



LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA

Manuel Parras Rosa y Francisco José Torres Ruiz

Universidad de Jaén

1. INTRODUCCIÓN

Con este trabajo, pretendemos dar respuesta a dos cuestiones. De un lado, nos planteamos conocer si la estructura del gasto en consumo privado en España sigue pautas de cambio similares a las del resto de los países comunitarios, y, de otro lado, tratamos de contrastar si los países comunitarios tienden hacia un modelo de gasto en consumo definido, al que parezcan converger todos los países, o si, por el contrario, la existencia de un modelo único comunitario está descartada y de lo que cabe es hablar de varios modelos de consumo en el seno de la Unión Europea.

La metodología que hemos utilizado ha consistido en la aplicación del análisis cluster (1) a la estructura del gasto en consumo de los distintos países de la Unión Europea (UE) lo que nos ha permitido clasificarlos en distintos grupos. Hemos entendido que las agrupaciones son consistentes siempre que incluyan a los mismos países con independencia del criterio de encadenamiento utilizado. Una vez obtenidos los distintos grupos de países, hemos recogido las características más relevantes de cada uno de ellos.

De otro lado, al objeto de ver si también es posible hablar de países que han evolucionado de forma semejante, hemos aplicado el análisis cluster a las diferencias entre los porcentajes de gasto en consumo, para los distintos grupos de gasto y países, del año 1991, y los existentes en 1970. De esta forma, hemos obtenido distintas formas de evolucionar por los distintos países comunitarios.

2. ESTRUCTURA DEL GASTO EN CONSUMO PRIVADO EN ESPAÑA: SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN

La distribución del gasto en consumo privado por grupos o funciones —estructura del gasto en consumo—, en nuestro país, se representa en la figura 1, en la que destaca el relevante peso relativo que posee el grupo de «otros bienes y servicios y otros gastos», que supera en porcentaje incluso al grupo de «alimentos, bebidas y tabaco» circunstancia que sólo se produce en España y Holanda en el seno de la Unión Europea—.

La comparación de la evolución seguida en la composición del gasto en consumo privado en España y en el resto de los países de la Unión Europea (2) nos permite comprobar si la estructura del gasto en consumo privado en nuestro país sigue pautas de cambio similares a las del resto de los países comunitarios.

(1) En concreto, hemos utilizado los métodos jerárquicos ascendentes proporcionados por el paquete estadístico SYSTAT (WILKIN-SON, 1990). Los criterios de encadenamiento utilizados han sido los de la media, el del máximo, el del mínimo, el del momento central de orden 2, el del centroide y el de la mediana. Para todos los casos se utilizó la distancia euclídea.

Los cuadros 1 y 2 contienen información sobre la estructura del gasto en consumo en los países de la UE, en los años 1970 y 1991, respectivamente. El análisis de la evolución de la estructura del gasto en consumo lo hemos efectuado comparando la situación existente en los años mencionados, siguiendo la metodología anteriormente explicitada (3).

De acuerdo con los resultados de la aplicación de los distintos cluster, cabe hablar de varios modelos de evolución. Así, nos encontramos con ciertos países que han seguido una evolución propia, caracterizada por unos cambios en los porcentajes de gasto en consumo no comparables a los del resto de los países. Es el caso de España, Luxemburgo, Holanda e Italia. El resto de los países analizados pueden clasificarse en dos grupos: uno constituido por Francia y Dinamarca y otro que formarían Alemania, Bélgica, Irlanda y Reino Unido (véanse los cluster de la figura 2 y el cuadro 3 (4)).

Las variables más influyentes en la formación de los distintos cluster y, por consiguiente, de los distintos modos de evolución de los países, (véase cuadro 3), son el grupo 1 (alimentos, bebidas y tabaco), el grupo 4 (muebles, artículos domésticos, gastos corrientes de mantenimiento) y, fundamentalmente, el grupo 8 (otros bienes y servicios).

- (2) A efectos comparativos, hemos considerado los países que en 1970 eran miembros de la entonces Comunidad Económica Europea.
- (3) Previamente a la aplicación del análisis cluster a las diferencias de porcentajes de gasto entre los años 1991 y 1970, para todos los países y funciones de gasto, efectuamos un análisis consistente en calcular la distancia euclydea entre cada país y la media comunitaria, a partir de los «ocho» porcentajes de gasto en consumo privado. El análisis se realizó tanto para el año 1970 como para el año 1991. Los resultados mostraron que de los diez países considerados sólo Italia, Reino Unido e Irlanda han reducido su distancia respecto a la media europea, lo que permite apuntar la inexistencia de una «convergencia comunitaria» en la estructura del gasto en consumo privado.
- (4) El cuadro 3 recoge los resultados de la utilización del modelo «K-means» sobre los datos de los países analizados.

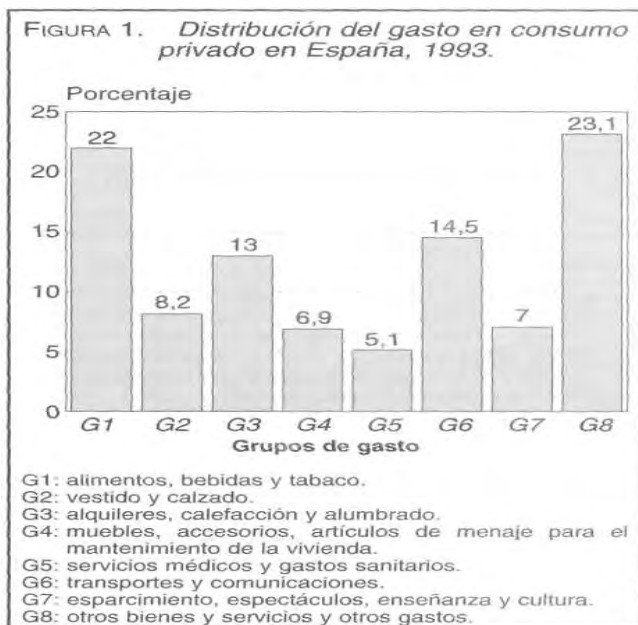
El comportamiento de los países que forman el último grupo referido —Alemania, Bélgica, Irlanda y Reino Unido— se caracteriza por haber reducido el porcentaje de gasto en alimentación en un 6,4 por 100, como media, y por mostrar descensos y aumentos relativamente pequeños de los porcentajes de gasto para el resto de los grupos de gasto.

