

3. EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO ALIMENTARIO

Desde la perspectiva de la demanda, la configuración del mercado de productos alimentarios exige la revisión de los principales elementos que influyen sobre el comportamiento de los consumidores.

En un primer momento, tal y como se ha introducido anteriormente, se plantea la doble posibilidad de adquirir los alimentos y bebidas bien en cualquier establecimiento de distribución (*alimentación-servicios*) o bien en los locales de restauración orientados a ofertar alimentación (*servicios-alimentación*).

La decisión del consumidor entre estas opciones aparece influenciada por un amplio conjunto de factores —económicos, sociales, demográficos, tecnológicos, culturales,...— que, además, en los últimos años han evolucionado hasta generar situaciones muy heterogéneas en relación a la forma de cubrir la necesidad de alimentación. En consecuencia, parece oportuno incidir, cuando menos, en los elementos más significativos que han condicionado los cambios en el estilo de vida de los individuos desde las vertientes de la demografía, la economía y la cultura tal y como se ha realizado, entre otros, en Casares (1995); Alonso (1997); Alonso y otros (2000); Martínez (1993); Alonso y Conde (1994); Langlois y del Campo (1995); del Campo (1993); Gimeno (2000); Cuadrado (1994); De Esteban (1994);...

3.1. La influencia de los factores demográficos

En las tres últimas décadas la población de España se ha elevado en más de un 15 por 100. Conforme a las proyecciones y estimaciones intercensales del INE (varios años), en 1971 había 34.216.274 habitantes y en el año 2000 hay 39.465.702 habitantes¹⁶. Además, para el período 1955-1971, las cifras de población de la Fundación BBV (varios años)

¹⁶ Las estimaciones de la Fundación de las Cajas de Ahorro Confederadas (FUNCAS, 2001) sitúan la población residente a 1 de julio de 2000 en 40.062.623 habitantes.

indican que se ha producido un incremento de la población del 16,84 por 100:

$$\Delta 1955-1960 = 4,29 \text{ por 100}$$

$$\Delta 1960-1964 = 4,11 \text{ por 100}$$

$$\Delta 1964-1971 = 7,60 \text{ por 100}$$

Así pues, en el período 1955-1971 el incremento de población es notablemente superior al generado en el período 1971-2000 —16,84 por 100 en 17 años frente a 15,34 por 100 en 30 años.

La primera conclusión que se deriva de estas cifras apunta a un incremento de las necesidades de consumo como consecuencia del aumento en el número de individuos de diversas edades —en el caso concreto de los productos de alimentación parece claro que un mayor número de habitantes implica necesariamente un mayor consumo de alimentos y bebidas debido al carácter básico que tienen estos artículos, que se traduce, a su vez, en aumentos de demandas y de intercambios en el mercado¹⁷.

Ahora bien, el cuadro 3.1 matiza el crecimiento anteriormente referido puesto que las proyecciones elaboradas hasta el año 2020 estiman un estancamiento del número de habitantes que, incluso, puede convertirse en un decrecimiento de la población a partir del año 2010¹⁸ —consecuentemente, parece lógico afirmar que una minoración de individuos debe traducirse en un descenso de la demanda, entre otros muchos productos, de los alimentos y bebidas.

El estancamiento de la población en nuestro país, desde una perspectiva simplificada, podría tener una doble interpretación:

¹⁷ A pesar del incremento de las necesidades alimentarias, y aún considerando la existencia de bolsas de pobreza y grupos de excluidos, quedan lejos las argumentaciones malthusianas que aventuraban que la cantidad de gente que puede vivir en el mundo está limitada por la cantidad de gente que puede ser alimentada: *todo aumento en la oferta de alimentos traería consigo un incremento en el número de gente que la consumiría; únicamente la más atroz necesidad limita la cantidad de gente que se multiplica y sobrevive; por consiguiente, los hombres vivirán siempre al borde del hambre.*

¹⁸ *La población española crece a una tasa progresivamente decreciente y se espera que, bajo condiciones de mortandad, fecundidad y migración normales, este crecimiento se mantenga hasta aproximadamente el 2005, para, a partir de esta fecha, comenzar un decrecimiento que se prevé pueda alcanzar una cifra de dos millones de españoles en torno al 2020 (Alonso y otros, 2000, p. 85).*

CUADRO 3.1

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN ESPAÑA, 1971-2020 (tasas de variación con los valores absolutos para ambos sexos) (*)

1971-1975	1975-1980	1980-1985	1985-1990	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2015-2020
4,004	5,1535	2,3790	1,1234	0,0092	0,0065	0,0057	0,0027	-0,0036	-0,0091

(*) De manera excepcional, se incluyen cuatro decimales para reflejar con precisión la escasa evolución de la población en los últimos intervalos de años.

Fuente: Elaboración propia con datos y estimaciones del INE (varios años a)).

- Por una parte, resulta posible suponer que hay un número notable de nacimientos aunque, de la misma forma, las defunciones también son numerosas; el resultado neto o crecimiento vegetativo de la población —como diferencia de nacimientos y defunciones— sería, bajo los supuestos anteriores, poco significativo.
- Por otra parte, es posible recurrir a una explicación basada en una escasa significatividad de los nacimientos, es decir, se incorporan pocos individuos al volumen global de población y, al mismo tiempo, el número de defunciones también es reducido e incide de forma poco significativa sobre los cambios de población.

El cuadro 3.2 aclara la evolución de los tres conceptos introducidos en las dos opciones anteriores y, en consecuencia, aparecen varias conclusiones claras. Primera, el número de nacimientos se ha reducido casi a la mitad, en valores absolutos, entre 1976 y 2000. Segunda, las defunciones se han incrementado en el mismo período en torno a un 20 por 100. Y, tercera, el crecimiento vegetativo se ha ido minorando en gran cuantía hasta situarse en un punto en el que podía hablarse de un intercambio entre el número de nacimientos y el número de defunciones suponiendo, como resultado, un crecimiento prácticamente nulo de la población —esta situación debe traducirse, desde la vertiente del consumo, en un nivel de necesidades cuantitativamente estacionario y, por tanto, en una congelación de la demanda—; las cifras del año 2000 parecen indicar una recuperación en los niveles de crecimiento.

Desde una perspectiva más amplia, resulta posible introducir otros argumentos demográficos para entender la influencia que estas variables han experimentado sobre la demanda de alimentos y bebidas:

CUADRO 3.2

NACIMIENTOS, DEFUNCIONES Y CRECIMIENTO VEGETATIVO, 1976-2000
(valores absolutos e índices con 1976=100)

	Nacimientos		Defunciones		Crecimiento vegetativo	
	Valor absoluto	Índice 1976 = 100	Valor absoluto	Índice 1976 = 100	Valor absoluto	Índice 1976 = 100
1976	677.456	100,00	299.007	100,00	378.449	100,00
1981	533.008	78,67	293.386	98,12	239.622	63,31
1986	438.750	64,76	310.413	103,81	128.337	33,91
1991	395.989	58,45	337.691	112,93	58.298	15,40
1996	362.626	53,52	351.449	117,43	11.177	2,95
1997	369.035	54,47	349.521	116,89	19.514	5,15
1998	361.930	53,42	357.925	119,70	4.005	1,05
1999 (*)	377.809	55,76	370.423	123,88	7.386	1,95
2000 (*)	395.756	58,41	359.148	120,11	36.608	9,67

(*) Datos provisionales.

Fuente: Elaboración propia con datos de proyecciones y estimaciones del INE (varios años).

a) El cuadro 3.2 reflejaba la evolución del número de nacimientos en España en el período 1976-2000. Esta información se puede ampliar en función de variables como la distribución del número de hijos, el estado civil, el nivel de estudios, la actividad económica desarrollada o la comunidad autónoma de residencia de la madre (INE, varios años):

- Dentro del colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años, la *distribución del número de hijos* indica que cerca del 47 por 100 no tiene ninguno; el 15,54 por 100 tiene uno; el 26,31 por 100 tiene dos; el 8,55 por 100 tienen tres; el 1,94 por 100 tienen cuatro; y, por último, el 1,04 por 100 tienen cinco o más —si a finales de 1980 la cifra se situaba en torno a 2,1 hijos por mujer, diez años después se ha situado en 1,33 y a finales de siglo este indicador nos sitúa como el país con una menor tasa de hijos/mujer—. El cuadro 3.3 incide sobre esta distribución.
- La revisión del *número de hijos según el estado civil* indica que las mujeres viudas tienen una media de 2,00; las mujeres casadas de 1,86; las mujeres separadas o divorciadas de 1,74; y, finalmente, las mujeres solteras de 0,08 (véase el cuadro 3.4).

CUADRO 3.3
DISTRIBUCIÓN DE MUJERES SEGÚN EL NÚMERO
DE HIJOS Y SU EDAD ACTUAL

(valores absolutos para el colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años)

Edad	Total	Número de hijos						
		Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más	Media
Total	10.165.237	4.736.017	1.580.413	2.675.460	69.620	197.856	105.871	1,07
15-19	1.321.805	1.298.291	20.732	02.782	—	—	—	0,02
20-24	1.591.015	1.510.664	63.001	12.962	4.388	—	—	0,06
25-29	1.612.647	1.134.662	305.242	156.237	5.247	—	1.259	0,42
30-34	1.582.180	406.906	517.443	562.326	82.757	8.526	4.222	1,23
35-39	1.494.625	184.446	325.312	731.418	209.434	1.097	12.918	1,74
40-44	1.349.401	124.265	223.528	652.821	268.574	9.257	27.955	2,01
45-49	1.216.564	76.781	125.155	556.914	289.220	108.976	59.517	2,36

Fuente: INE (varios años).

