, un 46 % afirma que en su hogar se sigue la tradición de poner el belén, pero solo un 24 % cita la de cantar villancicos en familia, y aún menos las de colocar símbolos religiosos (15 %), asistir a la misa del gallo o a otras misas o celebraciones religiosas (11 %) o rezar en familia (4 %) ([gráfico 7](#)). Son pocos, aunque no en una proporción insignificante (17 %), quienes declaran no mantener ninguna de las tradiciones anteriores.

En comparación con los datos de 2017, se mantiene, ligeramente a la baja, la tradición de poner el belén, pues entonces lo hacía el 50 %, pero cae con relativa claridad la de asistir a celebraciones religiosas, habitual en un 22 % de los entrevistados en 2017 y solo en el 11 % en 2025, en correspondencia con la [tendencia generalizada a la caída en las prácticas religiosas](#).

En la actualidad, el seguimiento de esas tradiciones tiene que ver, en buena medida, con que haya niños pequeños en el hogar y con la religiosidad. Todas las tradiciones consideradas son más frecuentes si los entrevistados conviven con niños menores de 10 años ([gráfico 7](#)). De estos, pone el belén el 60 %, frente al 40 % del resto. Incluso, aunque la

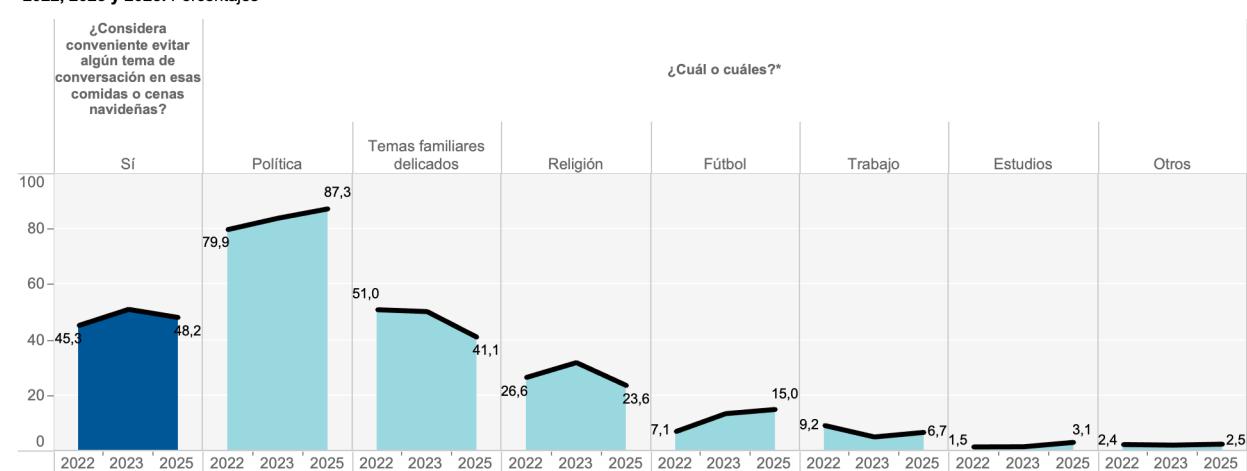
tradición del árbol de Navidad está tan extendida, es aún más frecuente entre quienes conviven con niños pequeños (95 %) que en el resto (70 %). Lo mismo ocurre con las costumbres de cantar villancicos, con porcentajes respectivos de 47 y 20 %, y de decorar la casa con símbolos religiosos (26 y 13 %, respectivamente). Lo más llamativo es que la presencia de menores también marca diferencias en la tradición de asistencia a celebraciones religiosas (18 y 9 %) y, de manera algo menos llamativa, en la de rezar en familia (7 y 3 %).

Por otra parte, todas las tradiciones consideradas son más frecuentes en los entrevistados católicos, especialmente entre quienes se ven como católicos practicantes ([gráfico 7](#)). La divisoria practicantes y no practicantes es muy notable, sobre todo, en la asistencia a celebraciones religiosas (54 % frente a 5 %), rezar en familia (19 % frente a 1 %) y en la decoración religiosa (54 % frente a 15 %).

