

La incidencia sobre la demanda de los cambios sociales y demográficos

The Impact of Social and Demographic Change on the Demand

Milagros Dones Tacero (*) y María Isabel Heredero de Pablos (**)

Resumen

La evolución futura del consumo privado necesita de un estudio de carácter socio-demográfico, en el que se recojan las consecuencias que, sobre la demanda privada y, por tanto, sobre los niveles de actividad y empleo, representan los cambios en los hábitos de compra influenciados, previsiblemente, por la evolución de las rentas salariales, todo ello en un escenario marcado por una negativa evolución del mercado de trabajo y por una escasez demanda interna. El objetivo de este trabajo es analizar, estimar y justificar cómo podría ser el perfil de crecimiento del consumo privado en los próximos años y su incidencia en los niveles de actividad y empleo.

Palabras clave: demanda, mercado de trabajo, empleo, cambios demográficos

Abstract

The future evolution of private consumption needs to be studied from a socio-demographic perspective, where the consequences on private demand (this is economic activity and employment) represent the changes in purchase habits. Habits that are also influenced by wage evolution, a shortage in domestic demand and the negative evolution of the labor market. The aim of this paper is to study and justify the future growth rate of the private consumption and its impact on the levels of economic activity and employment.

Key words: demand, labor market, employment and demographic change.

JEL: J01, J11

(*) Universidad Autónoma de Madrid
Departamento de Economía Aplicada
Carretera de Colmenar Viejo, km. 15,200
28049 Madrid, España
milagros.dones@uam.es , Tfno. 914974360

(**) Universidad Autónoma de Madrid
Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo
Carretera de Colmenar Viejo, km. 15,200
28049 Madrid, España
maribel.heredero@uam.es , Tfno. 914974319

Área Temática: Trabajo y migraciones

Comunicación

1. INTRODUCCIÓN

La evolución futura del consumo privado precisa de un estudio de carácter socio-demográfico, en el que se recojan no sólo las consecuencias que, sobre la demanda privada y, por tanto, sobre los niveles de actividad y empleo, representan las modificaciones en los hábitos de compra -previsiblemente influenciados por la evolución de las rentas salariales- sino también la evolución del número y estructura de los hogares a medio plazo.

Bajo esta premisa, la sensibilidad mostrada por un amplio número de expertos empresariales que componen un panel sectorial de seguimiento continuo sobre la marcha de la economía española, han definido un escenario marcado por un lado por una negativa evolución del mercado de trabajo -como condicionante macroeconómico- y, de otro, por una escasez demanda interna -como factor clave que justifica sus perfiles de ventas-, generando un notable perfil negativo de crecimiento a lo largo de los próximos años.

Estas valoraciones se muestran como argumento de peso suficiente como para decantarnos -a la hora de seleccionar entre los múltiples ejercicios de predicción que sugiere la atractiva, aunque negativa, coyuntura económica por la que atraviesa la economía española y buena parte de la eurozona-, por analizar, estimar, justificar y predecir cómo podría ser el perfil de crecimiento del consumo privado en los próximos años, diferenciando por modalidad de hogar -a tenor de la composición de estos en términos de número de miembros- y tipología de productos, una vez que se proyectan las posibles trayectorias demográficas que regirán en nuestro país hasta el año 2015.

La comunicación se estructura en cuatro grandes epígrafes. Además de la introducción en la que se recoge los objetivos que se pretenden con la comunicación y la estructura de ésta. El epígrafe 2 se dedica a la justificación del análisis realizado en relación con los objetivos que se pretenden. El epígrafe 3 se centra en el proceso metodológico y se cierra la comunicación con el último epígrafe dedicado a las principales conclusiones que pueden obtenerse del análisis.

2. JUSTIFICACIÓN DEL ANÁLISIS

Es evidente que en cualquier planteamiento sujeto a los condicionantes teóricos que definen el comportamiento de la demanda privada, las rentas ocupan un lugar estelar y, en éstas, la evolución del desempleo se presentaría no sólo como el principal desencadenante de su trayectoria sino como un factor capaz de reducir la propensión marginal directa de la renta sobre el consumo, al acentuarse los sistemas de alerta, precaución e incertidumbre, máxime si se alcanzan tasas tan desproporcionadas como las que ha admitido la economía española.

Sin embargo, este análisis le corresponde por derecho propio a los estudios que se desarrollan desde la óptica de la demanda y siendo el perfil de nuestras investigaciones eminentemente sectorial, no parecía apropiado ni justificable introducir un sesgo tan llamativo de enfoque. Por esta razón y siendo conscientes de la notable trascendencia que las dinámicas del consumo privado ejercen sobre los perfiles del crecimiento sectorial -dado que representa, en términos medios para los últimos doce años, cerca del 60% del PIB generado y ser, también en términos promedio, el destino de cerca del 30% de la producción generada por las empresas que operan en territorio español-, se insiste en la necesidad de profundizar en este

área, incorporando una perspectiva de carácter social y demográfico al análisis y estimaciones sobre la dinámica sectorial de la economía española.

Justificada así la incorporación de este análisis, se debe comenzar señalando que, sociológicamente, el periodo de crisis ha frenado el proceso demográfico generado por efecto de la inmigración y las propias estimaciones que el INE realiza sobre proyecciones demográficas, a largo plazo, apuntan a que el nivel de la población podría verse reducido en los próximos años.

Evidentemente, la pérdida de atractivo que representa la elevada tasa de desempleo para una buena parte de los trabajadores procedentes de otros países no tiene discusión alguna, pero también cabe señalar que los factores que determinan la estructura y dinámica de los hogares y, por tanto, de la población potencial de un país no sólo responden a condicionantes económicos y por derivación demográficos, sino que en ella también opera la composición interna de la sociedad.

En este sentido, el estudio y la previsión de cómo se organizará estructuralmente la cifra total de población, aunque previsiblemente mermada, justifica la incorporación en el estudio de la tipología de hogar según el número de miembros que lo componen, infiriéndose que este elemento jugará en pro de dinámicas de ventas diferenciales por tipología de productos más acordes con la forma de organización de cada uno de ellos.

3. PROCESO METODOLÓGICO

Como fuente principal de análisis para el estudio de los hogares se utiliza la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), iniciada en enero de 2006, que sustituye a la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) base 1997, que con periodicidad trimestral se realizó desde 1997 hasta 2005. La nueva encuesta suministra información anual sobre la naturaleza y destino de los gastos de consumo, así como sobre diversas características relativas a las condiciones de vida de los hogares. Es decir, esta Encuesta, cuenta con una larga tradición en el sistema de estadísticas económicas producidas por el Instituto Nacional de Estadística, proporcionando información sobre el origen y cuantía de las rentas familiares así como de la naturaleza y destino del gasto familiar. Por tanto, ofrece una valiosa y completa información sobre las condiciones generales de vida de los hogares españoles.

