

**LA
ESTRUCTURA
DEL
CONSUMO
EN
ESPAÑA**



MINISTERIO
DE SANIDAD
Y CONSUMO



INC
INSTITUTO
NACIONAL DEL
CONSUMO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN DE LA OBRA	5
Capítulo 1.	
EL ALCANCE SOCIAL Y ECONÓMICO DEL CONSUMO	7
1.1. Introducción.	7
1.2. El "objetivo de los individuos" frente al "objetivo de los consumidores".	7
1.3. Los programas de gasto del consumo privado.	8
1.4. El consumo es una función social.	8
1.5. Consumo y modo de producción	9
Capítulo 2	
LA DEMANDA AGREGADA EN ESPAÑA	11
2.1. El consumo privado en la economía española.	11
2.2. Consumo y gasto.	13
2.3. Los ajustes de los programas de gasto de los consumidores.	14
2.4. Renta y consumo provincial.	14
Capítulo 3	
LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN EL CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA.	17
3.1. La estructura del consumo en 1998.	17
3.2. La evolución de la estructura del gasto en el consumo privado: 1958 - 1996.	18
3.3. El comportamiento de gasto de los "españoles comunitarios".	19
3.4. La convergencia interna de los hábitos de consumo en España.	21
3.5. La convergencia del comportamiento de gasto con los países de la U.E..	22
Capítulo 4	
LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR GRUPOS DE GASTO.	25
4.1. El consumo básico y de lujo en 1998.	25
4.2. La evolución del gasto en alimentación y bebida	26
4.3. El gasto en vestido y calzado.	29
4.4. El gasto en vivienda y equipamiento del hogar.	30
4.5. El gasto en servicios médicos y conservación de la salud.	31
4.6. El gasto en transportes y comunicaciones.	31
4.7. El gasto en ocio y cultura.	32
CONCLUSIONES	33
BIBLIOGRAFÍA	37

**PRESENTACIÓN
DEL LIBRO**

El objeto del libro *Estructura del Consumo en España*, (2ª edición) de Alfonso Rebollo Arévalo, editado por el Instituto Nacional del Consumo (Madrid, 2001), es el análisis del gasto privado en consumo en España en los últimos lustros, a fin de determinar cuáles son sus principales características y cuáles las tendencias de evolución para los próximos años de un fenómeno tan relevante como es el comportamiento consuntivo de los españoles.

Esta segunda edición del libro es el resultado de una profunda revisión de la publicada por el mismo I.N.C. en 1983, que lógicamente ha dado lugar a un libro totalmente nuevo, aún cuando se mantiene la misma estructura básica, de manera que entre ambas ediciones es posible conocer la evolución del gasto privado en consumo en España durante los últimos cuarenta años del ya pasado siglo XX.

En el primer capítulo del libro, se examinan los aspectos condicionantes del gasto privado y se formulan los supuestos sobre el comportamiento de gasto de los individuos asumidos para este análisis, sometiendo a revisión los conceptos de utilidad del consumidor, la temporalidad de sus decisiones, la unidad de consumo, etc. El objetivo de este apartado es hacer explícitos los inevitables supuestos ideológicos inherentes al análisis económico, como mejor forma de neutralizar los posibles efectos sobre los resultados del análisis. En el segundo capítulo, se aborda el análisis de la demanda agregada de consumo en España. Se examina la importancia alcanzada por el consumo en el crecimiento de la economía española, la evolución de la renta disponible de las familias y sus relaciones con el nivel de ahorro y la evolución del gasto de las mismas. En el tercer capítulo se analiza la estructura del gasto privado en consumo en España. El análisis se centra en la caracterización de la estructura del consumo en la actualidad y en el análisis de la evolución seguida en las dos últimas décadas. Un aspecto que se trata con algún detenimiento en este capítulo, es el resultado del crecimiento y evolución del consumo sobre la distribución del bienestar material entre los ciudadanos; en particular se analiza la posible convergencia de los comportamientos de gasto entre los distintos grupos sociales en España, y con las estructuras de consumo de otros países de la Unión Europea. El cuarto capítulo se dedica al análisis de la evolución del gasto de los principales grupos de consumo. En él se pone de relieve también una dimensión cualitativa muy importante: el cambio en las preferencias de consumo entre productos incluida la consideración de lo que son bienes de consumo básico y bienes "de lujo", y la expansión de los hábitos de consumo "de lujo" entre los distintos grupos sociales. El último capítulo recoge las principales conclusiones obtenidas en la descripción de los comportamientos de gasto analizados en los anteriores capítulos.

Octubre, 2001

**CAPÍTULO 1.
EL ALCANCE SOCIAL Y
ECONÓMICO DEL CONSUMO.**

1.1 Introducción.

El consumo es una función central de las sociedades y de sus sistemas económicos. La historia de los seres humanos puede interpretarse como la sucesión de los esfuerzos realizados para ampliar el volumen de bienes y servicios disponibles y de las pugnas y luchas habidas para apropiarse de esos productos. El número de individuos de una sociedad que accede a los bienes producidos por ella es uno de los modos de legitimación de esa sociedad, a la vez que el volumen de productos de consumo recibidos por los individuos de una sociedad determina el éxito de ésta

En las sociedades modernas, el consumo es un componente crucial para la permanencia de los sistemas económicos. Desde Keynes se ha generalizado el conocimiento de la importancia del consumo para la recurrencia del ciclo de producción y la acumulación económica, de manera que mantener el ciclo creciente del gasto en consumo es una condición indispensable para la reproducción del ciclo económico. Al cabo, como señalara este autor: "toda la producción tiene como fin último satisfacer a los consumidores".

Para los individuos el consumo es el sentido final de su actividad, pues de él depende la posibilidad de cumplir el proyecto vital de cada individuo. Esta verdad elemental no se limita a considerar el consumo como la satisfacción de las necesidades básicas para mantener la vida, sino que se refiere a algo más amplio, del mismo modo que el proyecto vital de los individuos es algo mucho más amplio que la mera subsistencia, se trata también de "qué hacer en la vida". El cumplimiento del proyecto vital de los individuos tiene una restricción básica que es el tiempo de vida de cada uno de ellos. Plazo de tiempo que, a su vez, también es influido por el consumo realizado por los individuos, que puede mejorar tanto sus condiciones de vida como, consecuentemente, su tiempo de vida. A este respecto debe tenerse en cuenta que el consumo realizado directamente por cada individuo, incluye también el consumo de bienes públicos y que el bienestar alcanzado por un individuo en un momento dado está condicionado tanto por su consumo anterior, como por el consumo realizado por sus antecesores.

La gran expansión del consumo habida en las últimas décadas en los países más desarrollados, ha dado lugar a la aparición del "consumo de masas" y consecuentemente a la generalización, aunque sólo en estos países, de la llamada "cultura del consumo".

En este trabajo se analiza el comportamiento de gasto de los consumidores españoles. Se utiliza por tanto un enfoque económico. Sin embargo la aproximación al tema propuesto se hace considerando las diferentes dimensiones del consumo y no solo su dimensión económica.

**1.2 El "objetivo de los individuos"
frente al "objetivo de los consumidores".**

El objetivo de los individuos es alcanzar un cierto grado de bienestar material y moral que les permita desarrollar un determinado modo de vida que se presenta como deseable, es decir, realizar a lo largo de su vida una serie de actividades tanto de orden moral -tener hijos, atender a la familia, ...-, como espiritual -satisfacer sus deseos y aficiones, alcanzar un cierto nivel cultural, ...-, o social -gozar de un determinado estatus. Para realizar estas actividades y en el modo en el que lo desean, los individuos

deben disponer de base material suficiente, en forma de bienes, dinero y tiempo. El conjunto de actividades y bienes deseados por los individuos, o dicho en términos más modernos, el "nivel de vida" deseado por los individuos, recoge en definitiva su función de utilidad. La utilidad de los individuos está sometida a dos restricciones, una es la bien conocida restricción que el nivel de ingresos impone sobre el nivel máximo de gasto en consumo. La segunda restricción viene dada por el tiempo máximo de vida esperada de los individuos. Esta definición de la utilidad de los individuos presenta diferencias radicales con el enfoque de la economía convencional del consumidor. En primer lugar, porque plantea que el individuo considera como alternativas de obtención de utilidad tanto el consumo de bienes como la realización de ciertas actividades, como la laboral. En segundo lugar, porque no considera predeterminado el nivel de ingresos de los individuos, sino que este dependerá de cómo cada individuo decida distribuir su tiempo entre actividades remuneradas y actividades no remuneradas, y entre las actividades dedicadas a la gratificación personal y las actividades que incrementan su capital personal.

De esta forma, el nivel de vida alcanzado por un determinado individuo en un momento del tiempo, será la suma de todos los productos obtenidos más la utilidad obtenida por el tiempo dedicado a las distintas actividades.

El objetivo final de los individuos será hacer mínima la diferencia entre el nivel de vida deseado y el nivel de vida efectivamente obtenido. La máxima satisfacción se alcanza cuando esa diferencia se iguala a cero. Pero nótese que alcanzar esa satisfacción "de felicidad" depende tanto del nivel de vida efectivamente alcanzado como del estándar de vida fijado como objetivo.

1.3 Los programas de gasto del consumo privado.

Resulta poco probable obtener el nivel de vida deseado de una sola vez, sino que, en el mejor de los casos, los individuos lo conseguirán a lo largo de su vida. La introducción ahora de la variable tiempo da al comportamiento de gasto de los individuos un carácter dinámico, de consecución progresiva de sus objetivos de bienestar. Es decir, los individuos planifican el empleo de su tiempo en las distintas actividades, modificando sus preferencias según vayan consiguiendo objetivos parciales.

Particularmente interesante es la interpretación de los ajustes temporales de los "programas de gasto" de los individuos por cambios transitorios en sus expectativas de ingresos, que motivan modificaciones en la planificación de sus gastos. Ante caídas en las expectativas de ingresos de los individuos, en la cantidad o en la seguridad de los ingresos, éstos realizan habitualmente una transferencia de gasto en consumo de bienes duraderos a gasto en bienes y servicios de consumo corriente, apareciendo así "excedentes de renta" (sólo respecto de la planificación anterior de los individuos, pero real a efectos prácticos) que se ocupa habitualmente en un mayor ahorro y en incrementar el gasto corriente, en espera de que se consoliden las expectativas de ingresos.

1.4 El consumo es una función social.

Pese a que el análisis convencional del consumo lo considera como una función individual -y de hecho se refiere al "consumidor", en singular-, el consumo es una función que los

individuos deciden y realizan socialmente, tanto en los entornos de relaciones directas, el hogar y el grupo social, como en el entorno socio-político.

Es en el hogar y entre todos sus miembros donde los individuos obtienen el bienestar material y la satisfacción moral que les reportan sus actividades. La consideración del consumo desde la familia, teniendo en cuenta los aspectos del consumo y la obtención de ingresos señalados, permite considerar al hogar como una auténtica unidad de producción (fundamentalmente de servicios), así como referirse con total propiedad a la "economía doméstica". La economía de los hogares tiene así las funciones de capitalización, inversión, producción y obtención de ingresos, propios de cualquier unidad económica, en cuya realización participan los diversos miembros de la familia, que se reparten entre sí la ejecución de las diversas tareas.

El consumo tiene una segunda dimensión que le hace ser radical y necesariamente social. Los individuos deciden su modo de vida para ser admitidos en un determinado entorno social y disfrutar de los beneficios que la adscripción al grupo puede reportarle. Esto equivale a decir que el consumo es un hecho cultural.

La cuestión del llamado consumo masivo y del consumo de masas tiene dos dimensiones centrales desde el punto de vista del comportamiento del gasto privado en consumo: la tendencia al crecimiento del gasto en consumo y el hecho de que se incorporen al consumo masivo cada vez mayor número de individuos. La cuestión que aquí nos interesa a fin de analizar el comportamiento de gasto de los españoles es la primera, que a los efectos de este análisis puede plantearse desde el supuesto de que los individuos tienen un afán creciente de consumo.