Francia y Dinamarca han evolucionado en el sentido de una reducción en el porcentaje de gasto destinado a los grupos 1 (productos alimenticios, bebidas y tabacos), 2 (vestido y calzado) y 4 (muebles, artículos domésticos, gastos corrientes de mantenimiento) y un incremento en el resto de los grupos de gasto. Esta evolución es semejante a la experimentada por los países del cluster antes señalado. Sin embargo, hay un elemento diferenciador importante entre ambos grupos de países como es el fuerte incremento experimentado por Francia y Dinamarca en el grupo de alquileres, calefacción y alumbrado —6,65 en estos dos países, frente al 0,25 de media en Bélgica, Reino Unido, Irlanda y Alemania—.

España, por su parte, aparece como un caso peculiar de evolución, caracterizada por el drástico descenso del porcentaje destinado a alimentos, bebidas y tabaco, que ha pasado del 36,9 por 100 —7,5 puntos por encima de la media comunitaria— en 1970, a situarse en 20,9 por 100, en 1991, una cifra inferior incluso a la media comunitaria, y por el gran incremento del porcentaje de gasto destinado al grupo 8, esto es, otros bienes y servicios, que ha pasado del 9,2 por 100 en 1970 al 25,3 por 100 en 1991, el más alto con diferencia de la Unión Europea. La evolución de los porcentajes de gasto para el resto de los grupos muestra una evolución dispar, disminuyendo para los grupos 2, 3, 4 y 5 y aumentando para el 6 y 7.

La evolución italiana muestra el mayor descenso comunitario en el porcentaje destinado a alimentos, bebidas y tabaco (18 por 100) y un aumento del porcentaje para el resto de grupos de gasto.

Luxemburgo, por su parte, ha evolucionado en el sentido de una disminución del porcentaje de gasto en el grupo de alimentos, bebidas y tabaco y un aumento considerable en el grupo 6 (transportes y comunicaciones).



Fuente: INE, Anuario Estadístico 1994, INE, Madrid, 1995, p. 406.

CUADRO 3. Estadísticas básicas de los distintos grupos de países (evolución).

CUADRO 1. Estructura del gasto en consumo en España y en los Países Comunitarios, en 1970 (Porcentaje del total).

Funciones	Países										
	Fr.	It.	Hol.	Bélg.	R.U.	Irl.	Din.	Lux.	R.F.A.	CEE	Esp.
1. Alimentos, bebidas y tabaco	27,1	38,2	24,7	27,4	25,0	44,0	28,1	28,0	22,2	29,4	36,9
2. Vestido y calzado	8,6	9,5	11,2	8,3	6,8	10,1	7,2	9,2	10,0	8,9	10,4
3. Alquileres, calefacción y alumbrado	14,5	12,8	14,2	16,2	19,8	11,2	19,9	18,1	15,6	15,8	14,4
4. Muebles, artículos domésticos, gastos corrientes de mantenimiento	10,0	6,2	12,0	11,9	7,6	7,6	9,8	8,9	10,1	9,3	8,7
5. Servicios médicos y gastos sanitarios	9,8	3,7	10,9	7,0	0,9	2,1	2,1	5,9	10,9	5,2	4,6
6. Transportes y comunicaciones	11,6	10,1	9,3	11,0	14,3	9,7	15,6	10,5	13,7	11,7	9,5
7. Entretenimientos, espectáculos, enseñanza y cultura	6,1	7,6	7,3	4,7	7,4	8,3	7,7	4,0	7,4	6,7	6,3
8. Otros bienes y servicios	12,2	11,7	10,5	13,6	18,2	7,0	9,6	15,4	10,1	12,0	9,2
Totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: EUROSTAT, *National Accounts* e INE, *Contabilidad Nacional de España*. Tomado de José Antonio Alonso y Vicente Donoso: «El consumo en España tras la adhesión a la CEE», *Estudios sobre Consumo*, nº 7, abril, 1986, p. 15.

Finalmente, la evolución en Holanda se caracteriza por una disminución del 9,3 por 100 en los grupos 2 y 4 y un incremento del porcentaje de gasto en consumo en el resto de las partidas de gasto. La evolución holandesa es semejante a la experimentada por Francia y Dinamarca, pero más acusada en su intensidad, lo que explica que en algunos cluster (véase figura 2), aparezca junto a estos dos países.

De otro lado, y pese a las distintas formas de evolucionar descritas, es cierto que hay unos rasgos comunes en la evolución de la estructura del gasto en consumo privado en todos los países de la Unión Europea analizados, como son:

— La pérdida notable y continuada de la importancia relativa del grupo de alimentación, bebidas y tabaco en el gasto en consumo, en coherencia con la conocida ley de Engel. Así, de un porcentaje medio del 29,4 por 100, en el año 1970, se ha pasado al 21,7 por 100, en el año 1991.

