

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO

LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN ESPAÑA

ANÁLISIS
DEL CONSUMO
AUTOCULTURA



MINISTERIO
DE SANIDAD
Y CONSUMO



INC
INSTITUTO
NACIONAL
DEL CONSUMO

Alfonso Rebollo Arévalo

La estructura del consumo en España

(2.^a edición, ampliada y revisada)

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Instituto Nacional del Consumo

© EDITA:

Instituto Nacional del Consumo
Príncipe de Vergara, 54. 28006 Madrid
INTERNET: www.consumo-inc.es

e.mail: publicaciones@consumo-inc.es

Imprime: Guaranti, S.L.
NIPO: 353-00-005-8
ISBN: 84-86816-84-X
Dep. Legal: M-13889-2001

Prólogo

El Instituto Nacional del Consumo publicó en 1983 este libro que, en su momento, tuvo una excelente acogida.

Ahora vuelve a editarse, pero en base a un análisis actualizado, tanto de los datos del consumo de las familias españolas como de la interpretación de los mismo, teniendo en cuenta una realidad que ha cambiado sustancialmente.

En la edición de los años ochenta, se decía que «no es frecuente que en España se publiquen libros sobre el consumo de las familias y, menos aún, que estos libros traten el asunto desde la perspectiva de la ciencia económica».

Si una de las justificaciones que se daba para ello era «... el tardío interés que ha suscitado el consumo en la sociedad española...», hoy tal situación no procede ser interpretada de la misma forma, ya que los temas de consumo son un agregado habitual en cualquier análisis económico que se quiera realizar en torno a la realidad de un país.

Este nuevo texto, entre otros objetivos, pretende realizar una radiografía de la distribución de la renta de las familias españolas, respecto a las grandes partidas de gastos, desde un enfoque económico, que no siempre explica con exactitud las decisiones de gasto de los individuos, como pone de manifiesto el propio autor de la obra

No obstante, aún siendo consciente de esta visión restrictiva del fenómeno, las páginas siguientes describen las tendencias de nuestros ciudadanos respecto a la consecución de su mayor bienestar

Uno de los aspectos más característicos de la estructura del consumo en España es la convergencia de los hábitos de consumo de los individuos con distintos niveles de renta.

Es decir, las diferencias de consumo entre los españoles se han reducido y de los datos disponibles se concluye que las diferencias del volumen del gasto entre los individuos con mayor renta y los de menor disminuye, lo cual no significa, interpretando las cifras disponibles, que los niveles de gratificación y esfuerzo económico realizados por cada uno de los colectivos, presente a la sociedad española plenamente satisfecha con sus expectativas como consumidores.

De igual manera que se ha destacado la convergencia de los hábitos de consumo en la sociedad española, habría que subrayar la importancia, también, de la terciarización de nuestra economía y la forma en que repercute en la modificación de los presupuestos del gasto de las familias, al destinar cada vez una proporción mayor de ingresos a la adquisición de servicios. Ello se interpreta como la culminación del proceso de masificación del consumo, avalado por el desarrollo económico de nuestro país, y del elevado bienestar alcanzado.

Al respecto debe tenerse en cuenta, en relación con este desarrollo consumista actual y con la estructura del consumo en nuestro país, la adaptación a las nuevas formas de mercado que están surgiendo como consecuencia de las nuevas tecnologías y del comercio electrónico e, igualmente, las exigencias sobre la seguridad alimentaria y control de mercado, evitando riesgos en una materia tan sensible para el ciudadano y de tanta relevancia en el consumo de bienes de primera necesidad, para lo cual se pondrá en marcha, dentro de la estructura del Ministerio de Sanidad y Consumo, la Agencia de Seguridad Alimentaria.

Indudablemente, las posibilidades de adquisición de bienes y servicios han adquirido diferentes formas en los últimos tiempo que, objetivamente, constituyen un avance y un campo de opciones beneficiosas para el consumidor, aunque no exenta de riesgos, por lo que se requieren una formación e información adecuadas, que es necesario adaptar a la actual estructura de consumo.

En definitiva, este libro pretende mostrar un análisis de la distri-

bución del gasto de las familias, fundamentalmente desde una perspectiva económica, aunque, así se señala en la propia obra, los factores que determinan la distribución del gasto son muchos y variados. Podríamos citar: las expectativas de empleo y salarios, los cambios en los tipos de interés, las ganancias y pérdidas de capital, la repercusión de la inflación sobre las rentas de las familias, la facilidad crediticia, etc.

El Presidente del I.N.C.
Julio Sánchez Fierro

Agradecimientos

Tengo el firme convencimiento de que toda obra humana tiene en mayor o menor medida un autor colectivo, que toda obra se realiza en un contexto del que se beneficia el autor. En el caso de este libro estas afirmaciones son totalmente ciertas en su más amplia acepción. Desde hace mucho tiempo, lógicamente desde antes de la primera edición de este libro, en 1983, han sido muchos los que en tantas ocasiones me han obsequiado con excelentes ideas, y todavía más aún han sido los autores que a través de sus obras me han enseñado cosas sobre el consumo. Algunos incluso lo han hecho de ambas maneras. Imposible y pretenciosa sería la tarea de realizar su nómina. Pero quede manifiesto mi reconocimiento hacia todas ellas y mi agradecimiento, especialmente a los compañeros y amigos que personalmente tanto me han ofrecido. Espero no haber malgastado sus aportaciones pues, por supuesto, los errores que pueda contener este libro son exclusivamente de mi responsabilidad.

Sin embargo hay aportaciones directas para la realización de este trabajo que deben quedar recogidas de manera expresa. Belén Guisado Gordillo, y el profesor Javier Oubiña Barbolla, en la captación y proceso de la información cuantitativa.

Y quiero dejar expreso mi agradecimiento a los editores del Instituto Nacional de Consumo, sin cuya confianza, y ánimo y paciencia, este trabajo no se habría realizado.

Índice

<i>Prólogo</i>	3
<i>Agradecimientos</i>	7
1. EL ALCANCE SOCIAL Y ECONÓMICO DEL CONSUMO	11
1.1. Introducción	11
1.2. El «objetivo de los individuos» frente al «objetivo de los consumidores»	17
1.3. Los programas de gasto del consumo privado	20
1.4. El consumo es una función social	24
1.5. Consumo y modo de producción	30
2. DEMANDA AGREGADA DE CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA	33
2.1. El consumo privado en la economía española	33
2.2. Renta y gasto agregado en consumo privado	36
2.3. Consumo y gasto	48
2.4. Comparación con los países de la UE, EEUU y Japón ..	50
2.5. Los ajustes de los programas de gasto de los consumidores	52
2.6. Renta y consumo provinciales	56
3. LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA	65
3.1. La estructura del consumo en 1988	65
3.2. La evolución de la estructura del gasto	70

3.3. El comportamiento de gasto de los españoles «comunitarios»	74
3.4. La convergencia interna de los hábitos de gasto en España	96
3.5. La convergencia del comportamiento de gasto en los países de la UE	112
4. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR GRUPOS DE GASTO	
4.1. Necesidad y deseo de consumo	119
4.2. Evolución del gasto en alimentación y bebidas	125
4.3. El gasto en vestido y calzado	131
4.4. El gasto en vivienda y equipamiento del hogar	136
4.5. El gasto en servicios médicos y conservación de la salud	146
4.6. Gasto en transportes y comunicaciones	149
4.7. El gasto en ocio y cultura	154
5. CONCLUSIONES. LOS CONDICIONANTES DEL CONSUMO	
<i>Bibliografía</i>	167

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 Keynes: «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».

Para cumplir sus proyectos los individuos dependen de la posibilidad de obtener determinado número de productos —bienes y servicios— que les permitan realizar una serie de actividades, además de mantener la vida en las condiciones suficientes para poder desarrollar esas actividades. 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». Las consecuencias de este fenómeno son numerosas y muy profundas; en cuanto al comportamiento de los individuos, la cultura del consumo ha entronizado al consumo como medida del cumplimiento de los proyectos vitales de los individuos; el consumo masivo de las sociedades más desarrolladas, junto con la tendencia a la privatización de la vida social y la riqueza económica ha hecho incrementar el número de «excluidos» y las

situaciones de hambrunas y muerte de muchos países «menos desarrollados»; desde el punto de vista de la evolución de los sistemas económicos, el consumo masivo pone en cuestión la posibilidad de mantener el crecimiento económico, al menos en su forma actual, por las repercusiones negativas de éste sobre el medio ambiente. En el haber de este proceso se encuentra el hecho de que el gran crecimiento del consumo ha servido para que los ciudadanos de los países desarrollados hayan mejorado muy sustancialmente sus expectativas y condiciones de vida.¹

El consumo tiene así un amplio alcance sobre muy distintos aspectos de la sociedad, siendo uno de los principales factores de vertebración social, de configuración cultural y, por supuesto, condicionante del devenir del sistema económico.

En este trabajo se analiza el comportamiento de gasto de los consumidores españoles. Se utiliza por tanto un enfoque económico y se trata un tema concreto dentro del amplio abanico de posibles análisis sobre el consumo. Sin embargo la aproximación al tema propuesto se hace considerando las diferentes dimensiones del consumo y no solo su dimensión económica. Consecuentemente, no siempre se coincide en este trabajo con los principios axiomáticos —los llamados supuestos básicos— del análisis económico del consumo que resultan a veces demasiado restrictivos para comprender, en nuestro caso particular, las decisiones de gasto de los individuos.

El análisis convencional del consumo considera a esta función económica de forma separada de la función de producción de los bienes y servicios, considerándolos como dos entornos distintos regidos con lógicas diferenciadas que se relacionan en los distintos mercados en los que productores y consumidores intercambian sus recursos y productos. De manera que, por

(1) Aunque curiosa y contradictoriamente la cultura del consumo hace referencia a la cantidad de bienes y servicios consumidos y no a la calidad o racionalidad de dicho consumo.

ejemplo, las decisiones de consumo que toman los individuos no influirán en sus decisiones laborales, pues aquellas se tomarían en función de los ingresos obtenidos por los individuos que se determinarían independientemente en el mercado laboral. La relación entre las decisiones de consumo y la renta de los individuos consistiría solamente en la limitación que el nivel de ingresos supone como máximo de la capacidad de gasto de los individuos. Consecuentemente, el análisis económico convencional considera a los individuos parcialmente, según la función que realizan en cada momento: como mano de obra o como consumidores.

Esta consideración disociada del comportamiento de los individuos no se corresponde con su radical realidad unitaria. El planteamiento del análisis convencional del consumidor se corresponde más bien con una situación económica y social en que los individuos tienen limitadas sus posibilidades de elección, y sus proyectos personales son predeterminados por la pertenencia al grupo o clase social de nacimiento, que condiciona tanto su capital personal, como las posibilidades de acrecentarlo y, en definitiva, la cantidad y tipo de productos de consumo a los que puede acceder. En la medida en que la situación social y económica se ha hecho más libre es necesario incorporar en el análisis del consumo el hecho de que los individuos toman sus decisiones considerando conjuntamente los distintos aspectos de su actividad en orden a conseguir un objetivo principal: su mayor bienestar. Este objetivo de bienestar se decide en función de cuáles sean las alternativas, de ingresos y gasto, que le ofrece la sociedad y sus propias conveniencias sobre el empleo de su tiempo. La limitación que supone el nivel de renta para el consumo, tanto en términos macro como microeconómicos, debe replantearse a partir de la mayor posibilidad de elección de los individuos.²

(2) De nuevo aquí es necesario recordar que este planteamiento es válido sólo para una parte de la humanidad. Todavía son mayoría las personas que

De la misma forma, el entorno de la producción toma en cuenta como es el comportamiento de gasto de los individuos y como hacer crecer este gasto para lograr sus propios objetivos de crecimiento. Desde el punto de vista del análisis macroeconómico, desde Keynes conocemos bien que la demanda en un sistema económico no es una variable independiente de la producción, así como la importancia que tiene el volumen y tasa de crecimiento de la demanda para la recurrencia del sistema económico en general y de la producción en particular.

Es necesario entonces considerar conjuntamente las decisiones de gasto y de ingresos de los individuos, así como tener en cuenta las relaciones que se establecen entre los entornos de la producción y del consumo *antes de su encuentro final* en el mercado para la realización de los intercambios. Las relaciones y condicionantes más importantes entre los entornos del consumo y de la producción, tienen lugar antes de producirse los intercambios. Y, dado que los productores ostentan más poder que los ciudadanos en tanto que consumidores, hay que esperar que el sentido en el que se condiciona la actividad sea desde la producción hacia el consumo. El intercambio es así más bien el resultado final y «condicionado» de todas esas relaciones e influencias de poder, que el de las relaciones que se establecen en el momento en que se realizan los intercambios.

El objeto de este trabajo es el análisis del gasto privado en consumo en España en los últimos lustros, a fin de determinar cuáles son sus principales características actuales y cuáles las tendencias de evolución para los próximos años de un fenómeno tan relevante como es el comportamiento consuntivo de los españoles. En los siguientes apartados de este primer capítulo,

encuentran limitaciones de todo tipo en su vida a los que son bien aplicables los postulados más convencionales de la ciencia lúgubre. Y aún más, son muchos millones de personas para los que las disquisiciones sobre el análisis económico del consumo serían un insulto si los conocieran.

se examinan los aspectos condicionantes del gasto privado en consumo que forman el conjunto de supuestos sobre el comportamiento de gasto de los individuos y se formulan los supuestos asumidos para este análisis, sometiendo a revisión los conceptos de utilidad del consumidor, la temporalidad de sus decisiones, la unidad de consumo, etc. Para ello se parte de las interpretaciones económicas convencionales, incorporando aportaciones más recientes que amplían el análisis del consumo con la consideración de la variable tiempo como el factor más importante con que cuentan los individuos para conseguir el nivel de vida deseado, y del hogar como centro de producción de bienes y servicios. 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. Asimismo se describen las relaciones entre estas variables según el nivel de renta de las familias, tanto nacional como provincial. Se examina también la relación entre gasto en consumo e importaciones, como uno de los comportamientos consumistas de los españoles, condicionantes de la evolución de la economía española, dada su alta propensión al consumo de productos importados. Por último se examina la evolución de la estructura del gasto de consumidores según grupos de productos, examinando también las diferencias entre regiones.

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. Estos fenómenos centran el análisis de este capítulo cuarto.

El último capítulo recoge las principales conclusiones obtenidas en la descripción de los comportamientos de gasto analizados en los anteriores capítulos.

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 que puede expresarse (G. Becker, 1987; 19) como:

$$U = U(x_1 \dots x_n, t_1 \dots t_n)$$

x_i es la cantidad consumida del bien i ésimo, y

t_i es la cantidad de tiempo dedicado a la actividad « i ».

Para cada individuo j la función general de utilidad puede particularizarse en una función que expresa el nivel de vida que desea alcanzar:

$$U_j = U_j(x_{1j} \dots x_{nj}, t_{lj}, t_{rj}, t_{hj})$$

$x_1 \dots x_n$, es el conjunto de productos que proveen al individuo j de la cesta de características (Lancaster) que desea obtener;

t_{lj} es el tiempo dedicado por « j » al trabajo remunerado;

t_{rj} es el tiempo dedicado por « j » a la formación de capital humano;

t_{hj} es el tiempo dedicado por « j » a la producción doméstica de bienes y servicios y a las actividades de atención personal y contemplativas.

La utilidad de los individuos está sometida a dos restricciones, una es la bien conocida restricción que el nivel de ingresos (I_j) impone sobre el nivel máximo de gasto en consumo:

$$\sum p_i * x_{ij} = I_j$$

p_i es el precio de los productos consumidos por el individuo « j ».

La segunda restricción viene dada por el tiempo máximo de vida esperada (t) de los individuos, de manera que:

$$\sum t_{ij} = t$$

t_{ij} es el tiempo que emplea « j » en cada actividad «l», «r», «h».

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. La utilidad de la actividad laboral, por ejemplo, no se agota en la obtención de ingresos, sino que también puede ser un bien en sí mismo y fuente de satisfacción personal. De la misma manera, aunque en sentido contrario, la realización de ciertos trabajos no remunerados en el hogar como los de bricolaje, tienen su explicación tanto en la afición a las tareas manuales, como en el elevado precio cobrado por los especialistas. En segundo lugar, porque, no considera predeterminado el nivel de ingresos de los individuos, sino que este dependerá de cómo cada individuo decide 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 (Becker, 1987).

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

$$S_j = x_{ij} p_i + w_l t_{lj} + w_r t_{rj} + w_h t_{hj}$$

W_l el valor moral o colectivo adjudicado a la actividad laboral³;
 W_r el valor adjudicado a las actividades de formación del capital humano;

W_h el valor adjudicado a las actividades de producción doméstica y a las actividades contemplativas.

Una ausencia notable de este planteamiento es el reconocimiento de la existencia de una amplia diversidad de comporta-

(3) El valor recogido en « W_l » se refiere exclusivamente a la gratificación personal que pueden obtener los individuos en su actividad laboral, no a la retribución salarial, con independencia de que tal componente sea de difícil determinación y, en no pocas ocasiones, resulte lamentablemente igual a cero o presentes valores negativos.

miento de los individuos, ya que estándares de vida equivalentes pueden ser alcanzados con distintas combinaciones de productos y utilización del tiempo de los individuos.

El objetivo final de los individuos será hacer mínima la diferencia entre el nivel de vida deseado (U) y el nivel de vida obtenido (S). Para un individuo « j » determinado:

$$\text{MIN } (U_j - S_j)$$

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 (S_j) 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.⁴

(4) La teoría económica se ha ocupado ampliamente en explicar que el consumo realizado por los individuos en un período no depende sólo de la renta corriente. Duesenberry formuló el concepto de «renta relativa», que explica que la demanda de consumo depende tanto de la renta corriente como de la renta de períodos anteriores. Posteriormente, Modigliani y Brumberg elaboraron la «hipótesis del ciclo vital», según la cual el consumo corriente depende también de las expectativas de renta futuras, explicando que los individuos planifican su consumo a largo plazo, ahorrando cuando los ingresos son mayores para completar los menores ingresos obtenidos tras la jubilación laboral.

A partir del momento en que los individuos pueden decidir sobre el empleo de su tiempo y contando con la riqueza y el capital humano acumulado anteriormente, bien por herencia, bien conseguido directamente en los primeros años de vida, se plantearán qué nivel de vida (U_j) es el deseado y cuál el momento de su vida en que considera adecuado alcanzarlo. De estas decisiones se desprenden tasas de descuento diferentes para los distintos tipos de productos —perecederos y no perecederos— y empleos del tiempo —en actividades remuneradas y no remuneradas—, que irán modificándose a lo largo de la vida de los individuos a medida que vayan alcanzándose objetivos parciales del bienestar total —nivel de equipamiento conseguido, capital humano acumulado—. Lo que provocará que varíen las preferencias —las «relaciones marginales de sustitución»— entre los distintos tipos de bienes y servicios a lo largo de la vida de los individuos. Es decir, que a medida que el individuo « j » haya conseguido alcanzar el nivel de formación deseado, cambiará, por ejemplo, su preferencia por el tiempo empleado en formación, a tiempo dedicado a actividades remuneradas. De la misma forma en que a medida que « j » haya conseguido alcanzar un volumen de riqueza y un nivel de ingresos cercano a los deseados, tenderá a dedicar más tiempo a actividades no remuneradas.

En general, la consecución de objetivos por los individuos se ordenan según indican el sentido común y la tradicional clasificación entre necesidades básicas y superfluas. En primer lugar, los individuos pretenderán obtener un nivel mínimo de sa-

y poder mantener así el nivel de consumo «normal». Según la «hipótesis de la renta permanente» de Friedman, que combina los dos enfoques anteriores, el consumo en un período depende de la renta de períodos anteriores, de la riqueza que se posea y de las expectativas sobre ingresos en el futuro, y no tanto de la renta del período. El desarrollo de estas teorías sobre el consumo puede consultarse en múltiples manuales de economía, particularmente opino que el ya clásico trabajo de M. Bruce Johnson (1974) *El comportamiento del consumidor. Consumo, renta y riqueza*, continúa siendo una obra de referencia.

tisfacción de las necesidades básicas —alimentarse, vestirse y guarecerse—. Este mínimo de consumo deseado está determinado por el nivel de consumo anterior, es un mínimo «cultural» y permite una primera clasificación de los individuos en cuanto a los distintos niveles de vida deseados y, consecuentemente, de los respectivos programas de gasto.

Una vez alcanzados los niveles mínimos de satisfacción, los individuos mostrarán en el comienzo de su andadura social una mayor preferencia por la consecución del nivel de bienestar material deseado, dedicando la mayor parte de su actividad a la obtención de ingresos, mediante el empleo de la mayor parte de su tiempo disponible en actividades remuneradas. Consiguientemente, la consecución del nivel de vida material deseado será el principal objeto del gasto de los individuos, a lo que dedicarán tanto los ingresos obtenidos como la financiación ajena que logren obtener. Una decisión de gran importancia en la programación del gasto de los individuos se refiere a la alternativa entre gastos de consumo corriente y gasto en bienes y servicios de consumo duradero y de inversión, tanto en capital doméstico —que permitirá obtener posteriormente un mayor nivel de producción de servicios domésticos— como en capital humano —que presumiblemente permitirá obtener una mayor retribución por el tiempo dedicado a actividades laborales y una mayor satisfacción del tiempo dedicado a las actividades no remuneradas—.

Cabe esperar que una secuencia básica de programación del gasto (referida fundamentalmente a la cultura de consumo española en la actualidad) consistiría en, primero, conseguir los bienes de equipamiento más importantes como la vivienda o automóvil; en segundo lugar los complementarios de los equipamientos básicos, y finalmente, en incrementar los gastos corrientes dedicados a la satisfacción de los deseos más personales.⁵

(5) De esta forma se replantean las «hipótesis del ciclo vital» de Modigliani y Brumberg, y la de la «renta permanente» de Friedman, en el sentido de

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. En un momento de recesión, por ejemplo, los individuos ven peligrar la seguridad de sus ingresos en el futuro, impidiéndoles asumir con solvencia el volumen de endeudamiento necesario para abordar la adquisición de bienes de alto valor unitario como es la vivienda, por ejemplo, obligándoles a posponer la realización del gasto. Paradójicamente ese aplazamiento del gasto de más alto valor origina la aparición de un excedente de ingresos respecto del nivel de gasto planificado, pues al no realizar la compra de la vivienda (siguiendo con el ejemplo anterior) la parte de ingresos planificada para amortizar el capital objeto de endeudamiento y el pago de los correspondientes intereses resulta desocupada, apareciendo así un «excedente 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 consoliden las expectativas de ingresos.

Los cambios en las expectativas de ingresos que los individuos esperan que sean permanentes modifican la estructura de ponderaciones de las distintas actividades, es decir modifican las preferencias de los individuos por el tiempo dedicado a cada actividad. Por ejemplo, cabe suponer que el hecho de que el nivel de vida deseado esté cifrado fundamentalmente en la obtención de unos determinados niveles de bienestar material y

introducir en el análisis del comportamiento del gasto privado la variación temporal de la estructura de preferencias de los individuos.

de consumo, hace que, ante aumentos de las retribuciones salariales, que se consideren consolidados, los individuos incrementen su apreciación de las actividades remuneradas y del ahorro que permita financiar en el futuro un incremento del capital doméstico, que permitiría alcanzar un nivel de vida más elevado.

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. Excepto en casos aislados que están más cerca de las patologías sociales que de los comportamientos singulares de consumo, el bienestar de los individuos está condicionado por el de los restantes miembros del hogar. No importa que en ocasiones los individuos decidan vivir solos, formando los denominados hogares unipersonales, ya que fácilmente se trata de una situación transitoria y, sobre todo, porque la consideración del consumo, también en este caso, será la de que éste se realiza en y desde el hogar.

La consideración del consumo desde la familia, teniendo en cuenta los aspectos del consumo y la obtención de ingresos señalados en los párrafos anteriores, permite considerar al hogar como una auténtica unidad de producción (fundamentalmente de servicios), así como referirse con total propiedad a la «economía doméstica». Es en el hogar y desde el entramado de posibilidades e intereses de sus miembros donde los individuos defi-

nen el nivel de vida deseado, y es a partir de las condiciones domésticas desde donde el individuo obtiene el bienestar que le reportan sus actividades, tanto de autoconsumo, mediante la producción propia de servicios domésticos (desde la alimentación y la limpieza del hogar y de la ropa, a las tareas del cuidado de los hijos y su educación, a la manifestación de afectos, que bien podrían calificarse de «servicios afectivos»), como de consumo de bienes y servicios adquiridos en el mercado. Y es en el seno del hogar donde se decide como obtener ingresos, qué miembros de la familia y en qué medida van a realizar qué actividades remuneradas en el mercado laboral; qué parte de los ingresos se dedicará al gasto corriente, cuál a la consecución de la vivienda y su equipamiento, y cuál a la inversión doméstica en formación del capital humano de sus componentes.

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 si la ejecución de las diversas tareas. La racionalidad económica del consumidor consistiría en maximizar el producto obtenido por la unidad familiar a lo largo del tiempo, sujeto a las restricciones de disponibilidad de tiempo señaladas anteriormente, lo que debería implicar que el reparto de las funciones entre los componentes del hogar debería realizarse siguiendo un criterio de optimización económica, en función de los ingresos marginales esperados de cada uno de los miembros de hogar, de las expectativas de ingresos futuros de cada uno de ellos y de las utilidades obtenidas por cada uno en el tiempo dedicado a actividades no retribuidas. Esa racionalidad económica exigiría que las tasas de cambio entre el tiempo dedicado al trabajo remunerado y a otras actividades de los miembros del hogar, es decir, el nivel y modo de vida deseado, se decidieran teniendo en cuenta de forma *paritaria* las preferencias y posibilidades de todos los miembros del hogar sin prevalencias de los intereses particula-

pueden plantearse sobre la conveniencia y la moralidad de tal afán ilimitado, aquí importa conocer el modo en que se articula esa pretensión creciente de consumo y el mecanismo reproductor de las pautas sociales que mantienen la preferencia por el crecimiento del consumo. Importa conocer si esta preferencia es debida a una condición consustancial de los humanos y por tanto escapa a la voluntad individual, o si por el contrario deriva de un determinante social que podría ser modificado, del mismo modo como habría sido creado. La cuestión para el análisis es totalmente relevante y, de hecho, las determinaciones —necesariamente ideológicas— que se toman sobre esta cuestión conforman los resultados de los análisis. Un buen puñado de estas determinaciones, o supuestos implícitos en los modelos económicos empleados, puede verse en los manuales de introducción a la economía, o al marketing, por ejemplo.