En este contexto, el descenso demográfico previsiblemente supondría una potencial reducción de gasto en consumo. A través de esta fuente de información se dispone del número de hogares en las que la población centra su hábitat y, además, la composición interna de los mismos, esto es atendiendo al número de miembros que lo componen, de forma que las proyecciones de población podrían ser objeto de transformación a número de hogares, una vez que se hubiesen proyectado a futuro el número de hogares diferenciado por modalidad.

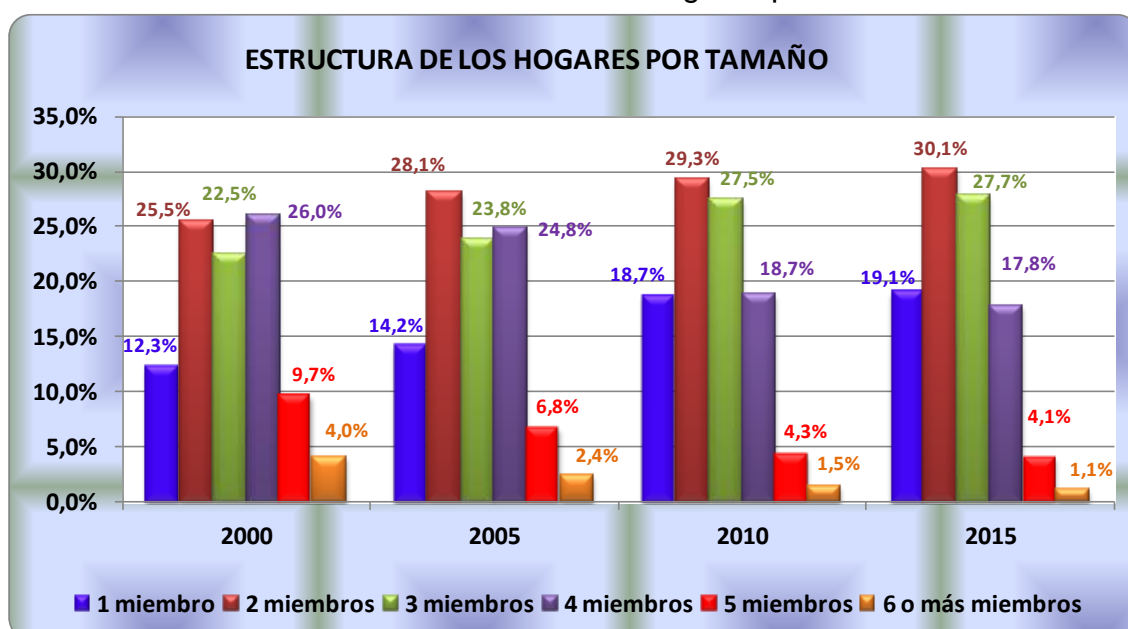
La primera faceta del análisis realizado añade valor a las proyecciones de población, en tanto en cuanto, estas quedan transformadas a número de hogares, diferenciado las seis modalidades, que el propio INE identifica, es decir:

Tabla 1. Modalidades de hogares, por tamaño medio del hogar

H1	Hogares con 1 miembro
H2	Hogares con 2 miembros
H3	Hogares con 3 miembros
H4	Hogares con 4 miembros
H5	Hogares con 5 miembros
H6	Hogares con 6 o más miembros

Para ello ha sido preciso modelizar la importancia relativa que históricamente ha presentado cada una de las tipologías de hogar sobre el total de hogares, cifras que quedan recogidas en el gráfico 1 en intervalos quinquenales, aunque la estimación realizada se remite a frecuencia anual y desde el periodo 1997 a 2010, a través de estimaciones simples de regresión temporal que han dado lugar a una primera estimación del peso relativo de cada modalidad de hogar para el año 2011 y hasta 2015.

Gráfico 1. Estructura de los hogares por tamaño



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el INE

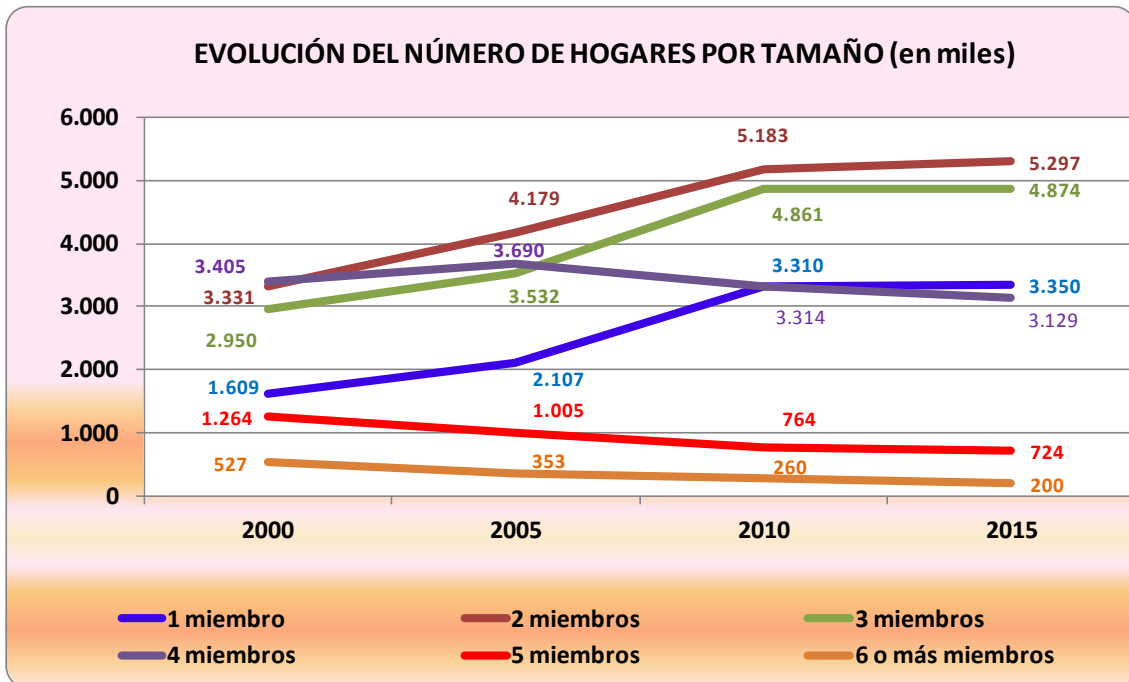
Esta primera valoración permite determinar que en 2015 la proporción de hogares mayoritaria podría estar compuesta por dos miembros, manteniendo la tendencia creciente que se venía manifestando desde finales de los años 90, con descensos en la representatividad de las familias numerosas (de cinco a más miembros) e incluso en las compuestas por cuatro miembros a favor de un ascenso en el número de hogares individuales y manteniéndose especialmente estable la presencia de hogares compuestos por tres miembros.