CUADRO 3.4
DISTRIBUCIÓN DE MUJERES SEGÚN EL NÚMERO DE HIJOS
Y EL ESTADO CIVIL

(valores absolutos para el colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años)

	Total	Número de hijos						
		Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más	Media
Total	10.165.237	4.736.017	1.580.413	2.675.460	869.620	197.856	105.871	1,07
Solteras	4.451.997	4.209.448	170.570	53.409	14.207	3.793	570	0,08
Casadas	5.249.664	491.347	1.246.122	2.449.272	787.577	79.210	96.135	1,86
Viudas	89.070	4.804	20.472	37.894	22.504	2.967	430	2,00
Separadas o divorciadas . . .	374.506	30.417	143.249	134.885	5.332	11.885	8.738	1,74

Fuente: INE (varios años).

- La distribución del *número de hijos según el nivel de estudios*, conforme presenta el cuadro 3.5, muestra una clara relación entre las mujeres que no tienen estudios y la mayor propensión a tener hijos —ante la media de 1,07 hijos para el colectivo de mujeres entre 14 y 49 años, aquellas que son consideradas *analfabetas* tienen 3,19 y aquellas consideradas *sin estudios* alcanzan 2,72.
- El cuadro 3.6 presenta la distribución del número medio de hijos entre las mujeres de 15 a 49 años en función de la *actividad económica que desarrollan* y, conforme a estos datos, es posible extraer algunas notas. Primera, con carácter general para todos las actividades económicas, los intervalos de edades inmediatamente superiores van teniendo un mayor número medio de hijos que los anteriores intervalos. Segunda, las mujeres que realizan labores del hogar tienen un mayor número medio de hijos que el resto del colectivo femenino ¹⁹. Tercera, las mujeres que están cursando estudios tienen un menor número de hijos que el resto de las mujeres. Y, cuarta, las mujeres ocupadas por cuenta propia presentan un número medio de hijos superior a las mujeres ocupadas asalariadas.
- El *número medio de hijos por comunidades autónomas* es dispar ²⁰, tal y como resume el cuadro 3.7, y evoluciona entre 0,88 en Cantabria y 1,29 en Ceuta y Melilla.

En definitiva, la revisión de las cifras sobre el número de nacimientos conforme a la distribución del número de hijos, el estado civil, el nivel de estudios, la actividad económica desarrollada o la comunidad autónoma de residencia de la madre otorgan una información heterogénea

¹⁹ G. Becker (1987, p. 134) afirma que *las encuestas a hogares suministran información sobre la relación entre la demanda de hijos y el valor del tiempo de maridos y esposas. El número medio de hijos está relacionado negativamente con el salario u otras medidas de valor del tiempo de las esposas, y frecuentemente está relacionado positiva en vez de negativamente con el salario o ingreso de los maridos.*

²⁰ *La evidencia obtenida durante cientos de años indica que las familias que habitan en un medio agrícola han contado con un número mayor de miembros que las familias urbanas. Buena parte de la explicación reside en el hecho de que los alimentos y la vivienda, factores de producción importantes para la crianza de hijos, han sido más baratos en las áreas rurales. No obstante, se han acortado las diferencias entre la fecundidad rural y urbana en los países desarrollados durante el último siglo como consecuencia, principalmente, a que se han reducido, en lo que a costes se refiere (educación, transporte, tiempo,...), la crianza de hijos en zonas agrícolas* (Becker, 1987, p. 132).

CUADRO 3.5

DISTRIBUCIÓN DE MUJERES SEGÚN EL NÚMERO DE HIJOS Y SU NIVEL DE ESTUDIOS
(valores absolutos para el colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años)

	Total	Número de hijos					Media
		Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	
Total	10.165.237	4.736.017	1.580.413	2.675.460	69.620	197.856	105.871
Alfabetas	30.040	4.236	1.827	5.532	8.529	3.720	6.195
Sin estudios	191.792	15.550	22.278	55.226	44.869	31.009	22.861
Primarios, graduado, EGB o bachiller.	4.791.558	1.638.824	786.623	1.612.964	564.096	123.987	65.065
BUP y COU	1.949.392	1.298.101	220.936	327.383	86.687	5.382	903
Técnico-profesionales de grado primero, segundo y medio	1.611.533	853.534	309.621	352.881	88.781	4.329	2.388
Técnico-profesionales de grado superior, segundo y medio	38.230	31.074	4.284	2.191	681	—	0,28
Primer ciclo de estudios superiores...	629.698	334.668	95.486	143.818	41.410	14.316	—
Superiores, licenciados y doctorados...	922.993	560.030	39.359	175.465	34.567	5.112	8.459
							0,72

Fuente: INE (varios años).

CUADRO 3.6
NÚMERO MEDIO DE HIJOS SEGÚN LA EDAD DE LAS MUJERES
Y LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
(colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años)

	Total	Edad de las mujeres						
		15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49
Total	1,07	0,02	0,06	0,42	1,23	1,74	2,01	2,36
Ocupadas	1,00	0,02	0,05	0,23	0,99	1,59	1,77	2,24
Por cuenta propia	1,46	0,00	0,11	0,26	1,29	1,93	1,92	2,41
Asalariadas	0,91	0,02	0,04	0,22	0,91	1,50	1,72	2,14
Asalariadas fijas	1,07	0,03	0,05	0,27	0,87	1,50	1,65	1,94
Asalariadas temporales	0,67	0,02	0,03	0,17	0,99	1,49	2,06	2,81
Otras ocupadas	0,83	0,00	0,08	0,30	1,26	1,45	1,90	2,87
Paradas	0,85	0,08	0,05	0,40	1,03	1,71	2,04	2,06
Estudiantes	0,04	0,00	0,00	0,07	0,55	1,74	1,57	1,41
Labores del hogar	1,97	0,25	0,62	1,28	1,71	2,01	2,27	2,54
Jubiladas, pensionistas	1,52	—	—	0,00	1,43	1,15	1,62	1,79
Otra situación	0,98	0,02	0,00	0,45	1,11	1,44	1,77	2,04

Fuente: INE (varios años a)).

CUADRO 3.7
NÚMERO MEDIO DE HIJOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(colectivo total de mujeres entre 15 y 49 años)

Comunidades autónomas con un número medio de hijos mayor de 1,00	Comunidades autónomas con un número medio de hijos menor de 1,00
Andalucía (1,18) Islas Baleares (1,15) Canarias (1,16) Castilla y León (1,05) Castilla-La Mancha (1,18) Cataluña (1,01) Comunidad Valenciana (1,16) Extremadura (1,22) Galicia (1,05) Murcia (1,19) Ceuta y Melilla (1,29)	Aragón (0,93) Asturias (0,96) Cantabria (0,88) Comunidad de Madrid (0,99) Navarra (0,94) País Vasco (0,91) La Rioja (0,96)

Fuente: Elaboración propia con los datos de INE (varios años a)).

que puede servir para segmentar a la población en función de aspectos específicos que repercutan sobre la demanda de alimentos y bebidas.

b) La mortalidad presenta una evolución favorable en nuestro país con la excepción del incremento en los fallecimientos de jóvenes entre 18 y 35 años ocasionados bajo situaciones concretas como accidentes de tráfico, drogadicción y sida.

El análisis de la información estadística referida a la esperanza de vida al nacimiento no deja ninguna duda sobre el progresivo avance en la duración de la vida en España en las últimas décadas (véase el cuadro 3.8).

CUADRO 3.8
EVOLUCIÓN DE LA ESPERANZA DE VIDA AL NACIMIENTO,
1920-2020
(valores absolutos y proyecciones para ambos sexos)

	Varones	Mujeres
1900	33,85	35,70
1910	40,92	42,56
1920	40,26	42,05
1930	48,38	51,60
1940	47,12	53,24
1950	59,81	64,32
1960	67,40	72,16
1970	69,57	75,06
1980	72,52	78,61
1990	73,37	80,43
1995	73,24	81,18
2000	74,14	81,88
2005	74,83	82,51
2010	75,32	82,95
2015	75,69	83,36
2020	76,01	83,74

Fuente: Elaboración propia con los datos de INE (varios años a)).

En principio, cabe pensar que el progresivo aumento de los años de vida estará acompañado de la prolongación de todo el conjunto de necesidades y, por tanto, será preciso consumir bienes y servicios durante un

período mayor de tiempo incluyendo, entre ellos, el consumo de alimentos y bebidas.

c) Conforme a las cifras anteriormente expuestas que hacían referencia a la disminución de nacimientos y al incremento en la esperanza de vida, resulta posible afirmar que se está produciendo un cambio en la estructura de edades de los consumidores. Con otras palabras, la evolución desigual de los distintos segmentos de la población está generando una nueva distribución no homogénea entre los intervalos de edades.

Esta idea se explica con el análisis de la evolución de los diferentes grupos de la población tal y como muestran, para el caso español, los dos ejemplos siguientes:

— Primero, los jóvenes menores de 14 años han disminuido en el año 2000 un 60,37 por 100 con respecto a los existentes en 1971 —5.931.578 frente a 9.512.752—. El cuadro 3.9 recoge esta situación distinguiendo diferentes intervalos entre los 0 y los 14 años.

CUADRO 3.9

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN ENTRE 0-14 AÑOS EN ESPAÑA, 1971-2005

(índices con 1971 = 100, valores absolutos para ambos sexos)

	0 a 4 años	5 a 9 años	10 a 14 años
1971	100,00	100,00	100,00
1975	101,39	102,01	104,07
1980	96,14	103,14	107,84
1985	77,00	97,56	107,76
1990	63,42	78,86	102,11
1995	59,60	64,26	82,38
2000	59,48	60,68	67,13
2005	62,06	60,56	63,39

Fuente: Elaboración propia con datos de proyecciones y estimaciones de INE (varios años a).

— Segundo, las personas con una edad entre 65 y 84 años casi se han duplicado entre 1971 y el año 2000 —concretamente, en 1971 había 3.153.461 y en el año 2000 se cifran en 5.994.964—. El cuadro 3.10 incide, de forma detallada, sobre esta evolución.