Con todo, la frecuencia de cualquiera de las tradiciones consideradas siempre es mayor en los católicos no practicantes que entre quienes no se identifican con ninguna religión o se identifican con una no católica. La única que refleja diferencias menores es la de poner el árbol de Navidad, que es claramente mayoritaria también entre indiferentes, agnósticos y ateos (alrededor de dos tercios de cada grupo), e incluso entre creyentes de otras religiones (56 %), entre los que también hay cristianos ([gráfico 7](#)).

Una última tradición, en este caso claramente secular, es la de tratar que las comidas y las cenas navideñas transcurran en paz, en la medida de lo posible. Así lo sugiere el que más o menos la mitad de los entrevistados, un 48 %, considere conveniente evitar algún tema de conversación en esas comidas y cenas, una cifra que apenas ha cambiado desde 2022 ([gráfico 8](#)). Casi podría calificarse también de tradicional que los temas que con más frecuencia se quieren evitar sean los mismos: política, temas familiares delicados o religión, sobre todo. En 2025, entre quienes creen conveniente evitar algún tema de conversación, hasta un 87 % se refiere a la política, cifra muy similar a las registradas en 2023 (84 %) y 2022 (80 %), si bien alguien podría imaginar una tendencia al alza ([gráfico 8](#)).

**Gráfico 8. Temas de conversación que habría que evitar en las fiestas 2022, 2023 y 2025. Porcentajes**



(\*) Base: consideran conveniente evitar temas de conversación en las comidas o las cenas.

Nota: el universo de las encuestas de 2022 y 2023 es el de españoles de 25 a 65; el de 2025, residentes, de 18 a 75.

Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad.

Las menciones a la religión, sin embargo, aun moviéndose en niveles similares a los del pasado, parecerían a la baja: 24 % en 2025, 32 % en 2023, 27 % en 2022. El porcentaje de referencia a temas familiares delicados, un 41 %, también sería algo inferior a los registrados en 2023 (50 %) y 2022 (51 %). Otros temas parecen evitarse poco. Es del caso de los estudios (3 % de menciones en 2025), el trabajo (7 %) y el fútbol, aunque, en este caso, el porcentaje que lo menciona, un 15 %, vuelve a ser, como el de 2023 (14 %), superior al obtenido en 2022 (7 %) ([gráfico 8](#)).

En definitiva, la IV Encuesta Funcas de Navidad retrata unas celebraciones que mantienen una notable continuidad en sus significados y prácticas. Para una parte menor, pero significativa, la religiosidad continúa marcando la manera de vivir la Navidad. Para una amplia mayoría, la familia sigue siendo el eje sobre el que se configuran las fiestas, la referencia para organizar las celebraciones, repetir tradiciones y dotar de sentido a estas fechas.

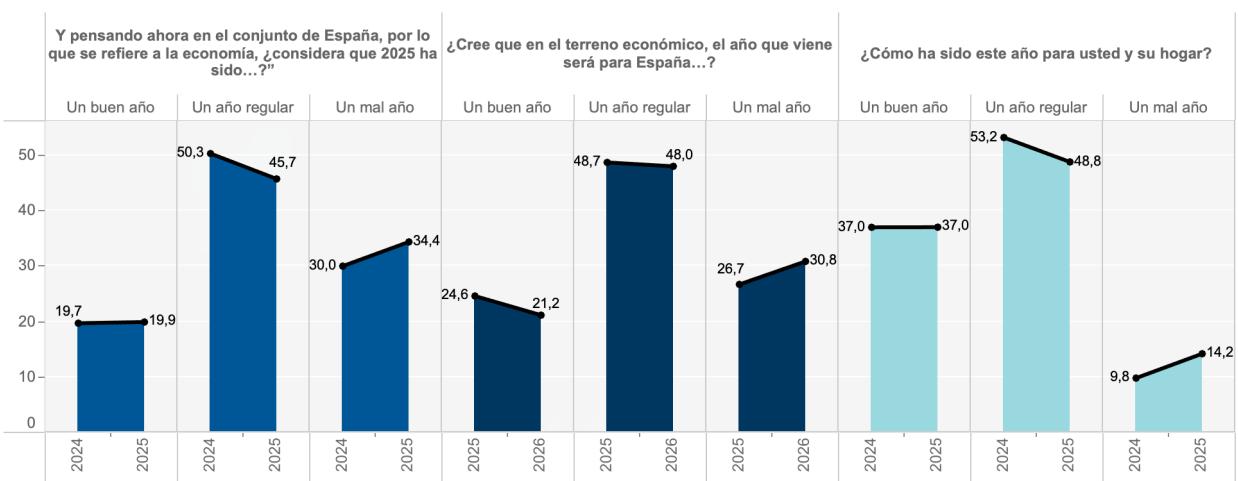
## La opinión pública sigue escéptica sobre la evolución de la economía española

