

ENTORNO

El auge de la confianza del consumidor hace crecer el ocio fuera de casa

Palco23
6 abr 2016 - 12:36

La recuperación del consumo da alas al gasto en actividades lúdicas como los eventos deportivos. En 2015, la confianza del consumidor aumentó nueve puntos respecto al año anterior y alcanzó niveles de antes de la crisis. Aun así, sólo una de cada cuatro personas piensa que España dejará la recesión económica en los próximos doce meses.

Una de las principales vías de ahorro para los españoles durante estos años ha sido recortar el gasto en salidas de ocio fuera del hogar. Actualmente, el 60% de la población lo considera una de las mejores formas, lo que supone una mejora respecto al año pasado, cuando el mismo porcentaje se situó en el 64%, según el informe internacional *Estudio Global de Confianza de los Consumidores* de Nielsen.

Además, después de cubrir los gastos básicos el ocio fuera de casa se ha convertido en la primera opción para invertir el dinero restante con un 38%. La segunda preferencia es la compra de ropa nueva, lo que supone dejar atrás el factor del ahorro, que cayó ocho puntos respecto a 2014.

Por tanto, se observa que pese a que las personas que consideran que es un buen momento para aumentar el gasto no ha aumentado sí que hay un cambio de mentalidad en los consumidores españoles. Tras más de seis años de crisis, la gran tendencia de la población ha dejado de ser el ahorro para convertirse en la diversión.

Estas cifras son especialmente relevantes en un panorama donde la seguridad laboral y la economía son las principales preocupaciones del país, con un 20% de los encuestados considerándolos como sus mayores problemas. Es la cifra más alta de Europa solo superada por otras dos economías del sur del Viejo Continente: Grecia (27%) e Italia (22%).