CUADRO 3.10
EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN ENTRE 65-84 AÑOS EN ESPAÑA,
1971-2005

(índices con 1971 = 100, valores absolutos para ambos sexos)

	65 a 69 años	70 a 74 años	75 a 79 años	80 a 84 años
1971	100,00	100,00	100,00	100,00
1975	106,55	117,10	110,96	127,10
1980	111,97	130,25	137,85	136,33
1985	115,09	138,33	157,93	170,91
1990	139,12	144,45	171,27	201,18
1995	151,94	175,61	182,32	224,13
2000	158,46	192,61	223,31	243,43
2005	139,32	201,49	246,17	300,67

Fuente: Elaboración propia con datos de proyecciones y estimaciones de INE (varios años a)).

Con el objetivo de profundizar en el cambio de la estructura de edades, hay varios indicadores interesantes que inciden en demostrar, por una parte, la menor relevancia del segmento de población juvenil y, por otra, el progresivo envejecimiento de la población. Así, el cuadro 3.11 plantea el *índice de juventud* y el *índice de dependencia demográfica* con los datos disponibles en la década de los noventa.

CUADRO 3.11
ÍNDICE DE JUVENTUD E ÍNDICE DE DEPENDENCIA
DEMOGRÁFICA, 1990-1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Índice de juventud (*)	149,78	142,84	136,37	130,16	124,12	118,49	113,48	109,08
Índice de dependencia demográfica (**)	54,29	53,30	52,36	51,49	50,72	50,12	49,71	49,44

(*) El índice de juventud representa el porcentaje de población menor de 20 años con relación a la de 60 años y más.

(**) El índice de dependencia demográfica sirve para calcular el porcentaje de población menor de 16 años añadida a la población de 65 años y más con relación a la población de 16 a 64 años.

Fuente: INE (varios años a)).

Por tanto, como una primera aproximación a las repercusiones que estos cambios tienen desde la vertiente del consumo, el estudio de la modificación de la estructura de edades sirve para ofrecer una explicación a determinados comportamientos que se han producido en la demanda de ciertos productos —sirvan como ejemplo el descenso en el consumo de bienes destinados a los recién nacidos o el incremento de las compras en los artículos propios de personas de la tercera edad—. Según Alonso y otros (2000, p. 88), *el consumo difiere notablemente en función de la edad y, lógicamente, la dinámica de los grupos producirá significativas transformaciones en el consumo, cuantitativa y cualitativamente*.

d) La actitud de los individuos hacia el matrimonio ha ido variando a lo largo de la segunda mitad del siglo XX aunque, con carácter general, se ha producido un descenso en la tasa de nupcialidad: en 1976 alcanzaba el 7,26 y para 1998 se ha estimado en 5,14.

El cuadro 3.12 ofrece la evolución, mediante números índices, de los matrimonios entre 1950 y 2000; esto es, la situación cincuenta años des-

CUADRO 3.12
EVOLUCIÓN DE LOS MATRIMONIOS EN ESPAÑA 1950-2000
 (valores absolutos e índices con 1950 = 100)

	Valores absolutos	Índice (1950 = 100)
1950	209.942	100,00
1955	236.913	112,84
1960	236.877	112,82
1965	228.265	108,72
1970	248.205	118,22
1975	271.347	129,24
1980	220.674	105,11
1985	199.658	95,10
1990	220.533	105,04
1995	200.688	95,59
1996	194.084	92,44
1997	196.499	93,59
1998	207.041	98,61
1999 (*)	206.048	98,14
2000 (*)	209.854	99,95

(*) Datos provisionales
 Fuente: INE (varios años a)).

pués no ha variado puesto que en el año 2000 hay el mismo número de matrimonios que había en 1950.

La anterior revisión cuantitativa lleva a plantear las siguientes circunstancias relacionadas con la evolución de los matrimonios en España:

- Los nacimientos en nuestro país están relacionados directamente con el estado civil de la madre puesto que en nueve de cada diez casos existe una correspondencia con mujeres casadas —en 1996 la distribución porcentual indicaba que era el 88,32 por 100 (INE, varios años)—. Esta situación hace suponer que un descenso en el número de matrimonios lleva aparejada una disminución en el número de nacimientos.
- El matrimonio ha sido considerado, de forma tradicional, como la base para articular los hogares si bien, en los últimos años, los cambios referidos han supuesto modificaciones en cuanto a su tamaño y tipología.

Así, el número medio de personas que conviven en cada hogar de España es de 3,16 frente a una media de 2,57 en la Unión Europea²¹. Además, en nuestro país el 13,4 por 100 de los hogares son unipersonales y en el 40,6 por 100 de los casos conviven más de 3 personas —la media de la Unión Europea indica que el 26,3 por 100 de los hogares son unipersonales y el 26,2 por 100 son hogares con más de 3 miembros—. Por último, también en España, un 48,6 por 100 de los hogares están formados por una pareja con hijos y tan sólo un 18 por 100 de los hogares constituido por una pareja sin hijos —en la Unión Europea, según datos medios, el 36,8 por 100 son parejas con hijos y el 24,7 por 100 son parejas con hijos.

Desde la perspectiva del consumo, estas cifras ponen de relieve que cada vez hay un mayor número de individuos que, debido a la composición del hogar del que forman parte, deben plantearse la satisfacción de sus necesidades con hábitos de compra y consumo distintos a los tradicionales —sirvan como ejemplo los hogares unipersonales o de parejas

²¹ Estos datos corresponden al Panel de hogares de la Unión Europea (INE, 1999a) que hace un seguimiento en el tiempo de una muestra de personas y de los hogares que forman. Ha sido elaborado en trece países de la Unión Europea de forma armonizada y permite obtener una información comparable a nivel comunitario sobre el nivel de vida, las condiciones del mercado de trabajo y otros aspectos de interés social.

sin hijos que recurren de forma frecuente al consumo de alimentos fuera del hogar en restaurantes o cafeterías.

- La edad media de entrada al matrimonio se ha elevado en los últimos años tal y como el cuadro 3.13 recoge, con los datos disponibles, para la primera parte de la década de los noventa ²².

CUADRO 3.13
EDAD MEDIA DE ENTRADA AL MATRIMONIO 1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Varones	28,23	28,60	28,92	29,27	29,61	29,85	30,18	30,42	30,61
Mujeres	25,76	26,15	26,48	26,86	28,22	27,47	27,83	28,08	28,30

Fuente: INE (varios años a)).

Desde las causas que justifican, de forma intuitiva, este incremento de edad ante la decisión del matrimonio hay que incluir, sin ningún tipo de duda, la prolongación generalizada del período de estudios y las barreras que los jóvenes encuentran para conseguir la independencia económica (acceso al mercado laboral o adquisición de una vivienda, principalmente) ²³.

- La progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo disminuye las desigualdades de captación de ingresos entre hombres y mujeres y, de acuerdo a la terminología de Becker (1987), la «ganancia del matrimonio» se ve reducida y, consecuentemen-

²² Según Becker (1987, p. 293), las mujeres tradicionalmente se han casado más jóvenes que los hombres porque estos últimos alcanzan más tarde la madurez e independencia a consecuencia de las mayores inversiones realizadas en capital humano. Dado que las inversiones en los hombres y mujeres han tendido a igualarse con el paso del tiempo ha medida que ha ido disminuyendo la demanda de hijos, actualmente hombres y mujeres contraen su primer matrimonio con edades más similares. Por ejemplo, la diferencia en los Estados Unidos entre la edad media de hombres y mujeres al contraer su primer matrimonio ha descendido de cuatro años en 1900 a dos años y medio en 1970.

²³ Quedan muy distantes los planteamientos de autores, como Malthus, que por razones muy diferentes de las actuales preconizaban el aplazamiento del matrimonio e, incluso, entre sus argumentaciones demandaban que en las ceremonias nupciales se incluyese una advertencia informando que era el marido y no el Estado el responsable de los hijos de esa unión.

te, los roles tradicionales sobre las labores que cada miembro tenía que realizar en el hogar pierde vigencia en la sociedad actual²⁴.

— Por último, durante la década de los noventa también se han incrementado los casos de disolución del matrimonio²⁵: en cifras absolutas se ha pasado de 59.538 asuntos registrados en 1990 a 88.998 registrados en 1997. Así, el número de *separaciones*, para el mismo período temporal, ha aumentado en más de un 50 por 100; los casos de *divorcio* han pasado de 23.191 en 1990 a 34.147 en 1997; y, finalmente, los asuntos de *nulidad de matrimonio* recogidos en 1997 fueron 123 (INE, varios años a)).

e) Las *migraciones*, tanto interiores como supranacionales, se han convertido en uno de los fenómenos demográficos más significativos de los últimos años.

Por una parte, en España se ha producido un notable tránsito de habitantes entre comunidades autónomas que ha provocado la consolidación demográfica de algunas de ellas y un cierto vacío en algunas otras, con los consiguientes efectos sobre los mercados, el consumo y las empresas (Alonso, 1997).

En nuestro país, un 30 por 100 de la población vive en provincias con una densidad superior a los 300 hab./km² (Barcelona, Guipúzcoa, Madrid y Vizcaya) mientras que, en el lado opuesto, un 8 por 100 de la población está localizada en provincias de menos de 25 hab./km² (Albacete, Ávila, Burgos, Cáceres, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Huesca, Palencia, Segovia, Soria, Teruel y Zamora).

²⁴ «Puesto que las mujeres casadas se han especializado en la crianza de los hijos y otras actividades domésticas, han exigido a sus maridos contratos de larga duración para protegerse contra el abandono conyugal y otras adversidades; (...) puede incluso decirse que el matrimonio se define como un acuerdo establecido a largo plazo entre un hombre y una mujer para producir hijos, alimentos y otras mercancías en un hogar común» (Becker, 1987, p. 30).