Tras esta valoración, se ha procedido a la determinación del número de hogares en sus distintas modalidades, siguiendo una metodología similar a la propuesta para el cálculo de la distribución de hogares, pero añadiendo como restricción que el número de hogares multiplicado por su marca de clase (entendiendo como tal, al valor que representa a cada uno de los intervalos -a saber,

1, 2, 3, 4 ,5 y 6,48-), fuese igual a la valoración proporcionada por el INE sobre la población total de cada año.

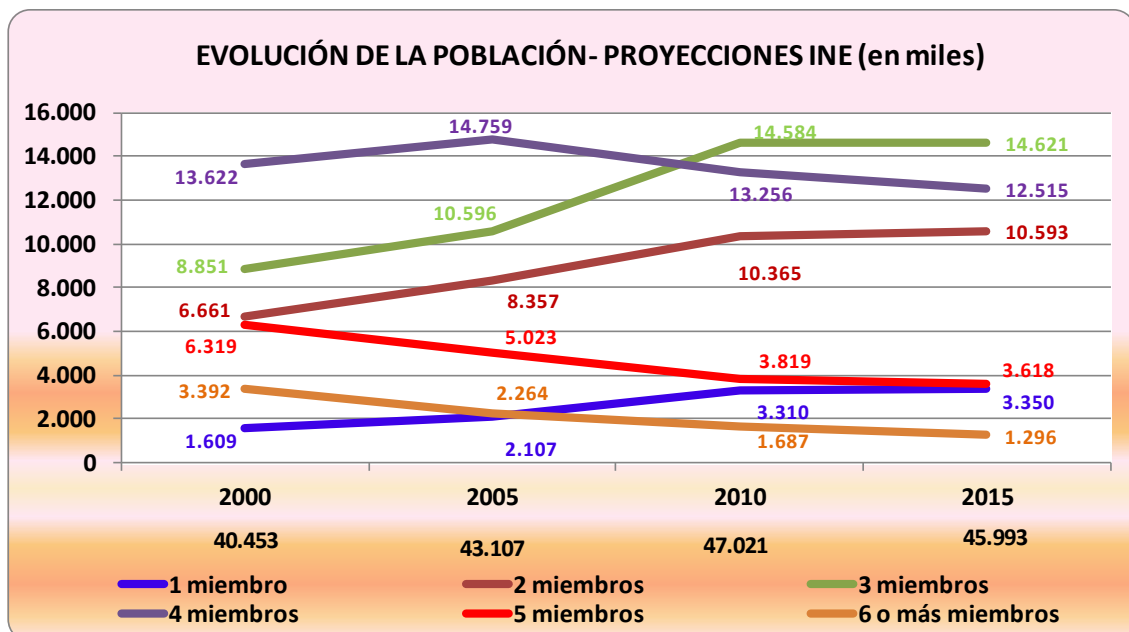
En los gráficos 2, 3 y 4 se recoge tanto la evolución del número de hogares como la población atendiendo a este criterio, en niveles y atendiendo a su distribución porcentual.

Gráfico 2. Evolución del número de hogares por tamaño



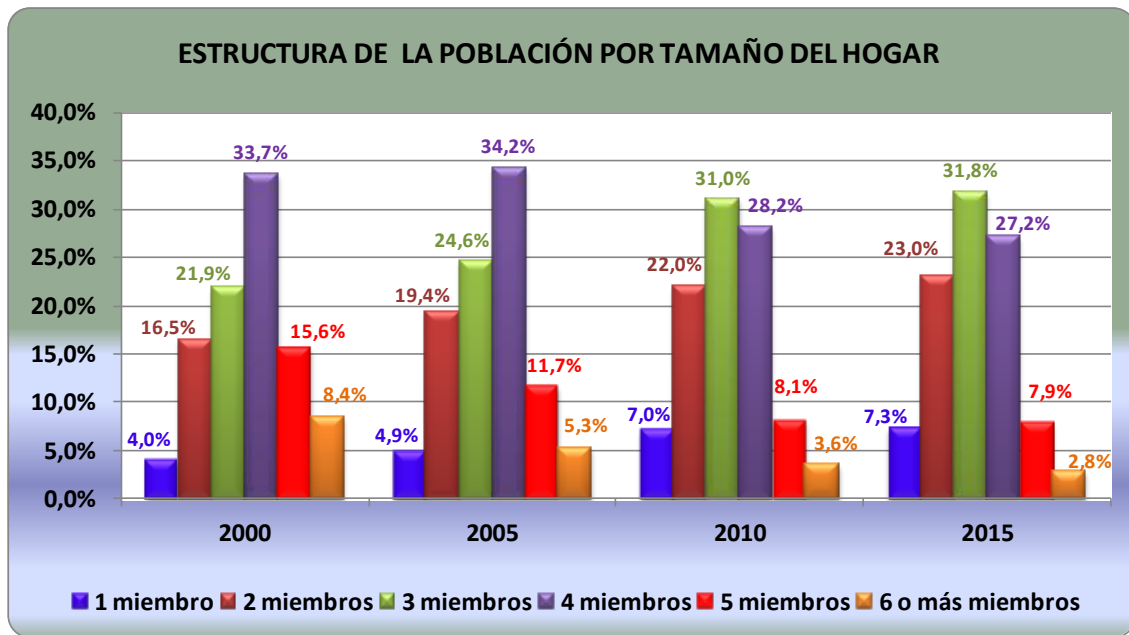
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el INE

Gráfico 3. Evolución de la población



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el INE

Gráfico 4. Estructura de la población



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el INE

Estas estimaciones previas -justificadas por la necesidad de anticipar como sería la distribución de la población por tipo de hogar, dado que en la EPF quedan plasmadas diferencias en la distribución de los gastos por tipología de productos, un total de 12 gamas, atendiendo a la modalidad de hogar-, permitirían calibrar como sería el gasto por persona para cada tipo de producto dependiendo del tamaño de hogar en el que estuviese inscrito.

