

Abuelos “Shopaholics”: La adicción a las compras en la tercera edad

Durante muchos años, la compra compulsiva – Oniomanía – ha sido retratada como un comportamiento propio de mujeres jóvenes. Sin embargo, la evidencia científica demuestra que este comportamiento problemático también afecta a la tercera edad, con consecuencias emocionales, sociales y económicas importantes. En un estudio con adultos mayores de 60 años realizado en España, se encontró que los síntomas psicopatológicos, como la ansiedad y la somatización, estaban significativamente relacionados con una mayor propensión a la compra compulsiva (Aonso-Diego et al., 2025).

La soledad, el duelo, el aburrimiento y la pérdida de propósito vital son factores que, en ocasiones, pueden empujar a algunas personas mayores a buscar consuelo en el acto de comprar. Este comportamiento, lejos de ser un simple pasatiempo, puede convertirse en una adicción conductual con consecuencias para el bienestar emocional. El estudio previamente mencionado señala que las mujeres mayores presentan más síntomas psicopatológicos, lo que podría explicar una mayor vulnerabilidad en este grupo. Además, las limitaciones funcionales o el padecimiento de enfermedades crónicas pueden reforzar esta conducta como una forma de evasión o autocuidado distorsionado.

Otros estudios han relacionado la compra compulsiva con la acumulación de objetos y una baja capacidad de autocontrol (Munir et al., 2024). Esta combinación puede ser especialmente perjudicial en personas mayores que viven solas o con movilidad reducida, ya que la acumulación puede suponer un riesgo físico dentro del hogar. La dificultad para deshacerse de objetos adquiridos compulsivamente no solo responde a un apego material, sino también a una asociación emocional con los mismos, que puede intensificarse en personas que han experimentado pérdidas recientes o transiciones vitales significativas. Además, estudios como el de Ye et al. (2021) señalan que las consecuencias de este trastorno no solo incluyen el endeudamiento, sino también el

deterioro de la autoestima, el aislamiento social y la aparición de trastornos del estado de ánimo.

En este contexto, la digitalización ha introducido un nuevo escenario de riesgo. La posibilidad de comprar sin salir de casa, la teletienda, las plataformas de e-commerce abiertas 24/7 y los mensajes publicitarios personalizados han amplificado la adicción en este grupo. En una revisión reciente, Ismail y Abdul Wahid (2022) destacan que, aunque muchos adultos mayores se han incorporado al consumo digital, también son vulnerables a trampas de marketing, fraudes y dificultades para reconocer patrones problemáticos de gasto. Además, el consumo digital en personas mayores está mediado por una alfabetización tecnológica desigual, lo que impide en muchos casos reconocer la adicción o establecer barreras de autocontrol efectivas frente a la sobreexposición al consumo online.



(Fuente: elaboración propia)

Pese a lo que la evidencia científica señala, la compra compulsiva en la vejez sigue siendo un problema invisibilizado. La falta de diagnóstico, el estigma asociado y la escasa formación de profesionales en este ámbito dificultan su detección. Desde la salud

pública se recomienda incorporar este comportamiento a las evaluaciones de rutina, especialmente cuando hay antecedentes de soledad, ansiedad o deterioro funcional. La detección precoz puede permitir intervenciones más efectivas y prevenir la cronificación del trastorno. Asimismo, sería beneficioso implementar campañas de sensibilización dirigidas tanto a la población mayor como a sus familias y cuidadores, que muchas veces no logran identificar las señales tempranas del problema.

En cuanto a las intervenciones, la terapia cognitivo-conductual (TCC) se considera el tratamiento de elección. Una revisión sistemática realizada por Vasiliu (2022) concluye que tanto la TCC individual como en grupo han mostrado eficacia para reducir la frecuencia de las compras y mejorar el control emocional. Esta intervención es especialmente útil en mayores, ya que permite trabajar de forma estructurada sobre los pensamientos distorsionados, las emociones asociadas y los impulsos de compra. Asimismo, el estudio destaca el papel complementario de los antidepresivos y estabilizadores del ánimo en casos con comorbilidades, como depresión mayor o trastorno de ansiedad generalizada. Además, el mismo artículo documenta el caso de un paciente de 60 años que mostró una evolución favorable con tratamiento combinado de mirtazapina, bupropion y TCC adaptada, lo que demuestra su aplicabilidad también en población de mayor edad.

En conclusión, la adicción a las compras en personas mayores no es una rareza ni una excentricidad, sino un trastorno real que merece atención y recursos. Reconocer sus manifestaciones, identificar los factores de riesgo y ofrecer alternativas terapéuticas adaptadas a esta etapa de la vida es un paso necesario para proteger el bienestar de nuestros mayores. Un abordaje integral que considere la complejidad del envejecimiento, las emociones implicadas y el contexto digital actual resulta clave para no dejar a este colectivo fuera de la agenda en salud mental.

Referencias bibliográficas

Aonso-Diego, G., Castro-Blanco, P., García-Barandiaran, A., & Estévez, A. (2025). Addictive behaviors in older adults: The role of psychopathological symptoms, health, purpose in life, and loneliness. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 60,

101658. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2025.101658>

Ismail, K. A., & Abdul Wahid, N. (2022). The Drivers and Barriers of Online Shopping Behaviours for Older Adults: A Review. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 7(47), 90-103. <https://doi.org/10.35631/IJEPC.747009>

Munir, S., Fatima, D., & Munir, M. (2024). Hoarding Behavior, Compulsive Buying and Self-Control among Adulthood. *CARC Research in Social Sciences*, 3(3), 494–500. <https://doi.org/10.58329/criss.v3i3.172>

Vasiliu, O. (2022). Therapeutic management of buying/shopping disorder: A systematic literature review and evidence-based recommendations. *Frontiers in Psychiatry*, 13, 1047280. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.1047280>

Ye, J., Lam, S. C., & He, H. (2021). The Prevalence of Compulsive Buying and Hoarding Behaviours in Emerging, Early, and Middle Adulthood: Multicentre Epidemiological Analysis of Non-clinical Chinese Samples. *Frontiers in Psychology*, 12, 568041. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.568041>