²⁵ La explicación que aporta Becker (1987, p. 285) se basa en que *los participantes en los mercados matrimoniales* *difícilmente conocen sus propios intereses y capacidades, por no mencionar la seriedad, compatibilidad sexual y otros rasgos o características definitorias de sus cónyuges potenciales*. *Aunque pasen mucho tiempo juntos y utilicen otros medios para mejorar la información disponible, frecuentemente contraen matrimonio cometiendo grandes errores de apreciación y valoración de estas características, teniendo entonces que revisar su valoración de las mismas conforme a la información más completa que poseen después de casarse*.

En el cuadro 3.14, a pesar de no mostrar las comunidades autónomas tal y como están configuradas en la actualidad, se ofrece una visión clara de la importancia que han tenido los movimientos de población entre las diferentes regiones de nuestro país entre el año 1950 y el año 1980.

CUADRO 3.14
PANORÁMICA GENERAL POR REGIONES DE LAS MIGRACIONES
INTERIORES ESPAÑOLAS, 1951-1980
 (valores absolutos en miles)

	1951-1960	1961-1970	1971-1980	Total (1951-1980)
Galicia	-227,3	-229,2	-10,1	-466,6
Cantábrica	-24,1	45,8	10,9	59,0
Vaconavarra	131,7	274,3	117,3	523,3
Castilla.	-104,5	-103,5	-80,9	-288,9
León	-196,2	-276,0	-205,2	-677,4
Aragón.	-67,6	-34,6	-46,9	-149,1
Cataluña.	469,6	720,4	463,3	1.635,5
Central	307,4	544,3	288,2	1.139,9
Extremadura	-174,6	-378,2	-241,5	-794,3
La Mancha	-259,7	-415,3	-236,8	-911,8
Levante	5,1	201,3	319,2	525,6
Andalucía Oriental.	-422,9	-408,9	-243,2	-1.075,0
Andalucía Occidental.	-154,6	-434,9	-378,2	-967,7
Baleares	2,4	73,9	84,7	161,0
Canarias	-6,2	19,4	236,2	249,4

Fuente: Tomado de Alonso (1997).

El cuadro 3.15 actualiza, por comunidades autónomas, las migraciones interiores para, por un lado, el período 1980-1997 y, por otro, para 1998 y 1999.

Trasladando las cifras anteriores a la vertiente del consumo, el análisis llega a plantearse con unos argumentos que han sido abordados por diversos trabajos²⁶ y que, de modo sintético, pueden plasmarse en el debate *consumo urbano vs. consumo rural*.

²⁶ En el análisis de estos argumentos merece la pena la revisión concreta del artículo de Martínez (1993).

CUADRO 3.15

MIGRACIONES INTERIORES: SALDO MIGRATORIO INTERIOR POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, 1988-1999
 (valores absolutos)

	1980-1997	1998	1999
Andalucía	464	-7.506	7.995
Aragón	2.634	-486	-633
Asturias.	-6.474	-2.305	-2.094
Islas Baleares.	35.164	9.979	10.931
Islas Canarias.	51.154	8.945	8.271
Cantabria.	3.417	1.275	1.626
Castilla-La Mancha	11.872	2.210	3.054
Castilla y León	-47.604	-4.608	-5.808
Cataluña	-23.406	-2.896	-1.737
Comunidad Valenciana	58.506	8.364	10.489
Extremadura	-16.168	-2.028	-2.242
Galicia	-9.835	-3.574	-5.138
Comunidad de Madrid	-21.492	-7.424	-8.420
Región de Murcia.	14.527	1.933	1.865
Navarra.	9.058	1.259	1.391
País Vasco	-63.898	-4.591	-5.139
La Rioja	1.560	573	1.058
Ceuta	-746	419	337
Melilla	1.267	461	184

Fuente: Elaboración propia con los datos de INE (varios años a).

De forma tradicional se han venido marcando un conjunto de diferencias entre los hábitos de los consumidores rurales y los hábitos de los consumidores urbanos. El paso del tiempo ha minorado las desigualdades entre estos ámbitos. De hecho, aspectos como la alimentación, la forma de vestir o, incluso, de divertirse tienden hacia una homogeneización entre lo rural y lo urbano.

La diferencias aún existentes entre el consumo rural y el consumo urbano están fundamentadas en los niveles de renta²⁷ y la estructura de

²⁷ Durante 1998, en los municipios menores de 10.000 habitantes el gasto medio por persona fue de 774.500 pesetas al año, mientras que en los municipios mayores de 100.000 la media alcanzó las 898.200 pesetas. En las capitales de provincia esta cifra se elevó a 1.034.300 pesetas por persona al año (INE, 2001a).

edades de la población. La principales características del consumo rural son las siguientes:

- Incremento significativo del gasto por persona.
- Los gastos en alimentación y bebidas están por encima de la media nacional.
- Sigue existiendo una disparidad apreciable con respecto al conjunto urbano en el apartado de esparcimiento, enseñanza y cultura.
- Incremento de la motorización.
- Carencia de centros comerciales y, en general, establecimientos de distribución que supone una debilidad en la oferta y una serie de desventajas para los consumidores materializadas, principalmente, en el menor grado de competencia —los mercados rurales están más cautivos que los urbanos.
- El autoconsumo ya no juega el papel determinante que ha tenido en épocas pasadas.

Por otra parte, la migración exterior es un fenómeno que está precisando la atención de los decisores públicos porque se considera que su aportación en el medio plazo será fundamental para equilibrar la dependencia demográfica que se está generando con los cambios en la estructura de edades ²⁸.

Cataluña, Comunidad de Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana son las regiones en las que está teniendo una mayor incidencia cuantitativa la instalación de emigrantes. Por contra, las migraciones supranacionales tienen una menor significatividad en La Rioja, Cantabria, Navarra y Asturias. En consecuencia, se estima que el número de efecti-

²⁸ La siguiente cita de Galbraith (1996, p. 114) ofrece claridad sobre esta idea:

«En Europa occidental, que es el caso más claro, una extensa gama de empresas industriales y de servicios depende de la mano de obra emigrante. Si no fuera por los trabajadores turcos, los de los estados de la antigua Yugoslavia y los procedentes de otras zonas de Europa oriental, en Alemania no se montarían automóviles, otras industrias estarían faltas de personal y no se rendirían una gran variedad de servicios. Iguales dificultades se plantearian en Francia de privarse de los norteafricanos (...). España, que durante mucho tiempo proporcionó trabajadores a los países europeos, ahora también se basa en alguna medida en África. El Reino Unido ha renovado la mano de obra industrial y aprovisionado de personal a las empresas de servicios, incluidos numerosos pequeños establecimientos al por menor, con antiguos habitantes de lo que fuera su imperio».

vos extranjeros residentes en España alcanzó los 895.750 en el año 2000 (INE, 2002a).

Con respecto al lugar de procedencia (INE, 2002a), más de un 40 por 100 son europeos —destacan dentro de este colectivo los británicos (22 por 100) y los alemanes (18 por 100)—; un 17 por 100 corresponde a población americana —originarios, en mayor cuantía, de Ecuador (15 por 100), Perú (13 por 100) y República Dominicana (13 por 100); un 29 por 100 son africanos —especialmente de Marruecos (76 por 100)—; y, finalmente, la población asiática representa el 8 por 100 —procede un 39 por 100 de China y un 19 por 100 de Filipinas, como participaciones más relevantes.

La repercusión del colectivo de inmigrantes sobre la economía de nuestro país puede calibrarse, de forma aproximada, con las siguientes tendencias:

- La población que viene a España desde otros países está formada, de manera mayoritaria, por varones —65 por 100 en 1997.
- Los permisos de trabajo se han incrementado notablemente —por ejemplo, se duplican desde 1990 hasta 1997 pasando de 85.372 a 176.022.
- La distribución porcentual por grupos de edad indica que el 95 por 100 de los emigrantes se sitúa entre 20 y 54 años y, por tanto, son potenciales trabajadores en el mercado laboral español.
- La situación laboral indica que un 87 por 100 de los emigrantes trabaja por cuenta ajena.
- Por último, la distribución de la población emigrante que acude a España para trabajar se ocupa en un porcentaje del 67 por 100 en actividades del sector servicios y en un 17 por 100 en las actividades del sector agrario.

La repercusión de la población emigrante sobre los niveles de consumo de España, y de manera especial en la demanda de alimentos y bebidas, no parece ser significativa en los momentos actuales puesto que se puede hablar de una imitación o adaptación plena hacia las pautas de consumo de nuestro país.

3.2. La influencia de los factores económicos

Los factores económicos han estado relacionados con los cambios y modificaciones que se han ido produciendo en distintos momentos del tiempo en esferas sociales, demográficas, culturales..., y que han permitido plantear, por tanto, una interpretación interdisciplinar de las consecuencias económicas derivadas para los consumidores²⁹.

La variable *consumo* se configura, desde la vertiente macroeconómica, con una importancia fundamental sobre el crecimiento económico y, por tanto, sobre la producción y el volumen de empleo en el mercado laboral. De la misma manera, las interpretaciones microeconómicas otorgan una relevancia significativa al consumo puesto que buscan su vinculación, por ejemplo, con el nivel salarial, la renta disponible o la elasticidad de la demanda.

Así pues, el consumo ha venido manteniendo desde la década de los setenta una participación sobre el PIB del 61-65 por 100 con tasas de crecimiento interanuales muy significativas en los años setenta —incluso superiores al 25 por 100 entre 1976 y 1977—, importantes en los años ochenta —entre el 16 y el 10 por 100— y moderadas durante los noventa —en algunos momentos hasta el 5 ó 6 por 100—. Desde la perspectiva micro, los individuos son los encargados de adquirir los bienes y servicios que se ofertan en el mercado y, consecuentemente, determinan la dimensión del consumo.