El crecimiento del gasto en consumo de los individuos se articula a través del proceso de imitación de las pautas de consumo de los grupos sociales de mayor renta, que se proponen como cánones de lo que es un nivel de bienestar deseable; se convierten así en referencia para los grupos de menor renta. En el mismo sentido opera la publicidad que refuerza los referentes sociales más aceptados, así como la preferencia por el incremento del consumo y los medios de comunicación.

Los individuos también deciden su consumo considerando el entorno más amplio, el socio político. Las vías por las que se manifiesta esta relación son necesariamente la de los ingresos y la de los gastos. El volumen de gasto disponible de los individuos está condicionado por la presión fiscal que ejerce el Estado, tanto a través de los impuestos directos -que disminuyen la capacidad de gasto y ahorro- como de los impuestos indirectos, sobre el consumo, que pueden provocar una cierta "ilusión consumista" cuando crece la imposición indirecta.

1.5 Consumo y modo de producción.

Otro factor altamente determinante del grado y modo de consumo de los individuos es el propio sistema de producción que condiciona tanto la obtención de ingresos por los individuos, según hemos señalado anteriormente, como la realización del gasto en consumo de estos. El qué se produce, cuáles son los productos que finalmente componen la oferta en los mercados, entre los que los individuos eligen aquellos con los que satisfacer sus deseos y necesidades, es una decisión que se toma en el ámbito de la producción antes que en el del consumo.

En los sistemas de producción de las sociedades modernas debe distinguirse la actividad de distribución de la de producción en sentido estricto. Aunque en conjunto las empresas de una y otra actividad forman las cadenas de suministro por las que se hacen

disponibles los bienes a los consumidores, el creciente poder de las grandes empresas de distribución, exige considerar diferenciadamente el comportamiento y la estructura empresarial de unas y otras.

**CAPÍTULO 2.
LA DEMANDA AGREGADA DE
CONSUMO EN ESPAÑA.**

**2.1 El consumo privado en
la economía española.**

El objetivo de los individuos es conseguir un determinado nivel de vida ⁽¹⁾ y a ese fin orientan su gasto, por lo que éstos difícilmente se conformarán con un determinado nivel de ingresos si éste es insuficiente para conseguir el nivel de vida deseado y procurarán desarrollar la actividad que sea necesaria para conseguir incrementar sus ingresos. De manera que si bien es cierto que en lo inmediato el nivel de renta de los individuos resulta ser el principal condicionante del gasto en consumo, y opera como restricción presupuestaria al gasto ya que "no es posible gastar más de lo que se ha obtenido", y de lo que razonablemente espera obtenerse en el futuro ⁽²⁾, a medio y largo plazo es cierto que el nivel de ingresos o, cuando menos, la actividad desarrollada por los individuos para conseguir sus ingresos, está condicionada por el grado de cumplimiento del nivel de vida deseado, es decir por el volumen y tipo de consumo alcanzado.

Los datos sobre el nivel de gasto en consumo de los españoles sugieren la existencia entre los mismos de un cierto grado de insatisfacción con el nivel de consumo alcanzado, lo que ha hecho crecer la propensión media al consumo (cuadro nº 1), en términos corrientes, entre 1970 y 1998, medida como proporción de la renta disponible por las familias después de impuestos. Aunque es de señalar que deben diferenciarse dos periodos, entre 1970 y 1989, y desde este año hasta 1998. En el primero de estos subperiodos, 1970-89, la proporción de renta dedicada al consumo privado crece hasta su punto máximo, para disminuir ligeramente desde ese año, lo que sugiere que en la última década los consumidores españoles están relativamente más satisfechos con el nivel de consumo alcanzado, por lo que en el futuro cabe esperar menores crecimientos relativos del consumo y una mayor tasa de ahorro. Todo ello teniendo en cuenta que la propensión al gasto en consumo de los españoles es aún relativamente elevada en comparación con los países de la UE, lo que debe ayudar a que se consolide esta tendencia en el futuro.

La variación de la estructura del gasto en consumo entre 1958 y 1996 que muestra el cuadro nº 5 justifica la afirmación del carácter radical del cambio de los hábitos de consumo de los españoles. La estructura del consumo correspondiente al comienzo del período es la propia de una economía poco evolucionada, en la que los individuos dedican la mayor parte de su capacidad de gasto a la satisfacción de las necesidades básicas. De hecho, en 1958, los españoles dedicaban más del 80% del total de su gasto a la satisfacción de las tres funciones básicas del consumo: alimentación, abrigo y cobijo. Esta es la situación que ha cambiado radicalmente. En 1996, a estas tres funciones básicas del consumo se dedicaban 20 puntos porcentuales menos del gasto, sólo el 60 por ciento del total. Y aun más, buena parte de esta parte del gasto difícilmente puede asociarse a la sencilla satisfacción de necesidades básicas, pues se encuentra influido por "cómo" se satisfacen las necesidades.

¹ Debe advertirse que el análisis se refiere a las sociedades desarrolladas y más ricas, y que lo dicho aquí sería ininteligible, e incluso una burla, para todos aquellos, la mayor parte de los humanos, cuya máxima y tal vez única preocupación es la mera subsistencia.

² La anticipación del consumo mediante el endeudamiento es posible porque los prestamistas anticipan rentas futuras.

Cuadro nº 1 Evolución de la estructura porcentual de la Renta Familiar Disponible, después de impuestos directos, (RBDF, d. ID) a precios de mercado. 1970-88. (Precios corrientes)

Años	Porcentajes de participación						
	RBDF.d. ID sobre la Renta Nacional Bruta Disponible	Consumo privado sobre Renta Nacional Bruta Disponible	Consumo privado sobre la RBDF, d. ID	Consumo privado sobre la RBDF, antes de ID	Ahorro bruto sobre RBDF, d. ID	Gasto en capital total sobre la RBDF, d. ID	Capacidad (+) o necesidad (-) de financiación de las familias s/ RBDF, d. ID
1970	73,9	64,0	86,6	84,2	13,4	8,70	4,74
1971	74,9	64,0	85,5	83,0	14,5	9,14	5,41
1972	74,5	63,7	85,5	83,0	14,5	9,14	5,40
1973	74,5	63,1	84,7	82,1	15,3	9,56	5,70
1974	75,5	64,0	84,7	82,0	15,3	9,57	5,76
1975	75,7	64,3	85,0	81,9	15,0	9,44	5,61
1976	76,1	65,9	86,7	83,4	13,3	8,64	4,70
1977	73,8	65,4	88,6	84,9	11,4	7,62	3,75
1978	73,9	64,3	87,0	82,5	13,0	8,74	4,22
1979	73,3	64,9	88,5	83,4	11,5	8,24	3,28
1980	74,2	65,9	88,8	83,0	11,2	7,93	3,22
1981	75,4	66,7	88,5	82,5	11,5	7,73	3,79
1982	75,2	66,1	87,9	82,4	12,1	7,47	4,67
1983	73,9	65,4	88,4	81,9	11,6	6,82	4,73
1984	72,6	64,5	88,8	81,6	11,2	6,64	4,60
1985	72,7	64,5	88,6	81,3	11,4	6,08	5,28
1986	71,4	63,6	89,1	82,1	10,9	6,15	4,78
1987	69,9	63,3	90,6	81,7	9,4	6,39	3,03
1988	68,9	62,7	90,9	81,6	9,1	7,59	1,50
1989	68,8	63,0	91,5	81,4	8,5	7,67	0,85
1990	70,0	62,6	89,5	79,7	10,5	7,54	2,98
1991	70,6	62,7	88,7	78,6	11,3	6,95	4,30
1992	70,7	63,6	89,9	79,0	10,1	6,41	3,66
1993	72,7	63,4	87,2	77,2	12,8	5,74	7,03
1994	71,3	63,8	89,5	79,0	10,5	5,96	4,56
1995	71,1	62,1	87,4	77,5	12,6	5,68	6,95
1996	70,6	62,3	88,3	78,2	11,7	6,75	4,95
1997	69,8	62,5	89,5	79,6	10,5	6,51	3,99
1998	69,5	62,4	89,9	80,2	10,1	6,84	3,28
Desviación estándar	2,27	1,26	1,84	1,99	1,84	1,21	1,37
Media	72,61	63,95	88,13	81,34	11,87	7,51	4,37
Coefficiente de variación (D.ST/MEDIA)	0,031	0,020	0,021	0,024	0,155	0,162	0,313

Fuente: BBV. Informe Económico, 1988. Madrid, 1999.

El notable crecimiento de los impuestos directos es otra de las transformaciones significativas de la economía española y además afecta directamente a la capacidad de gasto de los individuos. Es pertinente entonces plantear cómo ha afectado al comportamiento de gasto de los consumidores españoles. Del análisis realizado se deduce que el crecimiento de los impuestos no ha modificado la alta propensión al gasto de los consumidores españoles. Lo que ha producido ha sido un menor incremento de la capacidad de gasto de las familias. Como muestra el cuadro 2.3, la RBDF d. ID llegó a representar, en 1981, el 75,4% de la Renta Nacional Bruta Disponible, mientras que, tras leves oscilaciones, en 1998 representa sólo el 69,5%, reflejando así que la tendencia a la baja es consistente. En conclusión, el incremento de los impuestos directos ha funcionado como restricción al gasto de los individuos, pero no ha servido para modificar los hábitos consumistas de los españoles.

Tal vez, uno de los efectos indirectos del crecimiento de los impuestos haya sido la caída en la propensión al ahorro de los españoles, que ha disminuido en torno al treinta por ciento de los valores que presentaba a comienzos de los años setenta. Además, la evolución de las tasas de ahorro presenta una varianza mayor que la correspondiente a las variables de gasto, lo que indica que los consumidores han utilizado el ahorro como

variable de ajuste de las variaciones en sus expectativas de ingresos, producidas por el incremento de los impuestos directos, entre otros factores, para mantener sus programas de gasto.

Una última característica general del gasto en consumo de los españoles es su propensión al consumo de bienes de importación. En los periodos de incremento del gasto, a partir de 1996, se incrementan rápidamente la importación de bienes de consumo duradero, por encima de las tasas de crecimiento del gasto interno en consumo privado. Dentro del total de importaciones de bienes de consumo duradero, los automóviles tienen una importancia particular, primero porque suponen un elevado porcentaje del total de las importaciones de estos bienes, el 28,06% en 1998, y por lo rápido de su tasa de crecimiento en tiempos de expansión económica y de la renta, alcanzando el 36% de crecimiento en 1998, sobre el año anterior.

2.2 Consumo y gasto.

El gasto en consumo no recoge todo el consumo realizado por los individuos, buena parte de los servicios consumidos se generan en el hogar mediante la utilización de los bienes de inversión doméstica, es decir de la riqueza acumulada en los hogares. En el cuadro nº 2 se recoge la evolución del consumo de capital fijo, junto a la evolución de las aplicaciones del gasto en consumo privado, entre 1971 y 1993

Cuadro nº 2					
Evolución de las aplicaciones del gasto en consumo privado y del consumo de capital fijo.					
(Millones de pesetas corrientes)					
Años	Consumo privado	Ahorro bruto	Impuestos directos	Gasto en capital total	Consumo de capital fijo
1971	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1973	139,9	148,0	154,1	147,6	128,7
1975	203,5	211,8	257,7	211,4	195,0
1977	314,2	236,9	455,4	252,7	288,0
1979	445,6	340,8	889,7	387,9	425,1
1981	586,9	448,8	1.393,1	479,4	615,0
1983	758,4	581,8	1.977,0	546,7	821,5
1985	938,9	706,6	2.759,9	601,9	1.096,1
1987	1.186,9	724,7	4.125,2	782,7	1.383,5
1989	1.473,1	805,5	5.808,5	1.154,0	1.908,4
1991	1.779,6	1.326,0	7.466,7	1.303,9	2.159,8
1993	1.998,4	1.717,5	8.638,2	1.229,2	2.464,1

Fuente: BBV. Informe Económico, 1998. Madrid, 1999.