Como en tantas ocasiones se trata de una cuestión de grado. Es obvia la importancia del bienestar material para la felicidad de los seres humanos. Primero se habrían de cubrir las tradicionales necesidades básicas, luego, se trataría de cubrir estas necesidades *de mejor manera*, finalmente se trataría de hacerlo *de la mejor manera posible*. Ciertamente los individuos muestran un comportamiento racional al seguir esa secuencia de objetivos. La discusión aparece cuando se intenta precisar a qué se refiere la expresión «de la mejor manera posible». El comportamiento de consumo de los individuos en las sociedades más desarrolladas indica que esa *mejor manera posible* debe entenderse como tendencia creciente al gasto en consumo y la utilización del consumo como medida y referente principal para la determinación del modo de vida deseado por los individuos.⁷

El crecimiento del gasto en consumo de los individuos se ar-

(7) En *Historia del consumo en España* de L. Enrique Alonso y Conde, Ed. Debate; Madrid, 1994, puede verse una excelente exposición del proceso de formación de la «cultura del consumo» en España.

ticula a través del proceso de imitación de las pautas de consumo de los grupos sociales de mayor renta que se proponen como canones de lo que es un nivel de bienestar deseable, se convierten así en referencia para los grupos de menor renta. No se trata sólo de los grupos de mayores ingresos en términos absolutos, sino que se trata de las diferencias relativas de bienestar que se dan a lo largo de la escala de grupos sociales, en la que los anteriores sirven de referente a los inmediatamente posteriores. En el mismo sentido opera la publicidad que refuerza los referentes sociales más aceptados, así como la preferencia por el incremento del consumo.⁸

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 las 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. Desde el lado del gasto, los individuos al programar su consumo tomarán en consideración la prestación pública de bienes y servicios (facilidades de comunicación y transporte, enseñanza y sanidad, básicamente). Cuanto mayor y mejor sea la provisión pública de bienes y servicios, los individuos tenderán a utilizarlas, liberando capaci-

(8) También es de destacar al respecto la función de creación de referentes de comportamiento que ejercen los medios de comunicación, mediante la propuesta de un gradiente muy amplio y articulado de comportamientos sociales y de consumo. Es paradigmática la creación de comportamientos realizada por el medio televisivo a través de muy diversos programas, desde los de «cotilleo» más vulgares a los pretendidamente más refinados, o las propuestas contenidas en las series costumbristas. A este respecto es aconsejable consultar la espléndida, e incluso ácida, crítica del «hombre masa económico» realizada por Javier Casares en *Una aproximación socioeconómica a la Rebelión de las masas*, editorial DYKINSON; Madrid, 1995.

dad de gasto para incrementar el consumo en otros tipos de productos no provistos públicamente.

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. Como señala contundentemente Torres López (1994; p. 47) «ambos, producción y consumo, forman parte de un proceso general que los influye simultáneamente».

La actividad productiva condiciona las decisiones de consumo de los individuos tanto en el orden macro como microeconómico. En el orden más general, el incremento de la demanda satisface fundamentalmente los intereses de la producción, que requiere que se mantengan tasas de crecimiento económico continuado en las actividades que son rentables para las empresas. Este orden de cosas es el que orienta la tendencia creciente del consumo, el *cuanto* se consume. Para que se cumpla el ciclo de consumo y de reproducción ampliada del capital es necesario que «el consumo», es decir, los individuos en su función de mantenimiento y reproducción, asuman cantidades crecientes de productos, bienes o servicios. Y ello sólo es posible si existe un consenso social sobre la bondad del crecimiento continuado. Este consenso social se concreta en la adopción por parte de los individuos de una serie de axiomas y normas de comportamiento que determinan sus hábitos de consumo. Dos de los principales de estos axiomas son los que señalan que «la utilidad se consigue por el consumo» y que «es bueno maximizar la utilidad», que resumidos dan lugar a uno de los supuestos principales de la teoría del consumidor racional: «el consumidor tiende a maximizar la utilidad». Entre las normas de comportamiento destaca

can la que señala el consumo privado como preferible al consumo colectivo, y la que indica la preferencia por los productos ofrecidos en el mercado, frente a los obtenidos mediante el autoconsumo, es decir, la preferencia por el *comprar*, antes que por el *hacer*.

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. Dicho sea de manera sintética, los productores estarán dispuestos a producir y vender sólo aquellos bienes y servicios con los que maximicen sus beneficios. De esta forma, la capacidad de elección de los individuos se encuentra condicionada por los intereses de los productores. La llamada *soberanía del consumidor* queda así limitada a una elección vicaria, subsidiaria de la primera decisión tomada en el ámbito de la producción.

Por ejemplo, los productores estarían interesados en producir y vender los mismos productos a lo largo del tiempo, lo que minimizaría sus inversiones y maximizaría los beneficios obtenidos por sus recursos. La innovación de los productos y el siguiente incremento de la oferta es resultado de la competencia entre empresas. Los consumidores sancionan con su aprobación, con sus compras, el éxito de los nuevos productos y, en esta medida, deciden los productos que forman la oferta existente en los mercados. La cuestión consiste en si esta capacidad de decisión de los consumidores⁹ es o no suficiente para afirmar la existencia de soberanía del consumidor. En todo caso se trata de una decisión subsidiaria de los intereses de los productores, lo que

(9) Al margen de que la decisión de los consumidores estará desigualmente influida por la diferente capacidad de persuasión de cada productor. Es razonable suponer que esta capacidad será mayor cuanto mayor sea el tamaño de la empresa.

dada la tendencia a la globalización del sistema de producción, permite establecer como hipótesis de trabajo la tendencia a la homogeneización de las pautas de consumo y gasto de los individuos de los distintos países industrializados. Sobre todo en el caso de los países miembro de la UE y, más concretamente, de los que como España no tienen una posición de liderazgo en la Unión.

Baste añadir aquí que en el entorno de la 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, respecto de las de producción exige considerar diferenciadamente el comportamiento y la estructura empresarial de unas y otras.

La demanda agregada de consumo en España

2.1. El consumo privado en la economía española

El Consumo Privado ha continuado siendo el factor principal del crecimiento económico en España a lo largo de las tres últimas décadas (Gráfico 2.1), situándose la cifra media de participación del Consumo Privado (medido en precios constantes) en el PIB en torno a 64% a lo largo del periodo.

Sin embargo puede observarse como las profundas transformaciones habidas en la economía española en los treinta años considerados han disminuido levemente esta importancia del Consumo Privado, ya que entre 1970 y 1998 ha perdido tres puntos porcentuales de participación en el PIB (65,23% en 1970 y 62,28% en 1998) (Cuadro 2.1). En esta evolución pueden distinguirse varios subperiodos. A lo largo de los años setenta la participación del Consumo Privado en el PIB alcanzó sus valores más elevados (67,6% en 1976 y 67,2% en 1979). A partir de estos años el Consumo Privado comienza a disminuir su participación hasta 1984 (62,6% del PIB). Desde este año comienza de nuevo una etapa de crecimiento hasta 1992 (65%), estabilizándose en los años siguientes en torno al 62% ó 63% de participación en el PIB. Es en este último periodo cuando se pueden percibir los

CUADRO 2.1

Estructura porcentual de la demanda en España, 1970-1998.

(Pesetas constantes de 1986)

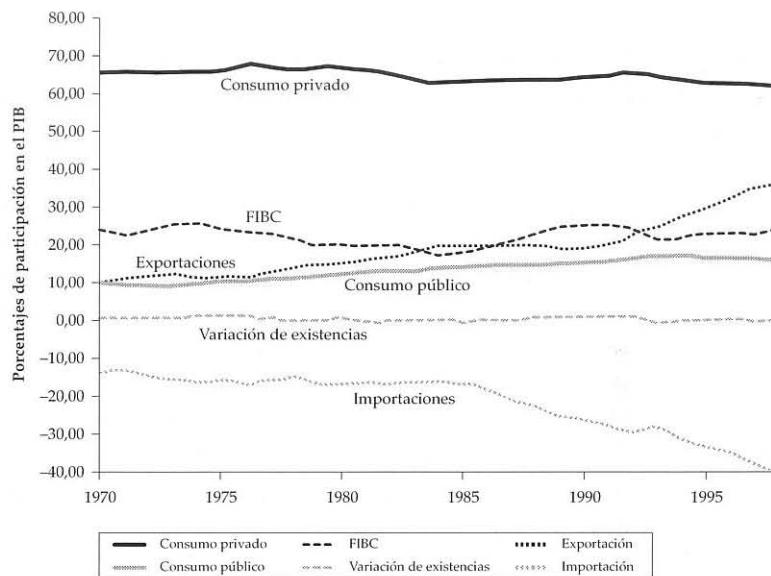
Años	PIG/GIB a precios de mercado	Consumo privado	Consumo público	Formación Interior Bruta de K	Variación existencias	Demanda Nacional	Exportación	Importación	Saldo neto exterior
1970	20.512.121	65,23	10,51	24,90	0,97	101,61	10,85	12,46	-1,61
1971	21.465.753	65,51	10,47	23,08	1,09	100,15	11,84	11,99	-0,15
1972	23.215.030	65,60	10,19	24,38	1,21	101,36	12,41	13,78	-1,36
1973	25.023.181	65,60	10,05	25,55	1,04	102,25	12,67	14,92	-2,25
1974	26.429.127	65,28	10,40	25,69	2,00	103,38	11,87	15,25	-3,38
1975	26.572.397	66,10	10,89	24,41	1,88	103,27	11,76	15,03	-3,27
1976	27.450.289	67,57	11,27	23,44	1,75	104,02	11,96	15,98	-4,02
1977	28.229.612	66,69	11,38	22,58	1,00	101,65	13,03	14,68	-1,65
1978	28.642.478	66,32	11,82	21,66	0,31	100,11	14,22	14,33	-0,11
1979	28.654.512	67,15	12,32	20,70	0,78	100,95	15,01	15,95	-0,95
1980	29.027.187	66,69	12,67	20,57	1,18	101,11	15,16	16,27	-1,11
1981	28.975.987	65,96	13,13	20,09	0,00	99,18	16,43	15,62	0,82
1982	29.429.760	64,87	13,62	20,20	0,44	99,13	16,98	16,11	0,87
1983	30.082.958	63,65	13,84	19,29	0,67	97,44	18,27	15,71	2,56
1984	30.524.354	62,59	13,97	17,70	0,84	95,10	20,11	15,20	4,90
1985	31.321.697	63,15	14,36	18,29	0,06	95,87	20,11	15,99	4,13
1986	32.323.992	63,23	14,66	19,48	0,50	97,87	19,85	17,73	2,13
1987	34.147.515	63,32	15,11	21,03	0,71	100,17	19,98	20,15	-0,17
1988	35.910.027	63,17	14,95	22,77	1,07	101,97	19,96	21,93	-1,97
1989	37.611.409	63,72	15,46	24,70	1,05	104,92	19,63	24,56	-4,92
1990	39.018.297	63,66	15,88	25,39	1,05	105,98	19,53	25,51	-5,98
1991	39.903.175	64,05	16,40	25,23	0,92	106,59	20,60	27,20	-6,59
1992	40.177.443	65,02	16,95	23,94	1,01	106,91	21,97	28,88	-6,91
1993	39.710.033	64,32	17,56	21,68	0,02	103,58	24,12	27,70	-3,58
1994	40.604.007	63,48	17,11	21,74	0,30	102,63	27,54	30,17	-2,63
1995	41.706.926	62,78	16,96	22,91	0,45	103,10	29,49	32,60	-3,10
1996	42.715.349	62,51	16,72	22,66	0,43	102,32	31,85	34,17	-2,32
1997	44.224.113	62,25	16,37	22,99	0,12	101,73	35,30	37,04	-1,73
1998	45.900.739	62,28	16,02	24,16	0,33	102,80	36,68	39,48	-2,80

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

GRÁFICO 2.1

Estructura de la demanda en España, 1970-1998.

(Pesetas constantes)



Fuente: Cuadro 2.1.

efectos de las transformaciones habidas en la economía española. A partir de los primeros años noventa las exportaciones comienzan a crecer rápidamente, sobre todo entre 1994 y 1997, en que presentan tasas de crecimiento anual de dos dígitos, aunque el saldo del sector exterior continúa presentando signo negativo debido al elevado crecimiento de las importaciones, buena parte de las cuales son destinadas al consumo final. La internacionalización de la economía española se muestra como un factor fundamental para explicar la pérdida relativa de importancia del Consumo Privado en la formación del PIB, al incrementar el peso de las exportaciones en la economía española. Esto ha provocado que a pesar de que el consumo privado ha crecido nota-

blemente desde 1995, la participación del consumo privado en el PIB se haya estabilizado en torno a la cifra del 62,3% alcanzada en 1998.

Otro factor fundamental para explicar la evolución de la participación del consumo privado en el PIB, ha sido el comportamiento por los impuestos directos que crecieron el 907,4% en el periodo 1970-98, como resultado de la reforma y modernización del sistema fiscal español realizada a partir de los pactos de la Moncloa del año 1979.

La relativa pérdida de importancia del consumo privado en el PIB no debe ocultar el enorme crecimiento que ha tenido lugar, baste señalar al respecto que entre 1970 y 1998 el consumo en términos reales (medido en precios constantes de 1986) se ha multiplicado por 2,07 veces, alcanzando la cifra de 51,1 billones de pesetas corrientes en 1998.

La tasa de crecimiento del Consumo Privado en España, junto con el volumen alcanzado en 1998, explica el interés que han mostrado todo tipo de empresas por el mercado español, y también, en buena medida, la rápida internacionalización de la economía española, fundamentalmente en el área de la Unión Europea.¹

2.2. Renta y gasto agregado en consumo privado

Al margen de que el nivel de ingresos de los individuos no se encuentre totalmente predeterminado por razones externas a ellos y de que pueden influir en el nivel de ingresos que percí-

(1) El proceso de internacionalización de la economía española, desencadenado tras la adhesión de España a la CE parece estar cubriendo una primera etapa con la expansión en la UE, tras la que cabe esperar que el proceso de internacionalización se extienda cada vez más a otras áreas, al modo en que operan las economías más desarrolladas de la Unión, como pueden ser Francia o Alemania.

ben, mediante la planificación de sus actividades y el empleo de su tiempo, lo cierto es que las decisiones de gasto de los individuos se encuentran condicionadas principalmente por la renta disponible, como límite máximo del gasto. En este apartado se examina la evolución de la renta disponible y del gasto agregado de los consumidores españoles, mediante el análisis de la evolución de la renta disponible de las familias y de las distintas aplicaciones de ahorro y de gasto que de ella hacen los consumidores.

En términos reales (precios constantes de 1986) la Renta Nacional Bruta se multiplicó por 2,2 veces entre 1970 y 1998, mientras que la Renta Bruta Disponible por las Familias (RBDF) antes de pagar los impuestos directos creció aún algo más, alcanzando en 1998 un índice de 226,1 sobre 1970 (Cuadro 2.2). Sin embargo, el crecimiento de la capacidad real de gasto de los individuos, el remanente de la RBDF después de pagar los impuestos directos, fue significativamente menor en el periodo considerado, alcanzando en 1998 un índice de 207,4, casi veinte puntos porcentuales menos que la RBDF antes de pagar los impuestos directos. La razón de esta diferencia se encuentra en el gran incremento de los impuestos directos señalado anteriormente.

De un primer examen de los datos se desprenden como cuestiones más relevantes del análisis conocer cómo ha afectado al comportamiento de gasto de los consumidores españoles el crecimiento de la renta disponible de las familias y de los impuestos directos pagados por ellas.

El gasto en consumo en España en 1998 supuso el 80,2% de la Renta Bruta Disponible de las Familias (RBDF) *antes* de impuestos directos (Cuadro 2.3), observándose una disminución de participación de cuatro puntos respecto de la participación alcanzada en 1970 (en el que el gasto en consumo supuso el 84,2 % de la RBDF). Sin embargo, el aspecto más relevante es que el Gasto en consumo privado *después* de pagar los impuestos directos se incrementó en 3,3 puntos porcentuales a lo largo de los treinta

CUADRO 2.2

Índices de evolución de la Renta Familiar Disponible y el Consumo, a precios de mercado 1970-1998.

(Pesetas constantes de 1986)⁽¹⁾

Años	Renta nacional bruta disponible	Renta bruta disponible de las familias RBDF (después de impuestos directos)	Renta bruta disponible de las familias RBDF (antes de impuestos directos)	Consumo privado	Ahorro bruto (*)	Impuestos directos	Gasto en capital total (**)	Capacidad (+) o necesidad (-) de financiación (***)
1970	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1971	104,49	105,95	106,15	104,59	114,68	113,54	111,28	120,93
1972	113,10	114,01	114,25	112,56	123,29	123,32	119,69	129,89
1973	128,30	129,36	129,95	126,65	146,85	151,43	142,15	155,47
1974	129,66	132,56	133,28	129,68	151,12	159,30	145,75	160,98
1975	129,64	132,89	134,13	130,42	148,78	179,25	144,09	157,39
1976	132,13	136,06	137,64	136,22	135,03	194,95	135,13	134,84
1977	134,36	134,25	136,45	137,45	113,62	216,27	117,63	106,25
1978	137,20	137,18	140,79	137,94	132,28	272,10	137,80	122,15
1979	138,67	137,65	142,13	140,70	117,97	304,94	130,29	95,36
1980	137,52	138,13	143,99	141,79	114,59	356,89	125,94	93,75
1981	134,11	136,89	142,88	139,93	117,32	360,54	121,60	109,46
1982	135,65	138,03	143,29	140,11	124,67	334,27	118,48	136,05
1983	137,78	137,90	144,89	140,91	118,51	398,73	108,07	137,69
1984	140,32	137,93	145,95	141,43	115,37	437,61	105,25	133,94
1985	143,00	140,73	149,28	144,11	118,92	459,86	98,30	156,79
1986	150,69	145,51	153,71	149,73	118,36	451,63	102,85	146,85
1987	160,76	152,01	164,01	159,07	106,50	600,15	111,61	97,11
1988	170,54	159,14	172,50	167,13	107,68	658,02	138,82	50,48
1989	179,22	166,94	182,70	176,44	105,78	755,21	147,06	29,99
1990	186,16	176,37	192,73	182,32	138,01	787,20	152,88	110,73
1991	192,38	183,91	201,98	188,55	154,03	858,74	146,97	167,01

Fuente: BBV, *Informe Económico, 1998*.

(*) No se considera el ajuste de variación de reservas matemáticas de jubilación.

(**) Incluye la Formación Bruta de Capital más las adquisiciones netas de terrenos, las transferencias de Capital (empleos) y los impuestos de Capital menos las transferencias de Capital (recursos).

(***) Ahorro bruto - Gasto en capital fijo.

(1) Deflactado con el IPC. Ver en BBV *Informe Económico, 1998*.

CUADRO 2.2 (Continúa)

Índices de evolución de la Renta Familiar Disponible y el Consumo, a precios de mercado 1970-1998.

(Pesetas constantes de 1986)⁽¹⁾

Años	Renta nacional bruta disponible	Renta bruta disponible de las familias RBDF (después de impuestos directos)	Renta bruta disponible de las familias RBDF (antes de impuestos directos)	Consumo privado	Ahorro bruto (*)	Impuestos directos	Gasto en capital total (**)	Capacidad (+) o necesidad (-) de financiación (***)
1992	194,72	186,37	206,54	193,63	139,62	939,55	137,35	143,80
1993	192,76	189,66	208,61	191,15	180,12	896,91	125,09	281,17
1994	193,49	186,72	205,80	193,03	146,13	899,22	127,93	179,55
1995	202,03	194,28	213,23	196,11	182,52	901,95	126,84	284,73
1996	205,05	195,79	215,23	199,74	170,38	921,54	151,79	204,50
1997	211,73	200,12	219,01	206,91	156,44	905,32	149,82	168,61
1998	220,54	207,38	226,14	215,33	156,19	907,63	162,99	143,70

Fuente: BBV, *Informe Económico, 1998*.

(*) No se considera el ajuste de variación de reservas matemáticas de jubilación.

(**) Incluye la Formación Bruta de Capital más las adquisiciones netas de terrenos, las transferencias de Capital (empleos) y los impuestos de Capital menos las transferencias de Capital (recursos).

(***) Ahorro bruto - Gasto en capital fijo.

(1) Deflactado con el IPC. Ver en BBV *Informe Económico, 1998*.

años del periodo considerado. Es decir, que los consumidores españoles no sólo no han moderado su nivel de gasto en consumo, como insistentemente se aconsejó durante años,² sino que por el contrario han incrementado su propensión al consumo, dedicándole a éste una parte creciente de su capacidad real de gasto.

(2) Por ejemplo, en la anterior edición de esta obra (pág. 34), se relataba como Fuentes Quintana y su equipo de Estudios de Coyuntura Económica se referían en 1978 a la dificultad política de programar los componentes del crecimiento económico, en el sentido de conseguir que «la demanda se comporte de forma conveniente al objetivo del crecimiento económico, y se posibilite la impulsión de la demanda de inversión y las exportaciones y a moderar responsablemente el crecimiento del consumo» (E.C.E «Condiciones para una política económica. Ocho conclusiones» Diario *El País*, 17/9/1978.)

Finalmente, el modelo de crecimiento por el que se optó en España continúa teniendo en el consumo su principal motor. Lo que, a la vista de los datos, coincide en buena medida con la opinión de los españoles, que cifran la mejora de sus condiciones de vida en el incremento de su grado de bienestar material. Los españoles hemos dedicado al gasto en consumo una proporción similar de la capacidad de gasto desde 1970, incluso ligeramente superior, como se señaló líneas atrás. Es decir, los incrementos de la renta efectiva de los individuos se han aplicado en proporciones similares al incremento del gasto en consumo. Ante el importante aumento de los impuestos directos (variable exógena a la decisión de los individuos) experimentado en los treinta años considerados, que pasan de representar en 1970 el 2,7% de la RBDF antes de pagar los impuestos directos, a alcanzar el 10,8 por ciento, en 1998, las familias ajustan la parte de gasto dedicado a la formación de capital (descendente a lo largo del periodo: 8,7 % en 1970, frente a 6,8 % en 1998) y, la proporción dedicada al ahorro bruto, que a lo largo del periodo muestra una disminución de 3,3 puntos porcentuales (Cuadro 2.3).

Sin embargo la proporción de renta dedicada al gasto en consumo se mantiene muy estable a lo largo del periodo, sobre todo si se considera el gasto en consumo sobre la capacidad efectiva de gasto de las familias, medida por la RBDF después de pagar impuestos directos (RBDF d. ID). Como puede verse en el cuadro 2.3 los españoles hemos gastado como media el 88,1% del total de la RBDF d. ID, con muy ligeras variaciones a lo largo del periodo y en todo caso, con una ligera tendencia al crecimiento. En los primeros años setenta la participación del consumo sobre la RBDF d. ID disminuye hasta alcanzar en los años 1973 y 1974 los valores más bajos (84,7%) del periodo. Los consumidores españoles asumieron la primera crisis de los precios del crudo, producida en esos años, disminuyendo sus gastos corrientes, como parece indicar que la tasa de ahorro (15,3% sobre la RBDF d. ID) y la dedicada a la inversión doméstica (9,56% de gasto en

CUADRO 2.3

Evolución de la estructura porcentual de la Renta Familiar Disponible, después de impuestos directos (RBFD, d. ID), a precios de mercado. 1970-88.

(Precios corrientes)

Años	PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN							Capacidad (+) o necesidad (-) de financiación de las familias s/RBFD, d. ID
	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 la RBDF, d. ID	Gasto en capital total sobre la RBFD, 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	

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

los valores que presentaba a comienzos de los años setenta. Además, la evolución de las tasas de ahorro presentan 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. En términos de comportamiento de gasto de los individuos, estos resultados permiten establecer ya la importancia del gasto corriente en consumo para el bienestar de las familias española.

La función del consumo privado

A partir de que J. M. Keynes (1936, capítulo 8) estableciera que el gasto en consumo está en función del nivel de ingresos medido en unidades de salario, han sido muchas las funciones propuestas para determinar los factores condicionantes del gasto en consumo privado. Mochón (1977) resumió las prácticas más habituales en la estimación de funciones de consumo, determinando que la de uso más generalizado es la que recoge la hipótesis de «renta permanente» propuesta por Friedman, según la cual «el nivel de consumo en un periodo determinado [...] es función [...] de la renta permanente, definida ésta como una suma de la renta en el periodo actual y en los periodos anteriores [...]. Mediante unas simples transformaciones se demuestra que la influencia de la renta en todos los periodos anteriores a « t » se pueden sintetizar mediante el consumo en el periodo $t-1$ [...]. Las reglas del juego, de aceptación prácticamente general, son las siguientes: 1) en toda función de consumo deben figurar como variables explicativas la renta disponible presente y el consumo del periodo anterior; 2) las variables se deben medir en precios constantes; 3) el deflactor que se debe utilizar es el consumo privado; 4) en las funciones de consumo a largo plazo la

propensión media y marginal a consumir debe ser la misma» (pp. 24 y 25).

Siguiendo estas recomendaciones el modelo propuesto es:

$$C_t = a + bY_t + cC_{t-1} + U_t$$

En la que:

C_t es el consumo privado en el periodo t ;

a es el término independiente que marca el nivel mínimo de consumo;

Y_t es la renta disponible por las familias en el periodo t ;

C_{t-1} es el gasto en consumo privado en el periodo anterior $t-1$;

b y c son parámetros que muestran la propensión marginal a consumir y la inercia del consumo en periodos anteriores, sobre el consumo en el periodo actual;

U_t es el término aleatorio que muestra las perturbaciones aleatorias en el periodo t .

Los valores con los que se ha estimado el modelo son los correspondientes a la «Renta bruta disponible por las familias, antes de detraer los impuestos directos» y al «Consumo privado» de 1970 a 1998 (BBV. *Informe económico*, 1998), ambas variables medidas en pesetas constantes de 1986.

El modelo estimado es:

$$C_t = 1.858.316,5 + 0,5999 Y_t + 0,178 C_{t-1}$$

R^2 corregido = 0,995; Sigma Y_t = 0,000; Sigma C_{t-1} = 0,102.