— La recesión en la participación en el gasto del grupo 2, vestido y calzado -excepto en Italia donde se ha mantenido estable prácticamente—.

— El incremento en la estructura del gasto experimentado por los grupos de transporte y comunicaciones y entretenimientos, espectáculos, enseñanza y cultura.

En resumen, ha habido, en líneas generales, un descenso de la participación de las funciones de gasto vinculadas con la satisfacción de las necesidades más básicas y un incremento en el peso relativo de capítulos de gasto vinculados al consumo de «representación» o ligado a ciertos status. Sin embargo, la diferente intensidad de estos cambios por países, junto a la distinta trayectoria que han tomado otras partidas de gasto, según los países, no permite hablar de una dirección común.

CUADRO 3. Estadísticas básicas de los distintos grupos de países (evolución).(Continuación).

CUADRO 2. Estructura del gasto en consumo en la Unión Europea, en 1991 (Porcentaje del total).

Funciones	Países												
	Fr.	It.	Hol.	Bélg.	R.U.	Irl.	Din.	Lux.	Alem.	Port.(1)	Grec.	Esp.	UE
1. Alimentos, bebidas y tabaco	19,0	20,2	15,4	18,5	21,9	36,4	21,2	18,6	16,2	37,1	37,0	20,9	21,7
2. Vestido y calzado	6,2	9,9	7,0	8,0	5,9	7,2	5,4	5,9	7,3	10,3	8,7	8,8	8,0
3. Alquileres, calefacción y alumbrado	20,0	15,4	18,4	16,7	18,6	10,3	27,7	19,8	18,2	5,0	12,5	12,6	17,8
4. Muebles, artículos domésticos, gastos corrientes de mantenimiento	7,6	9,5	7,2	10,9	6,4	8,0	6,3	10,8	8,4	8,6	8,0	6,5	8,0
5. Servicios médicos y gastos sanitarios	9,7	6,7	12,7	11,4	1,6	4,0	2,3	7,3	14,4	4,5	3,5	4,1	8,0
6. Transportes y comunicaciones	15,9	12,1	12,7	13,4	17,2	13,4	16,0	19,1	16,6	15,4	14,9	15,2	14,6
7. Entretenimientos, espectáculos, enseñanza y cultura	7,5	9,1	10,5	6,6	9,9	11,1	10,2	4,2	9,0	5,7	5,7	6,6	8,3
8. Otros bienes y servicios	14,1	17,1	16,1	15,6	18,5	9,5	10,8	14,3	9,9	13,4	9,7	25,3	13,6
Totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1): Datos referidos a 1986.

Fuente: EUROSTAT, *Estadísticas básicas de la Comunidad*, 31ª edición, Luxemburgo, 1994, pp. 50-51.

3. LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN CONSUMO EN LA UNIÓN EUROPEA

El análisis efectuado en el apartado anterior, ha puesto en evidencia que la estructura del gasto en consumo privado en España no tiende hacia un modelo comunitario definido, al que parezcan converger todos los países comunitarios, sencillamente porque este modelo único no existe (Alonso y Donoso, 1986), (Guillen y Campa, 1987), (Donoso, 1989), aunque como apuntan Alonso y Donoso (1986, p. 17): «Es cierto que la mutación de las estructuras de consumo privado parece seguir pautas similares en los distintos países; pero los ritmos a que tales cambios se verifican son tan dispares que no permiten hablar de convergencia efectiva». En nuestra opinión y a tenor de lo visto en el anterior epígrafe, matizaríamos aún más, si cabe, la opinión de Alonso y Donoso, en el sentido de que las pautas de cambio similares en los países sólo afectan a ciertos grupos de gasto.

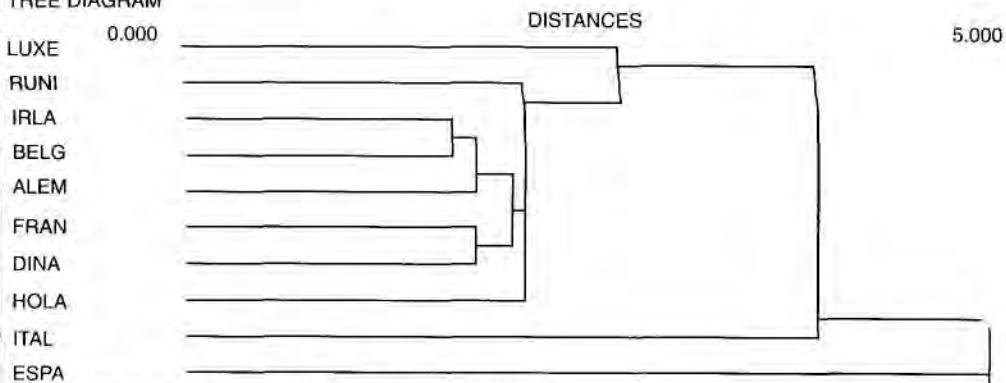
No obstante, si bien queda descartada la existencia de un modelo único comunitario, sí es posible hablar de varios modelos de gasto en consumo en el seno de la Unión Europea que presentan diferencias significativas. Así, Guillen y Campa (1987, p. 73) recogen tres modelos de consumo: 1) el grupo de los países con elevada renta per capita (Dinamarca, Francia, Benelux, Alemania y Reino Unido); 2) el grupo de los países intermedios (Italia y España); y 3) los países con estructuras de consumo menos modernas (Irlanda y Grecia) (5).