Como se desprende de los datos, el consumo de capital fijo crece más rápidamente que cualquier otra variable de gasto de las decididas por los individuos. Sólo los impuestos directos crecen más que el consumo de capital fijo. El análisis de los datos del consumo de capital fijo por los hogares, muestra un segundo fenómeno de interés: en los primeros años de la serie, hasta 1975, el crecimiento del gasto en inversión de las familias, el "gasto en capital total" (ver en cuadro 2), presenta un índice mayor que el del consumo de capital fijo. Lo que puede interpretarse como que hasta ese momento la acumulación de capital era más importante que el bienestar que producía la inversión doméstica. En el último año para el que se dispone de datos, 1993, el índice del consumo de capital fijo doblaba ya el del gasto en capital, convirtiéndose la riqueza acumulada en los hogares en un factor fundamental de bienestar.

2.3 Los ajustes de los programas de gasto de los consumidores.

La evolución de las tasas de participación del gasto en capital total (incluye la Formación Bruta de Capital, más las adquisiciones netas de terrenos, las transferencias netas de capital y los impuestos de capital), muestran, al igual que las tasas de ahorro, una tendencia a la baja a lo largo del periodo, a la vez que una variabilidad relativamente alta (cuadro 1). Este hecho parece sugerir la existencia de ajustes de los programas de gasto de las familias entre gasto de inversión y gastos corrientes, ante modificaciones de sus expectativas de ingresos. La hipótesis de comportamiento es que cuando se modifican las expectativas de ingresos de los individuos, éstos varían sus programas de gasto. Dependiendo de cuál sea el carácter de la modificación en las expectativas, permanente o transitorio, los individuos modificarán su objetivo de bienestar final (este será el caso menos frecuente) o realizarán ajustes temporales, a corto y medio plazo, en sus programas de gasto esperando que se restablezcan las expectativas sobre los ingresos.

Aunque los datos agregados de los que se dispone no permiten confirmar por ahora los supuestos que se han establecido, sí es posible disponer de algunas evidencias para considerar que esos supuestos son suficientemente consistentes. Los datos referidos al periodo 1991-96, por ejemplo, así parecen indicarlo. La recesión que se muestra en 1992 y 1993, hace caer la tasa de gasto en capital total de las familias así como la correspondiente tasa de gasto sobre la RBDF d. ID. Sin embargo, mientras que esta última, que recoge todo el gasto de las familias, corriente y de inversión, crece más rápidamente que la tasa de gasto en capital total. La disminución del coste de la financiación y la mejora de las expectativas de los individuos que se producen en los años siguientes, parecen provocar otro ajuste en los programas de gasto de los individuos, aunque en esta ocasión a favor de los gastos de inversión: mientras que la proporción de gasto total se sitúa en 1998 al mismo nivel exactamente que en 1992, la participación del gasto en capital total se sitúa aproximadamente siete por ciento por encima de la tasa correspondiente de 1992.

2.4 Renta y consumo provinciales.

El análisis de la renta y del gasto en consumo por provincias (unidad territorial mínima para la que se tienen datos disponibles), permite aproximar un poco más los comportamientos consumistas de los españoles en función de la renta percibida.

Una primera nota característica de la distribución del gasto en consumo por provincias es la elevada concentración del mercado en España. Sólo entre las dos provincias con mayor volumen de gasto, Madrid y Barcelona, concentran el 28,9 % del total de gasto en consumo, más de cuatro puntos porcentuales por encima de su participación en la población.

Si se examina el comportamiento de gasto de las familias de las diez provincias con renta más alta y las de las diez con renta más baja (cuadro nº 3), puede verificarse que el nivel de renta influye positivamente en la tasa de ahorro e, inversamente, en el porcentaje de renta que se dedica al consumo. Es decir, cuanto mayor es el nivel de renta disponible por persona, menor es la propensión al gasto en consumo corriente.

Ya se ha señalado anteriormente que el consumo efectivamente disfrutado por los individuos es el resultado conjunto del gasto corriente en consumo, más el consumo de

capital fijo. En el cuadro nº 3 se muestran los índices del consumo de capital por persona correspondiente a cada provincia. Destaca el hecho de que el rango entre la provincia con mayor y menor índice de consumo de capital fijo, Baleares (169,6) y Melilla (68,9), respectivamente, es superior al rango de los índices de la RFND por persona, Baleares (141,3) y Sevilla (74,2), lo que refuerza las diferencias entre el consumo de los individuos de las distintas provincias. Son las provincias con mayor nivel de renta las que presentan un mayor índice de consumo de capital fijo, resultado de la mayor riqueza acumulada.

Cuadro nº 3 Estructura provincial de la renta, el consumo y el ahorro de las familias, 1993.					
	Índices provinciales de la R.F.N.D por persona (media España = 100)	Distribución provincial (porcentajes sobre cada provincia)		Índices de consumo de capital fijo por persona	Índices de consumo efectivo por persona
		Consumo familiar	Ahorro familiar neto		
BALEARES	141,3	89,5	10,5	169,6	139,4
GIRONA	135,2	92,5	7,5	154,0	137,2
BARCELONA	119,4	91,0	9,0	105,5	117,8
MADRID	118,3	90,8	9,2	106,7	116,6
LLEIDA	118,1	91,3	8,7	142,2	118,7
ALAVA	115,0	89,2	10,8	121,1	112,3
NAVARRA	111,7	86,2	13,8	105,7	105,0
RIOJA (LA)	111,5	88,0	12,0	132,6	108,2
VIZCAYA	109,1	88,5	11,5	79,6	103,9
GUIPUZCOA	108,5	87,4	12,6	102,4	103,3
ZARAGOZA	108,2	88,7	11,3	116,3	105,1
TARRAGONA	105,5	92,6	7,4	129,5	107,6
VALENCIA	105,4	92,9	7,1	112,8	107,0
HUESCA	104,1	88,3	11,7	154,4	102,8
PALENCIA	103,2	93,0	7,0	124,4	105,6
BURGOS	102,6	91,8	8,2	117,4	103,5
VALLADOLID	102,2	93,9	6,1	94,6	104,1
TOTAL ESPAÑA	100,0	91,7	8,3	100,0	100,0
TERUEL	99,5	88,3	11,7	120,6	97,0
CASTELLÓN	99,1	91,1	8,9	114,3	99,2
ASTURIAS	97,7	90,4	9,6	77,6	95,4
CANTABRIA	97,4	90,0	10,0	102,0	95,8
SORIA	95,8	89,6	10,4	126,8	95,1
ALICANTE	95,5	92,3	7,7	105,9	96,5
AVILA	95,4	92,3	7,7	118,0	97,1
SEGOVIA	94,6	92,3	7,7	119,1	96,4
PONTEVEDRA	93,3	94,1	5,9	88,2	95,4
SALAMANCA	92,8	93,3	6,7	98,2	94,6
OURENSE	92,8	93,0	7,0	86,2	93,8
GUADALAJARA	92,6	91,9	8,1	121,9	94,2
PALMAS (LAS)	92,4	89,9	10,1	91,6	90,6
LUGO	91,4	93,1	6,9	101,6	93,1
S C TENERIFE	91,2	89,6	10,4	93,6	89,3
LEÓN	91,0	93,6	6,4	99,3	93,1
CEUTA	90,4	93,7	6,3	69,8	91,3
ZAMORA	88,5	92,9	7,1	111,7	90,7
MURCIA	87,6	93,5	6,5	82,0	88,9
MELILLA	86,2	94,2	5,8	68,9	87,6
CORUNA (A)	85,7	93,5	6,5	86,3	87,3
CIUDAD REAL	84,8	94,2	5,8	99,6	87,7
HUELVA	82,8	94,6	5,4	81,5	85,2
TOLEDO	82,4	92,2	7,8	101,7	83,8
JAÉN	81,1	95,7	4,3	80,1	84,4
ALBACETE	80,9	93,6	6,4	90,8	82,9
CÁCERES	80,0	90,0	10,0	88,4	79,0
MÁLAGA	79,7	95,2	4,8	87,2	82,9
CÓRDOBA	79,4	94,8	5,2	79,4	81,9
ALMERIA	77,9	94,6	5,4	94,9	81,0
CUENCA	75,9	92,5	7,5	117,2	78,4
GRANADA	75,4	95,0	5,0	70,6	77,7

Cuadro nº 3

Estructura provincial de la renta, el consumo y el ahorro de las familias, 1993.

	Indices provinciales de la R.F.N.D por persona (media España = 100)	Distribución provincial (porcentajes sobre cada provincia)		Indices de consumo de capital fijo por persona	Indices de consumo efectivo por persona
		Consumo familiar	Ahorro familiar neto		
CADIZ	75,0	95,8	4,2	71,4	78,0
BADAJOS	75,0	91,6	8,4	77,2	74,9
SEVILLA	74,2	95,1	4,9	76,1	76,8

Fuente: BBV. Renta Nacional de España y su distribución provincial. Tomo II. Bilbao, 1999.

Capítulo 3.
LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN
EL CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA.

3.1 La estructura
del consumo en 1998.

La estructura del consumo en España en 1998 (cuadro nº 4) muestra que los hábitos de consumo de los españoles se corresponden con los de las sociedades desarrolladas y con alto nivel de renta, reflejando dicha estructura el cambio inducido por el crecimiento de la renta de las familias y del nivel de gasto analizados anteriormente.

Las características más destacadas del comportamiento del consumo de los españoles a finales de siglo son, en primer lugar, que el gasto en productos de alimentación ya no supone la principal rúbrica de gasto, pues alcanza solamente el 19,25 por ciento del total del gasto, frente al 26,9 por ciento dedicado a la vivienda y sus suministros. El crecimiento de la renta a lo largo de las últimas décadas ha ido produciendo paulatinamente que la participación en el total del gasto del grupo de alimentos, bebidas y tabacos fuera siendo cada vez menor. En 1998 este proceso ha culminado, perdiendo la compra de alimentos su tradicional primer puesto en el destino del gasto de los españoles. Finalmente, el capítulo al que se dedica la mayor parte de gasto es la vivienda, que se ha convertido, por tanto, en la principal necesidad básica de los españoles, junto con el transporte -necesidad muy inducida por la conformación de las sociedades modernas-

En segundo lugar aparece la creciente dedicación al gasto en servicios (frente al gasto en la adquisición de bienes). De ello es buena muestra que el gasto en servicios de alimentación equivalga, aproximadamente, al cuarenta por ciento del gasto en la compra de bienes de alimentación para ser consumidos en el hogar. De otra parte, este hecho manifiesta las modificaciones de los comportamientos de consumo inducidos desde otros ámbitos de la actividad de los individuos, en este caso por los cambios en el mundo laboral, que implican un mayor número de comidas fuera del hogar y la menor dedicación a las tareas domésticas.

Cuadro nº 4
GASTO MEDIO POR PERSONA, 1998. SEGÚN NUEVOS GRUPOS DE GASTO. (Base, 1997)

GRUPOS	Gasto medio por persona (miles de ptas.)	Distribución porcentual
1: Alimentos y bebidas no alcohólicas	173,0	19,25
2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	24,4	2,71
3. Artículos de vestir y calzado	65,5	7,28
4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	242,0	26,92
5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda	43,8	4,87
6. Salud	21,7	2,42
7. Transportes	111,4	12,40
8. Comunicaciones	17,4	1,94
9. Ocio, espectáculos y cultura	55,2	6,14
10. Enseñanza	13,6	1,51

Cuadro nº 4
GASTO MEDIO POR PERSONA, 1998. SEGÚN NUEVOS GRUPOS DE GASTO. (Base, 1997)

GRUPOS	Gasto medio por persona (miles de ptas.)	Distribución porcentual
11. Hoteles, cafés y restaurantes	84,0	9,34
12. Otros bienes y servicios	46,9	5,22
TOTAL	898,3	100

Fuente: INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base 1997. Primeros resultados. Año 1998. Madrid, 1999.