En primer lugar es de destacar el gran ajuste conseguido por el modelo. Los resultados del modelo estimado para el periodo 1970-1998 muestran la alta dependencia del gasto anual del consumo respecto del nivel corriente de renta, producto de la

elevada propensión marginal a consumir y una inercia del 17,8 por ciento respecto del consumo realizado el año anterior.

Calculando la función estimada para 1998, se obtiene que:

$Y_d^{98} = 36.641.209$ Millones de ptas. (Renta bruta disponible antes de impuestos.)

$C^{97} = 28.241.938$ Millones de ptas. (Consumo privado en 1997.)

Los componentes de la inercia del consumo, a y $0,178 C^{97}$, suponen el 23,9 por ciento del total del consumo privado en 1998. Este valor es menor que el correspondiente al año 1981, obtenido a partir de la estimación del modelo para el periodo 1960 a 1980, en que el porcentaje de inercia fue de 37,4 por ciento.³ Esta disminución de la inercia del consumo puede interpretarse como una mayor flexibilidad del comportamiento de gasto de los consumidores y mayor capacidad de ajustar sus programas de gasto a las variaciones de los ingresos corrientes, motivado por el notable crecimiento de la renta disponible por las familias, que permite asegurar un mínimo de consumo relativamente alto y, en definitiva, permite prescindir de realizar ciertos gastos en periodos de caídas en los ingresos sin que se resienta apreciablemente el nivel de vida. En estas condiciones, es de esperar que las medidas de Política Económica de estímulo o desincentivo del consumo tengan una respuesta mayor y más rápida que en periodos anteriores.

La propensión a la importación

Una última característica general del gasto en consumo de los españoles es su propensión al consumo de bienes de importación. Esta característica, aún cuando se haya convertido en un tópico sobre el consumismo de los españoles, resulta totalmente

(3) Ver la primera edición de esta obra, INC, 1983, página 42..

cierta. En el Cuadro 2.4 se muestra la evolución de las importaciones de productos de consumo no energéticos entre 1990 y 2000. En primer lugar destaca el gran crecimiento de las importaciones, que a lo largo de la década de los noventa se multiplicaron por 3,13, alcanzando la cifra 4,88 billones de pesetas. Aunque el ritmo de evolución fue muy irregular a lo largo del periodo, mostrando la sensibilidad de las importaciones de bienes de consumo a la modificación de las expectativas de renta. Así en 1993 se registró una leve disminución (-2,08) del volumen de importaciones y en 1995 y 1996 se moderó el crecimiento de las importaciones, aunque continuó registrando crecimientos notables, cercanos al 9%. Dentro del total de las importaciones de bienes de consumo duradero, los automóviles tienen una importancia particular, tanto porque suponen un elevado porcentaje del total de las importaciones de consumo no energéticas (31,6% en 1999),

CUADRO 2.4

**Evolución de las importaciones de consumo
(productos no energéticos)**

Año	TOTAL		DISTRIBUCIÓN POR TIPOS DE PRODUCTOS				
	Miles de millones de pesetas	Porcentaje de incremento anual	PRODUCTOS NO DURADEROS		Otros productos no duraderos	PRODUCTOS DURADEROS	
			TOTAL	Productos alimenticios		TOTAL	Automóviles
1990	1.940	11,23	57,3	28,6	28,7	42,7	23,1
1991	2.309	19,02	60,8	28,8	32,0	39,2	20,4
1992	2.842	23,08	59,2	27,3	31,9	40,8	24,2
1993	2.783	-2,08	59,4	29,6	29,8	40,6	24,3
1994	3.200	14,98	62,1	31,9	30,2	37,9	22,8
1995	3.474	8,56	64,6	32,9	31,7	35,4	21,6
1996	3.784	8,92	62,3	29,9	32,5	37,7	24,4
1997	4.437	17,26	62,0	28,6	33,4	38,0	24,7
1998	5.308	19,63	59,1	27,1	32,0	40,9	28,1
1999	6.075	14,45	56,4	24,7	31,7	43,6	31,6
2000(E-S)	4.882	(*)	56,6	24,2	32,4	43,4	31,8

Fuente: Banco de España, *Boletín estadístico*, varios números.

(*) Los datos de 2000 se refieren al periodo enero-septiembre.

hasta el punto de que desde 1998 superan el porcentaje correspondiente a los productos alimenticios; como por lo rápido de su tasa de crecimiento.

2.3. 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.⁴ Fácilmente se concluye que el efecto riqueza de los hogares significa la existencia de muy diversos niveles de consumo y bienestar. Desde el punto de vista macroeconómico se hace difícil observar cuantitativamente el efecto riqueza sobre el consumo de los individuos,⁵ pues los datos disponibles no se refieren directamente a este tipo de consumo o son series incompletas. En el Cuadro 2.5 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. La variable «consumo de capital fijo» estima la depreciación de los bienes de equipamiento de los hogares, siendo una buena aproximación al consumo de riqueza de los hogares.

(4) Además, habrá que considerar los bienes y servicios de provisión pública que, en la medida en que estén subvencionados, aportan a los individuos un mayor nivel de consumo que el que reflejan sus cifras de gasto. En sentido contrario, la imposición indirecta que grava el consumo, IVA e Impuestos especiales, hace que las cifras de gasto sobreestimen el consumo, ya que parte del gasto en la compra de productos es recaudación del Estado. Los efectos redistributivos de la menor o mayor utilización de la imposición indirecta son obvios e importantes, aunque en este trabajo no podamos considerarlos más que tangencialmente.

(5) Desde el punto de vista microeconómico tampoco es posible, ya que solo puede aproximar el consumo de capital doméstico, mediante el análisis del equipamiento de los hogares.

CUADRO 2.5

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 en 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. Aun con la precaución con que deben tratarse los datos, es posible afirmar la importancia del consumo de capital fijo para conocer el consumo y la consecución de los estándares de vida deseados por los individuos. 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», cuadro 2.5, 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.

La acumulación de capital en los hogares tiene además una influencia notable sobre el destino del gasto de los individuos, en la medida en que el mantenimiento y la reposición del capital doméstico deben exigir cantidades de gasto crecientes que o son cubiertas por incrementos de la renta de los individuos, o serán cubiertas en detrimento del gasto de otras rúbricas de consumo. Además, la evolución de los índices del gasto en capital fijo de los hogares muestra como el ritmo de innovación de los bienes de capital determina el destino del gasto de los individuos: en la medida en que el ritmo de innovación de estos productos sea elevado, los individuos se verán obligados a reponerlos antes de que se acabe su vida útil, pues los servicios obtenidos por ellos serán inferiores a los que se podrían obtener con los más recientes. La cuestión aquí no es la capacidad o incapacidad de los bienes para prestar los servicios para los que fueron adquiridos, sino el hecho de que el mantenimiento de un determinado estatus social o que la percepción del nivel de vida deseado depende de la obtención de un determinado nivel de servicios de los bienes domésticos. El hecho de que los productos poseídos por un hogar determinado se hayan vuelto obsoletos por la aparición de otros más novedosos, implica la disminución del nivel de vida obtenido en ese hogar o la necesidad de realizar nuevos gastos, aún cuando no se haya agotado la vida útil de los bienes.

2.4. Comparación con los países de la UE, EEUU y Japón

El comportamiento de gasto de los españoles se sitúa en un punto ligeramente superior a la media de los diecisiete países considerados en el Cuadro 2.6, en el que se recoge la participación del consumo privado, el ahorro de las familias y los im-

CUADRO 2.6

Estructura porcentual de la Renta Disponible por las Familias (RBDF) en la UE, EE.UU. y Japón, 1996 (a precios de mercado).

(Precios corrientes)

Países	PIB	RBDF	CONSUMO PRIVADO	AHORRO NETO	IMPUESTOS DIRECTOS
PORTUGAL (1993)	100,0	101,0	79,8	9,1	6,9
ESTADOS UNIDOS	100,0	95,2	68,2	4,5	11,3
GRECIA (1995)	100,0	74,4	67,3	10,6	3,3
REINO UNIDO	100,0	92,3	63,7	5,7	9,6
BÉLGICA	100,0	113,3	63,1	9,9	14,8
ESPAÑA	100,0	97,4	62,1	5,3	9,0
ITALIA	100,0	105,6	61,4	9,6	11,8
FRANCIA	100,0	103,3	60,9	6,0	7,6
JAPÓN	100,0	93,1	59,9	9,5	5,9
Media	93,6	59,5	5,7	11,0	
ALEMANIA	100,0	100,2	57,8	7,4	9,0
AUSTRIA	100,0	S/d	56,8	4,6	12,6
LUXEMBURGO	100,0	S/d	54,9	s/d	s/d
FINLANDIA	100,0	90,6	54,5	2,0	16,0
SUECIA	100,0	99,3	52,4	2,6	19,2
DINAMARCA (1994)	100,0	83,9	51,1	-2,2	27,5
HOLANDA	100,0	75,2	49,4	3,0	11,8
NORUEGA	100,0	79,9	47,7	3,1	s/d

Fuente: Eurostat, OCDE, *Cuentas Nacionales*.

puestos directos en el PIB, para el año 1996. No se deduce de los datos del Cuadro 2.6 ninguna relación inmediata entre nivel de renta y participación del consumo en el PIB de los distintos países. Basta la consideración de los cuatro países que aparecen en primer lugar para confirmar esa falta de relación aparente.

El país con mayor propensión al gasto en consumo es Portugal, con un porcentaje de participación del consumo privado en el PIB (79,8%) muy superior a la media de los países considerados (59,5%), y casi nueve puntos porcentuales superior al siguiente país con mayor propensión al consumo, Estados Unidos (68,2%). A continuación se encuentran Grecia (67,3%) y el Reino

Unido (63,7%). Las muy diferentes situaciones de estos países obliga a considerar la gran importancia que sin duda alcanzan los factores culturales para explicar el comportamiento de gasto en consumo de los individuos en los distintos países.

Sin embargo, al analizar el resto de las variables se ponen de manifiesto algunos aspectos de interés, que sugieren algunas regularidades, más allá del relativismo que supone la apelación a los hábitos culturales de los consumidores. De los cuatro países con mayor propensión al consumo, los dos con menor nivel de renta, Portugal y Grecia, tienen una menor participación de los impuestos directos (6,9% y 3,3%, respectivamente), así como mayores propensiones al ahorro neto de las familias (9,1% y 10,6%, respectivamente) que las que presentan EE.UU y Reino Unido. Lo que evidencia la importancia que alcanza el grado de desarrollo institucional, particularmente el sistema fiscal, en la determinación del comportamiento de aplicación de la capacidad de gasto de los individuos. Aún cuando el resultado final respecto de una de las variables, en este caso la propensión al consumo, resulte similar (sobre todo en el caso de Grecia).

Por encima de la propensión media al consumo se encuentran, además de España, otros países del sur y centro de la Unión Europea, como Italia, Francia y Bélgica, más Japón. Todos los países con propensiones al consumo inferiores a la media son del centro (Austria) o del norte de Europa, y todas ellos tienen una participación de los impuestos directos superiores a la media y una propensión al ahorro menor a la media (con la excepción de Alemania).

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

La evolución de las tasas de gasto en capital total (incluye la Formación Bruta de Capital, más las adquisiciones netas de te-

rrenos, 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 2.5). 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 permanente o transitorio, de la modificación en las expectativas, 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. Pueden distinguirse varias situaciones de modificación de las expectativas de ingresos de los individuos que han tenido lugar en la economía española en los últimos años.

- Caída de las expectativas de ingresos futuros producida por una menor estabilidad del empleo, como ocurre en España desde los primeros años ochenta, en que, primero, la transformación del tejido industrial y, segundo, la reestructuración del mercado laboral produjeron un elevado incremento del número de desempleados y la disminución de la seguridad en el empleo debido a la posibilidad de cierre de las empresas. La «modernización» del mercado laboral, ha dado lugar a una menor estabilidad de los empleos, en virtud de los nuevos modos de contratación. Puede suponerse que estas transformaciones del mundo laboral hayan producido en los individuos un comportamiento «procíclico» para la compra de productos de inversión doméstica (desde la vivienda al equipamiento del hogar). Las expectativas de los individuos dependen ahora fundamentalmente de la evolución general del sistema económico, más que de la

2.6. 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, como resultado de la concentración de la población, el nivel de renta y los hábitos de gasto en consumo. 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. Y las cuatro provincias con mayor gasto, las dos citadas más Valencia y Alicante, concentran más de un tercio (37,8%) del total del mercado español, mientras que su población supone el 33,8% del total español.

La estabilidad temporal de la propensión al gasto que muestran las series de datos de consumo agregados para el total de España, examinadas en los apartados anteriores, encubren comportamientos diferenciados según cuáles sean los niveles de renta de las familias. En los Cuadros 2.7 y 2.8 se muestran los datos de renta y consumo de las familias por provincias, este menor nivel de agregación permite hacer una primera aproximación a los comportamientos de gasto en función del nivel de la renta disponible por las familias.

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 2.8), 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. Examinando las diez

CUADRO 2.7

Renta Neta, consumo y ahorro de las familias, 1993.

(Pesetas corrientes)

	Renta y consumo TOTAL provincial (millones de pesetas)				Renta y consumo POR PERSONA (miles de pesetas)			
	RFND	Consumo familiar	Ahorro familiar neto	Consumo de capital fijo	RFND por persona	Consumo familiar	Consumo de capital fijo por persona	Consumo «efectivo» por persona
Álava	384.401	342.988	41.413	18.711	1.381,77	1.232,9	67,3	1.300,2
Albacete	342.030	320.147	21.883	17.739	971,87	909,7	50,4	960,1
Alicante	1.536.123	1.417.726	118.397	78.721	1.147,45	1.059,0	58,8	1.117,8
Almería	447.766	423.530	24.236	25.214	935,74	885,1	52,7	937,8
Asturias	1.288.560	1.165.065	123.495	47.304	1.174,26	1.061,7	43,1	1.104,8
Ávila	198.475	183.220	15.255	11.343	1.146,90	1.058,7	65,5	1.124,3
Badajoz	591.828	541.826	50.002	28.151	900,84	824,7	42,8	867,6
Baleares	1.249.399	1.118.100	131.299	69.335	1.697,66	1.519,3	94,2	1.613,5
Barcelona	6.699.997	6.094.366	605.631	273.507	1.435,09	1.305,4	58,6	1.363,9
Burgos	436.041	400.471	35.570	23.055	1.233,40	1.132,8	65,2	1.198,0
Cáceres	398.607	358.762	39.845	20.351	961,30	865,2	49,1	914,3
Cádiz	988.145	947.124	41.021	43.496	900,93	863,5	39,7	903,2
Cantabria	620.564	558.444	62.120	30.056	1.170,12	1.053,0	56,7	1.109,7
Castellón	540.413	492.333	48.080	28.808	1.190,95	1.085,0	63,5	1.148,5
Ciudad Real	488.883	460.372	28.511	26.534	1.019,41	960,0	55,3	1.015,3
Córdoba	726.703	688.780	37.923	33.582	953,88	904,1	44,1	948,2
Coruña (A)	1.141.757	1.067.911	73.846	53.172	1.029,37	962,8	47,9	1.010,7
Cuenca	186.661	172.582	14.079	13.329	911,60	842,8	65,1	907,9
Girona	847.829	784.533	63.296	44.629	1.624,42	1.503,1	85,5	1.588,7
Granada	727.329	690.975	36.354	31.476	905,90	860,6	39,2	899,8
Guadalajara	168.777	155.090	13.687	10.260	1.113,32	1.023,0	67,7	1.090,7
Guipúzcoa	886.701	774.932	111.769	38.685	1.303,65	1.139,3	56,9	1.196,2
Huelva	448.668	424.432	24.236	20.420	994,71	941,0	45,3	986,3
Huesca	260.953	230.481	30.472	17.888	1.251,14	1.105,0	85,8	1.190,8
Jaén	629.842	602.508	27.334	28.756	974,75	932,4	44,5	977,0
León	573.754	537.008	36.746	28.946	1.093,10	1.023,1	55,1	1.078,2
Lleida	506.475	462.317	44.158	28.174	1.419,49	1.295,7	79,0	1.374,7
Lugo	417.357	388.454	28.903	21.453	1.098,09	1.022,0	56,4	1.078,5
Madrid	7.122.636	6.466.573	656.063	296.779	1.421,91	1.290,9	59,2	1.350,2

Fuente: Fundación BBV, *Renta Nacional de España*, Tomo II, Bilbao, 1999.

CUADRO 2.7 (Continúa)

Renta Neta, consumo y ahorro de las familias, 1993.

(Pesetas corrientes)

	Renta y consumo TOTAL provincial (millones de pesetas)				Renta y consumo POR PERSONA (miles de pesetas)			
	RFND	Consumo familiar	Ahorro familiar neto	Consumo de capital fijo	RFND por persona	Consumo familiar	Consumo de capital fijo por persona	Consumo «efectivo» por persona
Málaga	1.155.324	1.099.832	55.492	58.409	957,40	911,4	48,4	959,8
Murcia	1.131.442	1.057.596	73.846	48.953	1.052,87	984,1	45,6	1.029,7
Navarra	701.457	604.944	96.513	30.684	1.341,77	1.157,2	58,7	1.215,8
Ourense	393.113	365.779	27.334	16.871	1.115,28	1.037,7	47,9	1.085,6
Palencia	228.575	212.535	16.040	12.729	1.240,39	1.153,4	69,1	1.222,4
Palmas (Las)	889.988	799.710	90.278	40.772	1.110,21	997,6	50,9	1.048,5
Pontevedra	1.020.635	960.829	59.806	44.598	1.121,41	1.055,7	49,0	1.104,7
Rioja (La)	355.840	313.250	42.590	19.558	1.339,76	1.179,4	73,6	1.253,0
Salamanca	398.951	372.362	26.589	19.501	1.115,53	1.041,2	54,5	1.095,7
S. C. Tenerife	822.474	737.294	85.180	39.039	1.095,59	982,1	52,0	1.034,1
Segovia	168.533	155.631	12.902	9.806	1.136,58	1.049,6	66,1	1.115,7
Sevilla	1.485.667	1.412.605	73.062	70.425	891,14	847,3	42,2	889,6
Soria	108.573	97.239	11.334	6.641	1.151,38	1.031,2	70,4	1.101,6
Tarragona	709.861	657.114	52.747	40.256	1.268,39	1.174,1	71,9	1.246,1
Teruel	169.798	149.876	19.922	9.508	1.195,95	1.055,6	67,0	1.122,6
Toledo	499.438	460.378	39.060	28.461	990,78	913,3	56,5	969,8
Valencia	2.727.863	2.534.836	193.027	135.009	1.266,06	1.176,5	62,7	1.239,1
Valladolid	608.173	571.034	37.139	26.006	1.228,22	1.153,2	52,5	1.205,7
Vizcaya	1.513.415	1.338.742	174.673	51.038	1.310,62	1.159,4	44,2	1.203,6
Zamora	225.485	209.445	16.040	13.156	1.063,43	987,8	62,0	1.049,8
Zaragoza	1.097.684	973.405	124.279	54.535	1.300,04	1.152,9	64,6	1.217,4
Ceuta	74.458	69.752	4.706	2.656	1.086,55	1.017,9	38,8	1.056,6
Melilla	60.365	56.835	3.530	2.230	1.036,29	975,7	38,3	1.014,0
TOTAL ESPAÑA	47.403.786	43.482.073	3.921.713	2.190.715	1.201,71	1.102,3	55,5	1.157,8

Fuente: Fundación BBV, *Renta Nacional de España*, Tomo II, Bilbao, 1999.

CUADRO 2.8

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

	Índices provinciales de la RFND 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
Álava	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
Guipúzcoa	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
Ávila	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

CUADRO 2.8 (Continúa)

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

	Índices provinciales de la RFND 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		
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
Coruña (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
Almería	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
Cádiz	75,0	95,8	4,2	71,4	78,0
Badajoz	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.

provincias con nivel de renta por persona más elevado, puede verse como sólo una de ellas, Girona, gasta en consumo una proporción más alta que la media del total de España. En sentido contrario, entre las diez con nivel de renta por persona más bajo, sólo una provincia, Badajoz, tiene una propensión de gasto en consumo similar a la media, mientras que las nueve provincias restantes presentan propensiones al gasto en consumo significativamente superiores a la media de las provincias.

En términos de propensión al ahorro, el efecto condicionante del nivel de renta sobre los hábitos de consumo queda de manifiesto si se observa como, efectivamente, la provincia con mayor tasa de ahorro (Navarra, 13,8%) es una de las diez con mayor nivel de renta por persona; mientras que la provincia con menor propensión al ahorro (Cádiz, 4,2%) es una de las de menor nivel de renta por persona (Cuadro 2.7).

La influencia que los factores culturales tienen sobre los hábitos de consumo es evidente, sin embargo con cierta frecuencia el recurso a ellos como explicación de las diferencias observadas en el comportamiento de los individuos es excesivo. Desde el punto de vista metodológico la cuestión alcanza una gran importancia, pues si los factores subjetivos que se reflejan en los llamados «fenómenos culturales» son los principales determinantes del comportamiento de los individuos, sólo sería posible interpretar la realidad desde el relativismo postmoderno y aceptar que nuestro conocimiento de la realidad es ciertamente «débil», pues las causas que rigen el comportamiento de los individuos depende de cada situación concreta y aún de la opinión de cada uno de ellos. La conclusión es que es imposible determinar normas para operar en la sociedad, lo que afectaría tanto a los agentes colectivos como particulares, sean empresas, asociaciones o administraciones públicas. No hace falta ser un determinista contumaz para ver que la realidad es diferente a como la describen esos planteamientos y que lo que debemos conocer es en qué medida son determinantes los factores objetivos y subje-

tivos, pero partiendo del reconocimiento de la importancia de ambos. En todo caso, es una cuestión crucial y a lo largo de estas páginas nos referiremos recurrentemente a ella.

Los datos sobre propensión al consumo y al ahorro examinados hasta aquí, nos permiten hacer una primera aproximación a la cuestión y comprobar si se confirman algunos estereotipos sobre los españoles. Si se acepta que la mayor propensión al ahorro es significativa de la tacañería, podremos comprobar si se verifica el tópico sobre la presunta tacañería de los individuos de ciertas provincias españolas. Es fácil comprobar como no se verifica este estereotipo, pues resulta que los ciudadanos de ciertas provincias reputados como tacaños se encuentran entre los más gastadores y, consecuentemente, dedican al ahorro una proporción menor de lo que cabría esperar del estereotipo; en sentido contrario, en otros casos se muestran tasas de ahorro superiores a lo esperado.

En páginas anteriores se ha señalado 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 2.8 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 en las provincias de mayor renta.

La última columna del Cuadro 2.8 recoge los índices del «consumo efectivo» por provincias. El «consumo efectivo» se ha calculado como la suma del gasto en consumo más el consumo de capital fijo. Los índices de consumo efectivo muestran que el consumo así considerado marca una diferencia ligeramente me-

nor que el correspondiente a los niveles de renta. Asimismo puede observarse, como síntesis de los comportamientos de gasto comentados en páginas anteriores, que en las provincias con mayor nivel de renta, los indicadores de gasto efectivo son inferiores a los correspondientes de renta, mientras que en las de niveles inferiores de renta, los índices de consumo efectivo superan a los de la renta.

La estructura del gasto en consumo privado en España

3.1. La estructura del consumo en 1998

La estructura del consumo en España en 1998 (Cuadro 3.1) muestra que los hábitos de consumo de los españoles se corresponden con los de las sociedades desarrolladas y de 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 en el capítulo anterior.

Una de las características más destacadas del comportamiento del consumo de los españoles a finales de siglo es 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.

Aún así, el gasto en alimentación es mayor que el correspondiente al 19,25 por ciento que se muestra en el Cuadro 3.1,

CUADRO 3.1

Gasto medio por persona, 1998 y estructura porcentual del gasto.
Total España y por Comunidades Autónomas.

(Según nuevos grupos de gasto, base 1997)

	GRUPOS DE GASTO												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
TOTAL ESPAÑA													
<i>Gasto medio por persona</i> (miles de pesetas)	173,0	24,4	65,5	242,0	43,8	21,7	111,4	17,4	55,2	13,6	84,0	46,9	898,3
<i>Estructura porcentual</i>	19,2	2,7	7,3	26,9	4,9	2,4	12,4	1,9	6,1	1,5	9,3	5,2	100,0
Andalucía	20,1	2,8	8,2	27,7	5,1	2,5	10,8	1,9	5,5	1,4	9,2	4,7	100,0
Aragón	19,3	2,8	7,9	26,8	4,9	2,3	12,2	2,0	6,3	1,5	9,2	4,9	100,0
Asturias	19,6	2,6	7,5	23,8	5,4	1,9	14,0	2,1	6,1	1,5	10,8	4,7	100,0
Baleares	17,3	2,6	7,6	28,0	4,7	2,4	12,7	2,0	5,9	1,0	8,9	6,9	100,0
Canarias	19,9	1,8	5,6	27,7	4,5	3,1	17,6	1,8	6,3	1,2	7,0	3,6	100,0
Cantabria	22,6	3,0	9,9	27,1	4,8	1,9	9,7	1,7	5,5	1,0	7,5	5,3	100,0
Castilla y León	20,7	2,2	8,1	28,0	4,8	1,9	11,3	2,2	5,6	1,2	9,2	4,9	100,0
Castilla-La Mancha	22,0	2,4	8,4	28,6	5,0	1,9	11,7	1,6	4,4	0,5	8,2	5,1	100,0
Cataluña	19,7	2,7	6,0	26,0	4,8	2,5	12,8	2,0	7,1	1,9	9,0	5,7	100,0
Comunidad Valenciana	19,0	3,0	7,3	25,0	5,0	2,7	13,2	2,1	6,1	1,2	9,4	5,7	100,0
Extremadura	21,7	3,9	7,7	25,6	5,2	2,4	13,7	2,0	4,5	1,4	8,4	3,6	100,0
Galicia	22,4	2,6	8,5	24,9	5,1	2,3	12,4	2,0	4,7	1,3	8,0	5,7	100,0
Madrid	14,6	2,6	6,1	32,3	4,2	2,3	11,8	1,9	6,8	2,0	9,7	5,5	100,0

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

CUADRO 3.1 (Continúa)

**Gasto medio por persona, 1998 y estructura porcentual del gasto.
Total España y por Comunidades Autónomas.**

(Según nuevos grupos de gasto, base 1997)

	GRUPOS DE GASTO												12
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
Murcia	21,9	4,0	9,1	18,0	6,0	3,0	13,7	1,8	6,0	,08	10,4	5,3	100,0
Navarra	16,2	2,2	7,9	26,3	5,7	2,3	16,4	1,4	5,9	1,4	9,6	4,6	100,0
País Vasco	20,7	2,8	7,7	20,1	5,2	2,4	11,5	1,9	7,1	1,7	13,5	5,4	100,0
Rioja (La)	20,5	2,7	9,8	27,0	4,6	2,5	9,9	1,8	5,6	1,0	9,9	4,6	100,0
Ceuta y Melilla	20,5	2,4	7,4	25,2	4,4	2,8	17,1	1,6	5,0	0,7	8,7	4,2	100,0

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

GRUPOS DE GASTO:

1. Alimentos y bebidas no alcohólicas
2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos
3. Artículos de vestir y calzado
4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda
6. Salud
7. Transportes
8. Comunicaciones
9. Ocio, espectáculos y cultura
10. Enseñanza
11. Hoteles, cafés y restaurantes
12. Otros bienes y servicios

pues éste corresponde al gasto en la compra de alimentos y bebidas para su consumo en los hogares. Para obtener el total de gasto dedicado a la alimentación, hay que sumar el gasto en alimentación consumida fuera del hogar (subgrupo 11.1 de la nueva clasificación COICOP que recoge el gasto en «restaurantes y cafés» y en «cantinas y comedores») y que supuso en 1998 un importante 8,8 por ciento del total del gasto de los consumidores españoles. Sumando a éste el gasto en la compra de bienes de alimentación para el consumo en el hogar, el total del gasto en alimentación alcanza el 28 por ciento del total de gasto en consumo. Si operamos de manera similar con el gasto en vivienda (grupo 4) y el gasto en mobiliario y equipamiento del hogar (grupo 5), que representan el gasto dedicado a la vivienda, se alcanza una participación del 31,8 por ciento del total de gasto. El tercer grupo de gasto en importancia, en 1998, fue el dedicado al transporte, que alcanzó el 12,4 por ciento del gasto total (Cuadro 3.1).