La evolución de las magnitudes económicas que repercuten sobre la capacidad de consumo de los individuos ha sido notable durante las últimas décadas. En este sentido, el cuadro 3.16 resume la evolución de la *renta nacional* y de la *renta nacional per cápita* mientras que el cuadro 3.17 recoge, mediante índices, la evolución de la *renta bruta disponible* y la *utilización de la misma en el consumo privado, en el ahorro familiar y en los impuestos indirectos*.

Con carácter general, las cifras anteriores apuntan hacia un incremento en el volumen de renta que los individuos destinan a los diferen-

²⁹ En este caso solamente se incide sobre los cambios económicos más significativos y sobre algunas de las principales repercusiones en el consumidor. No obstante, hay estudios interdisciplinares mucho más detallados que sirven para salvar esta concreción como son, por ejemplo, el desarrollado a modo de ensayo por Casares (1995), el elaborado por Alonso y Conde (1994), los patrocinados por el Banco Bilbao Vizcaya de Langlois y del Campo (1995) y del Campo (1993) o el coordinado por Gimeno (2000).

CUADRO 3.16**RENTA NACIONAL Y RENTA NACIONAL PER CÁPITA, 1970-1998**
(valores en pesetas constantes de 1986)

	Renta nacional _{pm} (mill. pesetas)	Renta nacional per cápita _{pm}
1970	18.157.936	535.869
1975	23.666.191	663.147
1980	25.467.201	678.638
1985	26.969.940	701982
1990	34.592.299	890.376
1995	37.096.374	946.102
1996	37.839.346	963.561
1997	39.065.598	993.446
1998	39.964.501	1.015.071

Fuente: Fundación BBV (1999).

CUADRO 3.17**EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DE LA RENTA BRUTA****DISPONIBLE, 1970-1998**

(índices con 1970=100, porcentajes sobre valores absolutos)

	Renta bruta disponible (1970 = 100)	Estructura de la renta bruta disponible		
		Consumo	Ahorro	Impuestos
1970	100,00	84,2	13,1	2,7
1975	234,76	81,9	14,5	3,6
1980	572,20	83,0	10,4	6,6
1985	1.037,86	81,3	10,4	8,3
1990	1.780,07	79,7	9,4	10,9
1995	2.522,49	77,5	11,2	11,3
1996	2.631,58	78,2	10,4	11,5
1997	2.744,94	79,6	9,3	11,1
1998	2.893,93	80,2	9,0	10,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Fundación BBV (1999).

CUADRO 3.18
EVOLUCIÓN DEL VALOR ADQUISITIVO DE LA PESETA, 1950-1998
 (índice de precios al consumo del INE)

	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1998
1950	1,000	0,872	0,604	0,425	0,332	0,188	0,080	0,045	0,033	0,026	0,024
1955	1,147	1,000	0,693	0,488	0,381	0,215	0,092	0,052	0,038	0,029	0,027
1960	1,657	1,444	1,000	0,704	0,549	0,311	0,133	0,074	0,054	0,042	0,039
1965	2,352	2,050	1,420	1,000	0,780	0,442	0,188	0,016	0,077	0,060	0,056
1970	3,015	2,628	1,820	1,282	1,000	0,566	0,241	0,136	0,099	0,077	0,072
1975	5,326	4,642	3,215	2,264	1,767	1,000	0,426	0,240	0,175	0,136	0,127
1980	12,491	10,887	7,541	5,311	4,143	2,345	1,000	0,562	0,411	0,319	0,297
1985	22,236	19,380	13,423	9,454	7,375	4,175	1,780	1,000	0,731	0,568	0,528
1990	30,421	26,513	18,364	12,934	10,090	5,712	2,435	1,368	1,000	0,777	0,723
1995	39,126	34,100	23,619	16,634	12,977	7,346	3,132	1,760	1,286	1,000	0,930
1998	42,076	36,672	52,400	17,889	13,956	7,900	3,368	1,892	1,383	1,075	1,000

Fuente: Fundación BBV (1999).

tes actos de consumo, aun teniendo en cuenta las minoraciones debidas al aumento de precios y a los mayores niveles de presión fiscal que se han producido.

Sin lugar a duda, la evolución del *nivel general de precios* se convierte en un factor determinante sobre el volumen de consumo que llevan a cabo los individuos. La inflación, como subida continuada y persistente de los precios con efectos sobre el poder adquisitivo del dinero, ha repercutido de manera desigual sobre las decisiones de consumo. Así, el cuadro 3.18 recoge, a modo de ejemplo, como ha ido variando el poder adquisitivo de la peseta desde 1950 a 1998 y, en consecuencia, hace suponer que para comprar un producto que en el año 1950 costaba 100 pesetas se necesitan 4.207 pesetas en el año 1998.

El incremento generalizado del volumen de recursos disponibles ha sido utilizado por los individuos para el consumo de determinados bienes y servicios en distinta cuantía. En este sentido, se ha argumentado sobre la pérdida de participación en el gasto global de los *alimentos y bebidas*, del *vestido y calzado* o de los *muebles y menaje* mientras que, por contra, se incrementa la participación del consumo en los *servicios médicos*, el *transporte y comunicaciones* o el *esparcimiento, enseñanza y cultura*.

Ahora bien, el análisis sobre la *procedencia de los recursos* de los consumidores indica que un 49 por 100 de los hogares españoles tienen como fuente principal de renta los salarios, un 38 por 100 las prestaciones sociales y un 10 por 100 las actividades por cuenta propia (INE, 1999b).

La comparación a nivel comunitario refleja una homogeneidad entre los hogares de la Unión Europea cuya fuente principal de ingresos son los *salarios* —la media está en torno al 51,0 por 100 y destacan por ser más elevados los casos de Dinamarca (57,4 por 100), Austria (56,7 por 100), Países Bajos (56,5 por 100) y Portugal (55,2 por 100) mientras que, por contra, los porcentajes menores se localizan en Grecia (36,2 por 100) e Irlanda (47,3 por 100).

También se plantea una situación pareja entre los hogares que cuentan como fuente básica de ingresos con las *prestaciones sociales* situándose el nivel máximo en Bélgica (44,2 por 100) y el mínimo en Portugal (32,4 por 100).

La participación que tienen las *actividades por cuenta propia* como fórmula para conseguir ingresos es dispar entre los hogares de la Unión

Europea puesto que, por ejemplo, en Grecia representan un 23,2 por 100 mientras que en Países Bajos suponen un 3,0 por 100.

Incidiendo en el caso concreto de los *salarios* como fuente básica de ingresos de los hogares, el cuadro 19 compara para diferentes países de la Unión Europea, en paridades de poder de compra, los salarios que reciben los trabajadores eliminando, además, las diferencias en el nivel de precios de cada país.

CUADRO 3.19
COMPARACIÓN DEL SALARIO MENSUAL Y POR HORA EN
DIFERENTES PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA
 (porcentajes con respecto a la media de la Unión Europea, en unidades de paridad de poder de compra)

	Salario mensual	Salario por hora
Luxemburgo.....	191	186
Alemania.....	132	134
Dinamarca.....	122	131
Austria.....	118	114
Francia.....	115	111
Países Bajos.....	115	131
Reino Unido.....	111	109
Irlanda.....	99	104
Bélgica.....	91	92
España.....	67	65
Italia.....	63	64
Portugal.....	54	52
Grecia.....	38	38
Media UE.....	100	100

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (1999b).

En consecuencia, las cifras presentadas indican que los hogares españoles cuentan con un volumen salarial inferior a la media europea y, por tanto, esta minoración debe influir en los hábitos de compra (lugar y forma de realizar las adquisiciones) y en los hábitos de consumo (productos adquiridos y participación de los mismos sobre el gasto total). A pesar de lo anterior, hay que resaltar la tendencia al alza que, en valores abso-

CUADRO 3.20
EVOLUCIÓN DE LOS SALARIOS EN ESPAÑA, 1995-1999
 (valores absolutos, tasas de crecimiento con respecto al mismo
 trimestre del año anterior)

	1995		1997		1999		2000	
	Pesetas	Δ	Pesetas	Δ	Pesetas	Δ	Pesetas	Δ
Total.	201.391	4,4	217.031	2,9	226.597	2,3	252.404	2,3
Industria	213.471	4,7	233.923	4,0	247.203	2,0	274.095	2,3
Construcción	165.469	5,2	179.688	3,6	192.741	4,0	223.256	4,4
Servicios	200.612	3,9	213.524	2,6	220.887	2,1	247.258	2,9

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (varios años b).

lutos, han mostrado los salarios entre 1995 y 2000³⁰ en España tal y como recoge el cuadro 3.20.

En el repaso a los principales factores que influyen sobre el consumo, la *incorporación de la mujer al mercado de trabajo* ha supuesto, además de las repercusiones en el entorno económico, un giro radical en el funcionamiento de las sociedades occidentales puesto que en la década de los sesenta la inmensa mayoría de la sociedad creía que la mujer no debía trabajar fuera de casa a no ser que se estuviese obligada por necesidades económicas.

El cuadro 3.21 resume, a modo de ejemplo, la evolución de algunas cifras que reflejan la mayor participación del colectivo femenino en el mercado de trabajo durante la década de los noventa.

Desde la perspectiva del consumo, las consecuencias más relevantes que se pueden destacar de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo se resumen, al menos, en las siguientes:

- La capacidad de compra de los hogares perceptores de doble renta es superior y, en consecuencia, se consumen bienes y servicios que en otras condiciones no se habrían adquirido. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, en muchas ocasiones, la renta generada no es proporcional al número de personas empleadas en el

³⁰ En el 2001 el INE comienza a elaborar, y por tanto sustituye a la Encuesta de salarios en la industria y los servicios, Índices de Costes Laborales.