3.2 La evolución de la estructura del gasto en el consumo privado: 1958-1996.

La variación de la estructura del gasto en consumo entre 1958 y 1996 (ver cuadro nº 5) justifica la afirmación del carácter radical del cambio de los hábitos de consumo de los españoles. La estructura del consumo correspondiente al comienzo del periodo es la propia de una economía poco evolucionada, en la que los individuos dedican la mayor parte de su capacidad de gasto a la satisfacción de las necesidades básicas. De hecho, en 1958 los españoles dedicaban más del 80 por ciento de su gasto a la satisfacción de las tres funciones básicas del consumo: alimentación, abrigo y cobijo. En 1996, a estas tres funciones del gasto se dedicaban 20 puntos porcentuales menos, sólo el 60 por ciento del total. Y, aún más, buena parte de este gasto difícilmente puede asociarse a la sencilla satisfacción de necesidades básicas, pues se encuentra influido por el "como" se satisfacen las necesidades.

Por grupos de gasto se observan diferencias notables en la evolución de su participación en el total del gasto, que ejemplifican bien la evolución de los hábitos de consumo ante los incrementos de la renta de las familias. Tras los primeros años de crecimiento económico, el consumo comienza rápidamente a diversificarse, siguiendo una senda bien lógica que pasa por mejorar, en primer lugar, la forma en que se satisfacen las necesidades básicas, para más tarde ir diversificando realmente el consumo de bienes y servicios. Ya entre 1964 y 1958 el gasto en alimentación comienza a perder importancia relativa. En esos primeros años del periodo, el vestido y el calzado, la vivienda y los gastos diversos, ganan participación en el total del gasto. En el periodo 1964-73, la transformación de los hábitos de consumo es mucho más profunda. En este periodo se producen notables incrementos en la renta de las familias, lo que les permite, una vez mejoradas las condiciones de satisfacción de las necesidades básicas, comenzar una auténtica diversificación del gasto.

Cuadro nº 5
Evolución del gasto medio por persona, según antiguos grupos de gastos, para el conjunto nacional
(Pesetas corrientes)

	1958	1964	1973/74	1980/81	1985	1990	1996	
							Pesetas	%
Alimentación	55,3	48,6	38,0	30,7	29,1	25,8	201.065	22,6
Vestido y calzado	13,6	14,9	7,7	8,5	10,4	10,1	67.666	7,6
Vivienda	5,0	7,4	11,6	15,4	14,9	15,6	183.606	20,6
Gastos de casa	8,3	9,2	11,1	10,0	9,4	8,8	77.143	8,7
Gastos diversos	17,8	19,9	31,6	35,4	36,2	39,7	361.364	40,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	890.844	100,0

FUENTE: INE. 1999. En cuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base 1997.. Madrid, 1999.

3.3 El comportamiento de gasto de los "españoles comunitarios".

En este apartado se examina la evolución del comportamiento de gasto de los españoles en el decenio 1986-1996 (cuadro nº 6). Las tendencias de evolución que se muestran en este período siguen las pautas fijadas ya en los períodos anteriores a 1986, aunque muestran algunos rasgos particulares.

Como tendencias más importantes destacan, en primer lugar la ralentización del ritmo de evolución de la estructura de gasto y, en segundo lugar, la transformación de las preferencias por los distintos grupos de productos de los españoles, después de la adhesión de España a la entonces Comunidad Europea.

En el cuadro 7 se han agrupado los productos en tres clases según que el ritmo de su crecimiento entre 1986 y 1996 haya sido lento, medio y rápido. El examen de las tendencias seguidas por los distintos grupos de productos muestra que éstas son consistentes con las tendencias más generales mostradas por los grandes grupos de gasto, en cuanto a variaciones de los ingresos y de las expectativas de renta y respecto del ajuste de los programas de gasto de los individuos. En resumen, puede afirmarse que:

- ✓ Los productos de crecimiento lento comprenden prácticamente a todos los de alimentación. Las excepciones a esta tendencia vienen representadas por la evolución del gasto en conservas y bebidas no alcohólicas.
- ✓ El gasto en vestido y calzado se clasifica también como de crecimiento lento aunque presenta índices significativamente mayores que la alimentación, sobre todo el gasto en calzado.
- ✓ Entre los productos con gasto en crecimiento medio se encuentran los más "tradicionales" del gasto en vivienda, los alquileres, el mobiliario y textiles del hogar y el mantenimiento corriente del hogar; etc.
- ✓ En el grupo de crecimiento rápido se encuentran el gasto en comidas fuera de casa, en "restaurantes, cafés y hoteles; el gasto en calefacción y alumbrado y el equipamiento doméstico, en forma de gasto en "aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos"; los bienes de esparcimiento, espectáculos y cultura; los gastos médicos presentan crecimiento rápido casi en su totalidad, destacando el gasto en medicamentos y otros productos farmacéuticos; y, finalmente, el gasto en transportes y comunicaciones.

De los datos expuestos sobre la evolución de las pautas de gasto de los consumidores españoles entre 1986 y 1997, no se puede deducir que la adhesión de España a la CE haya producido efectos notables sobre la estructura de preferencias de los consumidores españoles ni, consecuentemente, sobre la determinación de sus programas de gasto. La evolución de la estructura de gasto en consumo mantiene las mismas tendencias que se mostraban ya en los períodos anteriores a la adhesión de la UE. La influencia de la pertenencia a la CE sobre el comportamiento del gasto en consumo en España no parece haberse producido directamente, sino a través del crecimiento de la renta de las familias, que debe haber propiciado una mayor rapidez en la transformación de los hábitos de consumo; y en el nivel micro de las decisiones de compra de los consumidores, en la elección entre las distintas y cada vez más numerosas marcas.

Cuadro nº 6 EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO PRIVADO NACIONAL E INTERIOR, POR FUNCIONES
Porcentaje sobre total de cada año
(Precios constantes de 1986)

FUNCIONES	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1995s/1996 VARIACION TOTAL	1996s/1997 TASA VARIACION ANUAL
1. Alimentos, bebidas y tabaco	26,40	25,30	24,28	23,27	22,92	22,66	22,41	22,93	22,73	22,31	21,91	21,70	-4,70	-0,43
2. Vestido y calzado	9,52	9,19	9,14	9,08	9,03	9,02	8,91	8,46	8,41	8,34	8,27	8,25	-1,27	-0,12
3. Alquileres, calefacción y alumbrado	14,58	14,16	13,82	13,44	13,27	13,22	13,18	13,65	13,74	13,75	13,76	13,55	-1,03	-0,09
4. Muebles, accesorios, artículos de menaje para el hogar y gastos corrientes de mantenimiento de la vivienda	7,22	7,15	7,18	7,19	7,26	7,33	7,31	7,25	7,28	7,34	7,25	7,30	0,08	0,00
5. Servicios médicos y gastos sanitarios	3,67	3,63	3,80	4,03	4,35	4,72	4,99	5,40	5,61	9,91	6,24	6,20	2,53	0,23
6. Transportes y comunicaciones	14,74	15,83	16,50	16,66	16,05	15,60	16,04	15,27	15,73	15,42	15,91	16,57	1,83	0,17
7. Esparcimiento, espectáculos, enseñanza y cultura	7,22	7,10	7,08	7,13	7,25	7,29	7,26	7,34	7,38	7,61	7,89	7,83	0,61	0,05
8. Otros bienes y servicios	23,75	24,46	24,60	24,38	24,12	24,19	23,96	24,26	24,53	24,81	24,65	25,03	1,28	0,12
CONSUMO PRIVADO INTERIOR	107,09	106,83	106,40	105,18	104,24	104,02	104,06	104,55	105,34	105,66	105,89	106,42		
9. - Consumo de residentes en el territorio económico	-8,25	-8,05	-7,72	-6,76	-5,97	-5,79	-6,01	-6,40	-6,90	-7,16	-7,47	-7,95	-0,30	-0,03
10. - Consumo de residentes en el resto del mundo	-0,12	-1,22	-1,33	-1,58	-1,72	-1,77	-1,95	-1,85	-1,56	-1,50	-1,58	-1,52	1,40	0,13
CONSUMO PRIVADO NACIONAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00		

FUENTE: INE. Contabilidad Nacional de España y elaboración propia

Cuadro nº 7

CLASIFICACION DE LOS GRUPOS DE GASTO SEGUN EL CRECIMIENTO DE SUS VOLUMENES DE GASTO. 1986 y 1995

A) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO LENTO $i_j \leq 0,95 i_{CP}$ $i_j \leq 120,1$	B) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO MEDIO $0,95 i_{CP} < i_j \leq 1,05 i_{CP}$ $120,1 < i_j \leq 132,7$	C) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO $1,05 i_{CP} < i_j$ $132,7 < i_j$
1. Alimentos, bebidas y tabaco (108,3) 1.1. Alimentos (107,7) 1.1.1. Pan y cereales (105,2) Carnes (112,8) 1.1.2. Pescado (113,3) 1.1.4. Leche, queso y huevos (103,5) 1.1.5. Aceites y grasas (101,0) 1.1.6. Frutas y verduras excepto patatas y tubérculos (100,2) 1.1.7. Patatas y otros tubérculos (103,8) 1.1.8. Azúcar (80,3) 1.1.9. Café, te y cacao (97,8) 1.3. Bebidas alcohólicas (103,4) 1.4. Tabacos (106,6)	3. Alquileres, calefacción y alumbrado (120,8) 4. Muebles, accesorios, artículos de menaje para el hogar y gastos corrientes de mantenimiento de la vivienda (130,2) 4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones (124,3) 4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones (125,3) 4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones (128,2) 4.5. B. y S. para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico (132,4) 4.6. Servicio doméstico (132,6)	1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras (133,8) 1.2. Bebidas no alcohólicas (154,1) 2. Calefacción y alumbrado (147,9)) 4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones (142,8)

Cuadro nº 7
CLASIFICACION DE LOS GRUPOS DE GASTO SEGUN EL CRECIMIENTO DE SUS VOLUMENES DE GASTO. 1986 y 1995

A) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO LENTO $I_j \leq 0,95 I_{CP}$ $I_j \leq 120,1$	B) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO MEDIO $0,95 I_{CP} < I_j \leq 1,05 I_{CP}$ $120,1 < I_j \leq 132,7$	C) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO $1,05 I_{CP} < I_j$ $132,7 < I_j$
2. Vestido y calzado (112,2) 2.1. Vestido, incluidas reparaciones (110,3) 2.2. Calzado, incluidas reparaciones (117,4)	5.5. Cuota familiar del seguro médico privado (122,8)	5. Servicios médicos y sanitarios (212,7) 5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos (258,0) 5.2. Aparatos y equipos terapéuticos (180,8) 5.3. Servicios de médicos, enfermeras otros profesionales de la medicina (187,8) 5.4. Atención hospitalaria y conexa (164,5)
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua (114,9)		
6.3. Pagos de servicios de transporte (118,4)	6.1. Compras de vehículos para transporte personal (128,5)	6. Transportes y comunicaciones (134,0) 6.2. Gastos de utilización de vehículos (134,8) 6.3. Comunicaciones (185,4)
7.4. Enseñanza (117,4)	7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés (123,0) 7.3. Libros, periódicos, revistas (124,1)	7. Esparcimiento, espectáculos, enseñanza y cultura (135,0) 7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones (161,2)
8.2. Otros artículos no mencionados en otra parte (115,3) 8.4. Viajes turísticos todo incluido (119,2)	8.1. Cuidado y efectos personales (131,8) 8.6. Otros servicios no mencionados anteriormente (129,3)	8. Otros bienes y servicios (133,9) 8.3. Gastos en restaurantes, cafés y hoteles (137,2) 8.5. Servicios financieros no declarados en otra parte (136,5) Consumo de residentes en el resto del mundo (166,7)

FUENTE: Datos del cuadro II.13 y elaboración propia
 I_{CP} = Índice ¹⁹⁹⁵ del Consumo Privado Interior = 126,4
 Los números entre paréntesis son los índices del gasto en consumo de 1995 sobre 1986, a precios constantes de 1986

3.4 La convergencia interna de los hábitos de consumo en España.

En este apartado se examinan los efectos sobre las disparidades en los hábitos de consumo de los españoles, inducidos por el crecimiento de la renta disponible por las familias y el consiguiente incremento del gasto en consumo. Las cuestiones que se plantean son las siguientes:

- ¿El incremento del gasto en consumo ha reducido las diferencias entre los estándares de consumo de los distintos grupos de población, según niveles de renta?
- ¿En qué grupos de gasto se han reducido o aumentado las diferencias?