De hecho, es precisamente la combinación por tipo de producto y modalidad de hogar la variable que se conforma como un input básico con el que abordar un análisis como el propuesto que, partiendo de una estimación exógena -desde la óptica de la demanda- del nivel de gasto total en consumo privado previsible hasta el 2015 en función del comportamiento previsto en rentas y empleo, permitiera su distribución por productos y con ello asociar cómo el aumento o la reducción de determinadas demandas promoverían cambios en la actividad de las industrias y servicios que las generan.

El modelo económico sobre el que se sustenta la estimación y previsión del consumo privado responde a los planteamientos generales, que partiendo de las propuestas generales elaboradas por Keynes, han seguido teniendo vigencia en postulados posteriores. Así, se han ido sucediendo distintas teorías que tratan de explicar el comportamiento del consumo privado, siendo muchos los economistas de fama e influencia internacional los que han tratado de explicarlo (Milton Friedman y John Maynard Keynes, entre otros). Pero sea cual sea la hipótesis, teoría o postulado; es innegable que el consumo es el motor principal para el crecimiento económico de una nación.

No se trata de subestimar el valor que tienen otras alternativas como el ahorro y la inversión, como destinos alternativos de utilización de la renta, sino, que para recuperar la economía de un país es necesario tomar medidas que aumenten el consumo porque este trae como consecuencia un subsiguiente aumento de la producción y el empleo.

En suma, todas las teorías elaboradas acerca del consumo consideran como elemento fundamental la renta disponible, aunque es notorio que las políticas utilizadas para dinamizar el consumo tienden a generar inflación, pero ciertamente es él quien aumenta la producción y el empleo. Queda como labor principal de los organismos y personas que rigen la economía el lograr aumentos en el PIB con el menor coste inflacionario posible; que permita alcanzar un crecimiento y desarrollo socioeconómico perdurable y sostenible a través del tiempo.

Partiendo de estas consideraciones, se ha efectuado la estimación de un modelo econométrico explicativo del comportamiento del consumo privado, permitiendo elaborar previsiones sobre éste hasta el año 2015, recogidas en la tabla 2.

Tabla 2. Modelo de demanda: Estimaciones del crecimiento del Consumo de Hogares, atendiendo a la evolución esperada de rentas y empleo (Millones de € y %)

Años	Niveles	% crecimiento nominal	% crecimiento real	% crecimiento precios
2011	537.611,8	4,2	0,4	3,7
2012	553.763,5	3,0	0,9	2,1
2013	572.404,3	3,4	1,3	2,0
2014	594.097,9	3,8	1,6	2,1
2015	618.519,2	4,1	1,9	2,2

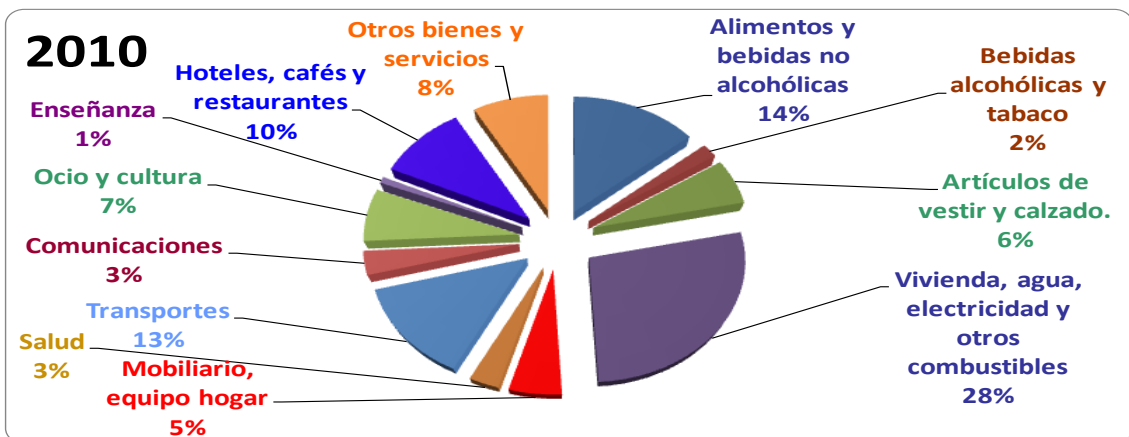
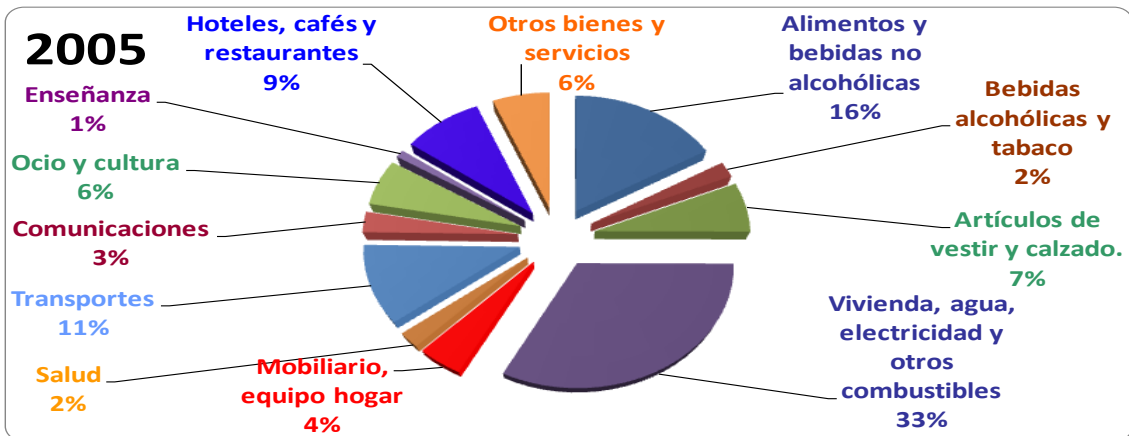
Fuente: Elaboración propia, a partir del modelo de predicción Wharton-UAM. Noviembre 2011

En los gráficos 5 y 6 se presenta la distribución porcentual de los gastos por tipo de producto, sin considerar la modalidad de familia, para representar en el gráfico 7 las diferencias en dicha estructura que se originan, exclusivamente, por el hecho de formar parte de hogares con distinta composición de miembros.