Por nuestra parte, hemos identificado cinco modelos, tras aplicarle a la estructura del gasto en consumo privado de los distintos países de la Unión Europea para el año 1991 (6), distintos métodos de análisis cluster (figura 3 y cuadro 4). De un lado, un grupo de países lo formarían Portugal, Grecia e Irlanda. Otro grupo lo constituirían Alemania, Holanda, Bélgica, Francia, Luxemburgo e Italia —este último es el país más «distinto» del grupo—. Finalmente, España, Dinamarca y el Reino Unido presentan una estructura del gasto propia, diferente a la del resto de los países comunitarios (7).

FIGURA 2. Evolución de la estructura del gasto en consumo en la UE. Resultados del análisis cluster.

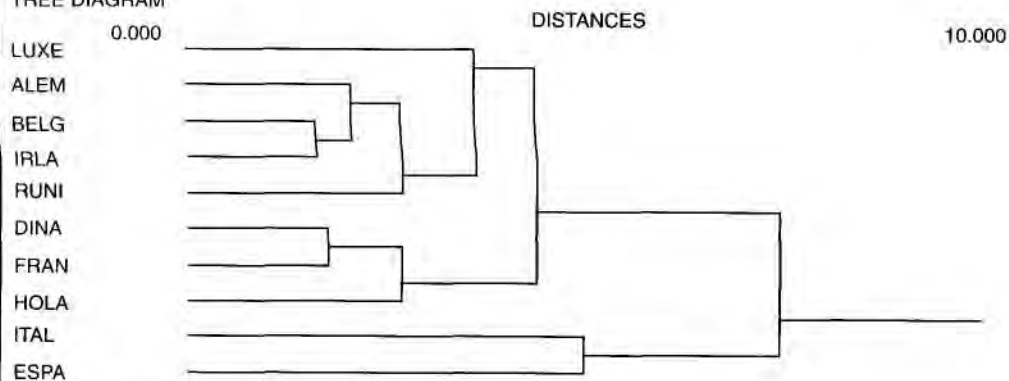
DISTANCE METRIC IS EUCLIDEAN DISTANCE
SINGLE LINKAGE METHOD (NEAREST NEIGHBOR)

TREE DIAGRAM



DISTANCE METRIC IS EUCLIDEAN DISTANCE
COMPLETE LINKAGE METHOD (FARTHEST NEIGHBOR)

TREE DIAGRAM



DISTANCE METRIC IS EUCLIDEAN DISTANCE
CENTROID LINKAGE METHOD

JOINING DISTANCES ARE NOT MONOTONICALLY INCREASING.
NO HORIZONTAL DISTANCE SCALE USED FOR THIS TREE.

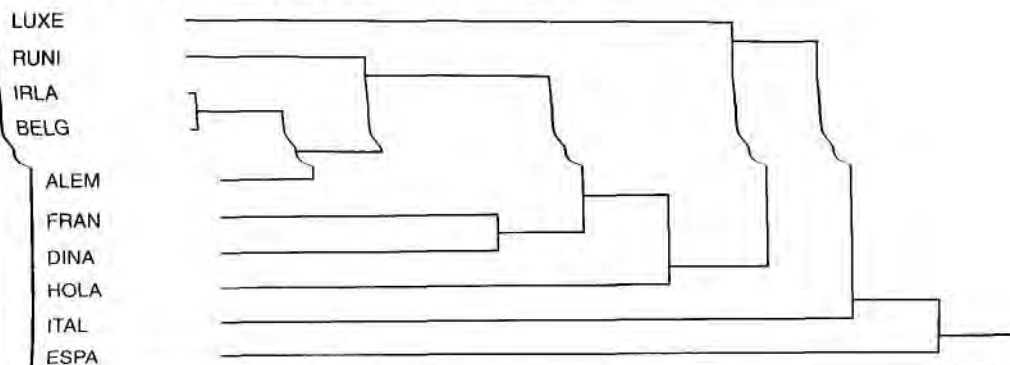
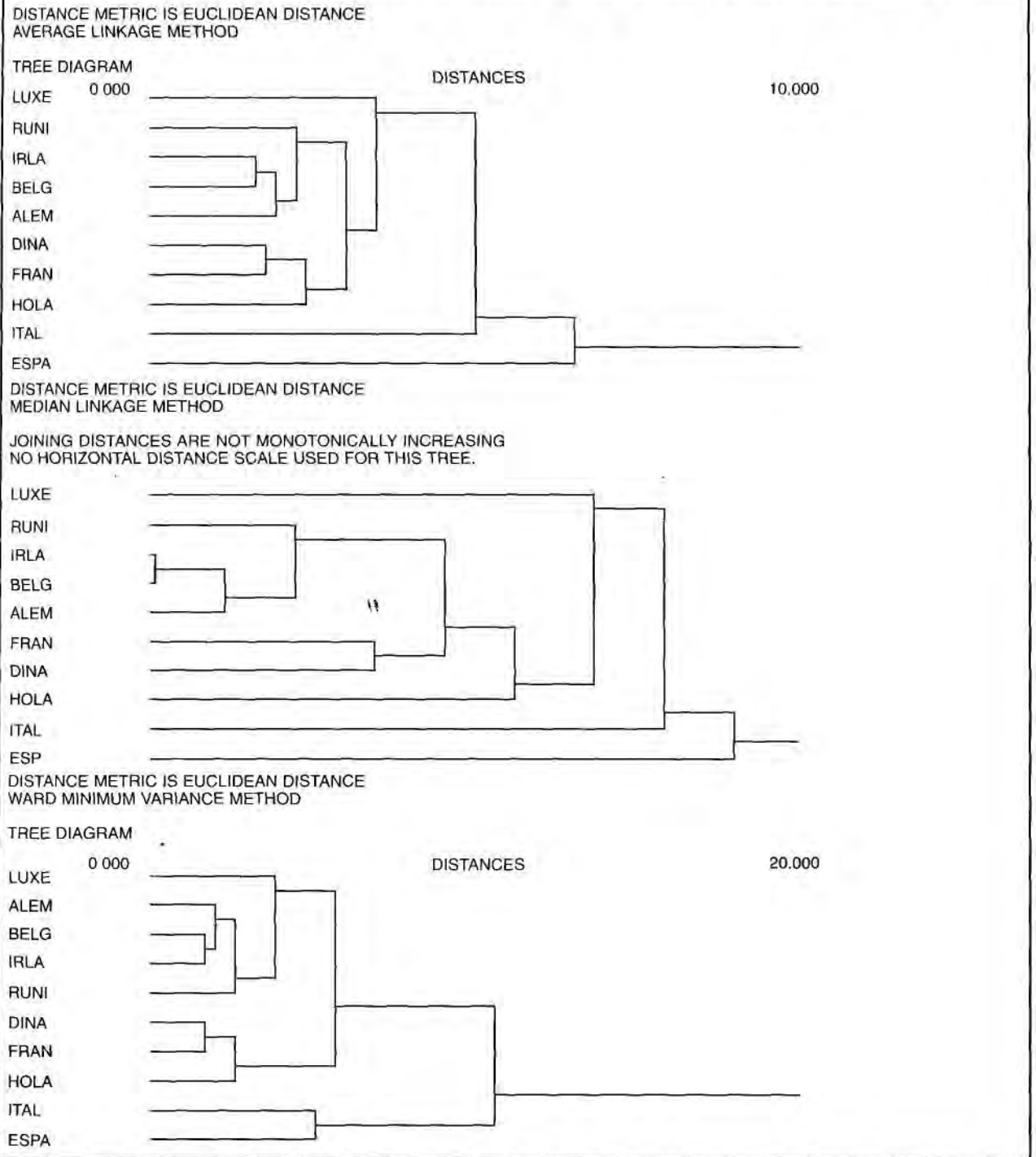