El debate público sobre la economía española se mueve, en este último ciclo, en un terreno de grises. El país figura entre los que más crecen en Europa, pero ese aparente dinamismo convive con una [dispar evolución del poder adquisitivo](#) y [unos indicadores de pobreza que siguen siendo muy mejorables](#). La distancia entre las cifras agregadas y la experiencia cotidiana se ha convertido en un tema central del debate social, tal y como han reflejado distintas encuestas de Funcas, [como la de Navidad del año pasado](#) o la [Encuesta sobre Economía y Finanzas de este mismo mes de mayo](#). En esta última, la inflación y el insuficiente crecimiento de los salarios para compensarla, así como la ideología, aparecían como elementos clave de la percepción pública de la evolución económica.

Para 2025, [el Panel de Funcas prevé un crecimiento del PIB del 2,9 %](#), ligeramente por debajo del dato de 2024 (3,5 %) pero que, unido al crecimiento de los años anteriores, supone que España habrá crecido desde 2019 más que el promedio de la Eurozona. Este escenario de crecimiento sostenido contrasta con una opinión pública cuya percepción de la economía española en 2025, poco optimista, empeora levemente respecto a la de 2024 ([gráfico 9](#)). Según la IV Encuesta Funcas de Navidad (2025), en diciembre de 2025 solo un 20 % consideraba que había sido un buen año para España en términos económicos (misma cifra que en 2024), frente a un 34 % que lo valoró como malo (30 % el año anterior). Un 46 % lo calificó como regular (50 % en 2024).

**Gráfico 9. Valoración de la situación económica de España y personal**

Población residente, 18 a 75 años. Porcentajes



Nota: El universo de la III Encuesta Funcas es población española de 18 a 75 años.  
 Fuentes: III y IV Encuestas Funcas de Navidad (2024, 2025).

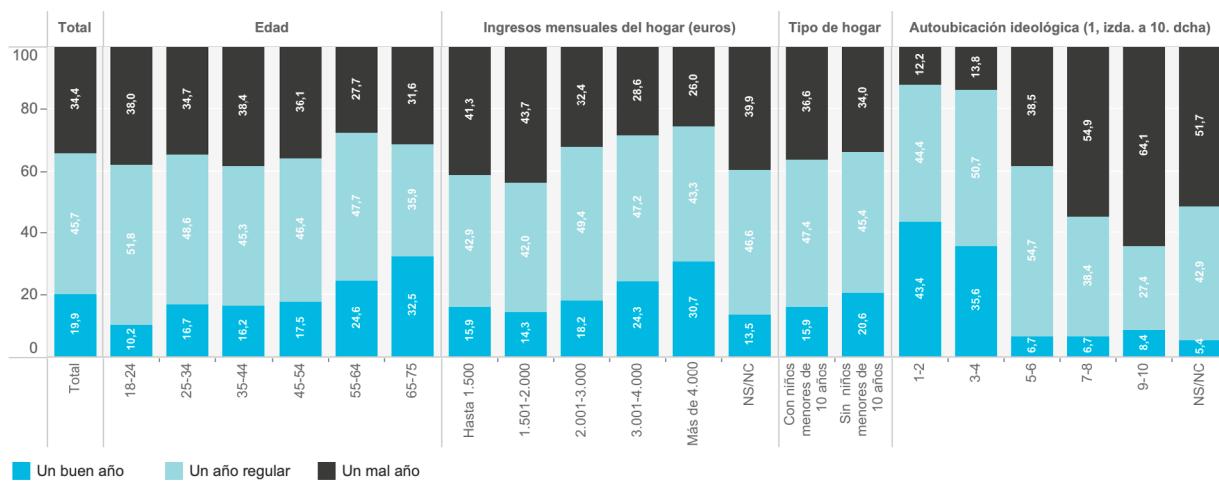
La valoración mejora con la edad, especialmente a partir de los 55 años ([gráfico 10](#)). Resulta más negativa entre quienes viven con menores de 10 años y mejora claramente con el nivel de ingresos. El factor más determinante es la autoubicación ideológica del entrevistado, como ya se comprobó en las encuestas de Funcas ya citadas. En las posiciones de izquierda abundan quienes juzgan 2025 como un buen año, mientras que en la derecha ocurre lo contrario. El 43 % de quienes se sitúan en las posiciones 1–2 y el 36 % de quienes se sitúan en el segmento 3–4 (en la escala de izquierda a derecha, del 1 al 10) creen que 2025 ha sido un buen año. A partir del centro (5–6), esta proporción se mantiene siempre por debajo del 9 %, al tiempo que aumenta la de quienes lo juzgan como un mal año, mayoritaria desde las posiciones 7–8.