En suma, se trata de un análisis de impacto de las alteraciones en el consumo sobre la producción, típicamente encajado en la metodología input-output, pero añadiendo cambios en los coeficientes de distribución del consumo privado en los que se incorporan condicionantes demográficos, modificaciones en la organización de la población y alteraciones en las preferencias del consumidor.

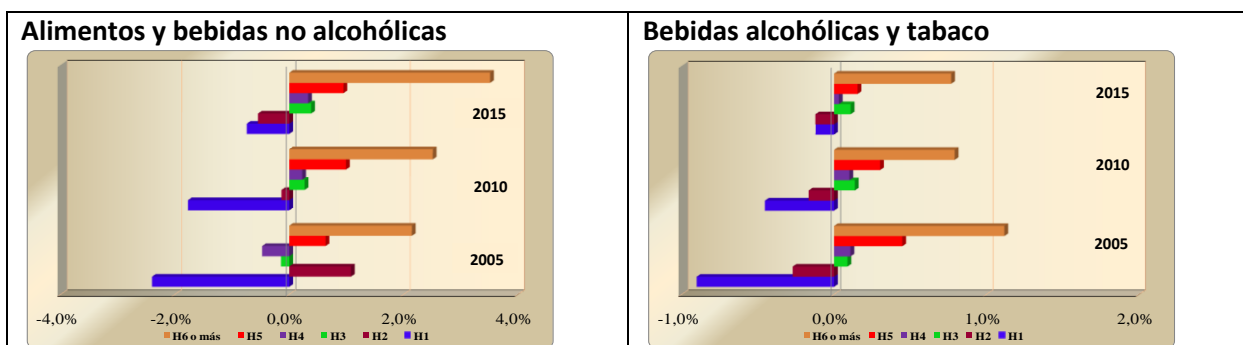
Evidentemente, se trata de verificar una sentencia que encerraría altas dosis de pesimismo, en línea con las perspectivas que tanto el panel de expertos como las actuales predicciones determinan y que se traduciría en admitir que el consumo privado podría sucumbir antes las elevadas tasas de desempleo, limitar su crecimiento a ritmos claramente insuficientes como para aumentar las posibilidades de un verdadero relanzamiento de la economía española, al menos hasta el 2015.

Gráficos 5 y 6: Distribución porcentual del gasto por tipología de productos (2005 VS 2010)

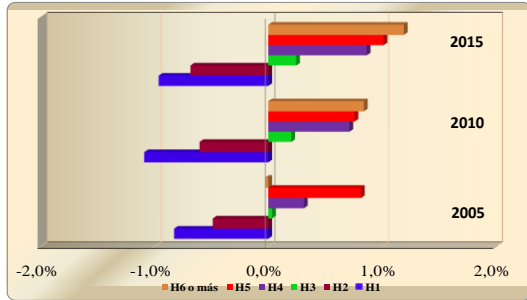


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el INE

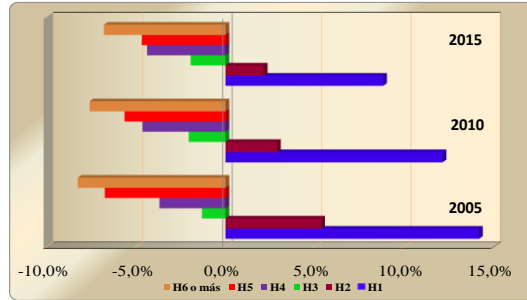
Gráfico 7: Distribución porcentual de las diferentes tipologías de productos por composición de hogar. Datos Históricos (2005-2010 y estimaciones para 2015)



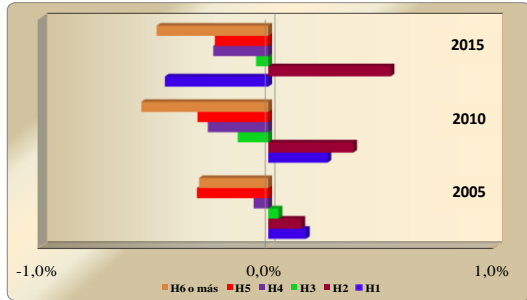
Vestido y calzado



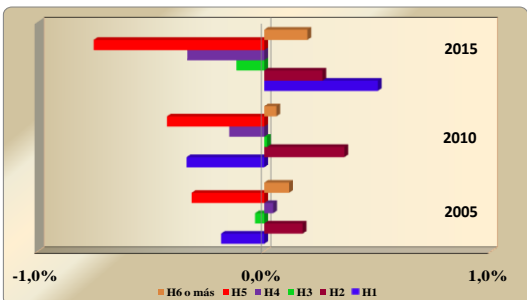
Vivienda, electricidad y otros consumibles