CUADRO 3.21
PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EL MERCADO
LABORAL, 1990-1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Población activa (% mujeres).....	35,32	35,68	36,42	36,94	37,73	38,39	38,65	39,01
Tasa de actividad (% mujeres).....	33,36	33,60	34,21	34,77	35,64	36,23	36,98	37,55
Tasa de actividad por nivel de estudios (% mujeres)								
Analfabetos.....	8,33	7,73	8,15	7,22	6,48	7,00	6,56	6,40
Sin estudios.....	15,91	15,23	15,12	14,91	14,59	14,09	13,43	13,05
Primarios.....	26,76	26,71	27,32	26,55	26,61	26,77	26,06	25,89
Medios.....	49,03	48,37	47,93	48,03	48,33	47,92	48,06	48,13
Superiores.....	72,36	73,06	72,30	73,34	74,03	74,51	75,00	75,74
Ocupados a tiempo parcial (% mujeres).....	11,78	11,19	13,52	14,27	14,81	16,22	16,55	17,05

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (varios años b)).

- hogar³¹; es decir, la desigualdad en España entre el salario femenino y el salario masculino supone que, en cifras del cuarto trimestre de 2000, la ratio *ganancia media (mujeres)/ganancia media (varones)* sea de 70,8 para el total de sectores, 69,5 en la industria, 92,4 en construcción y 68,3 en servicios (INE, 2002b).
- Se ha producido una modificación en la configuración del equipamiento del hogar orientada a facilitar las tareas domésticas mediante la adquisición de bienes que apoyen tal cometido (lavavajillas, microondas, congeladores, secadoras, aspiradoras,...). En la actualidad, se ha ampliado la utilización de estos bienes hasta el punto de haberse generalizado su presencia en la mayoría de hogares (véase el cuadro 3.22).

CUADRO 3.22
DISPOSICIÓN EN LOS HOGARES DE DETERMINADOS
BIENES DE CONSUMO
 (porcentajes con respecto al total de hogares)

	% de hogares
Cocina eléctrica.....	17,57
Cocina no eléctrica	64,30
Cocina mixta	18,88
Frigorífico	99,18
Congelador	26,56
Lavadora automática	97,02
Lavavajillas	20,88
Microondas	44,60

Fuente: INE (1999a).

- Del mismo modo que en el punto anterior, para facilitar las tareas ante la minoración del tiempo disponible se recurre a productos

³¹ Según Becker (1987, p. 44), *los salarios de las mujeres son inferiores debido, al menos en parte, a que invierten cantidades menores que los hombres en capital humano de mercado, mientras que la productividad del tiempo dedicado al hogar es presumiblemente mayor en el caso de las mujeres debido, en parte, a que invierten más que los hombres en capital doméstico*. Esta explicación parece tener una validez menor en los momentos actuales puesto que la ventaja comparativa en el hogar o en el mercado asociada al sexo cada vez está más diluida.

- (servilletas y pañuelos de papel, cubiertos desechables,...) y servicios (comida a domicilio, comercio electrónico,...) que precisen una menor atención o presencia de cualquier miembro del hogar.
- Las compras se realizan con una menor periodicidad y, para el caso concreto de los productos de gran consumo, adquiere una importancia especial la *compra fuerte* realizada una o dos veces al mes y complementada con las *compras de urgencia* para salvar necesidades puntuales. Las parejas con doble sueldo valoran en un establecimiento la imagen (40 por 100), la calidad (30 por 100) y el horario (30 por 100) (Sainz de Vicuña, 1999).
 - El hogar como unidad de consumo pierde significatividad puesto que las necesidades y los deseos impulsan el consumo personalizado³² de determinados bienes y servicios —sirva de ejemplo, el segundo o tercer coche por hogar para facilitar el desplazamiento hasta el lugar de trabajo de los diferentes miembros de la familia³³.

Desde la perspectiva territorial, la *distribución de la capacidad de gasto* no es homogénea y esta circunstancia influye sobre el consumo que se produce en cada zona (Alonso y otros, 2000, p. 100):

A nivel regional hay que señalar que el bienestar se reparte en España más desigualmente que la renta y los recursos.... Baleares dobla en PIB a Extremadura y otras comunidades que superan la media son Madrid, Cataluña, Navarra, País Vasco, Aragón y La Rioja. En el extremo menos favorecido se encuentran Extremadura, Andalucía, Murcia y Asturias. En el panorama europeo, ninguna región española llega a la media de riqueza de la Unión Europea.

³² «La tendencia al individualismo prioriza todo cuanto permite la comodidad, el placer y una mejora de la propia existencia (incluyendo aquí desde las actividades lúdicas hasta el cuidado de la salud y del propio cuerpo)» (Cuadrado, 1994).

³³ En este ejemplo se plantea una cuestión que se ha convertido en relevante en nuestros días: el alejamiento del binomio lugar de residencia-lugar de trabajo. En este sentido, la terciarización de los centros urbanos ha llevado aparejada la concentración de los empleos en estas zonas centrales mientras que, al mismo tiempo, se ha producido una localización de las áreas residenciales en los extrarradios de las ciudades. Otras causas de la creciente movilidad se generan, por un lado, con la implantación de espectáculos, centros comerciales o lugares de diversión en zonas distintas a las áreas residenciales o, por otro lado, con la creación de nuevas redes de sociabilidad que se diferencian de las tradicionales de vecindad (De Esteban, 1994). El resultado de esta circunstancias se plasma en un incremento del parque de vehículos automóviles de 4,6 millones entre 1990 y 1997 lo que supone pasar de 404,0 vehículos por cada mil habitantes a 515,9 durante ese mismo período (INE, 1999a).

La Encuesta Continua de Presupuestos Familiares ofrece cifras desglosadas a nivel territorial sobre el gasto medio por persona y el gasto medio por hogar. A modo de ejemplo, en 1998, el gasto medio por persona se situó en España en 898.300 pesetas destacando por ser notablemente superior en Navarra (1.155.200) y Madrid (1.148.300) y, por contra, significativamente inferior en Extremadura (685.600) y Murcia (741.500); con respecto al gasto medio por hogar, en 1998, se cifró en 2.907.400 pesetas —destacaron por sus elevados niveles Navarra (3.820.900) y Madrid (3.782.000) y, en el extremo opuesto, Extremadura (2.240.300) y Castilla-La Mancha (2.440.300).

A modo de aproximación, el cuadro 3.23 agrupa las provincias conforme al nivel de renta disponible por las economías domésticas para gastar o ahorrar.

Por último, y como conclusión de la influencia de los factores económicos, el cuadro 3.24 resume, en porcentajes, los hogares de algunos países de la Unión Europea que pueden permitirse distintas situaciones de consumo. En este sentido, resulta especialmente relevante que los españoles afrontan con desahogo —esto es, por encima de la media de la Unión Europea— la compra de prendas de vestir, la comida habitual de carne y pescado y las invitaciones frecuentes a los amigos.

3.3. La influencia de los factores culturales

La cultura incide en la toma de gran número de decisiones y condiciona, en definitiva, la forma de vida de cualquier sociedad³⁴.

Conforme a esta idea general, el profesor Alonso (1997, p. 145) matiza, en primer lugar, que la cultura debe ser entendida como el resultado de un *proceso de aprendizaje*; segundo, que hay que hablar de cultura como *fenómeno social* (los seres humanos nos relacionamos, compartimos socialmente nuestras ideas, opiniones, conocimientos, soluciones,...); tercero, la cultura produce *seguridad, es gratificante, genera satisfacción*; cuarto, la cultura tiene que identificarse con un *proceso*

³⁴ Conseguir una definición sobre cultura que englobe todos sus matices se convierte en una difícil tarea y, en este sentido, la siguiente definición intenta abordar en la compleja influencia que refleja sobre el comportamiento del consumidor (Loudon y Della Bitta, 1995, p. 90): *Un todo complejo que abarca conocimientos, creencias, artes, normas morales, leyes, costumbres, otras capacidades y hábitos que el hombre adquiere por ser miembro de la sociedad.*

CUADRO 3.23

CLASIFICACIÓN DE LAS PROVINCIAS CONFORME AL NIVEL ECONÓMICO, 2000 (*)

	De 900.00 a 1.000.000	De 1.000.000 a 1.125.000	De 1.125.000 a 1.250.000	De 1.250.000 a 1.450.000	De 1.450.000 a 1.650.000	De 1.650.000 a 1.800.000	De 1.800.000 a 1.950.000
Badajoz Cádiz	Huelva Pontevedra	Albacete Cáceres Ciudad Real Córdoba Granada Guadalajara Jaén Málaga Murcia Salamanca Sevilla Toledo	Alicante Almería Ávila Burgos La Coruña Cuenca León Lugo Orense Palencia Las Palmas Cantabria Soria Valencia Zamora Melilla	Álava Castellón La Rioja Asturias Tenerife Segovia Tarragona Zaragoza Ceuta	Baleares Barcelona Guipúzcoa Huesca Madrid Teruel Vizcaya	Gerona Lérida Navarra	

(*) El nivel económico coincide con el total de ingresos procedentes del trabajo, más las rentas de capital, prestaciones sociales y transferencias, menos los impuestos directos pagados por las familias y las cuotas pagadas a la seguridad social.

Fuente: Elaboración propia con datos de Fundación La Caixa (2001).