Las perspectivas para 2026 son también similares, pero ligeramente más negativas que las de 2025 ([gráfico 9](#)), con un 21 % que cree que será un buen año, un 48 % que se lo imagina regular y un 31 % que piensa que será malo; y reproducen el mismo patrón por edades, tipo de hogar, ingresos y autoubicación ideológica que la valoración sobre 2025 ([gráfico 11](#)).

En todo caso, y como es habitual, el juicio sobre 2025 mejora cuando la pregunta se refiere a lo personal y del hogar. Un 37 % lo describe como un buen año, frente a un 14 % que lo considera malo, mientras que el 49 % lo califica como regular, cifras también próximas a las de 2024, aunque ligeramente peores ([gráfico 12](#)). Curiosamente, en este aspecto, la relación con la edad cambia: la valoración positiva de su año económico supera ampliamente el 40 % entre los menores de 35 años, pero la proporción desciende a partir de los 35 y vuelve a aumentar con cierta

### Gráfico 10. Pensando en la economía española, ¿considera que 2025 ha sido...?

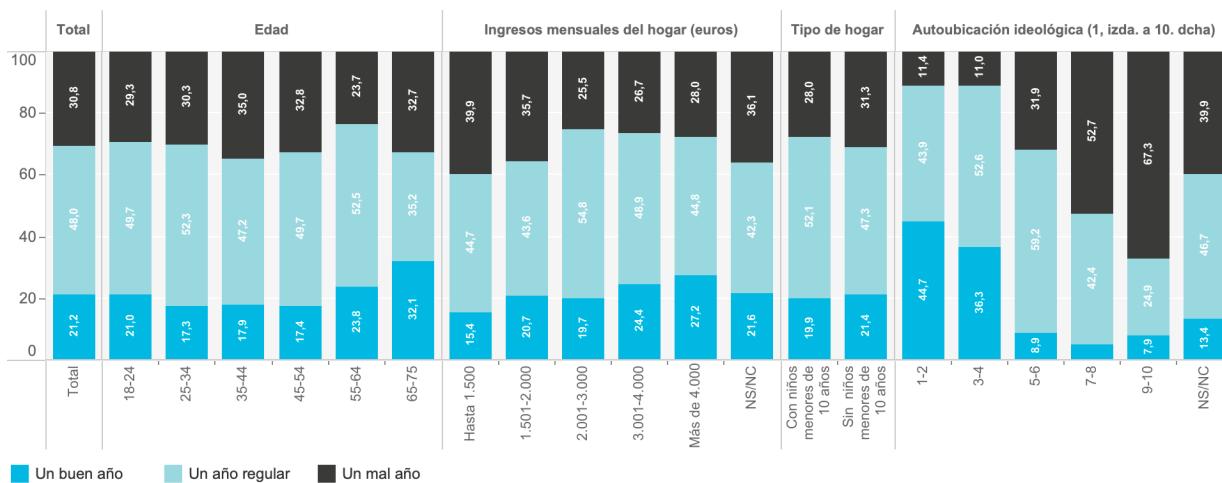
Población residente, 18 a 75 años. Total, por edad, por ingresos del hogar (euros), por tipo de hogar y por autoubicación ideológica. Porcentajes