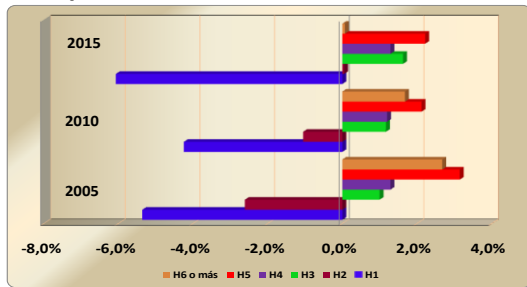
Mobiliario y equipamiento hogar



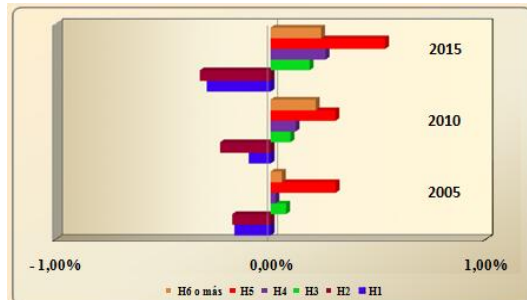
Salud



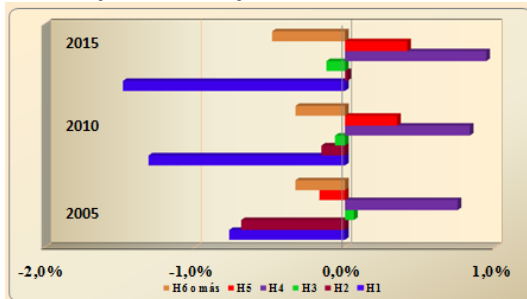
Transportes



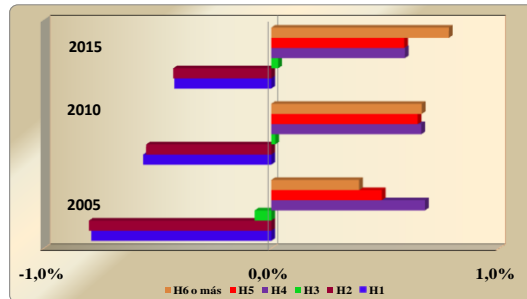
Comunicaciones



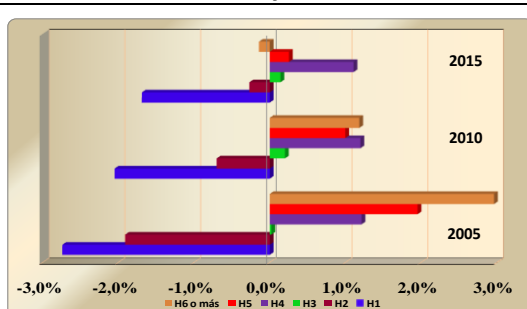
Ocio, espectáculos y cultura



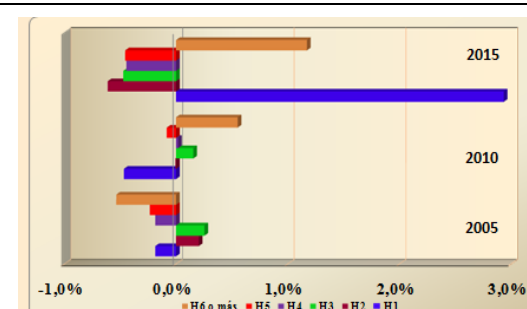
Enseñanza



Hoteles, restaurantes y cafés



Otros servicios



Fuente: Elaboración propia

Metodológicamente, el atractivo del análisis se centra en la diferenciación del crecimiento previsto para los próximos años del consumo de los hogares por orígenes o causas que lo determinan, en la medida en que conocer los rasgos que lo argumentan permitirá actuar sobre los factores que lo originarían, evitando hacer realidad unas pésimas perspectivas.

Esquemáticamente, el planteamiento teórico que subyace en el planteamiento aplicado para la estimación propuesta puede establecerse tal y como se recoge en la siguiente figura:

Figura 1. Planteamiento teórico

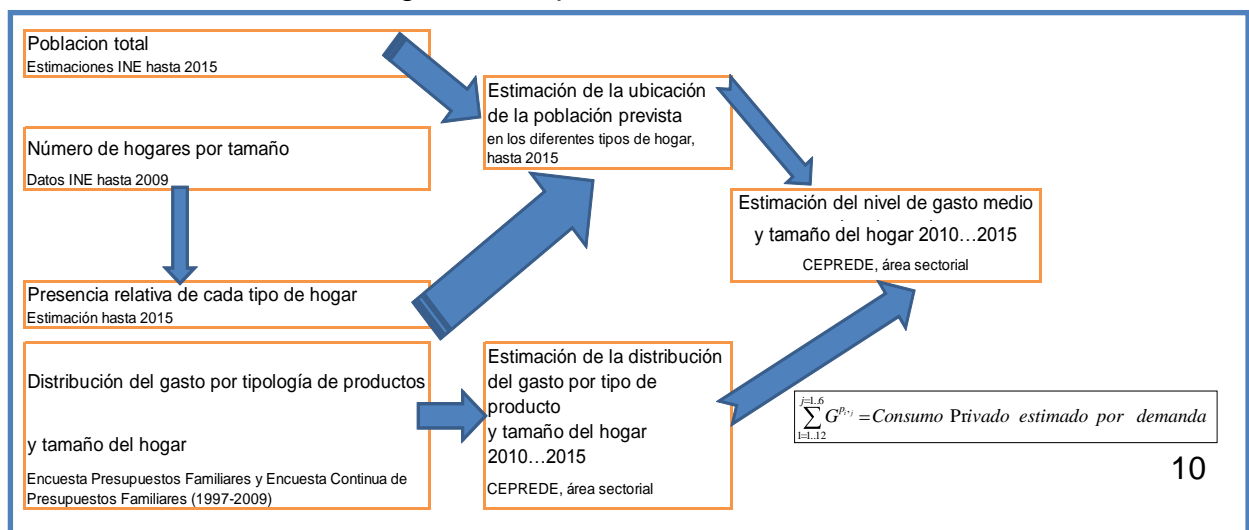


Fuente: Elaboración propia

Estos tres elementos mantienen interrelaciones y exigen, para su correcta valoración e interpretación, la anticipación de la población -facilitada por INE-, su distribución por modalidades de hogar -atendiendo al tamaño según número de miembros- y dentro de estos la estructura prevista por tipología de productos, esto es, las diferencias en la distribución del gasto por tipo de producto en cada modalidad de hogar.

Es decir, de las valoraciones anteriormente presentadas y de una nueva estimación, también de carácter tendencial, que determina la composición interna del presupuesto familiar en cada modalidad de hogar, se dispone de todos los elementos que se precisan para anticipar el gasto medio por persona en cada tipo de hogar y por tipología de producto. De esta forma, se perfecciona el conocimiento de cómo se distribuirá el crecimiento de consumo privado previsto y determinar la contribución de cada factor considerado en el mismo.

Figura 2. Esquema de estimación



Fuente: Elaboración propia

Es decir, a partir de la diferencia de gasto entre dos periodos consecutivos de cada producto y en cada tipología de hogar, se puede inferir en qué medida cada factor de los considerados justifica la evolución del gasto en consumo privado, siguiendo la siguiente formulación:

$$G_{t,h_j}^{p_i} - G_{t-1,h_j}^{p_i} = (\text{Gasto per capita}_{t,h_j}^{p_i} - \text{Gasto per capita}_{t-1,h_j}^{p_i}) * \text{Personas}_{t-1}^{h_j} + (\text{Personas}_{t,h_j}^{h_j} - \text{Personas}_{t-1,h_j}^{h_j}) * \text{Gastos per capita}_{t-1,h_j}^{p_i} + (\text{Gasto per capita}_{t,h_j}^{p_i} - \text{Gasto per capita}_{t-1,h_j}^{p_i}) * (\text{Personas}_{t,h_j}^{h_j} - \text{Personas}_{t-1,h_j}^{h_j})$$

De forma que el primer sumando cuantifica la distribución del gasto por cambios en la distribución del presupuesto familiar, el segundo, incorpora el gasto asociado a los nuevos individuos (cambios en composición de hogares) y el tercero el aumento del gasto que representa la modificación de las pautas de su distribución por efecto del cambio en la tipología de hogar, o efecto conjunto.