La convergencia de los hábitos de consumo. Como resumen, puede afirmarse que existe convergencia tanto entre los comportamientos de gasto, como en el volumen de gasto de los individuos con distintos niveles de ingresos. Esta primera condición, que validaría la hipótesis de la "democratización" del gasto en consumo y, por tanto, de la aproximación del grado de bienestar de los distintos grupos de la población, debe completarse matizando el "cuánto" y en qué grupos de gasto se ha producido la convergencia de los hábitos de consumo.

- ✓ La convergencia del comportamiento de gasto de los individuos con distinto nivel de renta es un fenómeno producido fundamentalmente en los años ochenta.
- ✓ La alimentación es el grupo de gasto que muestra una mayor convergencia de la proporción de gasto dedicado por los individuos de los distintos grupos de ingresos.

- ✓ Otros grupos de gasto que convergían sus estructuras de gasto entre 1980/81 y 1996 fueron: los artículos de mobiliario, menaje y conservación del hogar; los transportes y comunicaciones; y los gastos de esparcimiento, enseñanza y cultura.

Los grupos de gasto que a lo largo de los quince años considerados aumentaron la diferenciación del comportamiento de gasto de los individuos según su nivel de renta, fueron: el gasto en vestido y calzado; el gasto en vivienda, calefacción y alumbrado, cuya divergencia entre los consumidores con distinto nivel de ingresos ha aumentado a lo largo de los quince años considerados; los servicios médicos y gastos sanitarios; el grupo de "otros bienes y servicios" ha incrementado también de forma notable su divergencia entre los individuos según sus ingresos a lo largo de los quince años considerados y muestra una tendencia clara a incrementarse la propensión a consumir a medida que se incrementa el nivel de renta.

La convergencia del volumen de gasto. El incremento de la renta disponible por las familias y el consiguiente incremento del consumo ha dado lugar a una mayor aproximación del volumen de gasto de los individuos con distinto nivel de renta. Es de notar que la diferencia se acorta sobre todo por el mayor gasto relativo de los grupos de menor renta, más que por una caída del índice correspondiente a los grupos de mayores ingresos. El resultado es notable y sus consecuencias repercuten sobre muy diversos ámbitos. En primer lugar, parece que la proporción del gasto en consumo tiene un límite que debería expresarse como un máximo de participación sobre la renta. A partir de un determinado y elevado nivel de ingresos los individuos obtienen "excedentes de renta" para mantener el ritmo de crecimiento del consumo y la tasa de ahorro para consumos diferidos, y aparece un nuevo tipo de consumo de servicios financieros, que se constituye en uno de los tipos de consumo que distinguen el nivel de vida y confieren un mayor estatus social.

La convergencia de los volúmenes de gasto no significa idéntica convergencia del nivel de consumo de los individuos con distinto nivel de ingresos. La convergencia en el consumo, debe ser menor que la correspondiente al gasto, pues debe tenerse en cuenta el consumo de capital fijo doméstico, mucho mayor en los hogares de mayor renta que obviamente cuentan con un mayor stock de capital acumulado a lo largo del tiempo. Asimismo, la cantidad de capital doméstico acumulado debe producir también diferencias en la calidad del consumo de capital en los hogares, a favor de los de mayor renta. Siendo este otro factor que establece nuevas limitaciones a la convergencia del consumo, y relativiza la que muestran los datos de gasto de los consumidores.

3.5. La convergencia del comportamiento de gasto con los países de la U.E..

Uno de los aspectos que más se han desarrollado en la construcción europea ha sido el mercado común de productos, lo que debe haber servido para el acercamiento de los hábitos de consumo en los distintos países miembros y, en consecuencia, la convergencia entre sus estructuras de gasto de consumo.

El fenómeno que evidencian los datos es que el comportamiento de gasto en consumo de los españoles no ha evolucionado con la rapidez suficiente como para acortar distancias significativamente con las estructuras de gasto de los otros países de la CE que, lógicamente, también han visto modificarse sus estructuras de gasto. La leve disminución que muestra la varianza entre 1991 y 1996 no es suficiente para afirmar que se está produciendo la convergencia con los otros países de la UE y EEUU. De otra parte, es cierto que los hábitos de los individuos son muy difícilmente modificables y que sólo a

medio y largo plazo es de esperar que se obtengan resultados concluyentes, mientras que el período considerado, sólo diez años, es aún muy corto.

Los países con cuyas estructuras de gasto en consumo muestra España una mayor disparidad son EEUU y Reino Unido, mientras que con los que muestra mayor afinidad son Italia, fundamentalmente, y Francia (cuadro nº 8). Aunque las tendencias de convergencia son opuestas, mientras que la estructura de gasto española tiende a asemejarse a la de Italia, sobre todo en los años noventa, la tendencia respecto de la estructura de gasto de Francia es levemente divergente a lo largo de los diez años considerados.

Por grupos de gasto, el que más diferencia el comportamiento de gasto en España, es el de otros bienes y servicios, sobre todo respecto de Francia, Alemania y Reino Unido, seguido del grupo de gasto en "Alquileres, electricidad y combustible" para la vivienda, y de los servicios sanitarios y conservación de la salud. También la alimentación se distingue en el caso español, por dedicársele una mayor proporción de gasto.

Dado que la disparidad de la estructura de gasto de España respecto de la de estos países tiende, cuando menos, a mantenerse o incluso disminuir en los próximos años, puede preverse que en el inmediato futuro la proporción del gasto dedicada por los consumidores españoles a estos tres tipos de gasto mencionados tienda a asemejarse a las de estos países, de manera que cabe esperar que continúe disminuyendo la proporción dedicada a alimentación y a incrementarse la dedicada a vivienda.

Cuadro nº 8									
ESTRUCTURA DEL CONSUMO INTERIOR POR PAÍSES, EN DISTINTOS AÑOS									
(Porcentajes sobre el consumo interior de cada grupo de gasto) (Precios constantes)									
	1. Alimentación, Bebida y Tabaco	2. Vestido y Calzado	3. Alquileres, electricidad y combustibles	4. Muebles, equipamiento y mantenimiento del hogar	5. Servicios sanitarios y conservación salud	6. Transporte y comunicaciones	7. Esparcimiento, educación y servicios culturales	8. Otros bienes y servicios	TOTAL
ALEMANIA									
1986	22,3	8,3	22,3	8,7	3,4	16,4	9,7	8,9	100,0
1991	21,2	8,3	20,3	9,5	3,5	17,9	10,3	9,0	100,0
1996									
BELGICA									
1986	20,0	7,6	19,3	9,9	10,5	12,0	6,1	14,0	99,5
1991	18,1	7,5	18,7	10,6	10,8	12,8	6,6	14,7	99,9
1996	17,7	6,9	19,7	10,0	11,0	12,7	7,1	15,2	100,2
FRANCIA									
1986	20,1	6,9	18,2	8,3	9,7	16,4	7,5	13,0	100,0
1991	18,7	6,0	18,2	7,8	11,5	16,3	8,4	13,0	100,0
1996	18,1	5,1	19,2	7,4	12,3	16,6	8,7	12,6	100,0
UNIDOS ESTADOS									
1986	13,0	6,1	19,2	5,4	16,4	15,2	8,8	16,0	100,0
1991	12,0	5,9	19,3	5,4	17,8	13,4	9,6	16,5	100,0
1996	10,6	6,2	18,3	5,6	17,0	14,2	11,7	16,4	100,0
ITALIA									
1986	23,3	10,1	15,3	9,1	6,1	11,7	8,4	16,1	100,0
1991	20,3	10,1	14,7	9,6	6,8	12,1	9,0	17,5	100,0
1996	19,4	9,3	15,0	9,3	7,0	12,4	9,2	18,3	100,0
REINO UNIDO									
1986	23,9	6,6	19,8	6,5	1,3	17,2	9,2	1,9	86,5
1991	21,5	6,3	18,7	6,6	1,5	17,1	10,1	2,0	83,8
1996	19,8	7,2	17,8	7,0	1,5	17,4	11,4	1,8	83,9

Cuadro nº 8
ESTRUCTURA DEL CONSUMO INTERIOR POR PAÍSES, EN DISTINTOS AÑOS
 (Porcentajes sobre el consumo interior de cada grupo de gasto) (Precios constantes)

	1. Alimentación, Bebida y Tabaco	2. Vestido y Calzado	3. Alquileres, electricidad y combustibles	4. Muebles, equipamiento y mantenimiento del hogar	5. Servicios sanitarios y conservación salud	6. Transporte y comunicaciones	7. Esparcimiento, educación y servicios culturales	8. Otros bienes y servicios	TOTAL
ESPAÑA									
1986	24,7	8,9	13,6	6,7	3,4	13,8	6,7	22,2	100,0
1991	21,8	8,7	12,7	7,0	4,5	15,0	7,0	23,3	100,0
1996	20,7	7,8	13,0	6,8	5,9	15,0	7,5	23,3	100,0

Fuente: EUROSTAT. Final Household Consumption. Main Results and Detailed Tables. 1975-95. Bruselas, 1998.

**Capítulo 4.
EVOLUCION DEL CONSUMO
POR GRUPOS DE GASTO.**

Uno de los aspectos más interesantes del consumo es el proceso por el que éste se ha cargado de significantes, y por el que los consumidores han pasado de consumir por necesidad a consumir productos que, junto a su calidad para satisfacer necesidades, aportan signos de distinción y de estatus social. Afirmar que el consumo se ha convertido en un hecho cultural, quiere decir precisamente eso, que el consumo va más allá de la simple satisfacción de las necesidades, convirtiéndose en la representación de los individuos ante los demás, que reconocen los códigos con los que se "representa" el individuo, y también ante sí mismo.

En este capítulo se describe como se han ido expandiendo los "consumos de lujo", superponiéndose a la mera satisfacción de necesidades básicas. En este primer apartado se describe la situación actual, con los datos de 1998. En los siguientes apartados se resume la evolución seguida por los distintos grupos de gasto, desde 1986 a 1996.

Para determinar el carácter de los productos como básicos o de lujo, se han considerado las preferencias efectivamente mostradas por los consumidores, a través del análisis de la participación porcentual de cada grupo en el total de gasto en consumo, agrupando a los individuos según su nivel de renta. Los productos que tengan una alta participación en el gasto total de los grupos de renta baja y ésta vaya disminuyendo a medida que se incrementa el nivel de renta, podremos clasificarlos como productos básicos de primera necesidad; por el contrario, los productos que vayan incrementando su participación relativa a medida que se incrementa el nivel de renta, los clasificaremos como productos o gasto de lujo. Un fenómeno interesante que conviene tener en cuenta desde ahora es que no todos los productos son netamente de primera necesidad o de lujo, sino que su participación en el gasto desciende hasta un determinado nivel de renta, para incrementarse desde ese nivel, hasta los de renta más elevada. Serían productos de primera necesidad hasta un determinado nivel de renta, para convertirse en bienes de lujo para los individuos de renta más elevada. Y viceversa, productos que para los niveles de renta bajo y medio son de lujo, mientras que para los de renta más elevada son de primera necesidad.

**4.1 Consumo básico y
de lujo en 1998.**

En el cuadro nº 9 se recoge la estructura de gasto de cada uno de los grupos de ingresos en 1998. Como puede verse, sólo el gasto en alimentación y bebidas no alcohólicas tenía en 1998 un carácter claro de primera necesidad, con un perfil descendente continuo a medida que se incrementa el nivel de renta.