Junto a estas transferencias de gasto entre unos y otros grupos de productos, aparece otra característica del gasto de los españoles al final de los años noventa 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.

La modificación de las preferencias de gasto entre unos y otros grupos de productos y por el consumo de servicios, son tal vez las notas que mejor caracterizan el comportamiento consumista de los españoles al final del siglo y pueden considerarse como la culminación del proceso de masificación del consumo y

del cambio cultural que ello comporta, en tanto parece haberse consolidado plenamente la llamada cultura del consumo. Básicamente, se ha cambiado la satisfacción de la necesidad básica de alimentarse, por la de vivienda —así mismo necesidad básica— y la del transporte —mucho más inducida por la conformación de las modernas sociedades—.

CUADRO 3.2

Volumen y estructura del consumo privado por funciones en 1999.

FUNCIONES DE CONSUMO	Pesetas constantes (de 1995)		Pesetas corrientes	
	Volumen de gasto (miles de millones)	Distribución porcentual	Volumen de gasto (miles de millones)	Distribución porcentual
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	8.642,7	17,42	9.066,8	16,50
2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	1.524,7	3,07	2.018,4	3,67
3. Artículos de vestir y calzado	3.560,5	7,18	3.819,2	6,95
4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	7.437,9	14,99	8.586,6	15,63
5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda	3.259,4	6,57	3.589,4	6,53
6. Salud	1.820,9	3,67	2.016,3	3,67
7. Transporte	7.324,9	14,76	7.902,4	14,38
8. Comunicaciones	1.179,1	2,38	1.237,3	2,25
9. Ocio, espectáculos y cultura	4.593,2	9,26	4.993,3	9,09
10. Educación	902,7	1,82	1.053,7	1,92
11. Hoteles, cafés y restaurantes	9.718,6	19,59	11.031,5	20,08
12. Otros bienes y servicios	3.421,1	6,89	3.849,8	7,01
Gasto de los hogares no residentes en el territorio nacional	-4.521,5	-9,11	-5.097,8	-9,28
Gasto de los hogares residentes en el resto del mundo	755,3	1,52	877,6	1,60
Gasto en consumo final de los hogares	49.619,5	100,0	54.944,5	100,0

Fuente: INE. *Contabilidad Nacional de España. Base 1995. Serie contable 1995-1999*, en www.ine.es.

La estructura de gasto, y el alcance de los fenómenos señalados, varía ligeramente según se considere en pesetas corrientes o en términos constantes debido al efecto de la distinta evolu-

ción de los precios de cada grupo de gasto (Cuadro 3.2). Este fenómeno puede apreciarse en los grupos de gasto de alimentos y bebidas, vivienda y transporte

Para terminar esta introducción debe señalarse la importancia del gasto generado por los no residentes (que recoge básicamente el gasto de turistas y otros viajeros) que supuso más de 5 billones de pesetas en 1999, equivalente al 9,28 por ciento del gasto total en consumo de los residentes en España; más de lo que los españoles gastamos en vestido y calzado. El gasto que los españoles realizaron en el extranjero alcanzó la cifra de 877,6 miles de millones de pesetas, equivalentes al 1,6 por ciento del total del gasto en consumo. Este porcentaje, superior al correspondiente de años anteriores, puede considerarse como un buen indicador de la diversificación del gasto de los consumidores españoles.

3.2. La evolución de la estructura del gasto

La evolución de los hábitos de consumo de los españoles a lo largo de las últimas décadas, ha sido bastante rápida y ha provocado transformaciones radicales en el comportamiento de gasto. Aunque este trabajo se centra en la evolución en las dos últimas décadas, es conveniente repasar ahora lo ocurrido desde 1958 (año en que aparecen los primeros datos de presupuestos familiares) para poder tener una mejor comprensión de lo ocurrido en los últimos años. En el Cuadro 3.3. se muestra la evolución de la estructura de gasto de los consumidores españoles desde 1958 según la antigua clasificación de los grupos de gasto.¹

(1) El simple examen de las clasificaciones del gasto utilizadas a lo largo del tiempo es una buena muestra de la progresiva diversificación del consumo de los españoles. En 1958 era suficiente con una clasificación que distinguía cinco grupos principales de gasto (ver en cuadro 3.3), mientras que la última clasificación utilizada por la encuesta Continua de Presupuestos familiares a partir de 1997 (cuadro 3.1) diferencia hasta 12 grupos de gasto.

La variación de la estructura del gasto en consumo entre 1958 y 1996 que muestra el Cuadro 3.3 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 mas 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.

CUADRO 3.3

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	1996 %
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, *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base 1997. Primeros resultados año 1998*, Madrid, 1999.

El período considerado en el Cuadro 3.3, de 1958 a 1996, puede descomponerse en dos subperíodos divididos por el año 1981. En el primer subperíodo, entre 1958 y 1981, es cuando se

produce el cambio de los hábitos de consumo más rápidamente. En el Cuadro 3.4 se recogen las tasas de evolución anuales de la participación porcentual de cada grupo de gasto. Como puede verse la suma de los valores absolutos de las tasas de evolución del período 1981/58 es 2,57, mientras que en el período 1996/1981, la suma correspondiente sólo alcanza 1,41.

CUADRO 3.4

Tasas de evolución anuales de la participación en el total de gasto, por funciones de consumo.

	1981/1958	1996/1981
Alimentación	- 1,07	- 0,56
Vestido y Calzado	- 0,22	- 0,06
Vivienda	0,45	0,35
Gastos de Casa	0,07	- 0,09
Gastos Diversos	0,76	0,35

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Cuadro 3.3.

Por grupos de gasto se observan diferencias notables en la evolución de su participación en el total del gasto (Cuadro 3.3), que ejemplifican bien la evolución de los hábitos de consumo ante incrementos de la renta de las familias. Evolución bien conocida por otra parte, máxime en el nivel de agrupación de los datos del Cuadro 3.3, que permite sólo dibujar a grandes trazos la evolución de los hábitos de consumo. A pesar de ello parece oportuno señalar ahora las principales características del proceso.

Tras los primeros años de crecimiento económico, el consumo comienza rápidamente a diversificarse, pero siguiendo una senda 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 para ir ganando peso el resto de los otros grupos de gasto. En

esos primeros años el vestido y calzado, la vivienda y los gastos diversos, ganan participación en el total del gasto en medida similar. En el período 1964-73 la transformación de los hábitos de consumo es mucho más profunda. Es en este período cuando se producen notables incrementos en la renta de las familias y, una vez mejorada la satisfacción de las necesidades básicas, comienza la auténtica diversificación del gasto. Llama la atención el comportamiento del gasto en vestido y calzado, que junto con la alimentación pierde casi la mitad de su peso en el total el gasto en los diez años transcurridos entre 1964 y 1973/74. No debe olvidarse que lo acusado de esta pérdida de participación en el gasto puede ser debida a la situación coyuntural del momento en que se realizó la Encuesta de Presupuestos Familiares de 1973/74, sin embargo el fenómeno es suficiente acusado como para que en su totalidad pueda explicarse por factores coyunturales. Observando la evolución del gasto en vestido y calzado a lo largo de todo el período, puede verse que este grupo de gasto, junto con el de alimentación, pierde participación relativa en el total del gasto en consumo (aunque continúe creciendo en términos corrientes). Pero además destaca lo errático de la evolución del gasto en vestido y calzado, pues tras la caída de 1973/74, tiende a crecer posteriormente (10,4% en 1995), estabilizándose hasta 1990 (10,1%) y volver a disminuir posteriormente, hasta el 7,6% en 1996. Esta evolución puede interpretarse como que el gasto en estos bienes se encuentra, en efecto, muy afectado por la coyuntura de la renta de las familias, y se utiliza como ajuste en los programas de gasto de los individuos.

El gasto en vivienda y su equipamiento a lo largo de los casi cuarenta años considerados, es significativo del gran esfuerzo de «capitalización doméstica» realizado en estos años, que sin duda es una de las características del consumo de los españoles en las últimas décadas, y una de las razones que explican el crecimiento económico en España, tanto en los primeros años del desarrollo económico, como en estos años de fin de siglo.

CUADRO 3.6

Clasificación de los grupos de gasto según el crecimiento de sus volúmenes de gasto, 1986 y 1995.

A) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO LENTO

$$\begin{aligned} I_j &\leq 0,95 i_{CPI} \\ I_j &\leq 120,1 \end{aligned}$$

1. Alimentos, bebidas y tabaco (108,3)
 - 1.1. Alimentos (107,7)
 - 1.1.1. Pan y cereales (105,2)
 - 1.1.2. Carne (112,8)
 - 1.1.3. 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, té y cacao (97,8)
 - 1.3. Bebidas alcohólicas (103,4)
 - 1.4. Tabacos (106,6)

B) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO MEDIO

$$\begin{aligned} 0,95 i_{CPI} &< I_j \leq 1,05 i_{CPI} \\ 120,1 &< I_j \leq 132,7 \end{aligned}$$

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)

C) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO

$$\begin{aligned} 1,05 i_{CPI} &< I_j \\ 132,7 &< I_j \end{aligned}$$

- 1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras (133,8)
- 1.2. Bebidas no alcohólicas (154,1)
- 3.2. Calefacción y alumbrado (147,9)
- 4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones (142,8)

Fuente: Datos del cuadro II.13 y elaboración propia.

i_{CPI} = 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.

CUADRO 3.6 (Continúa)

Clasificación de los grupos de gasto según el crecimiento de sus volúmenes de gasto, 1986 y 1995.

A) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO LENTO

$$\begin{aligned} I_j &\leq 0,95 i_{CPI} \\ I_j &\leq 120,1 \end{aligned}$$

2. Vestido y calzado (112,2)
 2.1. Vestido, incluidas reparaciones (110,3)
 2.2. Calzado, incluidas reparaciones (117,4)
- 3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua (114,9)

- 6.3. Pagos de servicios de transporte (118,4)

- 7.4. Enseñanza (117,4)

- 8.2. Otros artículos no mencionados en otra parte (115,3)
 8.4. Viajes turísticos todo incluido (119,2)

B) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO MEDIO

$$\begin{aligned} 0,95 i_{CPI} &< I_j \leq 1,05 i_{CPI} \\ 120,1 &< I_j \leq 132,7 \end{aligned}$$

- 5.5. Cuota familiar del seguro médico privado (122,8)

- 6.1. Compras de vehículos para transporte personal (128,5)

- 7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés (123,0)
 7.3. Libros, periódicos, revistas (124,1)

- 8.1. Cuidado y efectos personales (131,8)
 8.6. Otros servicios no mencionados anteriormente (129,3)

C) BIENES Y SERVICIOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO

$$\begin{aligned} 1,05 i_{CPI} &< I_j \\ 132,7 &< I_j \end{aligned}$$

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)

6. Transportes y comunicaciones (134,0)
 6.2. Gastos de utilización de vehículos (134,8)
 6.3. Comunicaciones (185,4)

7. Esparcimiento, espectáculos, enseñanza y cultura (135,0)
 7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones (161,2)

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_{CPI} = 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.

1993, donde se producen disminuciones apreciables (en torno a 0,5 puntos porcentuales). La lentitud de la evolución de los comportamientos de gasto de los individuos puede apreciarse también en otros grupos de gasto como los muebles, accesorios y mantenimiento de la vivienda, los alquileres, calefacción y alumbrado o los transportes y comunicaciones.

No obstante, la evolución no ha sido lineal a lo largo del período, como ya se ha sugerido al comentar el curso seguido por la proporción de gasto en Alimentación. Pueden apreciarse en las series la influencia de las variaciones de los ingresos y de las expectativas de renta de los individuos. En 1992 y 1993, años de recesión económica, se interrumpe temporalmente la transformación de la estructura de gasto de los españoles que han de esperar unos años para continuar adaptando los correspondientes programas de gasto a sus preferencias de consumo. La ruptura de las expectativas de renta que se produce en esos años y se concreta en 1994, año en el que disminuyó la renta bruta disponible de las familias medida en términos constantes (ver cuadro 2.2), fue la causa de que los individuos ajustaran sus programas de gasto incrementando el gasto corriente (en Alimentación y Esparcimiento, espectáculos, enseñanza y cultura), a la vez que disminuía el gasto en productos de alto valor unitario, tanto bienes de consumo duradero (Muebles accesorios... y Transportes y comunicaciones), como servicios corrientes (Consumo de residentes en el resto del mundo, es decir, en buena medida gasto en viajes turísticos al extranjero). En 1996 y 1997, una vez restauradas las expectativas de renta y los ingresos (que se incrementaron ya a partir de 1995 Cuadro 2.2) vuelven a mostrarse las tendencias de evolución de todo el período, con caídas en la participación de la alimentación, el vestido y calzado, y aumentos de transportes y comunicaciones y otros bienes y servicios.

Estas grandes tendencias ocultan situaciones diversas entre los productos componentes de un mismo grupo de gasto. Los datos de Contabilidad Nacional (Cuadros 3.7, 3.8 y 3.9) permiten

CUADRO 3.7

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios corrientes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	5.395.610	5.765.348	6.022.445	6.561.729	7.127.340	7.514.977	7.912.419	8.114.594	8.604.435	9.036.834	9.368.709	9.720.066
1.1. Alimentos	4.651.180	4.940.024	5.147.123	5.587.100	6.050.285	6.350.218	6.642.052	6.794.489	7.114.718	7.448.986		
1.1.1. Pan y cereales...	577.429	629.640	665.085	725.586	792.122	875.247	966.220	1.026.907	1.057.303	1.125.816		
1.1.2. Carne...	1447.234	1.534.362	1.632.711	1.752.172	1.873.072	1.949.928	2.033.003	2.070.614	2.107.446	2.136.529		
1.1.3. Pescado	528.152	575.164	615.500	668.259	748.644	812.327	860.945	887.598	917.155	919.815		
1.1.4. Leche, queso y huevos...	722.802	755.854	770.390	855.079	881.731	897.379	923.043	973.086	1.003.834	1.015.077		
1.1.5. Aceites y grasas...	230.097	235.689	230.063	260.890	275.239	254.389	263.726	271.266	321.166	402.101		
1.1.6. Frutas, verduras excepto patatas y otros tubérculos.	717.610	767.294	803.702	869.093	989.028	1.041.851	1.075.877	1.025.210	1.103.741	1.149.988		
1.1.7. Patatas y otros tubérculos	99.301	115.122	100.856	112.088	131.002	145.150	127.291	124.521	160.009	203.878		
1.1.8. Azúcar	45.829	49.507	50.046	50.429	50.933	50.933	51.389	52.961	53.872	53.085		
1.1.9. Café, té y cacao	126.771	110.148	103.524	103.176	102.557	102.147	103.354	103.201	111.529	147.899		
1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras	155.955	167.244	175.246	190.328	205.957	220.867	237.204	259.125	278.663	294.798		
1.2. Bebidas no alcohólicas	99.737	115.619	125.607	142.296	155.245	175.427	191.196	204.217	211.255	226.666		
1.3. Bebidas alcohólicas	303.895	332.781	364.797	418.183	454.649	472.652	502.918	526.093	548.768	595.260		
1.4. Tabaco	340.798	376.924	384.918	414.150	467.161	516.680	576.253	589.795	729.694	765.922		
2. VESTIDO Y CALZADO	1.945.275	2.172.632	2.438.964	2.691.426	2.908.105	3.149.073	3.342.555	3.238.736	3.337.751	3.456.170	3.592.158	3.780.497
2.1. Vestido, incluidas las reparaciones	1.409.677	1.577.827	1.767.988	1.961.115	2.124.713	2.300.389	2.444.209	2.355.014	2.408.871	2.489.856		
2.2. Calzado, incluidas las reparaciones	535.598	594.805	670.976	730.311	783.392	848.684	898.346	883.722	928.880	966.314		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional.

CUADRO 3.7 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios corrientes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
3. ALQUILERES, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	2.979.764	3.191.847	3.421.233	3.757.281	4.110.057	4.519.411	4.903.964	5.269.493	5.638.942	6.083.080	6.454.243	6.798.691
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua	2.439.620	2.565.793	2.737.302	3.003.682	3.271.944	3.568.899	3.860.241	4.150.886	4.449.363	4.812.992		
3.2. Calefacción y alumbrado	540.144	626.054	683.931	753.599	838.113	950.512	1.043.723	1.118.607	1.189.579	1.270.088		
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO												
DE LA VIVIENDA	1.475.693	1.620.137	1.779.851	1.972.462	2.174.341	2.389.000	2.576.866	2.616.164	2.694.095	2.887.798	3.025.620	3.192.837
4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones	458.167	502.037	562.836	636.732	697.731	770.077	837.949	820.352	843.067	904.273		
4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones	205.666	226.259	248.595	269.938	294.654	334.812	364.292	360.616	362.455	382.889		
4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones	219.350	249.250	274.997	309.783	335.208	356.774	370.375	370.401	394.167	412.692		
4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones	99.839	105.741	115.243	126.595	137.531	149.871	160.721	168.831	172.481	189.419		
4.5. Bienes y servicios para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico	338.820	355.426	372.178	401.412	447.243	477.816	510.070	532.025	532.983	560.965		
4.6. Servicio doméstico	153.851	181.424	206.002	228.002	261.974	299.650	333.459	363.939	388.942	437.560		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional.

CUADRO 3.7 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios corrientes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	749.474	825.236	951.077	1.106.843	1.277.682	1.498.895	1.725.581	1.891.170	2.042.774	2.344.007	2.515.828	2.608.465
5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos	345.131	384.732	453.823	530.867	617.484	708.867	810.265	896.742	954.341	1.070.973		
5.2. Aparatos y equipos terapéuticos	65.599	70.166	73.187	78.976	87.490	100.830	117.854	126.919	138.964	154.236		
5.3. Servicios de médicos, enfermeras y otros profesionales de la medicina	217.803	232.686	272.730	325.891	375.415	447.652	513.078	548.265	594.126	706.804		
5.4. Atención hospitalaria y conexa	66.205	75.059	80.479	90.694	106.836	133.556	155.078	173.757	196.849	237.730		
5.5. Cuota familiar del seguro médico privado	54.736	62.593	70.858	80.415	90.457	107.990	129.306	145.487	158.494	174.264		
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	3.013.479	3.613.625	4.114.809	4.668.236	4.977.984	5.404.170	6.092.409	6.182.743	6.791.840	7.071.911	7.669.022	8.376.975
6.1. Compra de vehículos para transporte personal	794.999	1.144.268	1.384.603	1.551.271	1.448.831	1.405.492	1.544.913	1.274.007	1.558.875	1.564.640		
6.2. Gastos de utilización de vehículos	1.651.830	1.831.271	2.025.948	2.355.606	2.682.229	3.042.874	3.462.107	3.763.205	3.969.281	4.133.999		
6.3. Pagos de servicios de transporte	390.626	427.392	465.434	495.552	544.935	618.727	697.978	721.042	796.831	845.192		
6.4. Comunicaciones...	176.024	210.694	238.824	265.807	301.989	337.077	387.411	424.489	466.853	528.080		
7. ESPARCIMIENTO, ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	1.475.477	1.605.833	1.758.007	1.949.471	2.145.336	2.338.970	2.543.268	2.672.256	2.832.742	3.079.915	3.343.979	3.481.356
7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones	519.310	570.145	628.230	702.180	771.696	824.918	864.815	863.104	902.718	963.559		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional.

CUADRO 3.7 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios corrientes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
7.2. Servicios de espaciamiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés	368.061	404.251	449.434	496.328	550.405	603.657	674.500	696.456	726.423	798.697		
7.3. Libros, periódicos, revistas	170.942	194.086	197.443	221.397	244.949	272.118	297.683	316.636	331.676	367.630		
7.4. Enseñanza	417.164	437.351	482.900	529.566	578.286	638.277	706.270	796.060	871.925	950.029		
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	4.852.949	5.640.360	6.352.676	7.211.631	8.023.288	8.966.932	9.877.195	10.399.564	11.130.273	11.969.273	12.567.520	13.598.360
8.1. Cuidados y efectos personales	312.330	344.958	367.436	404.333	462.518	513.685	580.100	624.902	674.940	701.635		
8.2. Otros artículos no mencionados en otra parte	291.734	337.861	368.768	409.628	453.159	500.722	538.274	557.770	559.443	559.890		
8.3. Gastos en restaurantes, cafés y hoteles	3.351.763	3.902.710	4.432.297	5.088.415	5.675.537	6.417.462	7.098.040	7.497.671	8.082.716	8.785.864		
8.4. Viajes turísticos todo incluido	136.011	152.311	177.604	197.052	224.545	243.867	274.426	284.811	314.042	319.946		
8.5. Servicios financieros no declarados en otra parte	39.714	45.011	49.327	54.433	59.316	64.921	69.862	71.257	79.097	86.249		
8.6. Otros servicios no mencionados anteriormente	721.397	857.509	957.244	1.057.770	1.148.213	1.226.275	1.316.493	1.363.153	1.420.035	1.515.689		
CONSUMO PRIVADO INTERIOR	21.887.721	24.435.018	26.839.062	29.919.079	32.744.223	35.781.428	38.975.029	40.384.720	43.045.852	45.928.988	48.537.079	51.557.247
Consumo de no residentes en el territorio económico	1.685.768	1.850.994	1.972.965	1.951.886	1.906.348	2.024.167	2.303.143	2.536.982	2.902.854	3.198.231	3.521.819	3.971.690
Consumo de residentes en el resto del mundo	235.777	271.745	313.482	399.746	465.502	511.508	605.245	634.204	580.460	582.822	652.938	691.260
CONSUMO PRIVADO NACIONAL	20.437.730	22.855.769	25.179.579	28.366.939	31.303.377	34.268.769	37.727.731	38.481.942	40.723.458	43.313.579	45.668.198	48.276.817

Fuente: INE, Contabilidad Nacional.