CUADRO 3.24

HOGARES QUE PUEDEN PERMITIRSE DETERMINADAS SITUACIONES DE CONSUMO
(porcentaje con respecto al total de hogares de cada país)

	Calefacción adecuada en la vivienda	Vacaciones (al menos 1 semana al año)	Renovar parte del mobiliario	Comprar prendas de vestir	Comer carne o pescado (al menos cada 2 días)	Invitar amigos (al menos 1 vez al mes)
Alemania	97,7	87,4	74,6	84,1	94,1	86,5
Austria	97,1	75,6	57,6	89,8	92,1	85,0
Bélgica	94,9	74,1	68,3	89,6	95,9	85,7
Dinamarca	96,9	84,9	74,7	95,4	97,8	93,9
España	41,8	49,9	41,1	90,5	97,5	86,5
Francia	92,4	65,6	61,4	90,5	94,9	88,2
Grecia	55,2	45,9	21,5	65,4	63,2	52,6
Irlanda	92,5	62,5	75,0	92,6	96,0	85,7
Italia	78,2	60,2	34,5	84,2	93,2	79,0
Luxemburgo	96,7	86,9	86,7	95,8	97,1	95,2
Países Bajos	98,1	85,5	80,3	87,2	98,5	92,2
Portugal	33,8	39,7	23,3	50,7	93,4	77,9
Reino Unido	91,9	63,0	61,8	85,9	90,6	83,2
Media UE	85,4	69,2	58,6	85,5	93,3	84,3

Fuente: INE (1999a).

adaptativo; y, quinto, la cultura suministra *normas escritas, no escritas, tácitas, de mayor o menor cumplimiento,...*

Desde una perspectiva práctica, la situación actual ofrece una interdependencia y globalización de las actividades a escala supranacional que también alcanza a las esferas culturales y, en algunos casos, puede hablarse de homogeneización de actividades o tendencias culturales. Sin embargo, al mismo tiempo, se produce una transformación constante del panorama social que obliga a la adaptación permanente de los individuos a las nuevas situaciones culturales que se generan en su entorno.

Conforme a todo lo anterior, los principales elementos de cambio que influyen sobre las cuestiones culturales y, en consecuencia, sobre el comportamiento de los consumidores, pueden resumirse en el entorno familiar, el sistema educativo, los medios de comunicación y el tiempo de ocio y esparcimiento.

— Los cambios en la *configuración de los hogares* —fundamentalmente el menor número de hijos y la incorporación de la mujer al mercado laboral— han limitado la influencia básica de la familia como agente preconizador de elementos culturales durante los años de la infancia otorgando, en gran número de casos, un papel importante a instituciones —públicas o privadas— encargadas de ofrecer servicios de cuidado y formación a niños³⁵ (guarderías, jardines de infancia, centros de preescolar, actividades extraescolares,...).

Por otra parte, se advierte una mayor participación de todos los miembros de la familia en las decisiones de consumo puesto que, tal y como afirma Alonso (1997, p. 148), *se ha incrementado la democratización en las relaciones del hogar y, en consecuencia, se abandonan los roles tradicionalmente definidos*.

Por último, las relaciones de dependencia hacia la unidad familiar discurren por cauces muy dispares, es decir, cada vez resulta más frecuente que los hijos no abandonen el hogar con menos de treinta años al tiempo que se pueden pasar temporadas fuera de casa por cuestiones de estudios, trabajo, ocio,...

³⁵ Esta práctica no es propia de nuestros tiempos sino que a lo largo de la historia se ha ido repitiendo puesto que ya Platón argumentaba la contratación de personas para que criasen los hijos en hogares distintos o, también como ejemplo, los hijos de terratenientes eran enviados en Inglaterra, en los siglos XVI y XVII, a casas de nodrizas durante los dos primeros años.

- Una de las principales repercusiones del *sistema educativo* sobre los procesos de consumo se deriva de la prolongación, con carácter obligatorio, de la duración de las actividades escolares. Aun así, en la actualidad se presentan disparidades entre países puesto que, por ejemplo, en Francia las mujeres trabajan toda la jornada y sus hijos asisten al colegio desde los tres años mientras que, por contra, en Estados Unidos, donde el trabajo a tiempo parcial cuenta con una participación elevada de mujeres, son muchos los niños que no comienzan el colegio hasta que cumplen cinco o seis años.

Al mismo tiempo, los métodos de enseñanza y aprendizaje se están generalizando a segmentos más amplios de la población —sirvan de ejemplo las diferencias en el nivel de estudios entre las mujeres de 25 a 34 años y las que ya tienen de 55 a 64 años: *en 1997, el 53,4 por 100 de las mujeres de 25 a 34 años tienen estudios secundarios y el 32,4 por 100 posee estudios superiores; los porcentajes respectivos para el colectivo de 55 a 64 años son del 10,6 por 100 y del 4,6 por 100* (INE, 1999c)—. En el mismo sentido, la tasa de escolaridad en educación infantil alcanza niveles próximos a la universalización tal y como recoge el cuadro 3.25.

Conforme a lo anterior, parece claro que el sistema educativo influye en la determinación de los valores culturales moldeando, entre otros aspectos, la conducta del individuo frente a los actos de consumo (Alonso y otros, 2000, p. 110):

Los consumidores van a estar cada vez más preparados para distinguir entre los productos, las marcas y los establecimientos de venta que se les ofrecen, y van a estar en mejores condiciones para demandar y exigir aquellos bienes y servicios que realmente desean, con las características y atributos que más pueden satisfacerles y en los lugares y condiciones que más les interesen.

A modo de ejemplo, el cuadro 3.26 relaciona la influencia que tiene el nivel de estudios con el gasto medio por persona y con el gasto medio por hogar.

- Los *medios de comunicación* repercuten en gran número de decisiones de consumo. Por una parte, la publicidad insertada en televisión, radio o prensa tiene como objetivo fundamental captar la atención de individuos para desencadenar, con posterioridad, el

CUADRO 3.25
EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EDUCACIÓN, 1989-90 A 1996-97
 [tasa bruta de escolaridad por clase de enseñanza (*)]

	Infantil/ Preescolar	Primaria/EGB/ Primer Ciclo ESO	Secundaria no obligatoria			Universitaria			Tercer ciclo	
			Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
1989-90	74,84	109,81	68,60	73,29	27,83	29,47	0,88	0,48		
1990-91	78,17	109,85	70,71	76,33	29,00	31,08	1,12	0,79		
1991-92	83,12	109,33	72,68	79,65	30,53	32,99	1,18	1,02		
1992-93	87,21	110,22	77,32	78,87	31,77	35,03	1,31	1,19		
1993-94	91,46	110,68	82,27	79,67	34,15	37,33	1,46	1,33		
1994-95	92,64	110,97	86,18	79,15	34,53	39,56	1,50	1,40		
1995-96	93,09	110,72	92,74	76,24	35,78	41,52	1,53	1,45		
1996-97	95,08	110,63	—	—	37,63	43,96	1,50	1,60		

(*) Relación entre el total del alumnado matriculado en la enseñanza considerada —de cualquier edad— y la población del grupo de edad teórica.

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (1999c).

CUADRO 3.26
GASTO ANUAL MEDIO POR HOGAR Y POR PERSONA SEGÚN NIVEL
DE ESTUDIOS DEL SUSTENTADOR PRINCIPAL
 (miles de pesetas e índice sobre la media del gasto por persona)

	Gasto medio por persona	Gasto medio por hogar	Índice del gasto medio por persona
Primer grado, sin estudios y analfabeto . . .	745,9	2.296,9	83,0
Secundaria, primer ciclo	840,5	3.003,6	93,6
Secundaria, segundo ciclo	1.058,7	3.575,3	117,9
Superiores no universitarios	1.062,0	3.602,2	118,2
Universitarios, primer ciclo	1.298,5	4.203,9	144,6
Universitarios, segundo y tercer ciclo	1.519,6	5.037,0	169,2
Total	898,3	2.907,4	100,0

Fuente: INE (2001a).

consumo del bien o servicio anunciado³⁶. Además, por otra parte, el contenido de la programación, tanto en medios audiovisuales como escritos, también influye en el mercado de deseos hasta el punto que pueden demandarse bienes o servicios que ni siquiera se comercializan en el mercado pero que han aparecido en alguno de los contenidos de los medios de comunicación³⁷.

³⁶ Los argumentos de Galbraith (1958, p. 158) profundizan en este aspecto con aquello que denominó «efecto dependencia»: Esto es, *la producción crea las necesidades que procura satisfacer no de una forma pasiva, a través de la competencia, sino de una forma activa, mediante la publicidad y las demás actividades relacionadas con ésta (...) ¿Tan deseado es un nuevo cereal para el desayuno o un nuevo detergente cuando se deben emplear cantidades tan considerables para suscitar en el consumidor la sensación de necesidad?*

³⁷ Estas situaciones enlazan con la volatilidad e infidelidad del consumidor (Casares, 1995) y difieren radicalmente con los planteamientos que apenas medio siglo antes dirigían las economías occidentales como el siguiente ejemplo que recoge el texto escrito en las primeras cartillas de ahorros (Alonso y Conde, 1994):

«*¿Cómo se puede ahorrar? Cumpliendo fielmente las siguientes reglas:*

- *Gasta siempre menos de lo que ganas.*
- *Huye de toda deuda.*
- *Haz los pagos al contado.*
- *No salgas de la esfera social en que vives.*
- *Si no eres rico, no intentes aparentar que lo eres. Vive siempre acomodado a la clase social a la que perteneces.*
- *No olvides nunca las pequeñas cosas. Ellas son las que producen el ahorro familiar.*»

Las ideas anteriores consiguen tener plena validez con el apoyo de las siguientes cifras:

1) En España un 99,01 por 100 de los hogares tiene televisión en color, un 56,70 por 100 cadena hifi, un 70,23 por 100 video y un 24,98 por 100 ordenador personal (INE, 1999a).

2) Los indicadores ponen de manifiesto que España sigue siendo un país donde el consumo televisivo es muy elevado y además se observa una tendencia al alza. Por ejemplo, en 1998, se alcanzaban los 222 minutos al día —3 horas y 42 minutos—. El mayor consumo se detecta en Castilla-La Mancha, con 269 minutos, seguida de Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Andalucía y Cantabria que están en el intervalo de 230 a 240 minutos. En Baleares se registra el menor consumo con 187 minutos.

3) Los hábitos de lectura de la prensa diaria destacan en el norte de España. Navarra es la comunidad con un índice más elevado —un 61,3 por 100 de la población lee la prensa todos los días— y Cantabria, País Vasco y Asturias tienen índices por encima del 50 por 100. Por contra, los valores más bajos de lectura de prensa se dan en Castilla-La Mancha, Andalucía, Murcia y Extremadura con índices por debajo del 30 por 100.

