

ESTA NAVIDAD GASTAREMOS CASI UN 20% MENOS QUE EN 2007

El regreso de la austeridad

El consumo se ha ido apagando poco a poco en los dieciocho meses de crisis que arrastramos y estas fiestas navideñas servirán para tomar el pulso al ánimo consumista. La Unión de Consumidores de Castilla-La Mancha, UCE, calcula que gastaremos una media de 725 euros por familia, un 19% menos que en 2007. No vamos a renunciar a los regalos ni a los banquetes domésticos, pero recortaremos el gasto en ocio y en comidas y cenas fuera de casa.

PRADO LÓPEZ GALÁN



Moderación. La crisis apaga la euforia consumista y los castellano-manchegos gastaremos estas Navidades un 10% menos que las pasadas y un 19% menos que en 2007.

Frente al despilfarro de años anteriores, en las Navidades de 2009 se impone la moderación. Con una tasa de paro cercana la 20% de la población activa en Castilla-La Mancha, es lógico que el consumo se retraiga, pero entre las consecuencias negativas de este repliegue destaca la pérdida de negocio (y de empleo) en el sector comercial de la región, estima en casi un 9% con respecto a 2008. Así las cosas, la Unión de Consumidores de Castilla-La Mancha estima que cada familia va

a destinar un presupuesto de 725 euros a afrontar todos los gastos navideños, lo que representa un 19% menos que en 2007 y un 10% menos que en 2008.

“Este año la crisis económica pasa factura a la Navidad, reduciendo el consumo en los hogares. Los castellano-manchegos intentarán ser más prudentes, intentarán ahorrar en sus compras, evitarán caprichos y se ceñirán exclusivamente a los gastos básicos que exigen estas fiestas, controlando los excesos y la euforia consumista. Los altos niveles de endeudamiento obligan a la sociedad a

actuar inteligentemente, siendo más previsores y prudentes”, vaticina la UCE de Castilla-La Mancha, organización que preside la toledana Begoña de la Cruz.

Alimentos y bebidas acapararán el mayor gasto por familia, 250 euros, según los cálculos que hace la UCE tras analizar las encuestas realizadas entre la población. Se prevé un incremento de las compras de productos de marcas blancas y de alimentos más económicos. En cambio, se meterá la tijera en las cenas y comidas fuera de casa, con