CUADRO 3.8

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios constantes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	5.395.610	5.471.657	5.508.309	5.576.941	5.692.340	5.791.401	5.853.465	5.855.762	5.857.612	5.841.592	5.850.514	5.973.851
1.1. Alimentos	4.651.180	4.702.733	4.734.421	4.781.602	4.875.598	4.951.308	5.027.832	5.065.875	5.022.039	5.010.591		
1.1.1. Pan y cereales...	577.429	584.494	578.468	584.126	591.220	595.228	600.340	598.599	594.581	607.305		
1.1.2. Carne...	1.447.234	1.496.279	1.541.182	1.567.127	1.609.278	1.639.983	1.666.848	1.656.847	1.621.177	1.632.687		
1.1.3. Pescado	528.152	529.545	532.531	545.915	571.573	592.806	607.626	622.391	613.055	598.464		
1.1.4. Leche, queso y huevos...	722.802	716.947	712.645	708.705	717.873	726.579	732.345	751.386	752.588	748.223		
1.1.5. Aceites y grasas...	230.097	227.587	224.856	223.240	223.240	223.813	226.723	225.908	229.206	232.507		
1.1.6. Frutas, verduras excepto patatas y otros tubérculos	717.610	715.628	712.765	713.664	716.814	720.215	733.179	743.297	750.284	718.922		
1.1.7. Patatas y otros tubérculos	99.301	99.742	98.745	97.896	97.308	99.923	101.622	101.429	98.589	103.095		
1.1.8. Azúcar	45.829	44.855	43.285	42.511	42.511	41.883	41.715	41.298	39.481	36.812		
1.1.9. Café, té y cacao	126.771	128.588	128.331	129.322	129.583	129.453	130.748	128.625	120.316	123.974		
1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras	155.955	159.068	161.613	169.096	176.198	181.425	186.686	196.095	202.762	208.602		
1.2. Bebidas no alcohólicas	99.737	111.322	116.443	123.284	124.945	130.729	132.036	135.865	141.259	153.676		
1.3. Bebidas alcohólicas	303.895	308.691	311.247	310.204	311.753	309.432	312.526	308.713	312.325	314.168		
1.4. Tabaco	340.798	348.911	346.198	361.851	380.044	399.932	381.071	345.309	381.989	363.157		
2. VESTIDO Y CALZADO	1.945.275	1.987.734	2.073.437	2.176.900	2.242.617	2.304.920	2.328.617	2.160.935	2.168.878	2.183.390	2.208.383	2.273.584
2.1. Vestido, incluidas las reparaciones	1.409.677	1.435.787	1.486.165	1.564.048	1.613.831	1.657.082	1.673.653	1.544.614	1.541.525	1.554.782		
2.2. Calzado, incluidas las reparaciones	535.598	551.947	587.272	612.852	628.786	647.838	654.964	616.321	627.353	628.608		

CUADRO 3.8 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios constantes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
3. ALQUILERES, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	2.979.764	3.061.270	3.134.446	3.220.235	3.294.903	3.377.468	3.443.505	3.486.093	3.541.673	3.601.001	3.674.390	3.730.448
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua	2.439.620	2.471.530	2.506.770	2.550.975	2.599.930	2.650.369	2.692.775	2.727.781	2.762.735	2.801.966		
3.2. Calefacción y alumbrado	540.144	589.740	627.676	669.260	694.973	727.099	750.730	758.312	778.938	799.035		
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA	1.475.693	1.544.997	1.628.719	1.722.735	1.802.808	1.872.253	1.909.689	1.851.248	1.859.507	1.921.288	1.937.086	2.008.803
4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones	458.167	474.270	506.340	542.956	561.453	581.665	593.298	553.428	554.203	569.721		
4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones	205.666	214.138	225.916	237.475	247.985	264.833	275.426	260.457	254.154	257.636		
4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones	219.350	237.970	253.914	278.188	291.263	298.079	298.258	289.310	304.007	313.249		
4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones	99.839	100.725	106.366	112.881	117.802	122.962	125.298	124.170	122.394	128.000		
4.5. Bienes y servicios para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico	338.820	348.180	359.511	374.276	401.704	416.635	428.766	433.354	433.267	448.735		
4.6. Servicio doméstico	153.851	169.714	176.672	176.959	182.601	188.079	188.643	190.529	191.482	203.947		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.8 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios constantes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	749.474	785.660	861.702	966.817	1.080.001	1.205.195	1.303.779	1.379.271	1.445.250	1.594.131	1.665.683	1.705.926
5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos	345.131	369.647	423.274	491.202	570.776	642.123	705.693	773.258	817.179	890.480		
5.2. Aparatos y equipos terapéuticos	65.599	68.461	69.625	73.775	79.595	89.146	101.805	105.368	109.853	118.586		
5.3. Servicios de médicos, enfermeras y otros profesionales de la medicina	217.803	221.859	243.823	273.055	293.807	324.686	341.570	344.530	356.451	408.932		
5.4. Atención hospitalaria y conexa	66.205	69.881	68.833	71.493	76.855	85.071	88.474	89.359	94.944	108.929		
5.5. Cuota familiar del seguro médico privado	54.736	55.812	56.147	57.292	58.968	64.169	66.237	66.756	66.823	67.204		
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	3.013.479	3.422.938	3.743.404	3.991.981	3.986.673	3.987.974	4.189.420	3.899.375	4.053.582	4.037.109	4.248.351	4.562.615
6.1. Compra de vehículos para transporte personal	794.999	1.065.115	1.230.208	1.329.883	1.199.249	1.111.744	1.224.475	957.662	1.089.053	1.021.314		
6.2. Gastos de utilización de vehículos	1.651.830	1.759.702	1.884.641	2.004.854	2.089.367	2.152.257	2.203.730	2.194.695	2.208.083	2.227.073		
6.3. Pagos de servicios de transporte	390.626	405.846	415.000	420.814	438.126	448.966	464.015	440.397	442.159	462.366		
6.4. Comunicaciones...	176.024	192.275	213.555	236.430	259.931	275.007	297.200	306.621	314.287	326.356		
7. ESPARCIMIENTO, ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	1.475.477	1.535.102	1.605.615	1.707.851	1.801.161	1.863.171	1.895.845	1.875.315	1.901.097	1.992.084	2.107.981	2.154.413
7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones	519.310	554.318	604.810	669.310	736.529	774.927	791.433	770.302	792.179	837.333		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.8 (Continúa)

Consumo privado nacional e interior por funciones. (Precios constantes)

Unidad: Millones de pesetas

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés	368.061	376.982	389.233	406.743	421.236	431.767	444.029	427.969	425.829	452.699		
7.3. Libros, periódicos, revistas	170.942	185.321	178.985	187.570	190.458	195.296	199.202	202.489	203.599	212.109		
7.4. Enseñanza	417.164	418.481	432.587	444.228	452.938	461.181	461.181	474.555	479.490	489.943		
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	4.852.949	5.288.320	5.579.143	5.843.004	5.991.743	6.181.540	6.258.001	6.196.568	6.323.311	6.496.149	6.582.826	6.889.918
8.1. Cuidados y efectos personales	312.330	328.001	335.545	350.855	378.270	389.429	401.112	404.201	412.528	411.620		
8.2. Otros artículos no mencionados en otra parte	291.734	316.316	329.295	349.863	364.791	378.834	383.001	376.612	356.918	336.252		
8.3. Gastos en restaurantes, cafés y hoteles	3.351.763	3.643.029	3.849.750	4.056.942	4.138.133	4.289.589	4.332.485	4.286.127	4.424.199	4.599.397		
8.4. Viajes turísticos todo incluido	136.011	146.749	155.554	156.329	159.167	161.555	164.301	159.816	162.789	162.089		
8.5. Servicios financieros no declarados en otra parte	39.714	41.248	42.980	43.997	44.975	46.504	47.278	48.195	51.096	54.213		
8.6. Otros servicios no mencionados anteriormente	721.397	812.977	866.019	885.018	906.407	915.629	929.824	921.617	915.781	932.578		
CONSUMO PRIVADO INTERIOR	21.887.721	23.097.678	24.134.775	25.206.464	25.892.246	26.583.922	27.182.321	26.704.567	27.150.910	27.666.744	28.275.214	29.299.558
Consumo de no residentes en el territorio económico	1.685.768	1.739.656	1.752.190	1.619.118	1.482.046	1.479.265	1.570.979	1.634.225	1.778.999	1.875.437	1.995.544	2.187.665
Consumo de residentes en el resto del mundo	235.777	263.830	301.134	378.525	428.377	451.724	510.448	472.501	403.302	392.957	422.244	419.743
CONSUMO PRIVADO NACIONAL	20.437.730	21.621.852	22.683.719	23.965.871	24.838.577	25.556.381	26.121.790	25.542.843	25.775.213	26.184.264	26.701.914	27.531.636

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.9

Clasificación del Consumo Privado por funciones.

Índices de volumen

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	100	101,4	102,1	103,4	105,5	107,3	108,5	108,5	108,6	108,4	110,7	
1.1. Alimentos	100	101,1	101,8	102,8	104,8	106,5	108,1	108,9	108,0	107,7		
1.1.1. Pan y cereales...	100	101,2	100,2	101,2	102,4	103,1	104,0	103,7	103,0	105,2		
1.1.2. Carne...	100	103,4	106,5	108,3	111,2	113,3	115,2	14,5	112,0	112,8		
1.1.3. Pescado	100	100,3	100,8	103,4	108,2	112,2	115,0	117,8	116,1	113,3		
1.1.4. Leche, queso y huevos...	100	99,2	98,6	98,0	99,3	100,6	101,3	104,0	104,1	103,5		
1.1.5. Aceites y grasas...	100	98,9	97,7	97,0	97,0	97,3	98,5	98,2	99,6	101,0		
1.1.6. Frutas, verduras excepto patatas y otros tubérculos	100	99,7	99,3	99,5	99,9	100,4	102,2	103,6	104,6	100,2		
1.1.7. Patatas y otros tubérculos	100	100,4	99,4	98,6	98,0	100,6	102,3	102,1	99,3	103,8		
1.1.8. Azúcar	100	97,9	94,4	92,8	92,8	91,4	91,0	90,1	86,1	80,3		
1.1.9. Café, té y cacao	100	101,4	101,2	102,0	102,2	102,1	103,1	101,5	94,9	97,8		
1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras	100	102	103,6	108,4	113,0	116,3	119,7	125,7	130,0	133,8		
1.2. Bebidas no alcohólicas	100	111,6	116,8	123,6	125,3	131,3	132,4	136,2	141,6	154,1		
1.3. Bebidas alcohólicas	100	101,6	102,4	102,1	102,6	101,8	102,8	101,6	102,8	103,4		
1.4. Tabaco	100	102,4	101,6	106,2	115,5	117,4	111,8	101,3	112,1	106,6		
2. VESTIDO Y CALZADO	100	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	101,9	105,4	111,0	114,5	117,6	118,7	109,6	109,4	110,3		
2.2. Calzado, incluidas las reparaciones	100	103,1	109,6	114,4	117,4	121,0	122,3	115,1	117,1	117,4		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.9 (Continúa)

Clasificación del Consumo Privado por funciones.

Índices de volumen

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
3. ALQUILERES, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	100	102,7	105,2	108,1	110,6	113,3	115,6	117,0	118,9	120,8	123,3	125,2
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua	100	101,3	102,8	104,6	106,6	108,6	110,4	111,8	113,2	114,9		
3.2. Calefacción y alumbrado	100	109,2	116,2	123,9	128,7	134,6	139,0	140,4	144,2	147,9		
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA	100	104,7	110,4	116,7	122,2	126,9	129,4	125,4	126,0	130,2	131,3	136,1
4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones	100	103,5	110,5	118,5	122,5	127,0	129,5	120,8	121,0	124,3		
4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones	100	104,1	109,8	115,5	120,6	128,8	133,9	126,6	123,6	125,3		
4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones	100	108,5	115,8	126,8	132,8	135,9	136,0	131,9	138,6	142,8		
4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones	100	100,9	106,5	113,1	118,0	123,2	125,5	124,4	122,6	128,2		
4.5. Bienes y servicios para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico	100	102,8	106,1	110,5	118,6	125,0	126,5	127,9	127,9	132,4		
4.6. Servicio doméstico	100	110,3	114,8	115,0	118,7	122,2	122,6	123,8	124,5	132,6		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.9 (Continúa)

Clasificación del Consumo Privado por funciones.

Índices de volumen

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	100	104,8	115,0	129,0	144,1	160,8	174,0	184,0	192,8	212,7	222,2	227,6
5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos	100	107,1	122,6	142,3	165,4	186,1	204,5	224,0	236,8	258,0		
5.2. Aparatos y equipos terapéuticos	100	104,4	106,1	112,5	121,3	135,9	155,2	160,6	167,5	180,8		
5.3. Servicios de médicos, enfermeras y otros profesionales de la medicina	100	101,9	111,9	125,4	134,9	149,1	156,8	158,2	163,7	187,8		
5.4. Atención hospitalaria y conexa	100	105,6	104,0	108,0	116,1	128,5	133,6	135,0	143,4	164,5		
5.5. Cuota familiar del seguro médico privado	100	102,0	102,6	104,7	107,7	117,2	121,0	122,0	122,1	122,8		
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	100	113,6	124,2	132,5	132,3	132,3	139,0	129,4	134,5	134,0	141,0	151,4
6.1. Compra de vehículos para transporte personal	100	134,0	154,7	167,3	150,8	139,8	154,0	120,5	137,0	128,5		
6.2. Gastos de utilización de vehículos	100	106,5	114,1	121,4	126,5	130,3	133,4	132,9	133,7	134,8		
6.3. Pagos de servicios de transporte	100	103,9	106,2	107,7	112,2	114,9	118,8	112,7	113,2	118,4		
6.4. Comunicaciones...	100	109,2	121,3	134,3	147,7	156,2	168,8	174,2	178,5	185,4		
7. ESPARCIMIENTO, ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	100	104,0	108,8	115,7	122,1	126,3	128,5	127,1	128,8	135,0	142,9	146,0
7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones	100	106,7	116,5	128,9	141,8	149,2	152,4	148,3	152,5	161,2		

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

CUADRO 3.9 (Continúa)

Clasificación del Consumo Privado por funciones.

Índices de volumen

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés	100	102,4	105,8	110,5	114,4	117,3	120,6	116,3	115,7	123,0		
7.3. Libros, periódicos, revistas	100	108,4	104,7	109,7	111,4	114,2	116,5	118,5	119,1	124,1		
7.4. Enseñanza	100	100,3	103,7	106,5	108,6	110,6	110,6	113,8	114,9	117,4		
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	100	109,0	115,0	120,4	123,5	127,4	129,0	127,7	130,3	133,9	135,6	142,0
8.1. Cuidados y efectos personales	100	105,0	107,4	112,3	121,1	124,7	128,4	129,4	132,1	131,8		
8.2. Otros artículos no mencionados en otra parte	100	108,4	112,9	119,9	125,0	129,9	131,1	129,1	122,3	115,3		
8.3. Gastos en restaurantes, cafés y hoteles	100	108,7	114,9	121,0	123,5	128,0	129,3	127,9	132,0	137,2		
8.4. Viajes turísticos todo incluido	100	107,9	114,4	114,9	117,0	118,8	120,8	117,5	119,7	119,2		
8.5. Servicios financieros no declarados en otra parte	100	103,9	108,2	110,8	113,2	117,1	119,0	121,4	128,7	136,5		
8.6. Otros servicios no mencionados anteriormente	100	112,7	120,0	122,7	125,6	126,9	128,9	127,8	126,9	129,3		
CONSUMO PRIVADO INTERIOR	100	105,5	110,3	115,2	118,3	121,5	124,2	122,0	124,0	126,4	129,2	133,9
Consumo de no residentes en el territorio económico	100	103,2	103,9	96,0	87,9	87,8	93,2	96,9	105,5	111,3		
Consumo de residentes en el resto del mundo	100	111,9	127,7	160,5	181,7	191,6	216,5	200,4	171,1	166,7		
CONSUMO PRIVADO NACIONAL	100	105,8	111,0	117,3	121,5	125,0	127,8	125,0	126,1	128,1	130,7	134,7

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

desagregar el análisis por tipos de productos entre 1986 y 1995. En el Cuadro 3.6 se han agrupado los productos en tres clases según su crecimiento relativo respecto del crecimiento medio del Consumo privado interior, que en 1995 alcanzó un índice de 126,4 sobre 1986, medido a precios constantes de este año (Cuadro 3.9).

- Productos de crecimiento lento, cuyos índices en 1995 son inferiores o iguales al 95 por ciento del Indice del Consumo privado interior.
- Productos de crecimiento medio, cuyos índices en 1995 se encuentran entre el 95% y 105% del Indice del Consumo privado interior.
- Productos de crecimiento rápido, cuyos índices en 1995 son superiores al 105 por ciento del Indice del Consumo Privado interior.

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. Debe señalarse la importancia de los años elegidos para efectuar la comparación ya que, como se ha comprobado en páginas anteriores, la influencia del nivel de ingreso y de las expectativas de renta sobre los programas de gasto de los individuos es considerable. En efecto, puede observarse que si hubiera escogido 1993 o 1994, años de recesión y bajas expectativas de los consumidores, se habría modificado la clasificación de más de un tipo de producto.

En primer lugar, destaca el hecho de que, en términos reales (precios de 1986) solamente dos productos han disminuido su gasto entre 1986 y 1995, y ambos son del grupo de alimentación: el azúcar y el café, té y cacao, y un solo grupo se ha mante-

nido en términos prácticamente iguales a los de 1986: las frutas y verduras.

Los productos de crecimiento lento comprenden prácticamente a todos los de alimentación. Excepto la carne y el pescado, el resto de estos productos muestran crecimientos moderados que no alcanzan en 1995 más que el tres o cuatro por ciento de incremento sobre 1986 (recuérdese que en precios constantes de este año). Incluso como ya se señaló, han disminuido los niveles de gasto de varios tipos de productos de alimentación. Las excepciones a esta tendencia vienen representadas por la evolución del gasto en conservas y bebidas no alcohólicas. Las primeras alcanzaron en 1995 un índice de 133,8, clasificándose como producto de rápido crecimiento, lo que puede explicarse como consecuencia de la menor disponibilidad de tiempo de trabajo en los hogares, más que como una mayor preferencia por los productos de alimentación. El rápido crecimiento del gasto en bebidas no alcohólicas es debido a la aparición de nuevos productos que han abierto nuevos mercados.

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. Posiblemente la generalización del uso de calzado deportivo y la importancia alcanzada por las marcas en este tipo de calzado, explican ese relativo mayor crecimiento del gasto en este apartado, sobre el gasto en vestido.

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; el seguro médico privado; los servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura (excepto hoteles y comida fuera del hogar); los libros, periódicos y revistas; el cuidado y efectos personales. En este grupo de productos con gasto de crecimiento medio se incluyen también los vehículos para transporte personal, lo cual haría que estos bienes se excluyeran de

entre los bienes con mayor significado de estatus social. Pero ya se ha advertido anteriormente la importancia de la elección del período de comparación sobre todo cuando se trata de bienes duraderos de alto valor unitario, como en este caso. Si se examina la serie desde 1986, vemos que 1995 y 1993, son los dos años en que menos gasto se dedicó a la compra de vehículos, muy por debajo del gasto de 1989 (índice 167,3). En el capítulo siguiente se examina más en detalle la evolución de esta partida.

Se puede considerar que los productos clasificados como de crecimiento rápido son los que marcaban las tendencias del gasto en consumo, o, dicho de otra forma, son los productos cuyo consumo es considerado por los individuos como el más indicado para mejorar su nivel de vida y su estatus social.

- El gasto de productos de alimentación, ya se ha comentado, ha perdido y parece que definitivamente su antigua calidad de distinción. En términos más coloquiales para «comer bien en casa» no hace falta dedicar una mayor proporción de gasto, basta con pequeños incrementos reales de gasto, siempre inferiores al incremento relativo de los ingresos. Sin embargo, el gasto en comidas fuera de casa, en «restaurantes, cafés y hoteles», presentaba en 1995 un crecimiento rápido. Aunque no es posible desagregar el gasto en comidas en restaurantes por motivos personales y de placer (gasto en «restaurantes y cafés»),⁴ y gasto por motivos laborales, (gasto en «cantinas y comedores») y, por tanto, no se puede concluir con rotundidad que la comida fuera del hogar por motivos de placer sea actualmente el único gasto en alimentación que tiene carácter distintivo. No obstante, parece consistente establecer tal conclusión, aunque sólo sea como hipótesis de trabajo.

(4) Según el código COICOP, adoptado por el INE para la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares, base 1997.

La influencia de la pertenencia a la CE sobre el comportamiento del gasto en consumo en España parece haberse producido, de una parte, sobre la cantidad del gasto en consumo y, consecuentemente, en el ritmo de evolución de la estructura de gasto; en la medida en que la pertenencia a la UE haya sido un factor de mayor crecimiento de la renta de las familias, debe haber propiciado una mayor rapidez en la transformación de los hábitos de consumo. De otra parte, debe haber influido en las decisiones de nivel micro de elección entre marcas; aunque el nivel de desagregación que se maneja en este trabajo no permite establecer conclusiones definitivas, si es cierto que los datos examinados sugieren que se han modificado las preferencias de compra entre marcas, y en función del país de origen de los productos. Posiblemente este efecto se note especialmente en la compra de bienes corrientes de gran consumo y de equipamiento del hogar, más que en la compra de bienes de consumo duradero, dada la apertura de la economía española previa a la adhesión a la UE y la alta propensión a la importación de bienes de consumo duradero que siempre han manifestado los consumidores españoles.

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? Es decir, si la

- generalización del consumo masivo ha producido o no la «democratización» del consumo, en el sentido de aproximar los niveles y hábitos de consumo, lo cual, dado que el consumo tiene el carácter de determinante principal del nivel de vida de los individuos, significaría la reducción de las distancias entre el grado de bienestar de los grupos sociales.
- ¿En qué grupos de gasto se han reducido o aumentado las diferencias? Se parte de la hipótesis de existencia de consumo, es decir de preferencias por el gasto en ciertos tipos de productos cuyo consumo es característico de los grupos de renta más alta cuyo estándar de consumo se acepta como paradigma de bienestar y por ello tiende a imitarse.

La «convergencia » de los hábitos de consumo

En los cuadros 3.12 a 3.17 se recogen la estructura porcentual del gasto y los índices de volumen de gasto correspondientes a los deciles de ingresos, para los años 80/81, 90/91 y 1996.⁶ Esta información se ha sintetizado en los siguientes Cuadros 3.10 y 3.11 en las que se muestra la varianza media⁷ de las estructuras porcentuales de gasto y de los índices de volumen del gasto. Para comprobar si efectivamente se ha producido convergencia entre las estructuras de gasto en consumo correspondientes a los distintos grupos de ingresos, es decir, si se han acortado o no las

(6) Aunque se indica 1980/81, se trata en realidad de un período equivalente a un año. La EPF correspondiente se refiere no obstante a 1980/81 ó 1990/91, porque el período de captación de la información comprende meses de ambos años. Hemos creído conveniente mantener la denominación del INE. El año 1996 se refiere en realidad a los dos últimos trimestres del año.

(7) Promedio de los valores absolutos de las diferencias entre los valores correspondientes a cada decil de renta y la media de cada grupo de gasto. Para determinar la varianza de los índices se ha tomado como valor de referencia el correspondiente a la primera decila de renta.

diferencias de los hábitos de consumo de los individuos con mayor y menor renta, se compara la varianza de las distribuciones porcentuales del gasto (Cuadro 3.10), y para verificar si ha habido convergencia en los volúmenes de gasto en consumo, se analiza la varianza de los índices de gasto correspondiente a los deciles de ingresos.

CUADRO 3.10

**Convergencia de las estructuras de gasto,
según deciles de ingresos, 1981-1996.**

GRUPOS DE GASTO	Varianza (*)		
	1980/1981	1990/1991	1996 (III y IV trimestre)
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	6,41	4,81	3,56
2. VESTIDO Y CALZADO	0,29	0,27	0,57
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	0,91	1,49	1,88
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	0,69	0,31	0,54
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	0,15	0,12	0,26
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	3,01	1,97	1,85
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	1,46	1,18	1,22
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	1,38	1,68	2,17
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0,30	0,41	0,37
TOTAL GASTO	1,62	1,36	1,38

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares*, varios años y elaboración propia.

(*) $V_i^t = \text{Varianza del grupo de gasto (i), según deciles de ingresos (j), en el año (t)}$

$$V_i^t = \sum |x_{ij} - x_{-i}^t| / 10$$

$V_{IG} = \text{Varianza media de los grupos de gasto (i) en el año (t)}$

$$V_{IG} = \sum |V_i^t| / 9$$

Un primer examen de los resultados contenidos en los Cuadros 3.10 y 3.11 muestra ya la existencia de 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 «democratiza-

ción» 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 primera de las cuestiones planteadas, sobre la reducción de las diferencias entre los comportamientos de gasto de los individuos según su nivel de ingresos, tiene una respuesta afirmativa para el total del período, ya que la varianza total de la estructura del gasto de los diez grupos de ingresos, se ha reducido en casi un quince (14,8) por ciento, pasando de un valor de 1,62 en 1980/81 a 1,38 en 1996.

Sin embargo este fenómeno no se ha producido uniformemente a lo largo de todo el período. Como se muestra en el Cuadro 3.10, la reducción de las diferencias en los comportamientos de gasto se ha producido en la década de los años ochenta, mientras que entre 1990/91 y 1996 la varianza entre las estructuras de gasto se ha mantenido sin variaciones, si acaso se ha incrementado levemente, pasando de 1,36 en 1990/91 a 1,38 en 1996. Es decir, la convergencia del comportamiento de gasto de los individuos con distinto nivel de renta es un fenómeno producido fundamentalmente en los años ochenta.

Analizando la varianza de los distintos grupos de gasto en los tres años considerados puede constatarse que la suave evolución de la varianza del gasto total encubre movimientos mucho más fuertes que, en el resultado total, se contrarrestan entre sí.

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, a lo largo del período 1980/81 a 1996. Nótese que si en 1980/81 el rango de variación de la proporción de gasto dedicado a la alimentación era de 25,5 puntos entre el grupo con menor nivel de ingresos (47,5%) y el de más ingresos (22,0%), quince años más tarde, en 1996, el rango se había reducido a 14,4 puntos, entre el 31,3% del primer decil y el 17,1% del décimo decil (Cuadros 3.12, 3.13 y 3.14).

CUADRO 3.11

Convergencia del gasto por grupos de gasto, según deciles de ingresos, 1981-1996.

GRUPOS DE GASTO	Varianza (*)		
	1980/1981	1990/1991	1996 (III y IV trimestre)
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	7,46	4,13	5,40
2. VESTIDO Y CALZADO	26,96	20,16	23,29
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	24,05	22,38	15,28
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	32,32	26,00	22,01
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	24,61	23,40	23,56
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	42,80	35,07	31,07
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	43,64	38,86	35,64
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	39,54	33,11	32,94
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	36,25	29,80	24,79
TOTAL GASTO	30,85	25,88	20,69

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares*, varios años y elaboración propia.

(*) Ver en cuadro 3.10.

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. La varianza del gasto en este grupo evolucionó en sentido contrario en los dos períodos considerados: entre 1980/81 y 1990/91 disminuyó, mientras que en 1996 la diferencia entre las proporciones de gasto de los distintos grupos de ingresos había aumentado.
- Los transportes y comunicaciones, sobre todo en los años ochenta.
- Los gastos de esparcimiento, enseñanza y cultura. Entre 1980/81 y 1990/91 disminuyó la varianza, pero después, en los años noventa, las estructuras de gasto volvieron a diver-

ger, aunque quedando la en 1996 la varianza de las proporciones del gasto por debajo de la correspondiente a 1980.