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El análisis efectuado permite obtener siguientes conclusiones:

- La pérdida de población estimada para el periodo 2015-2010 se establece en un -0,4%, frente al crecimiento registrado en el quinquenio precedente, esto entre 2010-2005 del orden del 4,0%.
- El número de hogares también podría verse reducido a ritmos del -0,1%, en promedio anual a lo largo de los cinco ejercicios siguientes, si bien, son los de mayor número de miembros los que acusarían descensos más acusados.
- El gasto medio de los hogares presenta diferenciales notables atendiendo a su composición por número de miembros. Sin entrar aún en el detalle por productos, frente a una valoración representativa para el conjunto de la población de 8.646€ en 2005 (dato oficial), los hogares individuales consumieron por un valor de 14.230€ en ese mismo año, esto es un gasto añadido de cerca de 5.600€, un diferencial que según nuestras estimaciones podría cuantificarse cercano a los 13.000 €, en 2015, tal y como se deduce de la información recogida en la tabla 9.

Tabla 3. Evolución del gasto medio por tipología de hogar. Valores históricos y estimaciones para 2015 (€)

Tipo de Hogar	GASTO MEDIO		
	2005	2010	2015
Individual	14.230	18.200	26.410
Dos Miembros	10.202	13.673	16.673
Tres Miembros	9.040	10.135	11.680
Cuatro Miembros	7.806	9.480	12.083
Cinco Miembros	6.700	7.639	6.859
Seis O Mas	5.605	6.795	5.105
Total Hogares	8.646	10.975	13.448

Fuente: Elaboración propia

- Estas diferencias se concentran de forma más intensa en algunas de las partidas del gasto, puesto que cada modalidad de hogar cuenta con una definición propia de sus preferencias. En particular, para el conjunto de hogares, los gastos de vivienda, electricidad y otros combustibles acapararon el 33% del montante total en 2005 y, este porcentaje, según nuestras estimaciones, se limitaría al 25% en el año 2015. La segunda partida mayoritaria es la correspondiente a alimentos y bebidas no alcohólicas, que también podría reducir su representatividad a lo largo de los años.
- La estructura del consumo de los hogares españoles puede diferir de forma amplia por tipología de productos. En particular, para el grupo de vivienda, el 33% se eleva por encima del 46,7%, es decir más de 14 puntos porcentuales, en los hogares individuales, según se desprende de la información oficial del año 2005, un diferencial que seguiría manteniéndose en 2015, pero limitando su intensidad al 8,8%. También se aprecian diferencias notables, en las partidas relativas a transporte, hoteles, restaurantes y cafés, educación y alimentos y bebidas no alcohólicas entre otros, que comparten con el de la vivienda una tendencia hacia su convergencia, tal y como se recoge en la tabla 5 del anexo estadístico.

Tabla 4. Estructura del gasto familiar (%). Total hogares

Total hogares	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	16,0	14,0	12,0
Bebidas alcohólicas y tabaco	2,0	2,0	1,0
Vestido y calzado	7,0	6,0	5,0
Vivienda, electricidad y otros consumibles	33,0	28,0	25,0
Mobiliario y equipamiento del hogar	4,0	5,0	5,0
Salud	2,0	3,0	4,0
Transporte	11,0	13,0	14,0
Comunicaciones	3,0	3,0	4,0
Ocio y cultura	6,0	7,0	8,0
Enseñanza	1,0	1,0	1,0
Hoteles y restauración	9,0	10,0	11,0
Otros servicios	6,0	8,0	10,0
TOTAL GASTOS	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

- Como consecuencia de estas preferencias al consumo, en función de la tipología de hogar, la agrupación que finalmente adopte la población para su convivencia resultará determinante en la dinámica de crecimiento del consumo de las diferentes categorías de bienes. De hecho, en la tabla 6 del anexo estadístico, se recoge el nivel de gasto por tipología de producto y modalidad de hogar, para tres periodos, esto es para 2005-histórico y para 2010 y 2015-estimado, si bien se ha procedido a su agrupación por productos relativamente homogéneos a la hora de, exclusivamente, presentar los resultados.
- De la misma forma, las dinámicas de crecimiento, tabla 7 del anexo estadístico, se acomodan a una agregación de tipología de gasto que permite identificar de forma clara como la tipología de hogar genera no sólo perfiles diferentes en el gasto total realizado, sino también, en las trayectorias por tipo de producto.
- A partir de estos primeros resultados se procede a valorar la incidencia de cada uno de los factores que los ocasionan, admitiendo que el descenso demográfico limitará la extensión del gasto en 0,44 puntos porcentuales y esta reducción se

admite homogénea para todas las modalidades de hogar y tipo de producto. (ver tabla 8 del anexo estadístico)

- El efecto demográfico, que representa la distribución por categorías de hogar de la población prevista en 2015—adicional a su merma por efecto de los movimientos naturales de la población y/o la inmigración— se traduce en un componente que actúa en negativo sobre las dinámicas del consumo privado.
- De hecho se infiere que la reducción en el número de hogares que definen las familias numerosas, esto es de cinco o de seis o más miembros, resulta determinante para la merma de crecimiento estimada en los gastos de enseñanza y alimentación, aunque en todas las categorías de producto induce una reducción de su nivel. Esta circunstancia afectará, en mayor medida, por tanto, al sector de la alimentación y de bebidas y especialmente a los servicios educativos, al mismo tiempo que redundará en una pérdida de negocio potencial en el sector de la distribución comercial.
- Por el contrario, los cambios estimados en la distribución del gasto por tipo de producto, es decir, atendiendo a las preferencias del consumidor, anticipan actuaciones en positivo en todas las categorías de producto, aunque previsiblemente será en el grupo de gasto de otros bienes y servicios—directamente vinculados con el cuidado personal—, en salud, en comunicaciones y en esparcimiento donde se establezcan las aportaciones más dinámicas y, con ello, se estimule la actividad de los sectores definidos como otras actividades sociales y de servicios, la sanidad, las comunicaciones y la hostelería y la restauración.
- Con todo ello, del crecimiento previsto del consumo privado, del orden del 4,1% anual —expresado en términos nominales, por lo que una vez descontado el efecto precios representa un ascenso en torno al 2,0%—, tomarán partido todas las ramas de actividad, pero serán las empresas que prestan servicios las más aventajadas, en detrimento de otras, en su mayoría de carácter industrial —especialmente las integradas en la industria alimentaria y en textil—, junto con la construcción y la enseñanza, en las que las modificaciones en las modalidades de familia y en la distribución que éstas hacen de sus presupuestos justifican su deterioro.