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

### Gráfico 11. Y el 2026, ¿cree que en el terreno económico será para España...?

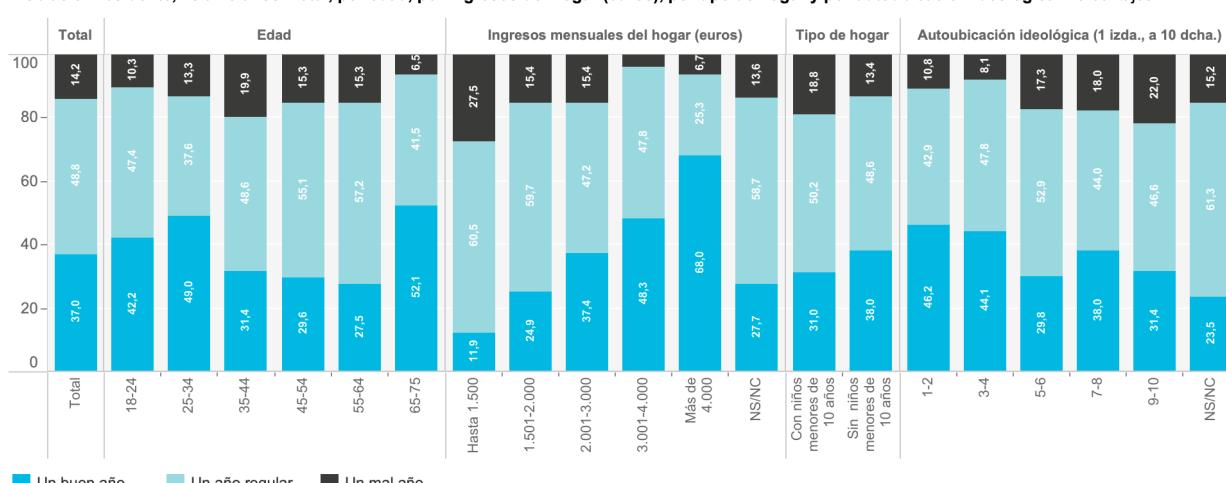
Población residente, 18 a 75 años. Total, por edad, por ingresos del hogar (euros), por tipo de hogar y por autoubicación ideológica. Porcentajes



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

### Gráfico 12. En cuestiones económicas, ¿cómo diría que ha sido el año 2025 para usted y su hogar?

Población residente, 18 a 75 años. Total, por edad, por ingresos del hogar (euros), por tipo de hogar y por autoubicación ideológica. Porcentajes