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:

- Las estructuras de gasto en vestido y calzado, se diferenciaron en los años noventa, mientras que entre 1980/81 y 1990/91 la varianza correspondiente a los distintos niveles de ingreso había disminuido levemente. El comportamiento del gasto en consumo de este grupo de productos muestra evidencias erráticas que dificultan la interpretación de su evolución. La representación gráfica de la proporción de gasto de los distintos grupos de ingresos sería una línea de ondas con tendencia a disminuir en los grupos de ingresos más elevadas, sin embargo, en 1980/81 y 1990/91, el decil 8 es el que presenta mayor porcentaje de 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, cuya varianza se mantuvo en cifras similares en los años ochenta, en 1996 se incrementa la divergencia entre las estructuras de gasto de los distintos niveles de ingresos. Pese a que esta mayor divergencia en 1996 puede sugerir que sean los grupos de ingresos más elevados los que marcan la diferencia, no ha sido así a lo largo de todos los años considerados. En primer lugar, este grupo es el que menos varianza presenta en las posiciones de gasto, entre los individuos con distintos niveles de ingresos; en segundo lugar, mientras que en los años 1980/81 y 1990/91 fueron los grupos de renta media alta o alta los que más proporción de gasto dedicaron a estos bienes y servicios de atención médica (decil 7, en 1980/81 y de-

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. Así, si en 1980/81 el rango del volumen de gasto en consumo oscila entre el índice 51,7 (sobre 100 = gasto medio por persona) de las de renta más baja, y el 164,5 de los ingresos más elevados (Cuadro 3.13), en 1996 el rango iba de 66,7 a 157,1, respectivamente, habiéndose reducido por tanto la diferencia entre los volúmenes de gasto de mayor y menor 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 final es la convergencia de los volúmenes de gasto entre los diferentes grupos de ingresos, es decir, disminuye la diferencia del volumen de gasto entre los individuos con renta más alta y los de menos ingresos. El resultado es notable y sus consecuencias repercuten sobre muy diversos ámbitos. En primer lugar, considerando la evolución del gasto en consumo de los niveles más altos de ingresos, parece que la proporción del gasto en consumo tiene un límite que debería expresarse como un máximo de participación sobre la renta. La hipótesis que se deduce es que 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. A partir de ese punto se produciría un ahorro en sentido estricto. En la medida en que el excedente de renta no se atesore, se colocará en productos financieros que conserven el valor del ahorro. De esta forma aparece un nuevo tipo de consumo ligado al excedente de rentas que se concreta en consumo de servicios financieros, frente al consumo de bienes,

que se constituye así en uno de los tipos de consumo que distinguen el nivel de vida y confieren un mayor estatus social.

El excedente de renta no aparece sólo en los niveles de ingresos más elevados. Al definirlo como excedente de renta para cubrir el consumo y la tasa de gasto diferido, el excedente de renta depende de la expectativa de volumen de consumo definido por cada individuo como nivel de gasto deseable, que será menor en función del nivel de vida y el estatus social de cada individuo y de factores culturales (la opinión sobre el consumo masivo, por ejemplo) que adquiera el individuo a lo largo de su vida. Por tanto, los excedentes de renta, así definidos, pueden aparecer también en los grupos de renta media y media alta. Esta sería una razón más de la que hemos denominado «democratización» del consumo y para explicar el ritmo de crecimiento elevado del gasto en servicios financieros (Cuadro 3.6).

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. El consumo de capital doméstico no se registra en los datos que manejamos en este capítulo, por lo que no es posible cuantificar el fenómeno, pero los datos sobre consumo de capital doméstico utilizados anteriormente (ver Cuadro 2.6) sugieren la existencia de un diferencial notable en este tipo de consumo, y permite afirmar que, en efecto, la convergencia interna en consumo, es menor que en volumen de gasto. 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.

CUADRO 3.12

Estructura del gasto por hogar, según deciles de renta, 1980.

(pesetas corrientes)

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	31,9	47,5	44,4	40,0	37,7	35,9	34,1	32,7	30,3	28,3	22,0
2. VESTIDO Y CALZADO	8,5	7,5	7,9	8,3	8,6	8,3	8,6	8,3	8,7	8,9	8,5
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	18,8	21,1	20,1	19,7	18,3	18,4	18,5	18,1	18,0	17,8	19,9
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA	7,5	6,1	6,6	6,5	6,9	7,0	7,3	7,3	7,1	7,7	9,0
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	2,3	2,5	2,6	2,6	2,4	2,5	2,1	2,1	2,3	2,4	2,3
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	13,6	4,7	7,3	9,5	11,6	12,1	13,5	14,6	15,5	15,4	16,2
7. ESPARCIMIENTO, ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	6,7	3,1	3,7	4,7	5,4	5,9	6,3	6,7	7,1	7,7	8,8
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	8,4	5,5	5,9	6,7	7,2	7,7	7,6	8,0	8,5	9,7	10,5
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	2,2	1,9	1,5	2,0	1,8	2,2	2,0	2,2	2,5	2,1	2,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares, 1980-1981*, tomo I. *El Gasto y el Ingreso de los Hogares. Conjunto Nacional*, Madrid, 1983.

CUADRO 3.13

Números índices del gasto por persona, según deciles de ingresos, 1980.

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	100,0	85,0	91,3	90,2	92,5	96,3	99,9	101,5	104,5	110,4	113,3
2. VESTIDO Y CALZADO	100,0	50,4	61,5	69,9	79,1	83,9	95,4	97,5	112,7	130,6	164,1
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	100,0	64,2	70,0	75,1	76,3	83,9	92,1	95,7	105,7	117,9	174,2
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	100,0	46,9	57,7	62,3	72,5	79,6	90,8	96,7	103,9	128,2	197,6
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	100,0	61,2	71,9	80,3	79,0	90,8	84,6	87,1	107,2	129,6	164,3
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	100,0	19,9	35,4	50,4	67,1	76,1	92,9	106,2	125,7	141,4	196,5
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	100,0	25,9	36,5	50,4	62,9	75,2	88,3	98,8	116,2	142,9	215,3
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	100,0	37,2	45,8	56,9	67,1	78,2	84,5	94,6	111,3	143,5	204,8
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	100,0	47,7	45,3	63,6	64,4	84,3	81,7	97,5	123,3	117,1	206,6
TOTAL GASTO	100,0	57,1	65,7	71,8	78,3	85,6	93,6	99,2	110,1	124,6	164,5

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares, 1980-1981*, tomo I. *El Gasto y el Ingreso de los Hogares. Conjunto Nacional*, Madrid, 1983.

CUADRO 3.14

Estructura porcentual del gasto por persona, según deciles de ingresos, 1991.

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	24,6	36,9	32,0	31,2	28,9	27,9	26,5	24,7	23,4	21,6	16,9
2. VESTIDO Y CALZADO	9,5	9,6	9,7	9,5	9,7	9,7	9,7	9,8	10,0	9,4	8,6
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	22,6	24,6	24,8	23,0	23,5	21,5	21,2	20,9	20,9	21,5	25,0
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	5,5	5,2	5,7	5,3	5,0	5,1	5,2	5,2	5,3	5,3	6,3
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	2,6	2,6	2,3	2,6	2,7	2,7	2,3	2,6	2,9	2,5	2,6
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	12,2	6,1	8,3	9,5	10,8	11,7	12,3	13,4	13,0	13,4	14,1
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	6,1	3,1	3,7	4,6	4,9	5,3	6,0	6,3	6,2	7,0	7,8
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	12,9	9,1	10,2	10,5	10,7	12,0	12,5	13,0	13,8	15,0	14,2
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	4,2	2,7	3,2	3,8	3,9	4,1	4,2	4,1	4,5	4,3	4,5
TOTAL GASTO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares. 1990-1991*, vol. I, *Gastos e Ingresos de los hogares*, Madrid, 1992.

CUADRO 3.15

Índices del gasto por persona, según deciles de ingresos, 1991.

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	100,0	93,1	94,0	94,6	96,6	99,3	97,7	99,6	102,0	103,9	110,3
2. VESTIDO Y CALZADO	100,0	62,6	73,9	74,5	84,0	89,2	93,1	102,0	112,7	117,7	146,5
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	100,0	67,4	79,1	75,9	85,4	83,2	85,0	91,5	98,8	112,3	177,9
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	100,0	59,2	74,8	72,2	75,3	81,3	86,2	94,6	103,7	114,0	186,0
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	100,0	62,2	65,2	75,0	86,3	90,3	81,9	98,1	119,8	112,5	160,5
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	100,0	31,0	48,9	57,9	72,6	83,3	91,0	108,5	113,2	128,9	185,0
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	100,0	31,9	43,4	55,9	66,3	76,5	88,6	101,5	108,4	135,7	205,6
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	100,0	43,9	57,4	60,5	68,0	81,7	87,7	100,2	114,9	137,3	177,9
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	100,0	39,8	56,1	68,4	76,6	86,4	91,8	98,0	115,9	123,5	175,6
TOTAL GASTO	100,0	61,9	72,1	74,4	82,2	87,3	90,5	98,9	106,8	118,0	160,8

Fuente: INE, *Encuesta de Presupuestos Familiares. 1990-1991*, vol. I. *Gastos e Ingresos de los hogares*, Madrid, 1992.

CUADRO 3.16

Estructura porcentual del gasto por unidad de consumo según deciles de ingresos, III y IV trimestre, 1996.

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	24,9	31,5	28,7	29,4	28,0	26,8	25,0	24,1	22,0	20,8	17,1
2. VESTIDO Y CALZADO	7,8	6,5	7,6	6,9	7,4	7,0	7,1	7,5	8,2	7,6	7,5
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	27,4	30,8	29,4	27,4	26,4	26,8	25,5	25,0	24,2	24,1	26,5
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	6,0	5,6	6,2	5,5	5,7	5,4	5,5	5,0	4,9	6,3	6,5
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	2,8	2,5	2,9	2,7	2,2	2,8	2,4	3,1	2,2	2,9	2,9
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	13,6	7,8	9,2	11,0	11,8	11,8	13,5	13,5	13,6	15,2	13,9
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	6,5	3,6	3,5	4,7	5,1	5,8	6,1	6,5	7,4	7,0	7,1
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	13,0	9,3	10,0	9,5	10,2	10,6	11,7	11,9	13,9	13,8	15,2
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	3,2	2,3	2,4	2,9	3,2	3,0	3,2	3,3	3,5	2,3	3,3
TOTAL GASTO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: INE, *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Resultados 3er, 4.^o trimestre y anuales de 1996*, Madrid, 1998.

CUADRO 3.17

Índices de gasto por unidad de consumo según deciles de ingresos, III y IV trimestre, 1996.

GRUPOS DE GASTO	TOTAL	Deciles de renta									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	100,0	84,4	91,9	95,5	98,1	99,7	97,4	103,6	104,1	106,0	107,9
2. VESTIDO Y CALZADO	100,0	55,3	77,8	71,1	82,1	83,3	88,1	103,0	123,4	122,8	150,2
3. VIVIENDA, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	100,0	75,0	85,5	80,6	84,0	90,7	90,5	97,7	103,6	111,5	152,0
4. ARTÍCULOS DE MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACIÓN DE HOGAR	100,0	62,4	81,8	73,2	82,6	83,2	88,5	89,4	95,6	132,1	169,6
5. SERVICIOS MÉDICOS Y GASTOS SANITARIOS	100,0	59,1	81,8	77,0	68,3	91,3	83,3	117,4	91,3	129,0	158,5
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	100,0	38,4	54,2	65,3	75,6	80,5	96,8	106,5	118,0	142,2	161,3
7. ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA	100,0	36,9	43,4	58,9	68,0	82,6	90,8	107,2	134,9	136,0	172,6
8. OTROS BIENES Y SERVICIOS	100,0	47,3	61,4	59,1	68,3	75,4	87,3	98,1	125,1	134,6	182,6
9. OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	100,0	48,7	59,4	73,7	87,0	88,0	96,9	113,0	130,2	90,5	164,7
TOTAL GASTO	100,0	66,7	79,7	80,8	87,1	92,7	97,1	107,1	117,5	126,7	157,1

Fuente: INE, *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Resultados 3er, 4.º trimestre y anuales de 1996*, Madrid, 1998.

3.5. La convergencia del comportamiento de gasto en los países de la UE

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 miembro y, en consecuencia, la convergencia entre sus estructuras de gasto de consumo.

En este apartado se analiza la convergencia de la estructura de gasto en consumo en España respecto de una serie de países de la CE, y EEUU. Mejor que considerar el conjunto de todos los países de la UE, se ha preferido escoger los cinco que por su importancia en la CE y por la importancia de sus relaciones con España, mejor pueden representar el papel de referentes para el consumo de los españoles (Alemania, Bélgica, Francia, Italia y Reino Unido).

Al plantear este análisis no puede olvidarse la consistencia de las tendencias de evolución del gasto en consumo mostradas por los españoles y la influencia que sobre ellas han tenido los países de la U.E. y EE.UU, desde bastantes años antes de la adhesión de España a la UE. Por estas razones y porque el principal determinante del gasto en consumo, la renta disponible por las familias ha crecido significativamente en España, cabe establecer como hipótesis que en efecto debe haberse producido la convergencia de la estructura de gasto en consumo de los españoles respecto de las estructuras de los países de la UE mencionados y de EEUU.

En el Cuadro 3.18 se muestran las estructuras porcentuales de gasto de los países mencionados y de España, correspondientes a los años 1986, 1991 y 1996. En el Cuadro 3.19 se ha sintetizado esta información, obteniendo la varianza,⁹ respecto de los

(9) Ver el apartado anterior, en los Cuadros 3.10 y 3.11.

datos de España. Los resultados obtenidos no permiten confirmar la existencia de convergencia (al menos tal como se ha formulado aquí, como la disminución de la varianza con la estructura de gasto de España), o sólo permiten afirmarlo de manera muy leve. Entre 1986 y 1991 la varianza creció en apenas 0,1 puntos, y en los cinco años siguientes, hasta 1996, descendió 0,2 puntos. Si esta tendencia a la baja, aunque sea muy leve, se mantuviera en los próximos años, podría afirmarse que la pertenencia de España a la UE es factor determinante de la convergencia de los hábitos de consumo de España con las de los países de la UE, e impulsor de las tendencias de evolución que mostraba el comportamiento de gasto de los españoles desde muchos años antes de la adhesión de España a la UE.

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 con la 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 muy corto.

Los países con cuyas estructuras de gasto en consumo muestra España una mayor disparidad son los dos países anglosajones EEUU y Reino Unido, mientras que con los que muestra mayor afinidad son Italia, fundamentalmente, y Francia (Cuadro 3.19). 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.

CUADRO 3.18

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 combus- tibles	4 Muebles, equipamiento y mante- nimiento del hogar	5 Servicios sanitarios y conser- vación salud	6 Transporte y comunica- ciones	7 Esparcimien- to, 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
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.

CUADRO 3.19

Evolución de la varianza de la estructura del consumo privado en España, respecto de varios países europeos y EEUU, 1986-1996.

	1 Alimentación, Bebida y Tabaco	2 Vestido y Calzado	3 Alquileres, electricidad y combus- tibles	4 Muebles, equipamiento y mante- nimiento del hogar	5 Servicios sanitarios y conser- vación salud	6 Transporte y comuni- caciones	7 Esparcimiento, educación y servicios culturales	8 Otros bienes y servicios	TOTAL
1986	4,2	1,7	5,4	1,8	5,2	2,3	1,7	10,5	4,1
1991	3,1	1,8	5,6	1,9	5,5	2,2	2,1	11,1	4,2
1996	3,6	1,5	5,0	1,5	5,6	1,9	2,3	10,4	4,0
Diferencia 1996 - 1986	-0,6	-0,2	-0,4	-0,2	0,5	-0,4	0,6	-0,1	-0,1
ALEMANIA									
1986	2,38	0,54	8,67	1,94	0,01	2,60	2,96	13,26	4,05
1991	0,58	0,36	7,63	2,43	1,07	2,92	3,30	14,26	4,07
1996	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
BELGICA									
1986	4,65	1,26	5,73	3,13	7,12	1,78	0,64	8,17	4,06
1991	3,65	1,16	6,02	3,53	6,22	2,16	0,41	8,53	3,96
1996	3,01	0,90	6,67	3,11	5,12	2,30	0,34	8,12	3,70
FRANCIA									
1986	4,59	1,99	4,58	1,55	6,24	2,60	0,75	9,12	3,93
1991	3,06	2,67	5,49	0,71	7,00	1,34	1,42	10,22	3,99
1996	2,63	2,70	6,26	0,52	6,42	1,58	1,25	10,69	4,01
ESTADOS UNIDOS									
1986	11,62	2,83	5,54	1,34	12,95	1,43	2,03	6,17	5,49
1991	9,74	2,77	6,62	1,69	13,28	1,58	2,63	6,74	5,63
1996	10,11	1,56	5,30	1,26	11,13	0,80	4,22	6,92	5,16
ITALIA									
1986	1,38	1,22	1,65	2,32	2,64	2,10	1,67	6,03	2,38
1991	1,45	1,43	1,97	2,53	2,26	2,93	1,99	5,79	2,54
1996	1,29	1,52	1,99	2,48	1,11	2,62	1,79	5,00	2,23
REINO UNIDO									
1986	0,74	2,27	6,18	0,26	2,08	3,46	2,42	20,27	4,71
1991	0,28	2,35	5,97	0,46	2,98	2,08	3,09	21,28	4,81
1996	0,94	0,57	4,77	0,19	4,42	2,41	3,91	21,44	4,83

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

Por grupos de gasto, el que más diferencia muestra es el de otros bienes y servicios, sobre todo respecto de Francia, Alemania y Reino Unido. España es el país, de entre los considerados, que presenta una mayor participación de este grupo en el total del gasto (Cuadro 3.18). El segundo grupo que más diferencia la estructura de gasto de los españoles es el gasto en «Alquileres, electricidad y combustible» para la vivienda, grupo al que los españoles dedican el menor porcentaje de gasto de todos los países considerados. También la alimentación se distingue en el caso español, por dedicársele una mayor proporción de gasto. Otro grupo de gasto que tiene un gran poder diferenciador de las estructuras de gasto es el dedicado a los servicios sanitarios y conservación de la salud que llegan al 17,0% del total de gasto en EEUU, en 1996, mientras que en ese mismo año solo alcanzaban el 1,5% del gasto de los consumidores en el Reino Unido.

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. Los gastos en servicios médicos de los particulares dependen de las políticas de sanidad que adoptan los respectivos gobiernos, por lo que es difícilmente previsible la evolución del comportamiento de gasto de los consumidores en este tipo de consumo.

La evolución previsible de la participación del gasto en «otros bienes y servicios» en España merece un comentario aparte, dada la gran disparidad que muestra con las cifras de Alemania y, sobre todo, del Reino Unido, que hacen pensar en la posibilidad de que parte de la diferencia sea debida a la utilización de distintas metodologías de contabilización del gasto. En todo caso la proporción dedicada a este grupo en España es clara-

mente superior a las correspondientes en cualquiera de los otros países. Dado el papel de referentes de estos países en el mercado común de la UE, cabe esperar que en los próximos años se produzca en España una disminución relativa del gasto dedicado a este tipo de productos. En la actualidad la alta participación de los «otros bienes y servicios» en el total del gasto, aparece como una de las principales características del comportamiento de consumo de los españoles respecto de sus homólogos europeos y hace que la estructura del gasto en consumo en España sea una de las más diversificadas e innovadoras.

Sin entrar en más consideraciones sobre este fenómeno, en este apartado nos proponemos describir como se han ido expandiendo los «consumos de lujo», superponiéndose a la mera satisfacción de necesidades básicas. Pero para ello es necesario precisar el concepto de bienes básicos y de lujo que utilizamos en este trabajo, y la forma en que los medimos. Por lo dicho en los párrafos anteriores, resulta difícil distinguir qué parte de un acto de consumo responde a necesidades básicas o a deseos o «necesidades» de significación social.² Para ello se han propuesto diversos criterios, fundamentalmente de dos clases, los fundamentados sobre los factores internos y subjetivos, que impulsan a los individuos a tomar unas u otras decisiones de consumo, y los criterios que fijan su atención en el resultado de las elecciones de los individuos, centrando su análisis en hechos que puedan ser medidos objetivamente.

Los criterios fundamentados en factores internos y cualitativos de los actos de consumo lleva aparejada la necesidad de considerar factores ideológicos de todo tipo, históricos, psicológicos, sociales o culturales, que comportan juicios necesariamente valorativos.³

«Los criterios objetivos intentan una delimitación» menos susceptible de sesgos particulares (aunque no puede afirmarse que escapen totalmente a ellos). El precio ha sido un criterio objetivo utilizado a veces para calificar un bien como lujoso: sin embargo, parece obvio que ello puede ser una referencia útil en determinados casos, pero plantea grandes dificultades su aceptación como criterio universal e inequívoco» (Gimeno, 2000;

(2) J.A. Gimeno (2000) ha expuesto perfectamente el problema, y a su trabajo remitimos al lector. Por nuestra parte, en este apartado seguimos de cerca su trabajo, aunque nos hemos apartado ligeramente de sus recomendaciones en las estimaciones que se exponen más adelante.

(3) El «consumo de masas», el «consumo masivo», la «cultura del consumo», el «consumismo», son todas denominaciones que comportan valoraciones ideológicas sobre el fenómeno de la expansión del consumo.

p. 141). De hecho, el precio de los productos, o para ser más precisos, el diferencial de precios de varios productos que satisfacen una misma necesidad suele utilizarse como indicador de la calidad de los productos en cuestión. Esta utilización es habitual entre los consumidores y los vendedores.

En este trabajo en el que se pretende hacer una descripción de la expansión del consumo, resultará más útil caracterizar los bienes según las preferencias efectivamente mostradas por los consumidores. Para ello el concepto más adecuado es de la elasticidad renta. Si cuando aumenta la renta de un individuo, o grupo de individuos, se incrementa el gasto en la compra de ese producto en mayor proporción que se incrementó la renta (la elasticidad renta es superior a la unidad), decimos que ese bien es «superior» y podemos calificarlo como bien de lujo. Cuando se da la situación contraria: ante incrementos de renta disminuye el gasto en el producto (la elasticidad renta es negativa), se trata de un bien «inferior», que podemos calificar como consumo básico o de primera necesidad.

En este trabajo estimaremos la condición de productos de primera necesidad o de lujo de los grandes grupos de gasto, mediante el 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, podemos 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 prime-

ra 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.

Estos fenómenos no deben interpretarse como anomalías, pues son debidos a las distintas fases que atraviesan los productos en el mercado y reflejan en qué fase de su ciclo de vida se encuentran. Lo que conviene observar, precisamente, es la distinta situación de mercado de cada producto, que indica el grado de penetración de cada tipo de gasto en los comportamientos de gasto de los consumidores.

Para realizar el análisis se han utilizado los datos de estructura de gasto por grupos de ingresos para 1981, 1991, 1996 y 1998. Para los tres primeros se cuenta con la estructura de gasto por deciles de ingresos, mientras que las clasificaciones, tanto de los gastos como de los ingresos, se modifica para 1998. Este primer apartado termina analizando la situación en 1998. Los siguientes apartados se dedican al análisis particularizado de cada grupo de gasto.

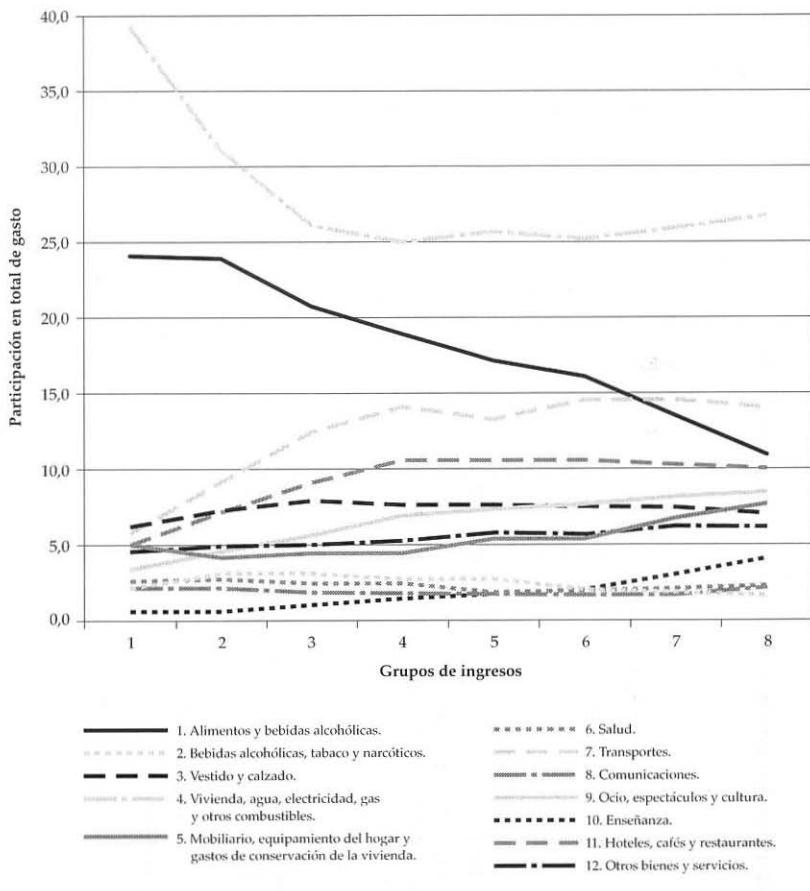
Consumo básico y de lujo en 1998

En el Cuadro 4.1 se recoge la estructura de gasto de cada uno de los grupos de ingresos en 1998, y en el Gráfico 4.1 se representan las funciones de cada grupo de gasto. En este gráfico puede verse que sólo la participación del 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 bajos y medio-bajos, pero a partir de las rentas medias (decil 5) el gasto en vivienda adquie-

GRÁFICO 4.1

Estructura porcentual del gasto, por grupos de ingresos.



re connotaciones y significantes de distinción que lo conviertan 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.

CUADRO 4.1

Distribución 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 ALCOHÓLICAS	24,0	23,8	21,1	18,9	17,1	16,1	13,2	11,0
2. BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y NARCÓTICOS	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 CONSERVACIÓN 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, ESPECTÁCULOS 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, CAFÉS 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.

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 significante de consumo de los niveles de renta más elevados. Su mayor apreciación corresponde a los grupos de rentas medios 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 presenta 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.

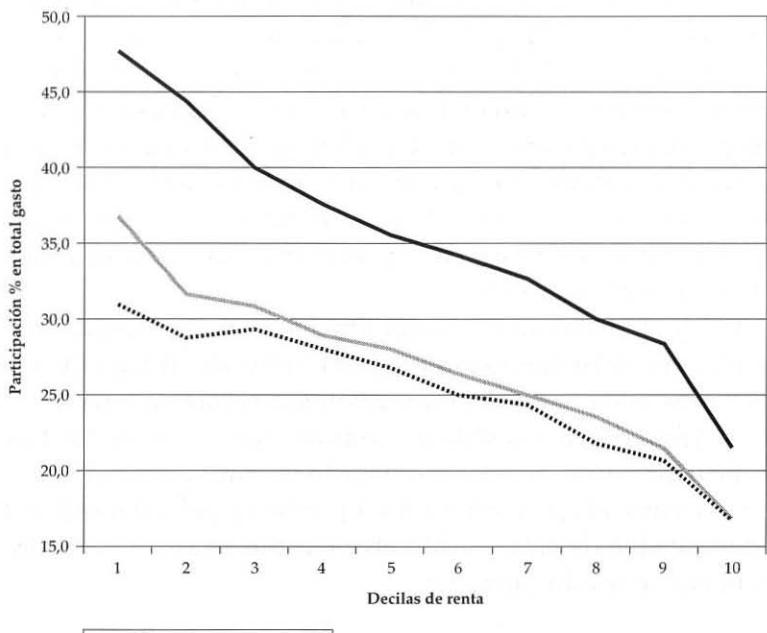
Los gastos en salud, comunicaciones y enseñanza, tienen connotación de bienes normales para todos los niveles de renta, pues todos ellos reciben una proporción similar de gasto total, pues se trata de gastos muy extendidos que no alcanzan mayor significación social. Respecto del gasto en sanidad habría 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.