FIGURA 2. Evolución de la estructura del gasto en consumo en la UE. Resultados del análisis cluster (continuación).



CUADRO 3. Estadísticas básicas de los distintos grupos de países (evolución).

SUMMARY STATISTICS FOR 6 CLUSTERS							
VARIABLE	BETWEEN SS	DF	WITHIN SS	DF	-RATIO	PROB	
DG1	160.701	5	19.460	4	6.606	0.046	
DG2	12.821	5	5.220	4	1.965	0.266	
DG3	75.125	5	11.655	4	5.157	0.069	
DG4	50.304	5	3.033	4	13.271	0.013	
DG5	15.449	5	8.193	4	1.509	0.356	
DG6	36.689	5	8.473	4	3.464	0.126	
DG7	7.544	5	1.505	4	4.010	0.102	
DG8	217.466	5	5.335	4	32.610	0.002	
0							
CLUSTER NUMBER: 1							
MEMBERS				STATISTICS			
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST. DEV.	
BELG	1.25	DG1	-8.90	-6.40	-3.10	2.16	
RUNI	1.51	DG2	-2.90	-1.70	-0.30	1.12	
IRLA	1.06	DG3	-1.20	0.25	2.60	1.50	
ALEM	1.14	DG4	-1.70	-0.88	0.40	0.78	
		DG5	0.70	2.63	4.40	1.43	
		DG6	2.40	2.98	3.70	0.47	
		DG7	1.60	2.20	2.80	0.47	
		DG8	-0.20	1.15	2.50	1.13	
CLUSTER NUMBER 2							
MEMBERS *				STATISTICS			
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST. DEV.	
ESPA	0.00	DG1	-16.00	-16.00	-16.00	0.00	
		DG2	-1.60	-1.60	-1.60	0.00	
		DG3	-1.80	-1.80	-1.80	0.00	
		DG4	-2.20	-2.20	-2.20	0.00	
		DG5	-0.50	-0.50	-0.50	0.00	
		DG6	5.70	5.70	5.70	0.00	
		DG7	0.30	0.30	0.30	0.00	
		DG8	16.10	16.10	16.10	0.00	
CLUSTER NUMBER 3							
MEMBERS				STATISTICS			
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST. DEV.	
ITAL	0.00	DG1	-18.00	-18.00	-18.00	0.00	
		DG2	0.40	0.40	0.40	0.00	
		DG3	2.60	2.60	2.60	0.00	
		DG4	3.30	3.30	3.30	0.00	
		DG5	3.00	3.00	3.00	0.00	
		DG6	2.00	2.00	2.00	0.00	
		DG7	1.50	1.50	1.50	0.00	
		DG8	5.40	5.40	5.40	0.00	

CUADRO 3. *Estadísticas básicas de los distintos grupos países* (Continuación).