El gasto en vivienda es también un gasto de primera necesidad para los niveles altos de renta bajo y medio-bajo, pero a partir del nivel de rentas medias el gasto en vivienda adquiere connotaciones y significantes de distinción que lo convierten en un consumo de lujo para los niveles de renta más elevados. El gasto en mobiliario sigue esta misma tendencia, aunque de forma menos acusada en los niveles bajos de renta.

Los grupos de gasto en "transportes", "Hoteles, cafés y restaurantes" y "vestido y calzado", ejemplifican bien el caso de aquellos tipos de gasto cuyo hábito de consumo va consolidándose entre la población, a la vez que pierden parte del significativo de consumo

de los niveles de renta más elevados. Su mayor apreciación corresponde a los grupos de rentas medio y medio-alto que adquieren la condición de referentes para el consumo de estos productos entre los grupos de menores niveles de ingresos. El perfil de las funciones de gasto de estos tres grupos muestra el carácter de productos de lujo para los grupos de renta más bajos, mientras que son gastos "normales" (crecen en la misma medida que los ingresos), para los grupos de renta media o alta.

El carácter de bienes de lujo y claramente diferenciadores de estatus social o de nivel de vida lo presentan los grupos de gasto en productos de "ocio" y "otros bienes y servicios". La participación en el gasto total de estos tres grupos es claramente creciente con el nivel de renta. Aunque debe señalarse que su nivel de gasto es muy inferior al de otros grupos, lo que le resta significatividad a estos efectos.

Los gastos en salud, comunicaciones y enseñanza, tienen connotación de bienes normales para todos los niveles de renta, pues todos ellos reciben una proporción similar de gasto total, pues se trata de gastos muy extendidos que no alcanzan mayor significación social. Respecto del gasto en sanidad habría que diferenciar entre el gasto en sanidad pública y privada, que si tiene significados de estatus diferentes, como se verá en el correspondiente apartado posterior.

Cuadro nº 9 DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL GASTO, POR GRUPOS DE INGRESOS.1998								
Grupos de gasto	Grupos de ingresos (pesetas mensuales)							
	Hasta 65.000	de 65.001 a 130.000	De 130.001 a 195.000	De 195.001 a 260.000	De 260.001 a 325.000	De 325.001 a 390.000	De 390.001 a 650.000	Más de 650.000
1. ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	24,0	23,8	21,1	18,9	17,1	16,1	13,2	11,0
2. BEBIDAS ALCOHOLICAS, TABACO Y NARCOTICOS	2,2	2,9	3,1	2,8	2,7	2,3	2,0	1,7
3. VESTIDO Y CALZADO	6,1	7,0	7,7	7,4	7,3	7,2	7,1	6,8
4. VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	39,3	31,1	26,5	24,8	25,6	25,3	26,0	26,8
5. MOBILIARIO, EQUIPAMIENTO DEL HOGAR Y GASTOS DE CONSERVACION DE LA VIVIENDA	4,7	4,3	4,5	4,5	5,3	5,3	6,3	7,3
6. SALUD	2,5	2,8	2,4	2,4	2,2	2,1	2,3	2,2
7. TRANSPORTES	5,8	9,3	12,3	13,8	13,0	14,3	14,3	13,9
8. COMUNICACIONES	2,2	2,1	1,9	1,9	2,0	1,8	1,9	2,3
9. OCIO, ESPECTACULOS Y CULTURA	3,3	4,4	5,6	6,4	7,0	7,3	7,8	8,2
10. ENSEÑANZA	0,6	0,6	1,1	1,4	1,7	2,2	2,9	3,8
11. HOTELES, CAFES Y RESTAURANTES	5,0	6,8	9,0	10,5	10,5	10,5	10,3	10,1
12. OTROS BIENES Y SERVICIOS	4,4	4,8	4,9	5,3	5,7	5,6	6,0	5,8

Fuente: INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base, 1997. Primeros resultados. Año 1988. Madrid, 1999.

**4.2. Evolución del
gasto en alimentación y bebidas.**

Cuadro nº 10
ESTRUCTURA DEL CONSUMO PRIVADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO
(Precios constantes de 1986) (En % s/ el total de cada año)

PRODUCTOS	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1.1.3 Pescado	03	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
1.1.4 Leche, queso y huevos...	4	3	3	3	3	3	3	3	3	03		
1.1.5 Aceites y grasas...	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
1.1.6 Frutas, verduras excepto patatas y otros tubérculos.	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
1.1.7 Patatas y otros tubérculos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
1.1.8. Azúcar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
1.1.9. Café, té y cacao	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
1.2. Bebidas no alcohólicas	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
1.3. Bebidas alcohólicas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
1.4. Tabaco	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1		

Fuente: INE. Contabilidad Nacional de España. Base 1986.

Cuadro nº 11
A) BALANCE ALIMENTICIO. CONSUMO POR PRODUCTOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS
(kg./año/por persona)

PRODUCTOS	1987	1991	1995	1999	Tasa porcentual de evolución 1999 sobre 1987
Huevos	299,9	235,3	188,3	221,3	-26,2
Carne y transformados	66,9	68,9	61,2	64,9	-3,0
Productos de la pesca	30,5	30,9	29,4	31,3	2,6
Leche líquida	124,6	110,6	118,8	116,0	-6,9
Derivados lácteos	18,4	21,4	27,6	34,1	85,3
Pan	65,1	55,6	58,1	58,1	-10,7
Galletas, bollería y pastelería	12,5	15,2	11,9	11,6	-7,2
Chocolates, cacao y sucedáneos	2,7	2,8	3,1	3,2	18,5
Cafés, sucedáneos e infusiones	3,3	3,1	3,6	3,6	9,1
Arroz	8,8	5,7	5,7	6,4	-27,3
Pastas alimenticias	4,8	3,9	4,1	5,0	4,2
Azúcar	13,6	9,9	8,8	7,4	-45,6
Miel	0,8	0,6	0,5	0,5	-37,5
Legumbres secas	8,8	5,7	5,5	5,6	-36,4
Aceites vegetales...	26,6	21,8	20,5	21,0	-21,1
Margarina	2	1,6	1,1	1,1	-45,0
Patatas	61	56,4	57,1	44,7	-26,7
Hortalizas frescas	66,5	65,6	55,3	61,7	-7,2
Frutas frescas	108,9	104,7	84,5	84,4	-22,5
Aceitunas	3,8	3,3	2,1	3,0	-21,1
Frutos secos	2,2	2,3	1,8	1,8	-18,2
Frutas y hortalizas transformadas	10,5	14	15,5	16,7	59,0
Platos preparados	2,6	4,2	3,9	7,2	176,9
Vinos	46,6	34,3	30,6	34,3	-26,4
Cervezas	64,4	70,7	63,8	54,9	-14,7
Otras bebidas alcohólicas	6,5	9,1	5,5	4,1	-36,9

Cuadro nº 11					
A) BALANCE ALIMENTICIO. CONSUMO POR PRODUCTOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS (kg./año/por persona)					
PRODUCTOS	1987	1991	1995	1999	Tasa porcentual de evolución 1999 sobre 1987
Zumos	6,7	14,5	14,9	17,3	158,2
Aguas minerales	23	39,7	57,7	58,2	153,0
Gaseosas y refrescos	57,6	63,9	64,8	63,9	10,9
B) EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA, POR TIPO DE COMPRADORES (Millones de kg.)					
TIPO DE COMPRADORES	1.995	1.996	1.997	1.998	1.999
Hogares					
- Cantidad	24.512,1	24.62,3	24.867,3	24.979,8	25.200,4
- (%)	(74,3)	(74,3)	(74,5)	(74,0)	(73,7)
Hostelería y restauración					
- Cantidad	7.480,8	7.555,5	7.669,2	8795,6	9.009,0
- %	(22,7)	(22,9)	(23,0)	(26,0)	(26,3)
Instituciones					
- Cantidad	979,8	945,7	836,7		
- %	(3,0)	(2,8)	(2,5)		
TOTAL					
- Cantidad	32.972,7	33.024,4	33.373,2	33.775,3	34.209,4
- Año Base 1.995	100	100,2	101,2	102,4	103,8
Fuentes: Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación. La alimentación en España, 1999. Madrid, 1999. MERCASA. Alimentación en España, 3ª edición 2000-2001. Madrid, 2000.					

4.3. El gasto en vestido y calzado

En el cuadro nº 12 aparece la evolución del gasto en vestido y calzado entre 1986 y 1987. La serie de números Índice muestra un crecimiento de 16,9 por ciento, en términos reales, a lo largo de los doce años considerados. Pero son de destacar las fuertes oscilaciones que presenta la serie. Entre 1986 y 1991 el gasto en vestido y calzado crece rápidamente, con un ritmo de cuatro o cinco puntos porcentuales al año. En 1992 el crecimiento fue ya mucho menor, para descender abruptamente al año siguiente 1993, en que el índice de gasto perdió más de ocho puntos porcentuales, manteniéndose en similares niveles en 1994. A partir de 1995 el gasto en vestido y calzado inicia de nuevo una senda creciente, aunque al final del período considerado, en 1997, no había recuperado aún el índice alcanzado en 1992.

Lo que muestra esta serie es la alta sensibilidad de este tipo de gasto a la evolución del nivel de ingresos corrientes y de expectativas de los individuos, pues la caída que sufre el índice de gasto en 1993 y 1994, y la lenta recuperación de los dos años posteriores es debida a la caída de la renta disponible de los hogares que se produjo en esos años. El gasto en vestido y calzado se revela así como uno de los tipos de gasto utilizados por los consumidores para ajustar a corto plazo sus programas de gasto ante variaciones en los ingresos.

Cuadro nº 12													
EVOLUCION DEL GASTO EN CONSUMO DE VESTIDO Y CALZADO (Precios constantes)													
A) Proporción del gasto total en consumo.													
FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	
2. VESTIDO Y CALZADO	8,9	8,6	8,6	8,6	8,7	8,7	8,6	8,1	8,0	7,9	7,8	7,8	

Cuadro nº 12 EVOLUCION DEL GASTO EN CONSUMO DE VESTIDO Y CALZADO (Precios constantes)													
A) Proporción del gasto total en consumo.													
FUNCIONES DE CONSUMO		1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
2.1. Vestido, incluidas las reparaciones		6,4	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	5,8	5,7	5,6	s/d	s/d
2.2. Calzado, incluidas las reparaciones		2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	s/d	s/d
CONSUMO INTERIOR	PRIVADO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
B) Índices de evolución del consumo (base, 1986)													
FUNCIONES DE CONSUMO		1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
2. VESTIDO Y CALZADO		100,0	102,2	106,6	111,9	115,3	118,5	119,7	111,1	111,5	112,2	113,5	116,9
2.1. Vestido, incluidas las reparaciones		100,0	101,9	105,4	111,0	114,5	117,6	118,7	109,6	109,4	110,3	s/d	s/d
2.2. Calzado, incluidas las reparaciones		100,0	103,1	109,6	114,4	117,4	121,0	122,3	115,1	117,1	117,4	s/d	s/d
CONSUMO INTERIOR	PRIVADO	100,0	105,5	110,3	115,2	118,3	121,5	124,2	122,0	124,0	126,4	129,2	133,9

Fuente: Ine. Contabilidad nacional de España. Serie 1986-1997.

Esta evolución del gasto en vestido y calzado muestra que para los consumidores estos productos tienen un carácter de bien de lujo, pues ante caídas en los ingresos resulta un gasto prescindible. Sin embargo, si se tiene en cuenta que el vestido y el calzado satisfacen una necesidad tan básica como la de cubrirse, debe matizarse la anterior conclusión. Una interpretación de los datos más ajustada sería que una buena parte del gasto en vestido y calzado, sobre todo en vestido, es efectivamente prescindible y por tanto puede considerarse como un lujo.