4.2. Evolución del gasto en alimentación y bebidas

El gasto en alimentación es considerado como de primera necesidad por todos los consumidores, cualquiera que sea su nivel de ingresos, habiéndose acusado esta consideración con el

paso de los años, como muestra el descenso de las funciones del Gráfico 4.2 entre 1981 y 1996. Es de destacar que en el tercer nivel de renta (decil 3) se produce una leve inflexión en 1991 y, sobre todo, en 1996, que podría sugerir que para los niveles de renta más bajos, el gasto en consumo en este grupo aún mantiene una relativa significación de estatus social, que ha perdido para los grupos de renta media o alta.

GRÁFICO 4.2
Alimentación, bebidas y tabacos.



En el Cuadro 4.2 se muestra la evolución de la estructura del gasto en alimentación y bebidas entre 1986 y 1995, según las cifras de Contabilidad Nacional, desagregado en los doce principales epígrafes de este grupo. En este cuadro se observa que el

producto que recoge una mayor proporción de gasto es la carne, que alcanza más de la cuarta parte (27,3%) del total gastado en alimentación, bebidas y tabaco en 1995; a continuación aparecen los grupos de leche, queso y huevos (13,7%) y frutas y verduras (13,6%). Estos tres epígrafes concentran el 54,5 por ciento de lo gastado en alimentación y bebidas durante 1995. Los otros dos productos con mayor importancia relativa del gasto en alimentación y bebidas son los de pan y cereales (10,4%) y pescado (10,3%). Entre los cinco epígrafes mencionados suponen las tres cuartas partes del total del gasto en alimentación (75,2%).

Comparando estos datos con los de veinte años antes, en 1976,⁴ se comprueba que se ha diversificado notablemente el consumo de bienes de alimentación. Este fenómeno puede verse más en detalle analizando la evolución del consumo por persona en cantidades físicas, entre 1987 y 1999 (Cuadro 4.3 A). Del examen de estos datos destacan las siguientes características:

- Siguiendo la tendencia general mostrada por el gasto en alimentación y bebidas, ha disminuido la cantidad consumida por persona de 21 de los 29 productos considerados.
- La evolución del consumo de los distintos grupos de gasto muestra tendencias muy dispares. Así mientras la carne (-3,0%), los productos de la pesca (2,6%) ó las pastas alimenticias (4,2%) muestran pequeñas variaciones de las cantidades consumidas en 1999 respecto de 1987, otros productos muestran grandes variaciones que son significativas de cambios en los hábitos de los consumidores. Estimando como significativas las variaciones de las cantidades consumidas superiores al veinte por ciento y teniendo en cuenta que se están considerando consumos en cantidades físicas por persona, se puede afirmar que en los trece años considerados se han producido cambios importantes en el con-

(4) Ver por ejemplo en *Estructuras del Consumo en España*, 1.^a ed., 1981.

CUADRO 4.2

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. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	0,26	0,25	0,24	0,23	0,23	0,23	0,22	0,23	0,23	0,22	0,22	0,22
1.1. Alimentos	0,23	0,22	0,21	0,20	0,20	0,19	0,19	0,20	0,19	0,19	0,19	0,19
1.1.1. Pan y cereales...	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
1.1.2. Carne...	0,07	0,07	0,07	0,07	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
1.1.3. Pescado	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
1.1.4. Leche, queso y huevos...	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
1.1.5. Aceites y grasas...	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
1.1.6. Frutas, verduras excepto patatas y otros tubérculos	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
1.1.7. Patatas y otros tubérculos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.8. Azúcar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.9. Café, té y cacao	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.10. Otros productos alimenticios incluidas conservas y confituras	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
1.2. Bebidas no alcohólicas	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
1.3. Bebidas alcohólicas	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
1.4. Tabaco	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01

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

CUADRO 4.3

A) Balance alimenticio. Consumo por productos en los últimos años.

TOTAL CONSUMO (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, cacaos 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
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

Fuente: Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación, *La alimentación en España, 1999*, Madrid, 1999. Mercasa, *Alimentación en España, 3.ª ed.*, 2000-2001, Madrid, 2000.

CUADRO 4.3 (Continúa)

B) Evolución de la cantidad comprada, por tipo de compradores.

(Millones de kg.)

TIPO DE COMPRADORES	1995	1996	1997	1998	1999
Hogares					
– Cantidad	24.512,1	24.52,3	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	8.795,6	9.009,0
– (%)	(22,7)	(22,9)	(23,0)	(26,0)	(26,3)
Instituciones					
– Cantidad	979,8	945,7	836,7	s/d	s/d
– (%)	(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 1995	100	100,2	101,2	102,4	103,8

Fuente: Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación, *La alimentación en España, 1999*, Madrid, 1999. MERCASA, *Alimentación en España, 3.ª ed. 2000-2001*, Madrid, 2000.

sumo de productos de alimentación, destacándose los siguientes.

- Descienden significativamente los consumos de azúcares (azúcar, -45,6%, y miel, -37,5%), grasas (margarina, -45,0% y aceites vegetales, -21,1%), legumbres (-36,4%), patatas (-26,7%), frutas frescas (-22,5%) y arroz (-27,3%); huevos (-26,2%) y bebidas alcohólicas, especialmente de vino, (-26,4%) y otras bebidas alcohólicas (-36,9%).
- Ha aumentado en gran medida el consumo de los productos de alimentación ahorradores de tiempo (platos preparados, 176,9% y frutas y hortalizas transformadas, 59,0%, derivados lácteos, 85,3%) y las bebidas no alcohólicas (zumos, 153,2% y aguas minerales 153,0%).
- El consumo de carne que, como se ha visto es el mayor componente del gasto en alimentación, tiene un comportamiento

to que merece particularizarse. La carne fue durante los años sesenta y setenta, uno de los productos de alimentación que mejor ejemplificó el incremento del nivel de vida de los españoles. En 1964 el consumo era de 25,5 kg por persona, y trece años más tarde, en 1977, había ascendido hasta 69,2 kg por persona. Sin embargo en los años ochenta y noventa, el consumo se estabilizó e incluso descendió ligeramente en 1999 a 64,9 kg por persona.

Ya se vió en páginas anteriores, la importancia relativa del gasto en comidas fuera del hogar. Examinando ahora el consumo según el tipo de comprador de los productos (Cuadro 4.3 B), se comprueba que, lógicamente, la proporción de productos de alimentación consumidas fuera del hogar es menor medido en cantidades físicas que en términos monetarios, alcanzando el consumo institucional en torno a una cuarta parte de las cantidades consumidas. Es importante señalar la tendencia creciente del consumo institucional, pues aunque con crecimientos pequeños (en 1995 este consumo suponía el 25,7% de la cantidad total, pasando en 1999 al 26,3%), la tendencia al mayor consumo institucional es consistente, especialmente las comidas realizadas en bares y restaurantes.

4.3. El gasto en vestido y calzado

En el Cuadro 4.4 aparece la evolución del gasto en vestido y calzado entre 1986 y 1997. 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 siguien-

CUADRO 4.4

Evolución 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
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 PRIVADO INTERIOR	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 PRIVADO INTERIOR	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.

te 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.

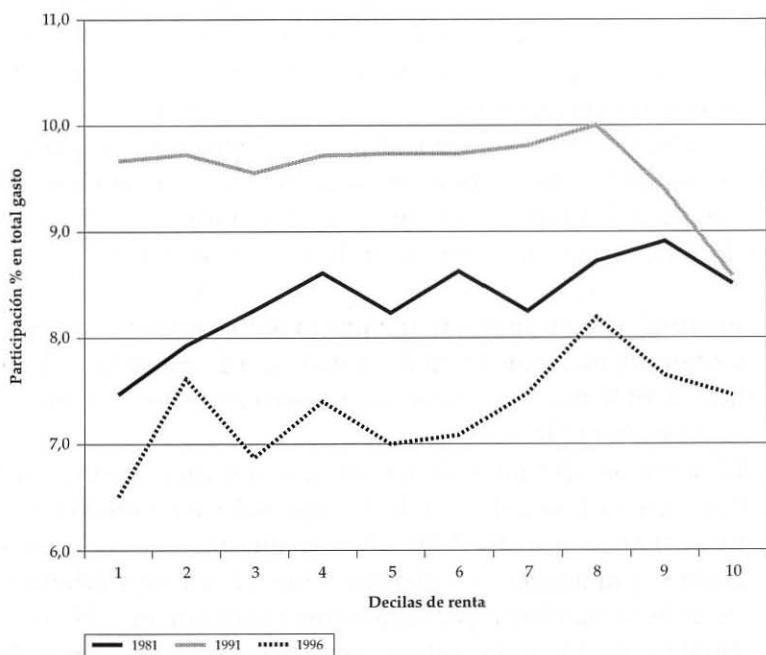
El comportamiento de los dos tipos de productos que componen este grupo de gasto es coincidente en su tendencia, pero con intensidades bien diferentes que sugieren la existencia de apreciaciones diferentes por parte de los consumidores.

- En 1992, año en que fue mayor el gasto conjunto en vestido y calzado, el crecimiento del gasto de este último (22,3% sobre 1986) había superado claramente el crecimiento del gasto en vestido (18,7%).
- El descenso del gasto de los años posteriores fue menos intenso para el calzado y en todo caso, sólo descendió en 1993, pues al año siguiente 1994, el gasto en calzado creció en dos puntos porcentuales, mientras que el correspondiente al vestido se mantenía prácticamente igual que en 1995.
- Finalmente, en 1995 (último año disponible con cifras desagregadas), el gasto en calzado había crecido 17,4 por ciento, sobre 1986; mientras que el vestido había crecido 10,3 %.

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 buena parte del gasto en vestido y calzado, sobre todo en vestido, es efectivamente prescindible y por tanto puede considerarse como un lujo.

GRÁFICO 4.3
Vestido y calzado.



El análisis de la distribución del porcentaje del gasto dedicado al vestido y calzado según el nivel de ingresos (Gráfico 4.3) muestra un perfil ascendente, sobre todo en 1981 y 1996, hasta llegar a los tramos de renta más altos en los que cae el porcenta-

je de gasto. Lo que indica que el gasto en vestido y calzado es un bien con un cierto carácter de lujo para los niveles de renta bajo y medio, pero se trata de un bien básico para los niveles de renta más altos. Pero de nuevo conviene hacer matizaciones sobre esta primera conclusión. En primer lugar, ya se ha visto que el gasto en vestido y calzado no alcanzaba en 1997 al ocho por ciento del total, y el incremento de renta en los últimos deciles es muy elevado, por lo que aunque se incrementa notablemente el gasto en vestido y calzado en los niveles de renta más altos, difícilmente puede ser suficiente este incremento para mantener la proporción de renta gastada. Para estos grupos de renta puede afirmarse que el gasto en vestido y calzado es un bien inferior, pero sólo en términos económicos, y en estricta aplicación de la terminología de la Ley de Engel. En términos de preferencia de los consumidores, por el contrario, puede continuarse afirmado que este tipo de gasto tiene un indudable componente de lujo también para los niveles de renta más elevados.

En el Cuadro 4.5 se recoge el gasto anual en vestido y calzado en 1998, según el nivel de ingresos del hogar. En él puede comprobarse que a pesar de los grandes incrementos en términos monetarios del gasto de los dos grupos de renta más alta, disminuye la proporción dedicada al vestido y calzado.

La evolución de las funciones del gasto en vestido y calzado según niveles de renta, entre 1981 y 1996, se recoge en el Gráfico 4.3. Destaca el hecho de que la función correspondiente a 1991, se sitúa por encima de la de 1981, mientras que en 1996, cae por debajo de la de 1991. En principio, el hecho de que la función (los porcentajes del gasto total) de un tipo de gasto se eleve, indicaría que se trata de un consumo de lujo, dado que la renta disponible de los hogares ha crecido a lo largo del período considerado. Si las funciones van teniendo un nivel menor en cada año se trataría de un bien inferior, o consumo básico. El hecho de que el comportamiento de la función de gasto en vestido y calzado siga una tendencia en un período y la contraria en el siguiente,

ahonda en la interpretación de que este tipo de gasto tiene una parte considerable que resulta fácilmente prescindible y que es utilizada por los consumidores para ajustar sus programas de gasto.

CUADRO 4.5

Distribución del gasto anual por persona en vestido y calzado, según el nivel de ingresos, 1998.

Ingresos netos mensuales regulares del hogar	Gasto medio por persona	Proporción al gasto total (%)	Índice del gasto por persona
TOTAL	65.576	7,3	100,0
Hasta 65.000 pts.	37.649	6,1	57,4
De 65.001 a 130.000	46.942	7,0	71,6
De 130.001 a 195.000	61.330	7,7	93,5
De 195.001 a 260.000	69.886	7,4	106,6
De 260.001 a 325.000	78.847	7,3	120,2
De 325.001 a 390.000	86.774	7,2	132,3
De 390.001 a 650.000	103.369	7,1	157,6
Más de 650.000	124.583	6,8	190,0

Fuente: INE, *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base 1997. Primeros resultados, año 1998*, Madrid 1999, y elaboración propia.

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 (Cuadro 4.6). Desde la década de los años cincuenta el gasto en vivienda ha ido creciendo paulatinamente y ha caracterizado el cambio de los hábitos de consumo de los españoles, que han adjudicado a la vivienda una importancia principal para la consecución de su nivel de vida. Varios factores que

CUADRO 4.6

Evolución del gasto en vivienda y su equipamiento.

(Precios constantes de 1986)

A) Proporción del gasto total en consumo

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
3. ALQUILERES, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	13,61	13,25	12,99	12,78	12,73	12,70	12,67	13,05	13,04	13,02	13,00	12,73
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua	11,15	10,70	10,39	10,12	10,04	9,97	9,91	10,21	10,18	10,13		
3.2. Calefacción y alumbrado	2,47	2,55	2,60	2,66	2,68	2,74	2,76	2,84	2,87	2,89		
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA	6,74	6,69	6,75	6,83	6,96	7,04	7,03	6,93	6,85	6,94	6,85	6,86
4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones	2,09	2,06	2,10	2,15	2,17	2,19	2,18	2,07	2,04	2,06		
4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones	0,94	0,93	0,94	0,94	0,96	1,00	1,01	0,98	0,94	0,93		
4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones	1,00	1,03	1,05	1,10	1,12	1,12	1,10	1,08	1,12	1,13		
4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones	0,46	0,44	0,44	0,45	0,45	0,46	0,46	0,46	0,45	0,46		
4.5. Bienes y servicios para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico	1,55	1,51	1,49	1,48	1,55	1,57	1,58	1,62	1,60	1,62		
4.6. Servicio doméstico	0,70	0,73	0,73	0,70	0,71	0,71	0,69	0,71	0,71	0,74		

Fuente: INE, *Contabilidad Nacional de España. Serie 1986-1997.*

CUADRO 4.6 (Continúa)

Evolución del gasto en vivienda y su equipamiento.

(Precios constantes de 1986)

B) Índices de evolución del consumo (base, 1986)

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
3. ALQUILERES, CALEFACCIÓN Y ALUMBRADO	100	102,7	105,2	108,1	110,6	113,3	115,6	117	118,9	120,8	123,3	125,2
3.1. Alquileres brutos y gastos consumo de agua	100	101,3	102,8	104,6	106,6	108,6	110,4	111,8	113,2	114,9		
3.2. Calefacción y alumbrado	100	109,2	116,2	123,9	128,7	134,6	139	140,4	144,2	147,9		
4. MUEBLES, ACCESORIOS, ARTÍCULOS DE MENAJE PARA EL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA	100	104,7	110,4	116,7	122,2	126,9	129,4	125,4	126	130,2	131,3	136,1
4.1. Muebles y accesorios fijos, alfombras y otros revestimientos de suelos y reparaciones	100	103,5	110,5	118,5	122,5	127	129,5	120,8	121	124,3		
4.2. Artículos textiles para el hogar, otros accesorios y reparaciones	100	104,1	109,8	115,5	120,6	128,8	133,9	126,6	123,6	125,3		
4.3. Aparatos de calefacción, de cocina y grandes electrodomésticos incluidos accesorios, instalación y reparaciones	100	108,5	115,8	126,8	132,8	135,9	136	131,9	138,6	142,8		
4.4. Cristalería, vajilla y utensilios de uso doméstico incluidas reparaciones	100	100,9	106,5	113,1	118	123,2	125,5	124,4	122,6	128,2		
4.5. Bienes y servicios para mantenimiento corriente de la vivienda, excepto servicio doméstico	100	102,8	106,1	110,5	118,6	125	126,5	127,9	127,9	132,4		
4.6. Servicio doméstico	100	110,3	114,8	115	118,7	122,2	122,6	123,8	124,5	132,6		

Fuente: INE, *Contabilidad Nacional de España. Serie 1986-1997.*

han operado con distinta intensidad a lo largo de las últimas décadas pueden explicar este fenómeno.

- I) La necesidad de mejores viviendas dado el estado de las existentes en España.⁵ Esta necesidad se ha mantenido a lo largo de las últimas décadas y se ha visto reforzada por la tendencia de los individuos a disponer de viviendas de mayor tamaño.
- II) Las emigraciones interiores hacia las zonas urbanas y de mayor crecimiento económico, que generaron la necesidad de nuevos hogares para cientos de miles de familias. En los últimos años esta necesidad de nuevos hogares se ha visto reforzada por la aparición y extensión de nuevos tipos de familias con menor número de miembros. De hecho, entre 1981 y 1998 el número de hogares se ha incrementado en algo más de dos millones, aproximadamente un veinte por ciento de los existentes a comienzos de los años ochenta (Cuadro 4.8).
- III) El cambio en los hábitos de los consumidores que orientó la consecución de vivienda hacia la compra en vez de hacia su alquiler, como era tradicional. En paralelo, la política de viviendas se orientó hacia la propiedad, antes que a la construcción para alquilar. No es este lugar para discutir si los hábitos de los consumidores permitieron ahondar la política de viviendas en propiedad, o que fuera ésta la que motivó el cambio en el comportamiento de los consumidores, el caso es que la vivienda en propiedad es en la actualidad un hábito profundamente arraigado entre los españoles.
- IV) El propio crecimiento de la renta de las familias que ha posibilitado el cambio de residencia y la adquisición de vi-

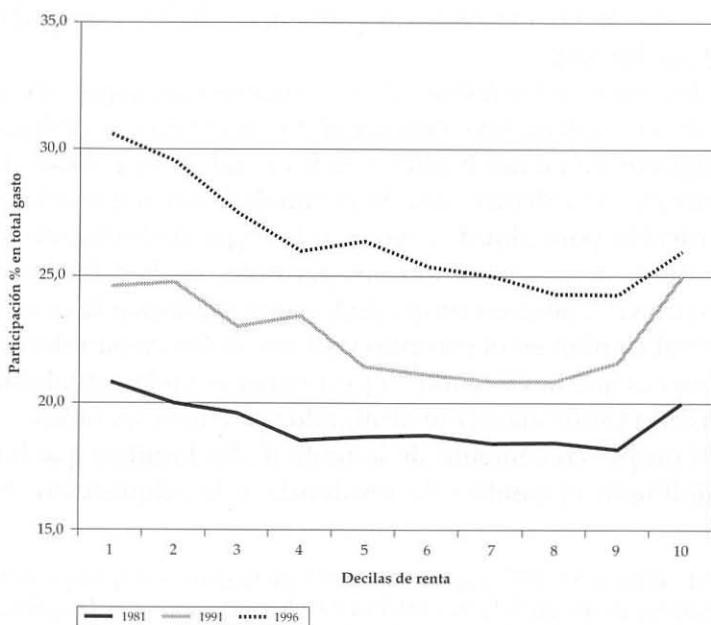
(5) Todavía en 1975 existían un 38,8% de hogares sin agua corriente en Extremadura, 33,4% en Baleares, 29,5% en Galicia, etc. *Encuesta de equipamiento y nivel cultural de las familias, 1975*, INE, Madrid, 1976.

viendas en propiedad y su equipamiento, alcanzando el gasto en vivienda no sólo el primer lugar en cuanto al destino del gasto, sino el de principal animador, desde el consumo, del crecimiento de la actividad económica en España.

El gasto en vivienda tiene así el doble componente de gasto necesario y de lujo, significativo de estatus social. En el Gráfico 4.4 puede verse esta doble consideración, que se manifiesta en la tendencia descendente de la función en los tramos de renta bajos y medios, para convertirse en ascendente en los tramos de mayores ingresos.

GRÁFICO 4.4

Evolución del gasto en vivienda, calefacción y alumbrado, según nivel de ingresos



Incluso, en la función correspondiente a 1996, puede verse como en el tramo medio de renta, decil 5, la participación del gasto crece. Una inflexión similar la presenta la función de 1991 en el tramo 4. Lo que sugiere que 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. En el Gráfico 4.4 también puede observarse como la tendencia se mantiene y profundiza a lo largo de los años, pues todos los individuos, cualquiera que sea su nivel de renta, han incrementado la parte del gasto dedicado a vivienda a lo largo de los años.

La serie de viviendas nuevas terminadas entre 1985 y 1999, muestran claramente el esfuerzo inversor de los consumidores españoles. En los quince años considerados se terminaron

CUADRO 4.7

Evolución del consumo de nueva vivienda.

(Miles de viviendas terminadas)

Año	Libre	V.P.O.	TOTAL
1985	62,8	112,7	175,5
1986	73,0	106,0	179,0
1987	86,4	102,7	189,1
1988	128,5	93,6	222,1
1989	152,8	71,3	224,1
1990	220,3	51,2	271,5
1991	227,2	38,3	265,4
1992	177,6	44,9	222,5
1993	170,4	52,5	222,9
1994	175,1	54,7	229,8
1995	155,9	65,8	221,7
1996	194,9	79,1	274,0
1997	224,3	74,3	299,6
1998	226,6	72,1	298,8
1999	296,2	59,9	356,1

Fuente: Dirección General para la Vivienda, el Urbanismo y la Arquitectura, MOP.

3.652.100 viviendas nuevas, que equivalen a más de un tercio (36,4%) de los hogares existentes en 1981. Y debe tenerse en cuenta que habría que añadir el número de viviendas reformadas y rehabilitadas, al de viviendas terminadas para conocer el número real de «viviendas nuevas».

Por último, la consideración de la importancia alcanzada por la vivienda entre los consumidores españoles, se pone de relieve suficientemente con el hecho de que en 1998 el 11,54 por ciento de los hogares españoles disponían de vivienda secundaria, es decir, los consumidores españoles mantenemos 1,388 millones de viviendas para el uso de «fin de semana».⁶

Consecuentemente con el fenómeno descrito, debe haberse producido un importante incremento del gasto y de la preferencia de los consumidores por el consumo de bienes de equipamiento del hogar (menaje, textiles, mobiliario y electrodomésticos), ya que ha aumentado el número de hogares y la preferencia por el gasto en vivienda. De hecho así ha ocurrido, pero el análisis de la participación del gasto en estos bienes sobre el gasto total muestra rasgos característicos que merecen señalarse.

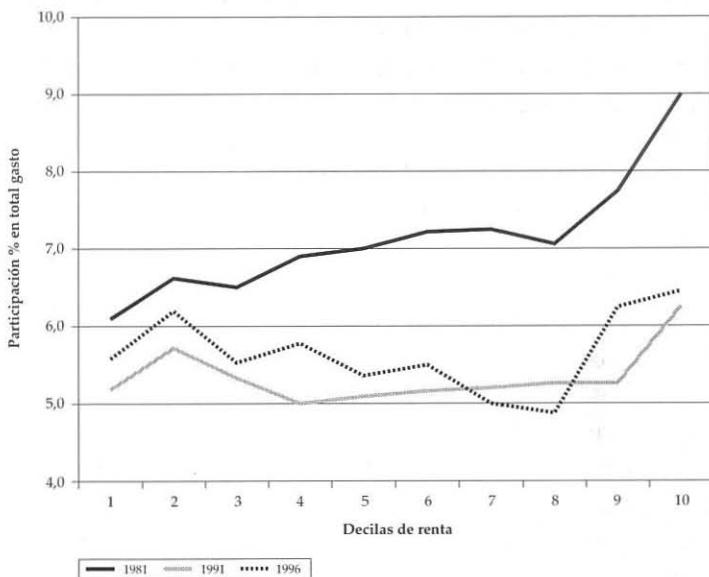
Mientras que en 1981 el carácter de lujo del gasto en equipamiento del hogar era muy marcado (ver Gráfico 4.5, con una función de participación en el total del gasto creciente según se incrementa el nivel de renta (excepto para las deciles 3 y 8) en los años posteriores, 1991 y 1996, la función de participación en el gasto presenta ciertos rasgos de bien de primera necesidad: en 1996 la función es descendente, aunque no uniformemente, entre las deciles 2 y 8.

El comportamiento del gasto en equipamiento de la vivienda (ver Cuadro 4.6) muestra, en primer lugar, una alta preferencia de los consumidores por este tipo de gasto (que creció un 36,1% en términos reales entre 1986 y 1997); y, en segundo lugar,

(6) INE. Encuesta Continua de Presupuesto familiares, base 1997. Primeros resultados, 1998. Madrid, 1999.

GRÁFICO 4.5

Gasto en mobiliario, menaje y conservación del hogar, según nivel de ingresos



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 así carácter de gasto necesario, en el 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 mínimo de un hogar español en 1998 es-

taría formado (ver Cuadro 4.8) 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.

CUADRO 4.8

Equipamiento de los hogares (1981-1998).