CLUSTER NUMBER: 4							
MEMBERS			STATISTICS				
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST.	DEV.
LUXE	0.00	DG1	-9.40	-9.40	-9.40		0.00
		DG2	-3.30	-3.30	-3.30		0.00
		DG3	1.70	1.70	1.70		0.00
		DG4	1.90	1.90	1.90		0.00
		DG5	1.40	1.40	1.40		0.00
		DG6	8.60	8.60	8.60		0.00
		DG7	0.20	0.20	0.20		0.00
		DG8	-1.10	-1.10	-1.10		0.00
CLUSTER NUMBER 5							
MEMBERS			STATISTICS				
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST.	DEV.
FRAN	0.89	DG1	-8.10	-7.50	-6.90		0.60
DINA	0.89	DG2	-2.40	-2.10	-1.80		0.30
		DG3	5.50	6.65	7.80		1.15
		DG4	-3.50	-2.95	-2.40		0.55
		DG5	-0.10	0.05	0.20		0.15
		DG6	0.40	2.35	4.30		1.95
		DG7	1.40	1.95	2.50		0.55
		DG8	1.20	1.55	1.90		0.35
CLUSTER NUMBER 6							
MEMBERS			STATISTICS				
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST.	DEV.
HOLA	0.00	DG1	-9.30	-9.30	-9.30		0.00
		DG2	-4.20	-4.20	-4.20		0.00
		DG3	4.20	4.20	4.20		0.00
		DG4	-4.80	-4.80	-4.80		0.00
		DG5	1.80	1.80	1.80		0.00
		DG6	3.40	3.40	3.40		0.00
		DG7	3.20	3.20	3.20		0.00
		DG8	5.60	5.60	5.60		0.0

(5) Aunque en el artículo de Guillen y Campa no aparece clasificado Portugal en este tercer grupo, suponemos que es debido a una errata y que la intención de los autores era incluirlo en este grupo.

(6) Hemos realizado, también, el mismo análisis para el año 1989, aunque no lo recogemos en el artículo. Para este año, nuestro país aparecía unido a Italia en varios de los cluster, lo que, en cierto modo, nos acerca a la tesis defendida por GUILLEN Y CAMPA.

(7) Si comparamos la situación descrita anteriormente con la existente en el año 1970, para los países entonces miembros de la actual Unión Europea y España, ha habido cambios profundos.

En el año 1970, España siempre aparece junto con Italia, el Reino Unido siempre lo hace junto a Dinamarca, Francia con Bélgica y, por último, Holanda y Alemania poseen, igualmente, una estructura de gasto semejante. Incluso, en el año 1970, puede hablarse de dos macrogrupos de países: Irlanda, España, Italia y Luxemburgo, por un lado, y Reino Unido, Dinamarca, Holanda, Francia, Alemania y Bélgica, por otro. Esta situación es muy diferente a la del año 1991, para los mismos países, lo que viene a confirmar la inexistencia de una tendencia común que hubiese provocado unas mismas agrupaciones, ni tampoco, con las matizaciones que oportunamente hicimos antes, de una convergencia entre países a formar un grupo, sino que, por el contrario, los países han seguido unas pautas de gasto en consumo distintas.

CUADRO 4.
Estadísticas básicas de los distintos grupos de países (estructura de gasto)

CUADRO 4.		Estadísticas básicas de los distintos		grupos de países (estructura de gasto)			
		SUMMARY STATISTICS FOR 5 CLUSTERS					
VARIABLE	BETWEEN SS	DF	WITHIN SS	DF	F RATIO	PROB	
G191	730 532	4	16 735	7	76 393	0 000	
G291	13 275	4	15	7	1 521	0 294	
G391	316 412	4	45	7	12 150	0 003	
G491	14 243	4	12 873	7	1 936	0 209	
G591	154 397	4	46	7	5 801	0 022	
G691	6 149	4	38	7	0 279	0 883	
G791	11 361	4	44	7	0 448	0 771	
G891	185 927	4	41	7	7 834	0 010	

		MEMBERS		CLUSTER 1		STATISTICS	
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST DEV	
FRAN	1 11	G191	15 40	17 98	20 20	1 66	
ITAL	2 47	G291	5 90	7 38	9 90	1 32	
HOLA	1 96	G391	15 40	18 08	20 00	1 63	
RFI G	1 23	G491	7 20	9 07	10 90	1 45	
LUXE	1 45	G591	6 70	10 37	14 40	2 77	
AI FM	2 38	G691	12 10	14 97	19 10	2 46	
		G791	4 20	7 82	10 50	2 04	
		G891	9 90	14 52	17 10	2 31	

		MEMBERS		CLUSTER 2		STATISTICS	
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST DEV	
IRLA	1 57	G191	36 40	36 83	37 10	0 31	
PORT	1 98	G291	7 20	8 73	10 30	1 27	
GREC	1 39	G391	5 00	9 27	12 50	3 15	
		G491	8 00	8 20	8 60	0 28	
		G591	3 50	4 00	4 50	0 41	
		G691	13 40	14 57	15 40	0 85	
		G791	5 70	7 50	11 10	2 55	
		G891	9 50	10 87	13 40	1 79	

		MEMBERS		CLUSTER 3		STATISTICS	
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST DEV	
DINA	0 00	G191	21 20	21 20	21 20	0 00	
		G291	5 40	5 40	5 40	0 00	
		G391	27 70	27 70	27 70	0 00	
		G491	6 30	6 30	6 30	0 00	
		G591	2 30	2 30	2 30	0 00	
		G691	16 00	16 00	16 00	0 00	
		G791	10 20	10 20	10 20	0 00	
		G891	10 80	10 80	10 80	0 00	

		MEMBERS		CLUSTER 4		STATISTICS	
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST DEV	
ESPA	0 00	G191	20 90	20 90	20 90	0 00	
		G291	8 80	8 80	8 80	0 00	
		G391	12 60	12 60	12 60	0 00	
		G491	6 50	6 50	6 50	0 00	
		G591	4 10	4 10	4 10	0 00	
		G691	15 20	15 20	15 20	0 00	
		G791	6 60	6 60	6 60	0 00	
		G891	25 30	25 30	25 30	0 00	

		MEMBERS		CLUSTER 5		STATISTICS	
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MÍNIMUM	MEAN	MÁXIMUM	ST DEV	
RUNI	0 00	G191	21 90	21 90	21 90	0 00	
		G291	5 90	5 90	5 90	0 00	
		G391	18 60	18 60	18 60	0 00	
		G491	6 40	6 40	6 40	0 00	
		G591	1 60	1 60	1 60	0 00	
		G691	17 20	17 20	17 20	0 00	
		G791	9 90	9 90	9 90	0 00	
		G891	18 50	18 50	18 50	0 00	

Las variables que más influyen en la formación de los distintos grupos de países son el grupo 1 (alimentos, bebidas y tabaco), el grupo 3 (alquileres, calefacción y alumbrado), el grupo 5 (servicios médicos y gastos sanitarios) y el grupo 8 (otros bienes y servicios).