4.4. El gasto en vivienda y equipamiento del hogar.

El consumo de vivienda se ha convertido en los últimos años en el principal destinatario del gasto de los españoles, tal como se ha señalado ya en páginas anteriores. Sus principales componentes son el gasto en vivienda y sus suministros, y el gasto en equipamiento del hogar, siendo la vivienda la principal rúbrica de gasto.

El gasto en vivienda tiene el doble componente de gasto necesario y de lujo, significativo de estatus social. Lo que se manifiesta es la tendencia descendente de la función en los tramos de renta bajos y medios, para convertirse en ascendente en los tramos de mayores ingresos.

La preferencia por la vivienda no es sólo característico de los tramos altos de renta, sino que es un hábito extendido ya entre los grupos de renta media, acentuando así el carácter de lujo del gasto en vivienda.

El comportamiento del gasto en equipamiento de la vivienda muestra, en primer lugar, una alta preferencia de los consumidores por este tipo de gasto; y, en segundo lugar, una acusada dependencia del nivel de ingresos y de las expectativas de renta, como muestra la caída de la participación de este gasto en el total, en 1993 y 1994, años en que descendió el nivel de ingresos y las expectativas de los consumidores.

El gasto en equipamiento tiene carácter de gasto necesario, en cuanto al mínimo para obtener los bienes que socialmente son considerados como imprescindibles para la dotación del hogar, y tiene también carácter de lujo, en tanto que el mayor equipamiento del hogar es denotativo de mayor estatus social y nivel de vida de los individuos.

Si se acepta que el mínimo de equipamiento de los hogares viene expresado por los bienes cuya posesión está más generalizada, el equipamiento básico de un hogar español en 1998 estaría formado por frigorífico (los poseen el 99,4% de los hogares), la lavadora automática (97,3%) y la televisión en color (99,2%). El vídeo (77,5%) parece ser el próximo aparato electrodoméstico imprescindible. Es de destacar la rápida expansión del ordenador personal, del que disponían ya la cuarta parte de los hogares españoles en 1998.

La expansión de los bienes de equipamiento de las viviendas está sometida a ciertas restricciones culturales, como parecen poner de manifiesto los datos de equipamiento de los hogares por CC.AA.. Esto es cierto especialmente en lo que se refiere a los bienes con gasto en crecimiento, como los lavavajillas, microondas y cadena HIFI, respecto de los cuáles algunas CCAA presentan niveles de dotación que no se corresponden con sus niveles de equipamiento medio. Sin embargo, las tendencias más generales en cuanto al equipamiento básico de los hogares se mantienen constantes en todas las CCAA, lo que puede interpretarse como que los factores culturales "autóctonos" influyen en el ritmo de introducción de los bienes de equipamiento de los hogares, pero no en la determinación de cuáles son estos bienes.

4.5. El gasto en servicios médicos y conservación de la salud.

Los datos que se utilizan para analizar este capítulo de gasto no incluyen las cuotas pagadas a la Seguridad Social. Por tanto los gastos recogidos corresponden a la asistencia médica privada y la compra de productos farmacéuticos, que tampoco recoge todo el gasto en fármacos, sino sólo lo pagado por los individuos. El gasto que realizan los individuos en sanidad está así muy condicionado por la política de sanidad, pues puede considerarse complementario de las prestaciones públicas.

El gasto realizado según el nivel de ingresos muestra un perfil de continuos altibajos que pueden convertir en simple conjetura cualquier intento de interpretación de su evolución, sobre todo respecto a 1996. En primer lugar, se aprecia la evolución creciente del gasto a lo largo de los años. Sin embargo, en cuanto a la evolución según el nivel de ingresos, los datos parecen sugerir que el gasto en sanidad tiene carácter de necesidad básica para los tramos de renta bajos y medios, y carácter de bien de lujo para los niveles de renta medio altos y altos. Recuérdese que el gasto recogido por los datos utilizados aquí incluyen solamente el "gasto complementario" en sanidad, lo que puede explicar lo errático de las tendencias mostradas por los consumidores en función de su nivel de ingresos.

4.6 El gasto en transportes y comunicaciones.

El gasto en transporte y comunicaciones puede ser considerado, junto con el dedicado a la vivienda, uno de los máximos exponentes del nivel de vida alcanzado por los individuos. Las funciones de gasto son crecientes a lo largo del tiempo y paulatinamente

se eleva la proporción de gasto dedicada a transportes y comunicaciones de los grupos de ingresos bajos, lo que manifiesta el incremento de la necesidad de este gasto para todos los grupos de gasto.

No obstante, puede apreciarse una disminución del carácter genérico de lujo del gasto en transportes y comunicaciones, carácter que se concretaría ahora en productos específicos, no en cualquier producto de transportes y comunicaciones. A la vez, se produce una relativa saturación de este tipo de gasto, por lo que cabe esperar en los próximos años una disminución de su ritmo de crecimiento.

El tipo de gasto más importante de este grupo es, claramente, el dedicado al automóvil privado, principalmente el gasto de utilización de vehículos, que supone por sí sólo el 55,2 por ciento del total del grupo. Además, este tipo de gasto se muestra muy consolidado ante variaciones de los ingresos, como puede comprobarse observando la poca variabilidad de los porcentajes de gasto correspondientes a los distintos años. Puede afirmarse que la utilización del coche es una de las actividades más preferidas por los consumidores españoles.

Sin embargo, la partida que ha tenido mayores crecimientos dentro de este grupo es la dedicada a las comunicaciones. En la práctica se trata del gasto dedicado al uso del teléfono, cuyo crecimiento debe estar especialmente motivado por la aparición de la telefonía móvil, que en muy pocos años se ha convertido en un bien de uso generalizado.

4.7. El gasto en ocio y cultura

El gasto en ocio, cultura y enseñanza, es otro grupo de gasto que caracteriza la evolución de los hábitos de consumo en España y que puede ser clasificado como gasto de lujo, carácter que se mantiene en los tres años considerados, de 1980 a 1996. Sin embargo, como ya se ha tenido ocasión de comentar, al analizar la evolución de otros grupos de gasto, en este de ocio, cultura y enseñanza se muestran algunos fenómenos relativamente novedosos, que podrían implicar una modificación de los comportamientos de gasto en consumo de estos productos.

En primer lugar, debe señalarse que el gasto en los productos de ocio y esparcimiento muestra una cierta saturación, evidenciada por una inflexión a la baja de la participación en el total de gasto en los dos grupos con mayores niveles de ingresos, que sugiere que este tipo de gasto presenta ya un nivel máximo de manera que nuevos incrementos de renta no aumentarían su participación en el total y, en esta medida, perderían parte de su carácter de bienes superiores.

La partida de gasto más importante de este grupo es la correspondiente a la compra de bienes para el ejercicio de actividades de ocio y culturales, lo que sugiere que el consumidor español gasta más en equiparse para el ocio que en su práctica.

Como en el caso del gasto en sanidad, el realizado en enseñanza tiene carácter de complementario sobre la provisión pública de este servicio. El hecho de que no se incremente la parte de gasto dedicada a la enseñanza o incluso que descienda levemente (1,9% del total del gasto en 1986, frente al 1,8% en 1995), puede ser indicativo de que la provisión pública de este servicio cubre, al menos en buena parte, las nuevas demandas de los individuos, haciendo innecesario dedicar partes crecientes del gasto a la enseñanza.

CONCLUSIONES

***Un marco de interpretación
del gasto en consumo privado en España.***

A lo largo de las páginas anteriores se ha analizado la evolución del gasto en consumo privado desde 1986, hasta casi el final de la de fin de siglo. El análisis se ha centrado en la influencia que ejerce la renta disponible por las familias como principal determinante del gasto, aunque como ya se advertía en el primer capítulo, el nivel de ingresos no explica por sí sólo el comportamiento de gasto de los individuos, pues las decisiones de consumo se encuentran influidas por un entramado complejo de influencias que abarcan desde la propia autoestima a la configuración del sistema productivo.

El consumo se ha constituido en "la cultura" de las sociedades más ricas, es decir, en el conjunto de normas que orientan el comportamiento de los individuos, señalando lo que es bueno y recomendable y aquello de lo que debe prescindirse. El consumo como cultura implica que la disposición de bienes, el consumo propiamente dicho, va más allá de la provisión de la base material que permite desarrollar actividades más creativas y espirituales, convirtiéndose en el objeto mismo de la actividad de los individuos. Incluso buena parte de tales actividades creativas y espirituales ha perdido su calidad de finalidad y se orientan hoy a favorecer el consumo de los individuos. El consumo, la cantidad y el tipo del consumo realizado por un individuo, contiene el código de signos con los que aquel se relaciona con otros individuos (para la adscripción a un determinado grupo social, para mantener un determinado estatus social) a la vez que proporciona la satisfacción de haber alcanzado el nivel y estilo de vida deseado.

De esta forma, el consumo como cultura es un fenómeno que alcanza a todas las facetas de la sociedad, desde los ámbitos más personales íntimos a la organización política y, por supuesto, a la del sistema productivo. El propósito de este trabajo es la descripción de la evolución del gasto en consumo de los españoles, por lo que ceñimos estas conclusiones al examen de como se han manifestado los principales condicionantes económicos del gasto en consumo en España durante los últimos años.

Sobre el comportamiento inmediato, a corto plazo, de gasto en consumo de los individuos influyen tres grandes tipos de factores condicionantes. Dos de ellos son de orden externo a los propios individuos (aunque no son independientes de las decisiones conjuntas de los individuos de una sociedad en tanto que consumidores): la evolución del sistema económico que determina el nivel de renta disponible por las familias y la oferta de productos, bienes y servicios, existentes en el mercado. El tercer factor condicionante del gasto en consumo que tratamos aquí es de orden interno a los individuos y está formado por el programa de gasto que recoge la planificación del consumo a medio y a largo plazo con el que pretenden conseguir el nivel de vida y estatus social deseado. En el programa de gasto de los individuos se resumen todos los condicionantes indirectos, económicos y culturales, que influyen en la determinación del objetivo de consumo de los individuos. En estas conclusiones destacaremos sólo dos aspectos relacionados directamente con el nivel de gasto de los individuos: la influencia del consumo de capital fijo y la aproximación de los comportamientos de gasto entre los individuos con distintos niveles de ingresos y respecto a los consumidores de los otros países miembros de la UE.

***La renta como determinante del
gasto en consumo privado.***

El objetivo de los individuos es conseguir un determinado nivel de vida ⁽³⁾ y a ese fin orientan su gasto, por lo que éstos difícilmente se conformarán con un determinado nivel de ingresos si éste es insuficiente para conseguir el nivel de vida deseado y procurarán desarrollar la actividad que sea necesaria para conseguir incrementar sus ingresos. De manera que si bien es cierto que en lo inmediato el nivel de renta de los individuos resulta ser el principal condicionante del gasto en consumo, y opera como restricción presupuestaria al gasto, ya que "no es posible gastar más de lo que se ha obtenido" (y de lo que razonablemente espera obtenerse en el futuro⁴), a medio y largo plazo es cierto que el nivel de ingresos o, cuando menos, la actividad desarrollada por los individuos para conseguir sus ingresos, está condicionada por el grado de cumplimiento del nivel de vida deseado, es decir por el volumen y tipo de consumo alcanzado.

Los datos sobre el nivel de gasto en consumo de los españoles analizados en los capítulos anteriores sugieren la existencia entre los mismos de un cierto grado de insatisfacción con el nivel de consumo alcanzado, lo que ha hecho crecer la propensión media al consumo, en términos corrientes, entre 1970 y 1998, medida como proporción de la renta disponible por las familias después de impuestos. Aunque es de señalar que deben diferenciarse dos periodos, entre 1970 y 1989, y desde este año hasta 1998. En el primero de estos subperiodos, 1970-89, la proporción de renta dedicada al consumo privado crece hasta su punto máximo, para disminuir ligeramente desde ese año, lo que sugiere que en la última década los consumidores españoles están relativamente más satisfechos con el nivel de consumo alcanzado, por lo que cabe esperar menores crecimientos relativos del consumo en el futuro y una mayor tasa de ahorro en el futuro. Todo ello teniendo en cuenta que la propensión al gasto en consumo de los españoles es aún relativamente elevada en comparación con los países de la UE. Aunque tal vez por ello, cabe esperar que se consolide esta tendencia en el futuro.