(Porcentaje de hogares que poseen los distintos bienes de consumo duradero)

	1981	1991	1998
N.º de hogares (miles)	10.024,7	11.298,5	12.313,1
Frigorífico	91,1	97,6	99,4
Congelador	—	—	26,7
Lavadora no automática	15,4	3,0	—
Lavadora automática	64,3	90,3	97,3
Lavavajillas	6,3	9,2	21,0
Microondas	—	—	44,8
Televisión Blanco y Negro	72,0	15,4	—
Televisión Color	26,5	92,3	99,2
Cadena HIFI	—	—	56,8
Vídeo	—	—	77,5
Ordenador personal	—	—	25,0

Fuente: INE, *Encuesta de presupuestos familiares*, varios años.

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. (Cuadro 4.9). Sobre todo los referidos 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. Por ejemplo, el equipamiento de lavavajillas y, sobre todo, de ordenadores personales en los hogares extremeños, no se puede explicar sólo por el menor nivel de renta

CUADRO 4.9

Equipamiento de los hogares, por CC.AA. (1998)

(% de hogares de cada casa que poseen los distintos bienes de consumo duradero)

CCAA	Frigorífico	Lavadora Congelador	automática	Lavavajillas	Cadena Microondas	TV Color	Ordenador HIFI	Vídeo	personal
Andalucía	99,5	17,5	97,7	16,9	35,1	98,9	51,8	69,0	18,7
Aragón	99,7	26,7	97,2	26,7	55,9	100,0	55,5	68,6	25,5
Asturias	98,7	26,2	98,6	13,9	43,6	98,3	47,6	60,8	22,2
Baleares	99,7	29,1	96,8	11,5	38,6	100,0	51,8	70,3	19,1
Canarias	99,3	20,9	95,6	5,2	39,5	99,3	65,8	77,5	19,8
Cantabria	99,1	25,4	96,0	17,3	52,2	99,0	53,2	58,6	25,0
Castilla y León	98,7	29,1	97,2	21,9	45,1	98,9	45,5	59,7	20,9
Castilla-La Mancha	99,5	13,1	96,4	15,1	40,6	98,9	49,2	69,1	13,0
Cataluña	100,0	53,0	98,3	24,6	48,0	99,8	64,6	77,9	32,5
Comunidad Valenciana	99,3	17,5	96,2	13,0	40,3	99,4	55,4	75,3	22,6
Extremadura	100,0	18,2	97,0	13,0	41,3	98,9	44,0	61,2	10,4
Galicia	97,5	54,2	93,0	13,8	16,6	97,6	42,2	49,8	16,9
Madrid	99,7	8,5	98,4	42,8	68,0	99,8	73,1	79,4	44,2
Murcia	100,0	17,4	98,7	11,3	31,4	99,7	56,5	69,7	13,8
Navarra	100,0	26,4	97,4	34,8	53,5	99,7	61,0	71,1	27,6
País Vasco	99,8	19,8	98,6	22,0	62,6	99,2	59,8	70,2	28,6
Rioja	99,6	36,7	98,8	29,0	64,5	100,0	58,4	71,7	27,8
Ceuta y Melilla	100,0	45,4	95,0	18,0	38,5	99,2	72,4	84,1	16,5
TOTAL	99,4	26,7	97,3	21,0	44,7	99,2	56,7	77,5	25,0

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

de esta comunidad, pues el nivel de equipamiento relativo de estos aparatos es mucho menor que el de vídeo o cadena HIFI. Examinando el Cuadro 4.9 pueden encontrarse varios ejemplos de condicionamiento cultural del gasto en equipamiento del hogar. 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.⁷

La CCAA que presenta un mayor grado de equipamiento de los hogares es Madrid, que presenta índices de equipamiento superiores en todo tipo de bienes (excepto en congeladores). En todo caso, la no disposición de datos por provincias, impide establecer definitivamente esta conclusión. Por ejemplo, si se dispusiera de datos desagregados por provincias en Cataluña, seguramente los hogares de la provincia de Barcelona mostrarían un perfil de equipamiento superior al del conjunto de Cataluña. Otras CCAA con alto nivel de equipamiento de los hogares son País Vasco (excepto en congelador y vídeo) y Navarra (excepto vídeo).

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 indi-

(7) Lo que es coherente con el supuesto expresado en el capítulo 1, de que la elección del consumidor está subordinada a los intereses de la producción.

viduos. 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.

Este tipo de gasto ha crecido entre 1986 y 1997, alcanzando casi el seis por ciento del consumo total (5,82% sobre el Consumo Privado Interior), desde el 3,42 por ciento que alcanzaba en 1986, como consecuencia de haberse incrementado en un 127 por ciento en los doce años considerados (Cuadro 4.10).

La partida a la que se dedica la mayor proporción de gasto es la compra de medicamentos y otros productos farmacéuticos, siendo esta partida la que más ha crecido de entre todas las que componen el gasto en sanidad. De hecho el incremento de la participación de este tipo de gasto sobre el gasto total ha sido debido fundamentalmente al mayor gasto en productos farmacéuticos. La segunda partida en importancia dentro del conjunto del gasto en sanidad es el dedicado a los servicios de profesionales de la medicina que asimismo ha experimentado uno de los mayores crecimientos. La evolución seguida por esta partida sugiere que, en efecto, los individuos demandan nuevos o mayores cantidades de servicios sanitarios no cubiertos por el sistema público. Al respecto es de destacar que la participación del gasto dedicado al seguro médico privado permanece prácticamente constante a lo largo del período.

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 (Gráfico 4.6), sobre todo respecto de 1996. En primer lugar, se aprecia la evolución creciente del gasto a lo largo de los años, pero 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, ya que se observa una tendencia al crecimiento de la participación del gasto a partir de la decila 6, pese a la caída que presen-

CUADRO 4.10

Evolución de gasto sanidad.

(Precios constantes de 1986)

A) Proporción del gasto total en consumo

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
5. SERVICIOS MEDICOS Y GASTOS SANITARIOS	3,42	3,40	3,57	3,84	4,17	4,53	4,80	5,16	5,32	5,76	5,89	5,82
5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos	1,58	1,60	1,75	1,95	2,20	2,42	2,60	2,90	3,01	3,22		
5.2. Aparatos y equipos terapéuticos	0,30	0,30	0,29	0,29	0,31	0,34	0,37	0,39	0,40	0,43		
5.3. Servicios de médicos, enfermeras y otros profesionales de la medicina	1,00	0,96	1,01	1,08	1,13	1,22	1,26	1,29	1,31	1,48		
5.4. Atención hospitalaria y conexa	0,30	0,30	0,29	0,28	0,30	0,32	0,33	0,33	0,35	0,39		
5.5. Cuota familiar del seguro médico privado	0,25	0,24	0,23	0,23	0,23	0,24	0,24	0,25	0,25	0,24		

B) Índices de evolución del consumo (base, 1986)

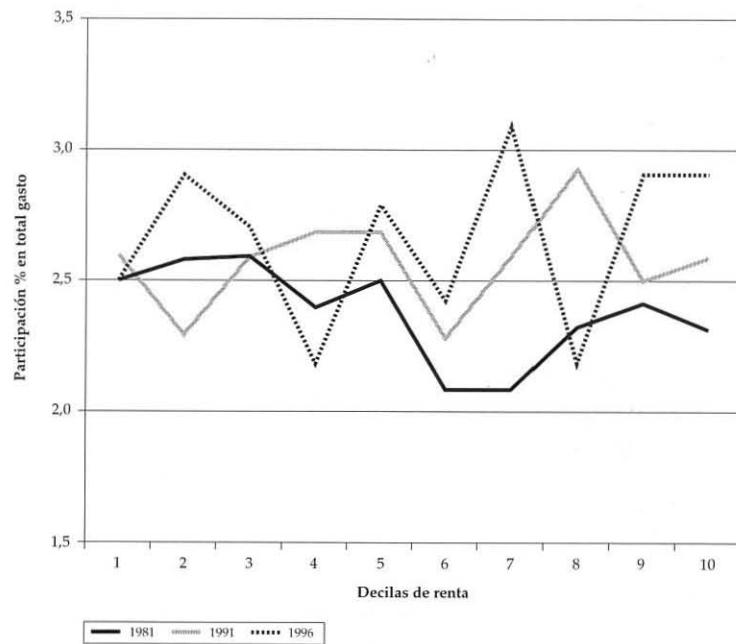
5. SERVICIOS MEDICOS Y GASTOS SANITARIOS	100,0	104,8	115,0	129,0	144,1	160,8	174,0	184,0	192,8	212,7	222,2	227,6
5.1. Medicamentos y otros productos farmacéuticos	100,0	107,1	122,6	142,3	165,4	186,1	204,5	224,0	236,8	258,0		
5.2. Aparatos y equipos terapéuticos	100,0	104,4	106,1	112,5	121,3	135,9	155,2	160,6	167,5	180,8		
5.3. Servicios de médicos, enfermeras y otros profesionales de la medicina	100,0	101,9	111,9	125,4	134,9	149,1	156,8	158,2	163,7	187,8		
5.4. Atención hospitalaria y conexa	100,0	105,6	104	108	116,1	128,5	133,6	135,0	143,4	164,5		
5.5. Cuota familiar del seguro médico privado	100,0	102,0	102,6	104,7	107,7	117,2	121,0	122,0	122,1	122,8		

Fuente: INE, *Contabilidad Nacional de España. Serie 1986-1997.*

ta la serie de 1991 en la decila. 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.

GRÁFICO 4.6

Evolución del gasto en servicios médicos y gastos sanitarios, según nivel de ingresos



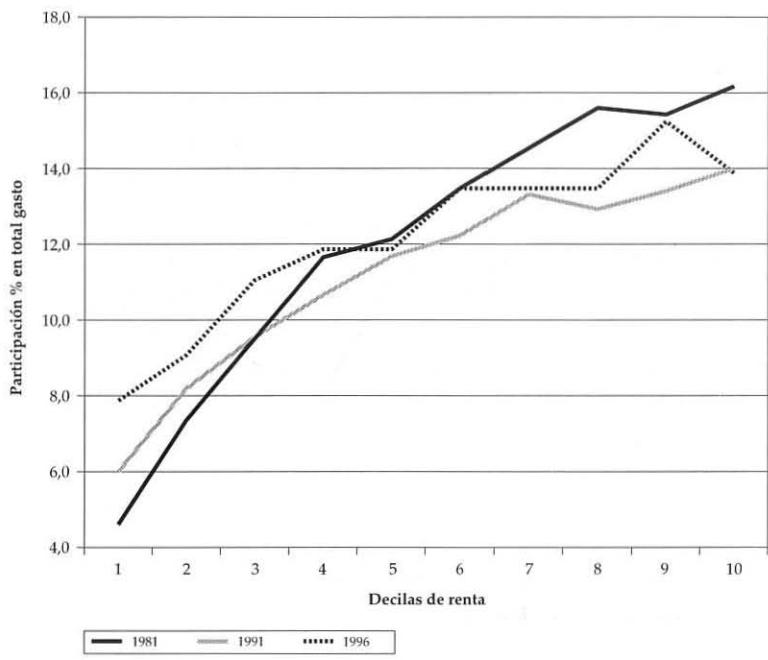
4.6. Gasto en transportes y comunicaciones

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, como

pone de manifiesto el examen de las funciones de gasto según nivel de ingresos (Gráfico 4.7). Las funciones son crecientes en los tres años y en cada uno de ellos 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.

GRÁFICO 4.7

Transportes y comunicaciones.



Los perfiles de las funciones correspondientes a 1991 y, sobre todo la de 1996, muestra algunos rasgos diferentes que podrían ser indicativos de modificaciones en las preferencias de los consumidores. En 1991, el crecimiento de la participación en el total del gasto se interrumpía en el decil 8. En la función correspon-

diente a 1996, estas inflexiones a la baja se dan en los deciles 5, 7 y 10. Es decir, en 1996 son varios los niveles de renta en los que el incremento de los ingresos no se dedica preferentemente al gasto en transportes y comunicaciones, mientras que en 1981 un comportamiento similar solo era perceptible en entre los individuos de los deciles 5 y 9, y de manera mucho menor. Un fenómeno significativo de la generalización del hábito de consumo de este grupo, es el crecimiento de la participación en el total de gasto, entre 1981 y 1996, de los grupos de menor nivel de ingresos, mientras que entre los grupos de renta más elevados la participación del gasto disminuyó entre 1981 y 1991, elevándose posteriormente, en 1996, excepto para el grupo con mayores ingresos, que mantuvo su proporción de gasto en los mismos términos de 1991. El resultado es que la pendiente de la función de 1996 se ha matizado respecto de años anteriores, es decir ha disminuido la preferencia de los consumidores por aumentar la participación de este gasto ante nuevos incrementos de renta, a la vez que muestra la generalización de este gasto entre todos los consumidores.

Todo ello puede interpretarse como 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 la disminución del ritmo de crecimiento de este tipo de gasto.

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 si sólo el 55,2 por ciento del total del grupo (Cuadro 4.11). 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.

CUADRO 4.11

Evolución del gasto transportes y comunicaciones.

(Precios constantes de 1986)

A) Proporción del gasto total en consumo

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	13,77	14,82	15,51	15,84	15,40	15,00	15,41	14,60	14,93	14,59	15,03	15,57
6.1. Compra de vehículos para transporte personal	3,63	4,61	5,10	5,28	4,63	4,18	4,50	3,59	4,01	3,69		
6.2. Gastos de utilización de vehículos	7,55	7,62	7,81	7,95	8,07	8,10	8,11	8,22	8,13	8,05		
6.3. Pagos de servicios de transporte	1,78	1,76	1,72	1,67	1,69	1,69	1,71	1,65	1,63	1,67		
6.4. Comunicaciones	0,80	0,83	0,88	0,94	1,0	1,03	1,09	1,15	1,16	1,18		

B) Índices de evolución del consumo (base, 1986)

6. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	100,0	113,6	124,2	132,5	132,3	132,3	139,0	129,4	134,5	134,0	141,0	151,4
6.1. Compra de vehículos para transporte personal	100,0	134,0	154,7	167,3	150,8	139,8	154,0	120,5	137,0	128,5		
6.2. Gastos de utilización de vehículos	100,0	106,5	114,1	121,4	126,5	130,3	133,4	132,9	133,7	134,8		
6.3. Pagos de servicios de transporte	100,0	103,9	106,2	107,7	112,2	14,9	118,8	112,7	113,2	118,4		
6.4. Comunicaciones	100,0	109,2	121,3	134,3	147,7	156,2	168,8	174,2	178,5	185,4		

Fuente: INE, *Contabilidad Nacional de España. Serie 1986-1997*.

CUADRO 4.12

Parque y matriculación de turismos en España.

Años	Parque de turismos				Transferencias de turismos	Porcentaje de vehículos matriculados, sobre total matriculado y transferidos
	Número de automóviles	Índice de la evolución del parque de turismos	Parque por 1.000 habitantes	Turismos matriculados		
1982	8.354.050	100,00	296	535.733	676.693	44,19
1983	8.714.076	104,31	308	550.436	715.220	43,49
1984	8.874.442	106,23	292	522.229	686.607	43,20
1985	9.273.710	111,01	303	575.052	791.151	42,09
1986	9.643.448	115,43	316	689.051	893.099	43,55
1987	10.218.526	122,32	337	928.264	797.300	53,79
1988	10.787.424	129,13	355	1.069.220	990.566	51,91
1989	11.467.727	137,27	380	1.149.373	955.833	54,60
1990	11.995.640	143,59	399	1.007.014	946.739	51,54
1991	12.537.099	150,07	430	914.061	964.946	48,65
1992	13.102.285	156,84	443	1.008.454	1.065.777	48,62
1993	13.440.694	160,89	455	775.461	1.113.287	41,06
1994	13.733.794	164,40	465	938.971	1.106.450	45,91
1995	14.212.259	170,12	480	870.497	1.153.944	43,00
1996	14.753.809	176,61	497	968.363	1.285.019	42,97
1997	15.297.366	183,11	515	1.091.190	1.431.819	43,25
1998	16.050.057	192,12	535	1.282.970	1.511.886	45,90
1999	16.847.347	201,67		1.502.531	1.650.986	47,65

Fuente: Dirección General de Tráfico, *Amuario estadístico*, varios años.

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. En el Cuadro 4.13 se recogen algunos datos sobre la posesión de teléfono, fijo y móvil, datos que, por la rapidez en la expansión del uso de la telefonía móvil y la aparición de nuevos productos que relanzarán su gasto, deben considerarse sólo como indicadores de tendencia.

CUADRO 4.13

Servicio telefónico.

Años	Líneas de telefonía fija en servicio (miles)		Evolución de los operadores de telefonía (miles de clientes)			
	Total	Abonados domésticos	Total	MOVILINE	MOVISTAR	AIRTEL
1987	10.326	7.538				
1988	10.972	8.066				
1989	11.797	8.634				
1990	12.603	9.258				
1991	13.624	9.775				
1992	13.792	10.189				
1993	14.253	10.453				
1994	14.685	10.916				
1995	s/d	s/d				
1996	15.413	s/d	2.989	1.299	1.038	652
1997	15.854	s/d	4.331	1.101	2.087	1.143
1998	16.289	s/d	7.051	893	4.001	2.157

Fuente: Ministerio de Fomento, *Los transportes y las comunicaciones. Informe anual*, varios años.

4.7. Gasto en ocio y cultura

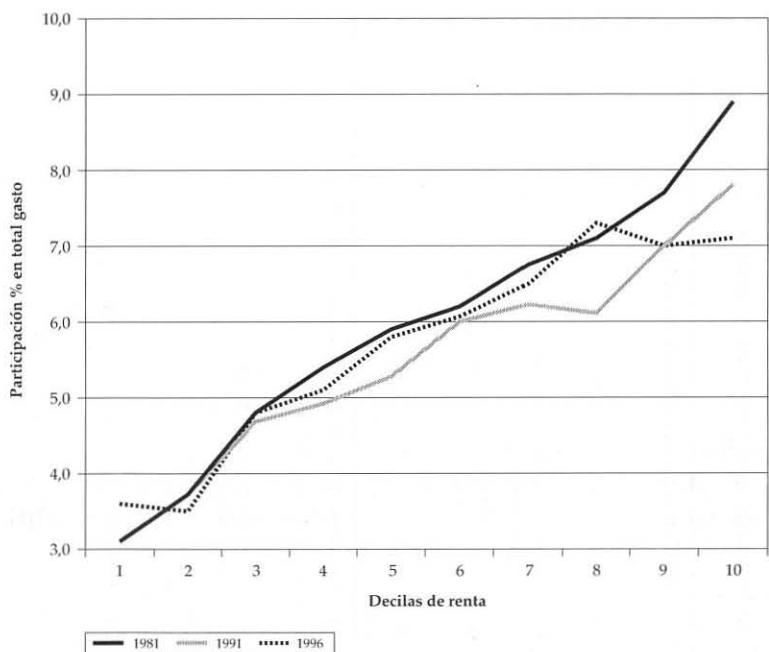
El gasto en ocio, cultura y enseñanza, es otro grupo de gasto que caracteriza la evolución de los hábitos de consumo en España y que puede ser clasificado como gasto de lujo, carácter que se mantiene en los tres años considerados, de 1980 a 1996. Sin embargo, como ya se ha tenido ocasión de comentar,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

En primer lugar, debe señalarse que la participación de este tipo de gasto sobre el total, según niveles de ingresos, desciende

entre 1981 y 1991, para ascender en 1996, aunque quedando por debajo del nivel alcanzado en 1981. El gasto en los productos de ocio y esparcimiento muestra así una cierta saturación, evidenciada por la menor pendiente de la función correspondiente a 1996, respecto de las de los años anteriores. Es bien significativo que en este año, aparezca 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 del gasto y, en esta medida, perderían parte de su carácter de bienes superiores.

GRÁFICO 4.8

Evolución del gasto en esparcimiento, enseñanza y cultura, según nivel de ingresos



CUADRO 4.14

Evolución del gasto en ocio y cultura.

(Precios constantes de 1986)

A) Proporción del gasto total en consumo

FUNCIONES DE CONSUMO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
7. ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	6,74	6.65	6.65	6.78	6.96	7.01	6.97	7.02	7.00	7.20	7.46	7.35
7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones	2.37	2.40	2.51	2.66	2.84	2.92	2.91	2.88	2.92	3.03		
7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés	1.68	1.63	1.61	1.61	1.63	1.62	1.63	1.60	1.57	1.64		
7.3. Libros, periódicos y revistas	0.78	0.80	0.74	0.74	0.74	0.73	0.73	0.76	0.75	0.77		
7.4. Enseñanza	1.91	1.81	1.79	1.76	7.75	1.73	1.70	1.78	1.77	1.77		

B) Índices de evolución del consumo (base, 1986)

7. ESPECTÁCULOS, ENSEÑANZA Y CULTURA	100.0	104.0	108.8	115.7	122.1	126.3	128.5	127.1	128.8	135.0	142.9	146.0
7.1. Artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones	100.0	106.7	116.5	128.9	141.8	149.2	152.4	148.3	152.5	161.2		
7.2. Servicios de esparcimiento, espectáculos y cultura, excepto hoteles, restaurantes y cafés	100.0	102.4	105.8	110.5	114.4	117.3	120.6	116.3	115.7	123.0		
7.3. Libros, periódicos y revistas	100.0	108.4	104.7	109.7	111.4	114.2	116.5	118.5	119.1	124.1		
7.4. Enseñanza	100.0	100.3	103.7	106.5	108.6	110.6	110.6	113.8	114.9	117.4		

Fuente: INE, *Contabilidad Nacional de España. Serie 1986-1997*.

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 (artículos de esparcimiento, incluidos accesorios y reparaciones), que en 1995, suponía el 42,1 por ciento del gasto del grupo. Si a estos artículos sumamos la participación de libros, periódicos y revistas, incluidos también como artículos de esparcimiento, el gasto en la compra de bienes alcanzó en 1995 el 52,8 por ciento del gasto del grupo, frente al 22,8 por ciento del gasto en servicios de esparcimiento, o el 24,7 dedicado a la enseñanza (Cuadro 4.14). La conclusión puede ser que el consumidor español gasta más en equiparse para el ocio que en su práctica.

La parte del gasto dedicada a la compra de artículos de esparcimiento fue también la que más creció entre 1986 y 1995, un 61,2 por ciento frente al 23,0 o 24,1 por ciento del gasto en servicios de esparcimiento y en libros periódicos y revistas, o el 17,4 por ciento de incremento del gasto en enseñanza.

Como en el caso el 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 ligeramente (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:
Condicionantes y tendencias
del gasto en consumo en España*

5.1. 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 a lo largo de los años ochenta y noventa. 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 éste 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 gas-

to 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 de los consumidores de los otros países miembro de la UE.

La renta como determinante del gasto en consumo privado

El objetivo de los individuos es conseguir un determinado nivel de vida¹ 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 futuro²) 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 espa-

(1) Una vez más advertimos que el análisis se refiere a las sociedades desarrolladas y más ricas, y que lo dicho aquí sería inteligible, 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. 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.

ñoles 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 períodos, 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 respecto 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 per-

sonales, 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 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.

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. Aunque sin olvidar 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 comporta-

miento de consumo de los particulares se ha revelado en este trabajo en un aspecto en particular, la mayor propensión al consumo de bienes y servicios ahorradores de tiempo, fundamentalmente de alimentación, al gasto en comidas fuera del hogar y en 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.³

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

(3) 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 los tratado en este trabajo.

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 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 respecto de las correspondientes estructuras de gasto en consumo en España, se mantienen en términos generales a lo largo de los años considerados, es decir, que 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 si 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, 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 y por más que mantengan ciertos rasgos culturales propios que hagan necesarias ciertas adaptaciones de los productos.

Bibliografía

- ALONSO, L. E. y CONDE, F. (1994): *Historia del consumo en España*, 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*, 3.^a ed., Esic, Madrid.
- BECKER, G. (1981): *Tratado sobre la familia*, Alianza Editorial, Madrid, 1987.
- BAUDRILLARD, J. (1974): *La génesis ideológica de las necesidades*, Anagrama, Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1979): *La distinción. Crítica y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid, 1988.
- CASARES RIPOL, J. (1994): «Influencia de las marcas y de las formas comerciales en el consumidor», *Revista de Occidente*, n.^o 162, pp. 107 a 120.
- CASARES, J. (1995): *Una aproximación socioeconómica a la Rebelión de las masas*, Dyrkinson, Madrid.
- CASTILLO CASTILLO, J. (1987): *Sociedad de Consumo a la española*, EUDEMA, Madrid.
- CASTILLO CASTILLO, J. (1994): «La vida social del consumo», *Revista de Occidente*, n.^o 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*, n.^o 162, pp. 23 a 44.
- DE LA DEHESA, GUILLERMO (1994): «El consumo: importancia y factores determinantes», *Revista de Occidente*, n.^o 162, pp. 7 a 22.

- DUESEMBERRY, J. S.: *La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores*, Alianza.
- GIMENO, J. A. (coord.) (2000): *El consumo en España: un panorama general*, 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*, Península, Barcelona, 1978.
- HERRERO, C. (1981): «La función de consumo en modelos multisectoriales de renta y producción: Análisis dinámico», *Estadística española*, n.º 93.
- JOHNSON, M. BRUCE (1974): *El comportamiento del consumidor. Consumo, renta y riqueza*, Alianza, Madrid.
- JOHNSTON, J. (1975): *Método de econometría*, Vicens Vives, Barcelona.
- KATONA, G. (1968): *La sociedad de consumo de masas*, 1.ª ed., Rialp, Madrid.
- KEYNES, J. M. (1936): *Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero*, Fondo de Cultura Económica, México, 1971 (2.ª reimpr. de la 2.ª ed.).
- LLUCH, C. (1969): «Elasticidades de Engel y de precios para las grandes categorías de bienes de consumo en España», *Moneda y Crédito*, n.º 158, marzo.
- LLUCH, C. (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 económicos de la economía española», *Moneda y Crédito*, n.º 140, marzo.
- O'SHAUGHNESSY, J. (1989): *Por qué compra la gente*, 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*, n.º 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.
- VEBLEN, T. (1899): *Teoría de la clase ociosa*, 1.ª ed., Fondo de Cultura Económica, México, 1944.
- VERNON, R. (1973): *Soberanía en peligro*, Fondo de cultura Económica, México.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO
Príncipe de Vergara, 54
28006 Madrid
www.consumo-inc.es