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

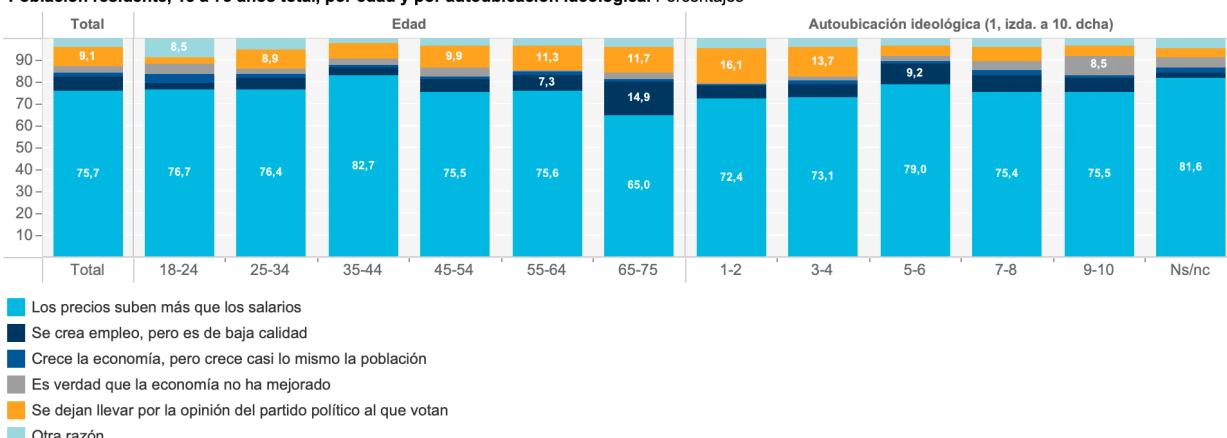
fuerza desde los 65. También son reseñables las diferencias según la presencia de menores, con un 31 % de quienes conviven con niños menores de 10 años que cree que fue un buen año, frente al 38 % de quienes no conviven con menores. Como cabía esperar, el nivel de ingresos mantiene una asociación clara y positiva con la valoración de la economía personal y del hogar en 2025.

La autoubicación ideológica sigue siendo relevante, aunque con menor intensidad que en la valoración de la economía nacional. Algo menos de la mitad de quienes se sitúan a la izquierda afirman que 2025 fue un buen año para ellos en lo económico, una proporción que cae por debajo del tercio en el centro y la derecha.

Por otra parte, en la encuesta planteamos directamente a los entrevistados la aparente contradicción entre el crecimiento económico español y la sensación extendida de que la economía no acaba de ir bien. Se les pide a los entrevistados ponerse en el lugar de quienes no perciben esa mejora y explicar la razón de esa opinión. De los razonamientos propuestos destaca, muy por encima de los demás, el que aduce que “los precios suben más que los salarios”, que eligen más de tres cuartas partes de los entrevistados, un 76 % ([gráfico 13](#)). Muy pocos ven la causa de esa paradoja en que el empleo sea de baja calidad (7 %) y aún menos (3 %) creen que el razonamiento principal sería el de que es verdad que la economía no ha mejorado. Es decir, muy pocos le dan importancia a que haya gente que niegue la realidad del crecimiento económico en España. Más bien, se imaginan razonamientos que parten de esa realidad, pero la matizan al enfatizar las deficiencias de ese crecimiento.

**Gráfico 13. Motivos que los encuestados atribuyen a quienes tienen una percepción negativa de la situación económica**

**Población residente, 18 a 75 años total, por edad y por autoubicación ideológica. Porcentajes**



Pregunta: La economía española lleva tres o cuatro años creciendo. Sin embargo, hay gente que dice que no se nota una mejora en la situación económica de España. ¿Qué razón principal cree que pueden tener para pensar así?

Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

También llaman la atención las pocas menciones a un razonamiento habitual en la discusión pública sobre el tema, el que contrapone el crecimiento económico total con el crecimiento per cápita: solo un 2 % elige el enunciado “crece la economía, pero crece casi lo mismo la población”. Sorprende, asimismo, que otro razonamiento frecuente en el debate público presente también un porcentaje muy bajo: apenas un 9 % cree que quienes piensan que la situación no mejora “se dejan llevar por la opinión del partido político al que votan”. De hecho, aunque esta mención es más frecuente entre los que afirmaron que 2025 había sido un buen año para la economía española (25%), incluso en este grupo la opción elegida con más frecuencia es la de que los precios suben más que los salarios (55%)<sup>4</sup>.