El incremento de la renta disponible tiene también efectos cualitativos, sobre las preferencias de los individuos acerca de los distintos productos ofertados en el mercado. La clásica ley de evolución de los hábitos de consumo señala que, a medida que se incrementa el nivel de ingresos de los individuos, se irán cubriendo las necesidades básicas (alimento, cobijo y abrigo) y se abordará el consumo de nuevos productos para satisfacer mejor las necesidades básicas y para cubrir nuevas necesidades de un orden superior, en el sentido de menos perentorio. En el caso del consumo en España, el resultado ha sido que en la década de los años noventa el gasto en alimentación ha perdido su tradicional primer lugar entre los destinos del gasto en consumo de los individuos. El primer grupo de gasto ahora es la vivienda, su equipamiento y mantenimiento, y los grupos de gasto que presentan mayor potencial de gasto están ligados a la oferta de nuevos productos, la telefonía móvil, por ejemplo, y a ciertos servicios personales, complementarios de los que prestan los correspondientes sistemas públicos. Otra característica de la evolución del gasto en consumo en los últimos años en España, es la mayor preferencia por el gasto en bienes, antes que en servicios, aún cuando se trate de actividades, como las de ocio, esparcimiento y cultura, que en principio parece que debieran tener una mayor participación sobre el total del gasto.

Estos fenómenos confirman claramente que, siguiendo la clásica ley de Engel, se ha modificado el modelo de hábitos de consumo de los españoles, a la vez que parecen persistir ciertos rasgos culturales propios. La cuestión que podría plantearse es si la evolución del gasto en consumo en España está caracterizada en una parte significativa por esos posibles sesgos autóctonos, o si simplemente se trata de que aún se encuentra en un estadio intermedio de evolución, y que la homologación con los hábitos de consumo de los países más evolucionados sólo es cuestión de tiempo y de sucesivos incrementos de la renta disponible por las familias.

³ Una vez más advertimos que el análisis se refiere a las sociedades desarrolladas y más ricas.

⁴ La anticipación del consumo mediante el endeudamiento es posible porque los prestamistas anticipan rentas futuras. Salvo error en los cálculos del "scoring", ninguna institución financiera prestará más dinero de lo que el prestatario pueda devolver sin poner en peligro los niveles mínimos de consumo correspondientes a su nivel de vida.

***El sistema productivo
y el gasto en consumo.***

En este trabajo nos hemos aproximado muy marginalmente a la influencia del sistema productivo sobre el consumo, únicamente en lo referente a alguno de sus efectos sobre la modificación de las preferencias por ciertos bienes y servicios. No obstante, no se ha querido perder de vista la profunda y necesaria relación entre los sistemas de producción y los comportamientos de gasto en consumo de los particulares, por la que, de una parte, los consumidores necesitan de la producción para satisfacer sus necesidades y deseos y los productores y el sistema económico en general necesitan del gasto creciente de los consumidores para alcanzar sus propios objetivos.

La influencia del sistema productivo sobre el comportamiento de consumo de los particulares se ha revelado en este trabajo en aspectos particulares como la mayor propensión al consumo de bienes y servicios ahorradores de tiempo, fundamentalmente de alimentación, al gasto en comidas fuera del hogar, y un mayor equipamiento de los hogares, como consecuencia del menor tiempo disponible para el trabajo en los hogares motivado por la mayor incorporación de la mujer al mundo laboral y por el cambio de las condiciones laborales ⁵.

***La convergencia de los
hábitos de consumo.***

El análisis realizado muestra que, en general, el crecimiento de la renta ha propiciado la aproximación entre los hábitos de consumo de los individuos con diferentes niveles de renta. En concreto, muestra una mayor aproximación entre las estructuras de gasto de los distintos niveles de renta, e incluso una menor divergencia entre el volumen de gasto en consumo de los grupos con menor y mayor renta. En una primera descripción de los resultados del trabajo, puede afirmarse que se ha producido una cierta convergencia en el consumo de los individuos con distinto nivel de renta o, dicho de otra forma, que las diferencias de consumo entre los españoles se han reducido. Con sólo leer el enunciado, es obvio que deben hacerse una serie de matizaciones.

- ✓ En primer lugar, que la diferencia aún es mucha, además de continuar existiendo un elevado número de excluidos que difícilmente pueden hacerse oír en las estadísticas de consumo.
- ✓ El fenómeno que se observa en los datos es que, como era de esperar, los grupos de menor renta han incrementado su nivel de gasto en consumo según se han incrementado sus ingresos, mientras que los grupos de renta más elevada han disminuido su propensión al gasto en consumo, apareciendo así nuevos comportamientos diferenciadores que no se concretan exactamente en gastos en consumo, como puede ser el ahorro en sentido estricto, como excedente de renta y no como gasto diferido, evidenciado a través de un mayor gasto en servicios financieros.
- ✓ Aunque los grupos de renta más elevados continúan siendo referentes sociales para la determinación de los niveles de vida deseados por los individuos y continúan

⁵ Habría que añadir a este respecto, la influencia de la urbanización de la población, el crecimiento de las ciudades y un resultado poco eficaz de la gestión de las mismas, que hace necesario utilizar mucho tiempo en desplazamientos y gestiones. Por más que la cuestión sea de total interés y muy sugerente para el análisis, como tantas otras, queda fuera del resumen de lo tratado en este trabajo.

proponiendo consumos de estilos de vida distinguidos, la generalización del consumo masivo ha hecho aparecer nuevos grupos como referentes de estilos de consumo entre los grupos de renta media o medio-alta, que articulan la difusión de los comportamientos del consumo de masas.

- ✓ Los grupos de renta más alta continúan mostrando rasgos particulares en sus comportamientos de gasto (en ocio, esparcimiento, otros bienes de consumo), además de diferenciar claramente los productos objeto de su consumo.

La importancia del nivel de renta se deja sentir al analizar la posible convergencia con las estructuras del consumo de los países más significativos de la UE y EE.UU. Las diferencias mostradas con las correspondientes estructuras de gasto en consumo en España, se mantienen en términos generales a lo largo de los años considerados. Es decir, se mantienen las diferencias medias, aunque se producen variaciones, tanto en sentido positivo como negativo, respecto de algunos países y de los distintos grupos de gasto en consumo. El mantenimiento de las diferencias medias a lo largo de los años es resultado de que no se ha producido el suficiente acercamiento de los niveles de renta con los países con que se ha establecido la comparación. Sin embargo, sí se ha producido una cierta convergencia en la participación en el gasto de algún grupo de productos (alimentación, vivienda), a la vez que la estructura de gasto en España muestra rasgos propios, como el mayor gasto relativo en otros bienes y servicios, que podría caracterizar el comportamiento de consumo en España y ser revelador de la existencia de factores culturales y de entorno que diferencian los hábitos de los consumidores. Con todo, tal vez más importante sea constatar que la existencia de rasgos culturales autóctonos no impide la formación de segmentos de consumidores paneuropeos que permiten el incremento de la escala de producción y la internacionalización de las empresas de producción y de distribución, aunque los componentes de esos "euro segmentos" de consumidores no se clasifiquen en los mismos niveles de ingresos en cada país, por más que mantengan ciertos rasgos culturales propios que hagan necesarias ciertas adaptaciones de los productos.

BIBLIOGRAFIA

- ALONSO, L. E. Y CONDE, F. (1994). *Historia del consumo en España*. Ed. Debate. Madrid.
- ALONSO, L. E. (2000). "Las transformaciones del modo de consumo. La vida material entre el fordismo y el postfordismo", en Gimeno, J.A. (coord.) (2000), pp. 35 a 68.
- ALONSO RIVAS, J. (2000). *Comportamiento del consumidor*. 3ª edición. Esic Editorial. Madrid.
- BECKER, G. (1981). *Tratado sobre la familia*. Ed. en español de Alianza Editorial. Madrid, 1987.
- BAUDRILLARD, J. (1974). *La génesis ideológica de las necesidades*. Ed. Anagrama. Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1979). *La distinción. Crítica y bases sociales del gusto*. Ed. en español, Taurus Madrid, 1988.
- CASARES RIPOL, J. (1994). "Influencia de las marcas y de las formas comerciales en el consumidor". *Revista de Occidente*. nº 162, pp.107 a 120.
- CASARES, J. (1995). *Una aproximación socioeconómica a la Rebelión de las masas*. Ed. Dykinson. Madrid.
- CASTILLO CASTILLO, J. (1987). *Sociedad de Consumo a la española*. EUEDEMA, Madrid.
- CASTILLO CASTILLO, J. (1994). "La vida social del consumo". *Revista de Occidente*. nº 162, pp. 77 a 94.
- CASTRO, A. E. y TEIXEIRA, J. F. (1999). *Las decisiones económicas de las familias*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Alcalá. Alcalá de Henares.
- CUADRADO, J. R. (1994). "Los españoles como consumidores de bienes, de servicios y de tiempo". *Revista de Occidente*. nº 162, pp. 23 a 44.
- DE LA DEHESA, GUILLERMO (1994). "El consumo: importancia y factores determinantes". *Revista de Occidente*. nº 162, pp. 7 a 22.
- DUESEMBERRY, J. S. *La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores*. Alianza Editorial.
- GIMENO, J.A. (coord.) (2000). *El consumo en España: un panorama general*. Editores, Fundación Argentaria y Visor. Madrid.
- GIMENO, J.A. (2000 a). "Lujo y primera necesidad: definición y evolución en España", en Gimeno, J.A. (coord.) (2000), pp. 141 a 162.
- HELLER, A. (1974). *Teoría de las necesidades en Marx*. Edición en español, Ediciones península; Barcelona, 1978.
- HERRERO, C. (1981) "La función de consumo en modelos multisectoriales de renta y producción: Análisis dinámico". *Estadística española*, nº 93.
- JOHNSON, M. BRUCE (1974). *El comportamiento del consumidor. Consumo, renta y riqueza*. Alianza editorial, Madrid.
- JOHNSTON, J. (1975). *Método de econometría*. Ed. Vicens Vives. Barcelona.
- KATONA, G. (1968). *La sociedad de consumo de masas*. 1ª edición en español, Ediciones Rialp, Madrid.
- KEYNES, J. M. (1936). *Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1971 (2ª reimpresión de la segunda edición).
- LLUCH, CONSTANTINO (1969). "Elasticidades de Engel y de precios para las grandes categorías de bienes de consumo en España". *Moneda y Crédito*, nº 158, marzo.
- LLUCH, CONSTANTINO (1971). *La demanda de bienes de consumo*. Fondo para la Investigación Económica y Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro. Madrid.
- MOCHÓN MORCILLO, F. (1977). "Regularidades teóricas de los modelos econométricos de la economía española". *Moneda y Crédito*, nº 140; marzo.
- O'SHAUGHNESSY, J. (1989). *Por qué compra la gente*. Ed. Díaz de Santos. Madrid.
- PEREZ-DÍAZ, V. (2000). "El consumo, la conversación y la familia", en Gimeno, J.A. (coord.) (2000), pp. 27 a 34.
- TORRES LÓPEZ, J. (1994). "Formas de producción y pautas de consumo en la crisis del estado del Bienestar". *Revista de Occidente*. nº 162, pp. 45 a 61.
- SEN, A. (1987). *The Standard of Living*. University Press, Cambridge.

- SCITOVSKY, T. (1976). "Renta y felicidad". *Revista Española de Economía*; mayo-agosto.
- VEBLER, T. (1899) *Teoría de la clase ociosa*. 1ª edición en español, Fondo de Cultura Económica, México, 1944.
- VERNON, R. (1973). *Soberanía en peligro*. Fondo de cultura Económica. México