Los rasgos más característicos de la estructura del gasto en los distintos grupos de países obtenidos son:

— Portugal, Grecia e Irlanda son los países de la UE en los que se destina un mayor porcentaje de gasto a alimentos, bebidas y tabaco y un menor porcentaje de gasto a alquileres, calefacción y alumbrado. Este grupo, por otro lado, es muy homogéneo y muy distinto al resto de los países comunitarios.

— El grupo de países formado por Alemania, Holanda, Bélgica, Francia, Luxemburgo e Italia se caracteriza por destinar un porcentaje de gasto menor que el resto de países de la UE a alimentos, bebidas y tabaco y, por contra, son los países en los que el porcentaje de gasto para servicios médicos y gastos sanitarios es muy superior al resto de los países comunitarios.

— En Dinamarca, el rasgo más característico lo constituye el alto porcentaje de gasto destinado al grupo 3 (alquileres, calefacción y alumbrado).

— El Reino Unido es el país comunitario que menos porcentaje de gasto destina al grupo 5 (servicios médicos y gastos sanitarios). Asimismo, presenta un valor porcentual importante para los grupos 6 y 8.

— Finalmente, España es el país comunitario donde el porcentaje de gasto destinado al grupo 8 (otros bienes y servicios) es mayor.

Un aspecto a destacar es que los resultados mencionados, sin embargo, no implican, que no haya habido un acercamiento en los hábitos de consumo, sino que, la diferente dimensión que alcanzan los condicionantes del consumo en los distintos países: tipos de interés, precios nominales, la subvención o incluso el pago total de ciertos servicios como los sanitarios o de educación en unos países y no en otros, etc., provoca desajustes en la estructura del gasto, aunque, posiblemente, no en el consumo real en el que, tal vez, haya habido una mayor convergencia (8).

3. CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que podemos extraer de lo analizado en este trabajo son:

— La inexistencia de un modelo comunitario de estructura de gasto en consumo privado. Más bien podemos hablar de cinco grupos de países. Irlanda, Portugal y Grecia, formarían un grupo muy homogéneo y muy diferente del resto de los países comunitarios. De otro lado, otro grupo lo integrarían Alemania, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Francia e Italia. Finalmente, Reino Unido, Dinamarca y España poseen estructuras de gasto en consumo con particularidades propias.

— La evolución de la estructura del gasto en consumo privado en los países que formaban parte de la Comunidad Económica Europea en el año 1970 y España, revela que no hay un modo de estructura de gasto comunitario al que convergen los distintos países. Hemos identificado seis formas distintas de evolucionar.

— La evolución de la estructura del gasto como en España en el período 1970-1991 ha puesto de manifiesto una evolución sui generis de nuestro país, distinta a la del resto de los países comunitarios.

— No obstante, a pesar de la existencia de varios modelos de evolución comunitarios, sí hay cambios o tendencias comunes —descenso de la participación del gasto en alimentos, bebidas y tabaco y aumento del peso de los grupos de transportes y comunicaciones y entretenimientos, espectáculos, enseñanza y cultura— que no son exclusivos de los países de la (JE), sino que son pautas normales ya implantadas en las economías más desarrolladas, por lo que ni siquiera estas transformaciones podrían suponerse constitutivas de un modelo de consumo comunitario.

(8) Ha sido en el campo de la nutrición en el que más se ha investigado sobre las pautas de consumo de los países de la Unión Europea. Parece que tampoco en la alimentación puede hablarse de un modelo comunitario, aunque, como señalan Gracia y Albisu (1994), «se puede afirmar que el consumidor comunitario ha aumentado progresivamente su consumo de calorías totales y de calorías de origen animal que las diferencias entre países del norte y del sur se han ido reduciendo y que España no es una excepción». Ha habido como demuestran los autores en su artículo, una convergencia de dietas de los países de la UE, pero aun así dentro de la UE existen dos grupos de países los del norte y los del sur con dos modelos de alimentación distintos, aunque con rasgos menos acusados que hace unas décadas.

Así, pues, incluso en la alimentación, donde el gasto en consumo sí ha seguido pautas similares en todos los países de la UE sigue habiendo dos realidades de consumo distintas, lo que reafirma no solo la existencia de un modelo de gasto sino también la existencia de un modelo de consumo.