Un consenso tan amplio sobre el papel de la evolución conjunta de salarios y precios haría pensar que el peso de esta respuesta apenas variará según las categorías de análisis. En efecto, las diferencias según distintas variables sociodemográficas son limitadas, aunque reveladoras. Por una parte, el porcentaje que cita ese razonamiento es ligeramente inferior entre los mayores de 65 años, cuyos ingresos principales no son salarios, sino pensiones, que vienen actualizándose según la inflación. Por otra, la referencia al seguidismo de las opiniones del partido más afín

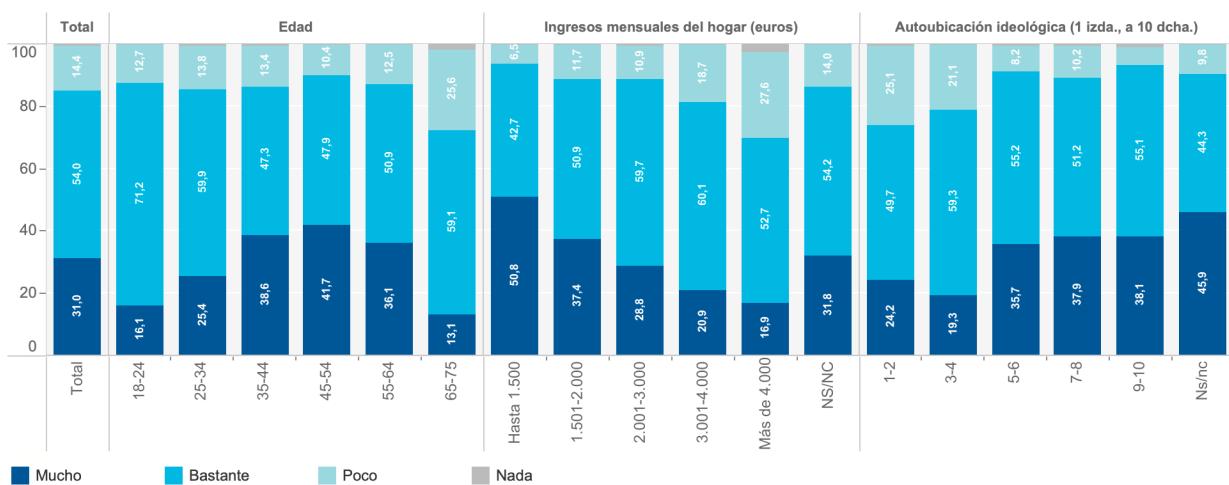
4 Datos disponibles, aunque no presentados.

es mayor entre los entrevistados situados en la izquierda del espectro político que entre los situados en el centro o a la derecha, y lo contrario ocurre con la mención a que la economía, en realidad, no ha mejorado. Con todo, las diferencias son menores y en todas las categorías de ideología es muy mayoritaria la referencia al crecimiento de los precios.

En coherencia con el protagonismo que los encuestados otorgan a la inflación como determinante de la opinión pública sobre la economía, la gran mayoría, un 85 %, piensa que la subida de los precios está afectando mucho (31 %) o bastante (54 %) a la economía de su hogar ([gráfico 14](#)). De nuevo, no cabe imaginar mucha variación en un consenso tan amplio, aunque ese porcentaje es algo menor en los mayores (72 %) y, como también cabía esperar, cae algo a medida que crecen los ingresos del hogar, pero no mucho (del 94 % en el tramo inferior al 70 % en el tramo superior). Lo más interesante es que una opinión sobre los determinantes de la situación económica del hogar también varíe, aunque levemente, según la adscripción ideológica del entrevistado, de tal modo que el porcentaje que cree que le está afectando mucho o bastante la inflación es algo menor en la izquierda (alrededor del 75 %) y mayor en el centro y la derecha (alrededor del 90 %).

**Gráfico 14. ¿En qué medida está afectando la subida de precios a la economía de su hogar?**

Población residente, 18 a 75 años. Total, por edad, por ingresos del hogar (euros) y por autoubicación ideológica. Porcentajes