4) Los datos de utilización de internet reflejan una progresiva implantación de este medio de comunicación. En el último mes de 1998 utilizó internet el 5,1 por 100 de la población de 14 o más años frente al 0,7 por 100 registrado a principios de 1996.

El cuadro 3.27 incide sobre la evolución en la audiencia de algunos de los medios de comunicación social.

— El tiempo orientado a las actividades de ocio y esparcimiento está marcado por la restricción natural de las 24 horas diarias y por el tiempo dedicado a trabajar³⁸. Dentro de esta relación cada vez existe

³⁸ Becker propone, como en algún momento ya se ha referido, la integración del tiempo entre las variables que influyen en las decisiones de los individuos superando, con este planteamiento, las argumentaciones que centraban en el dinero la medición del bienestar social: «*cada persona asigna tiempo y renta a diferentes actividades; recibe renta a cambio del tiempo dedicado a trabajar en el mercado y percibe utilidad del tiempo que dedica a comer, dormir, ver la televisión, trabajar en el jardín y participar en otras muchas actividades*».

Por tanto, no es extraño que durante el siglo pasado tuviese lugar una reducción drástica de la semana laboral: se estima que en 1850 alcanzaba un promedio de poco menos de setenta horas —el equivalente a diez horas los siete días de la semana— y cien años más tarde el promedio era de cuarenta horas —o sea ocho horas diarias cinco días a la semana.

CUADRO 3.27
EVOLUCIÓN EN LA AUDIENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 1990-1998
 (porcentaje de población de 14 o más años)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Diarios.	31,9	32,4	33,6	36,4	36,8	38,0	38,2	37,7	36,87
Suplementos.	35,3	36,1	36,6	37,9	36,1	33,8	32,9	32,4	—
Revistas.	56,8	58,2	57,9	56,2	54,0	54,7	55,6	54,7	72,43
Radio FM.	35,9	37,7	39,4	38,5	41,1	42,3	43,2	42,7	42,58
Radio convencional.	34,6	35,8	35,7	37,3	36,1	38,7	36,3	34,2	32,15
Televisión.	87,4	89,5	89,5	90,1	90,4	91,1	91,3	90,7	91,22

Fuente: INE (varios años d).

un número mayor de personas que otorgan una importancia decreciente al tiempo de trabajo y, por otra parte, identifican los períodos de esparcimiento como una necesidad. En el camino intermedio se sitúan las *actividades de autoproducción de servicios* que implican la adquisición de bienes duraderos que permitan satisfacer determinadas necesidades mediante el empleo del tiempo propio (reparaciones del hogar, arreglar el jardín, puesta a punto del automóvil,...).

En los últimos años se ha producido un enriquecimiento del consumo de actividades de esparcimiento tanto en cantidad (incremento sensible del número de horas anuales dedicadas a las distintas actividades) como en calidad (se ha pasado de un menú pobre y monótono centrado en la radio y la televisión a otro más variado, plural y diversificado) (véase el cuadro 3.28).

Siguiendo la clasificación de Szalai (1972) las actividades de esparcimiento se pueden agrupar, fundamentalmente, en tres tipos:

- Espectáculos, diversiones y relaciones sociales (asistir al teatro, cine, espectáculos deportivos; acudir a bares, cafeterías, restaurantes; reuniones de amigos;...)
- Deportes y ocio activo (practicar deportes, juegos; viajar;...)
- Ocio pasivo (leer, escuchar música, ver la televisión,...)

Así, por ejemplo, el cuadro 3.29 resume un conjunto de cifras que indican como se ha incrementado el número de sociedades y clubes federados enlazando con la idea de que una de las actividades más seguidas por los españoles para ocupar su tiempo libre se centra en *hacer y/o seguir actividades deportivas*³⁹.

Por otra parte, las preferencias hacia las *actividades que guardan relación con la naturaleza* también han tenido una expansión notable en

³⁹ El profesor Alonso (1997) recoge una encuesta realizada por el Instituto de Ciencias de la Educación Física y Deportes donde el porcentaje de españoles que manifestaban mucho o bastante interés por el deporte alcanzaba el 60 por 100.

Por otra parte, mientras que en 1975, año en el que se realiza la primera encuesta de ámbito nacional sobre los hábitos deportivos de los españoles, tan sólo el 22 por 100 de la población adulta practicaba algún tipo de deporte, en 1990 el 35 por 100 de la población practica con mayor o menor regularidad deporte y otro 26 por 100 ha dejado de practicarlo aunque una parte importante de este último grupo de población afirma que volverá a practicarlo en cuanto le sea posible (García, 1994).

CUADRO 3.28

EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO CULTURAL EN ESPAÑA DURANTE TRES DÉCADAS (*)

	Década de los setenta			Década de los ochenta			Década de los noventa		
	Participación (%)	Tiempo (Horas anuales)	Distribución (%)	Participación (%)	Tiempo (Horas anuales)	Distribución (%)	Participación (%)	Tiempo (Horas anuales)	Distribución (%)
Televisión.....	88	188	41,9	92	203	27,3	93	344	33,9
Radio.....	63	100	22,3	78	184	24,8	82	220	21,7
Libros.....	37	33	7,4	46	75	10,1	56	96	9,4
Diarios.....	48	29	6,5	62	102	13,7	66	134	13,2
Revistas.....	25	23	5,1	57	65	8,8	66	121	11,9
Conciertos.....	8	1	0,2	13	5	0,7	20	4	0,4
Ir al cine.....	39	33	7,4	37	22	3,0	39	16	1,6
Teatro.....	7	4	0,9	16	6	0,8	14	2	0,2
Museos.....	11	6	1,3	20	8	1,1	36	5	0,5
Hacer deporte.....	14	27	6,0	27	48	6,5	29	54	5,3
Ir a bailar.....	17	5	1,1	27	25	3,4	23	18	1,8
Total.....	450	100,0			743	100,0		1.015	100,0

(*) Participación (%): Porcentaje de encuestados que durante el último año han realizado alguna vez cada actividad cultural.

Tiempo (Horas anuales): Promedio de horas anuales invertidas en cada actividad por el conjunto de los encuestados, participantes o no.

Distribución (%): Distribución porcentual del tiempo total en cada actividad cultural.

Fuente: Elaboración propia con datos de Gil (1994) y de Ministerio de Cultura (varios años).

CUADRO 3.29
EVOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES Y CLUBES FEDERADOS, 1988-1999
 (valores absolutos, tasa de variación)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Δ 1988-1999
Total federaciones	47.585	44.020	66.571	61.658	66.550	69.279	61.401	67.221	68.245	74.108	76.806	59.805	25,68
Actividades subacuáticas.	267	267	267	405	405	604	677	750	710	938	976	1.045	291,38
Baloncesto.	4.646	6.728	17.027	17.622	18.606	17.553	10.209	17.991	18.834	17.931	20.442	4.186	-9,90
Ciclismo.	1.801	1.888	1.987	2.134	2.237	2.461	2.649	2.901	2.540	2.355	2.190	2.183	21,21
Fútbol.	10.706	10.706	10.706	11.380	11.317	12.421	13.397	14.183	15.028	15.782	16.314	16.049	49,90
Golf.	100	105	105	132	218	259	244	323	345	355	385	434	334,00
Montañismo.	980	980	1.111	1.163	967	1.276	1.369	1.091	1.211	1.283	1.231	1.139	16,22
Voleibol.	400	456	598	838	4.978	5.992	5.277	4.900	—	6.870	6.169	6.765	1.591,25

Fuente: Elaboración propia con datos INE (varios años d).

los últimos años. Así, desde una de las posibles esferas, se puede citar como ejemplo la concesión de licencias de caza que en 1999 se acercaban a la cifra de 1.150.000 —especialmente en Castilla-La Mancha (214.758), Castilla y León (143.697) y Andalucía (221.103)— o las licencias de pesca fluvial que casi alcanzaban 800.000 en el mismo año —con Castilla y León (176.550), Castilla-La Mancha (114.474) y Extremadura (91.119) como las comunidades autónomas con una mayor implantación.

Como tercer ejemplo, el cuadro 3.30 recoge la evolución de algunas cifras de las salas de *proyección cinematográfica* puesto que el cine se ha convertido en otra de las opciones para emplear el tiempo de ocio complementada, generalmente, con el *consumo de otros servicios fuera del hogar* (restauración principalmente)

Aunque es posible profundizar en otros aspectos específicos sobre el empleo del tiempo de ocio y esparcimiento, parece claro que con las ideas aportadas y los datos reflejados se identifican colectivos de individuos que encajan con las pautas señaladas y, en consecuencia, algunos de sus comportamientos de consumo (establecimientos de compra, adquisición de ropa y complementos, viajes, alimentación,...) están guiados por patrones comunes y orientados a conseguir la máxima utilidad en la actividad de esparcimiento elegida.

CUADRO 3.30
EVOLUCIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LAS SALAS DE PROYECCIÓN, 1990-1997
 (valores absolutos)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Cines	1.773	1.806	1.807	1.791	1.888	2.090	2.354	2.565	—	—
Películas (títulos)	2.441	2.370	2.008	1.837	1.675	1.583	1.560	1.577	—	—
Espectadores de películas españolas (mill.)	8,7	8,8	8,0	8,1	7,4	11,6	10,1	13,7	13,3	18,1
Espectadores de películas extranjeras (mill.)	69,8	70,3	75,2	79,5	81,6	83,1	94,1	91,3	98,8	113,2
Recaudación por películas españolas (mill.)	2,938	3,401	3,329	3,553	3,432	5,860	5,123	7,645	7,996	11.537
Recaudación por películas extranjeras (mill.)	25,323	27,555	33,002	37,052	40,128	42,368	50,162	51,057	58,776	70,967

Fuente: INE (varios años d).