— Finalmente, las anteriores conclusiones no significan que no haya habido una acercamiento en los hábitos de consumo, sino que, la diferente dimensión que alcanzan los condicionantes del consumo en los distintos países provoca desajustes en la estructura del gasto, aunque, posiblemente, no en el consumo real en el que, tal vez, haya habido una mayor convergencia.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, JOSÉ ANTONIO y DONOSO, VICENTE (1986). «El consumo en España tras la adhesión a la CEE», Estudios sobre consumo, ns 7, abril, pp. 13-36.
- CUADRADO ROURA, JUAN RAMÓN (1994). «Los españoles como consumidores de bienes, de servicios y de tiempo», Revista de Occidente, na 162, noviembre, pp. 23-44.
- DONOSO DONOSO, VICENTE (1989). «Consumo, ahorro y formación de capital», en José Luís García Delgado (director): España, economía, Espasa Calpe, Madrid, 3S edición, 1991, (versión manejada), pp. 669-699.
- EUROSTAT (1992). Cifras de presentación. Retrato estadístico de la Comunidad Europea en el espacio económico europeo. Luxemburgo.
- (1994). Estadísticas básicas de la Comunidad, 31^É edición, Luxemburgo.
- GRACIA, AZUCENA y ALBISU, LUÍS MIGUEL (1994). «La dieta española, en transición», El Boletín, MAPA, n9 18, diciembre, pp. 28-35.
- GUILLEN, MAURO F. y CAMPA, JOSÉ MANUEL (1987). «El consumo familiar en la Comunidad Europea: un análisis gráfico», Estudios sobre Consumo, ns 11, septiembre, pp. 71-83.
- INE (1995). Anuario Estadístico 1994, INE, Madrid.
- WILKINSON, LELAND (1990). systat: The System for Statistics. Evanston, IL: Systat, Inc.

Colaboradores

FERNANDO CONDE, Sociólogo. Investigador Social. Director de CIMOP, empresa de investigación de mercados. Profesor del Curso de Post-Grado «Praxis de la Sociología del Consumo: Teoría y Práctica de la Investigación de Mercados» de la Universidad Complutense. Co-autor con Luis Enrique Alonso de Historia del Consumo de España (Ed. Debate, 1994). Autor de numerosas publicaciones de «metodología» y de investigación social en revistas profesionales.

LUIS ENRIQUE ALONSO BENITO, Doctor en Ciencias Económicas. Profesor de Sociología en la Universidad Autónoma de Madrid. Especializado en Sociología Económica y en el análisis e intervención sociológica de los fenómenos de acción colectiva. Ha realizado diversas investigaciones e informes consultivos en esos campos y publicado múltiples artículos en revistas especializadas y libros conjuntos. Asimismo, ha efectuado estancias de investigación en las universidades de París-Dauphine, La Habana y Libre de Bruselas, entre otras.

RICARDO MONTORO ROMERO, Catedrático de Sociología y Director del Departamento de Sociología de la Universidad de Valladolid. Formado en las Universidades de California, en Berkeley, y Autónoma de Madrid, es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Especialista en Sociología Económica, ha trabajado en diversas líneas de investigación entre las que destacan principalmente Sociología de las Relaciones Laborales y Mercado de Trabajo, Estado de Bienestar y Protección Social, Sociología de la Juventud y Nuevas Tecnologías. Autor de diversos libros y artículos en revistas especializadas, así como director de diferentes proyectos de investigación.

EDUARDO FERNANDEZ GIJÓN, Profesor Titular del Departamento de Sociología de la Universidad de Valladolid. Su línea principal de investigación se enmarca en el ámbito de la Sociología de la ciencia y la Filosofía y Metodología de las Ciencias Sociales.

CARMEN RODRÍGUEZ SUMAZA, Profesora del Departamento de Sociología de la Universidad de Valladolid. Licenciada en Ciencias Económicas y Doctora en Sociología Económica, es especialista en Sociología de la Población y Sociología Económica. Sus principales publicaciones tratan sobre cuestiones relativas al mercado laboral, población y mujer.

LOURDES PÉREZ ORTIZ, Profesora en el Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma de Madrid. Licenciada en Ciencias Económicas y Doctora en Sociología, es especialista en Sociología Económica. Ha realizado diversas investigaciones sobre problemas relacionados con el envejecimiento, relaciones laborales y Estado de Bienestar.

NATALIA HERRERO SANCHEZ, Licenciada en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Post-graduada en el curso «Praxis de la Sociología del Consumo. Teoría y Práctica de la Investigación de mercados», de la Universidad Complutense. Ha realizado diversos estudios cualitativos de mercado en París, Madrid y Barcelona. Es Colaboradora en el estudio «Mujer y TV: Una nueva imagen», realizado por la Asociación Mujeres Jóvenes de Madrid.

MANUEL PARRAS ROSA y FRANCISCO TORRES RUIZ. Son profesores de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén. Manuel Parras Rosa es Profesor Titular de Escuela Universitaria y Francisco José Torres Ruiz es Profesor Asociado. Han publicado varios libros y artículos en los que han tratado temas relativos tanto a distribución comercial —a nivel andaluz y provincial— como al marketing agroalimentario en el sector de los aceites de oliva.

JESUS-NICOLAS MARTÍ, Doctor en Derecho. Magistrado en la Audiencia Provincial de Las Palmas. Exbecario del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en Roma, realizando labor investigadora en UNIDROIT. Catedrático excedente y autor de numerosos libros y artículos sobre temas relacionados con los derechos de los consumidores.

LUIS GONZÁLEZ VAQUÉ, Jefe de la División «Aplicación de los artículos 30 a 36 CEE y supresión de las restricciones a los intercambios», Dirección General XV, Mercado interior y servicios financieros, Comisión Europea, Bruselas. De 1988 a 1992 prestó sus servicios en la División «Productos alimenticios» de la DG III de la Comisión, a la que se incorporó tras ocupar el cargo de Jefe del Departamento de Legislación alimentaria, veterinaria y fitosanitaria de la FAO, Roma (de 1982 a 1987). Su especialización en Derecho del Consumo se desarrolló, hasta esas fechas, no sólo en el ámbito de la empresa privada, sino también en el de la Administración autonómica y en consultorías internacionales.