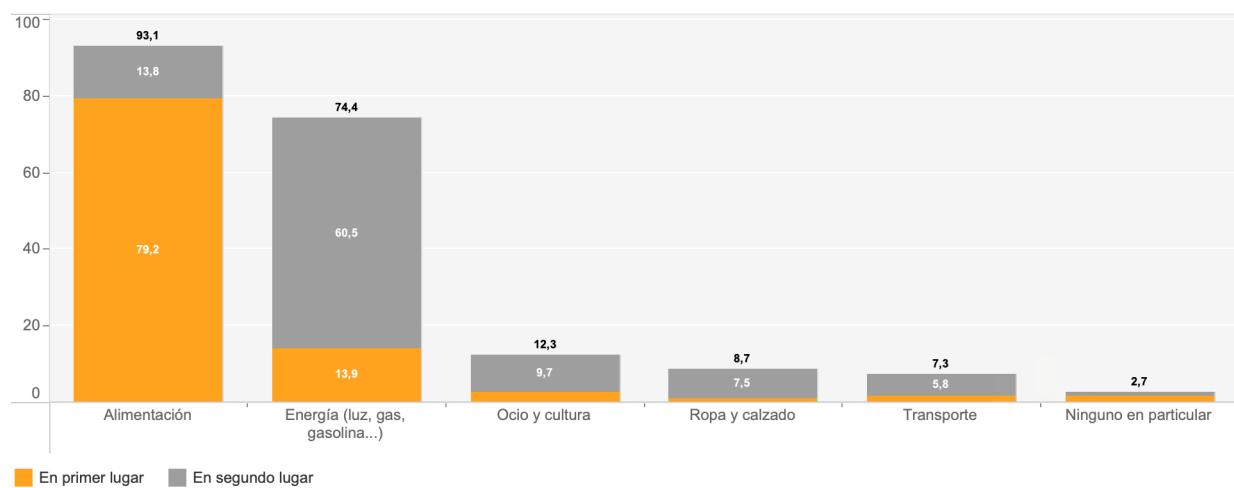
Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

Quienes se sienten muy o bastante afectados por la inflación señalan, sobre todo, dos categorías de gasto en las que se ven más afectados. Se trata de los gastos en alimentación, que menciona un 93 % (79 % en primer lugar), y los gastos en los varios suministros energéticos (luz, gas, gasolina...), que cita un 74 % (14 % en primer lugar) ([gráfico 15](#)). Las demás categorías propuestas apenas son citadas: un 12 % menciona el ocio y la cultura; un 9 %, la ropa y el calzado; y un 7 %, el transporte.

Estos resultados vuelven a presentar una opinión pública reticente a adoptar un discurso triunfalista sobre el crecimiento de la economía española, tal como revela un clima de opinión similar al del año pasado o, si cabe, ligeramente más pesimista. Las perspectivas para el futuro inmediato siguen siendo poco halagüeñas y la valoración de la situación económica del hogar también reproduce este patrón ligeramente más sombrío. En la base de esta percepción ciudadana está, de forma muy mayoritaria, la inflación, cuya incidencia sobre los bienes esenciales, alimentación y energía, al menos a juicio de los entrevistados, continúa erosionando la capacidad adquisitiva y alimentando la sensación de distancia entre las buenas cifras macroeconómicas y la experiencia cotidiana de los hogares.

**Gráfico 15. ¿En cuál de estos gastos le está afectando más?**

Población residente, 18 a 75 años. Porcentajes



Fuente: IV Encuesta Funcas de Navidad (2025).

### Ficha técnica de la IV Encuesta Funcas de Navidad

UNIVERSO: residentes en territorio nacional peninsular e insular (18-75 años) • TAMAÑO MUESTRAL: 1.201 entrevistas • TÉCNICA DE ENTREVISTA: entrevista *online* a través de Emop (panel *online* de Imop) • SELECCIÓN DE LA MUESTRA: selección aleatoria entre los panelistas de Emop que cumplan las características definidas para la investigación • TRABAJO DE CAMPO: del 27 de noviembre al 10 de diciembre de 2025 • MARGEN DE ERROR DE MUESTREO:  $\pm 2,9$  puntos porcentuales para  $p=q=50\%$  y un nivel de significación del 95 % para el conjunto de la muestra en el supuesto de muestreo aleatorio simple • MÉTODO DE PONDERACIÓN: los datos se ponderaron por las variables “sexo x edad” (2 x 6 grupos), comunidad autónoma (7 grupos), nivel de estudios (5 grupos) y religiosidad (7 opciones, barómetros del CIS) • INSTITUTO RESPONSABLE DEL TRABAJO DE CAMPO: IMOP Insights, S.A.