BIBLIOGRAFÍA

ALCAIDE, C. (2004): “La importancia de conocer la inmigración”, *Economía Exterior*, nº 28, pp. 9-14

DELGADO, M. (2001): “Los indicadores demográficos como reflejo del cambio social”, en *Estructura y cambio social. Homenaje a Salustiano del Campo*, CIS, Madrid, pp. 139-150.

DÍEZ, N. (1997): “La estructura de los hogares españoles”, en PUYOL, R. (ed.), *Dinámica de la población en España. Cambios demográficos en el último cuarto del siglo XX*. Madrid, Síntesis, pp. 145-166.

GARRIDO, L., REQUENA, M. y TOHARIA, L. (2000): “La Encuesta de Población Activa desde la perspectiva de los hogares”, *Estadística Española*, nº 146, pp. 115-152.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2006-Actualidad): *Encuesta de Presupuestos Familiares, base 2006. Resumen Metodológico*, puede consultarse en la siguiente dirección <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4213/resmeto06.pdf>

Modelo de predicción Wharton-UAM (2011), elaborado por el equipo de Centro de Predicción Económica (CEPREDE)

VINUESA, J. (ed.) (1994): “Estructura y dinámica de los hogares”, en VINUESA, J. (ed.), *Demografía. Análisis y proyecciones*, Síntesis, Madrid, pp. 219- 236.

VVAA (2001): *Las claves demográficas del futuro de España*. Madrid, Fundación Cánovas del Castillo

ANEXO ESTADÍSTICO:

Tabla 5.

Hogar	Alimentos y bebidas no alcohólicas			Bebidas alcohólicas y tabaco			Vestido y calzado		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
H1	-2,4%	-1,8%	-0,7%	-0,9%	-0,5%	-0,1%	-0,8%	-1,1%	-1,0%
H2	1,1%	-0,1%	-0,5%	-0,3%	-0,2%	-0,1%	-0,5%	-0,6%	-0,7%
H3	-0,1%	0,3%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%
H4	-0,5%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,3%	0,7%	0,9%
H5	0,6%	1,0%	0,9%	0,4%	0,3%	0,2%	0,8%	0,8%	1,0%
H6 o más	2,1%	2,5%	3,5%	1,1%	0,8%	0,8%	0,0%	0,8%	1,2%
Hogar	Vivienda, agua y electricidad			Mobiliario y equipamiento del hogar			Salud		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
H1	14,2%	12,1%	8,8%	0,2%	0,3%	-0,5%	-0,2%	-0,3%	0,5%
H2	5,3%	2,9%	2,1%	0,1%	0,4%	0,5%	0,2%	0,4%	0,3%
H3	-1,3%	-2,1%	-1,9%	0,0%	-0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	-0,1%
H4	-3,7%	-4,6%	-4,4%	-0,1%	-0,3%	-0,2%	0,0%	-0,2%	-0,3%
H5	-6,7%	-5,6%	-4,7%	-0,3%	-0,3%	-0,2%	-0,3%	-0,4%	-0,8%
H6 o más	-8,3%	-7,6%	-6,8%	-0,3%	-0,6%	-0,5%	0,1%	0,1%	0,2%
Hogar	Transportes			Comunicaciones			Ocio, espectáculos y cultura		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
H1	-5,4%	-4,2%	-6,1%	-0,2%	-0,1%	-0,3%	-0,8%	-1,3%	-1,5%
H2	-2,6%	-1,1%	0,0%	-0,2%	-0,2%	-0,3%	-0,7%	-0,2%	0,0%
H3	1,0%	1,2%	1,6%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	-0,1%	-0,1%
H4	1,3%	1,2%	1,3%	0,0%	0,1%	0,3%	0,7%	0,8%	0,9%
H5	3,1%	2,1%	2,2%	0,3%	0,3%	0,5%	-0,2%	0,3%	0,4%
H6 o más	2,7%	1,7%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	-0,3%	-0,3%	-0,5%
Hogar	Enseñanza			Hoteles, cafés y restaurantes			Otros bienes y servicios		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
H1	-0,8%	-0,6%	-0,4%	-2,7%	-2,0%	-1,7%	-0,2%	-0,5%	2,9%
H2	-0,8%	-0,5%	-0,4%	-1,9%	-0,7%	-0,3%	0,2%	0,0%	-0,6%
H3	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	-0,5%
H4	0,7%	0,7%	0,6%	1,2%	1,2%	1,1%	-0,2%	0,0%	-0,4%
H5	0,5%	0,6%	0,6%	2,0%	1,0%	0,3%	-0,2%	-0,1%	-0,5%
H6 o más	0,4%	0,7%	0,8%	3,0%	1,2%	-0,1%	-0,5%	0,6%	1,2%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Evolución del gasto per capita (€)

Tipo de hogar		Alimentos y Bebidas	Textil y calzado	Vivienda y equipo hogar	Salud y enseñanza	Transportes y comunicaciones	Ocio, restauración y otros servicios	Gasto
2005	Individual	2.167	830	7.379	319	1.153	2.472	14.320
	Dos miembros	1.963	626	4.355	263	1.101	1.894	10.202
	Tres miembros	1.661	601	3.248	280	1.324	1.925	9.040
	Cuatro miembros	1.410	541	2.611	306	1.162	1.775	7.806
	Cinco miembros	1.308	498	2.019	226	1.141	1.508	6.700
	Seis o más	1.216	370	1.605	208	914	1.292	5.605
	PRODUCTO	1.594	572	3.216	278	1.174	1.812	8.646
2010	Individual	2.436	892	8.238	545	2.227	3.862	18.200
	Dos miembros	2.093	737	4.939	506	2.092	3.306	13.673
	Tres miembros	1.623	628	3.110	398	1.808	2.567	10.135
	Cuatro miembros	1.511	636	2.651	417	1.697	2.568	9.480
	Cinco miembros	1.291	516	2.056	314	1.452	2.009	7.639
	Seis o más	1.285	464	1.680	313	1.255	1.797	6.795
	PRODUCTO	1.713	658	3.608	428	1.820	2.749	10.975
2015	Individual	3.297	1.167	10.240	1.184	3.088	7.434	26.410
	Dos miembros	2.114	783	5.518	706	2.964	4.588	16.673
	Tres miembros	1.617	657	3.319	504	2.321	3.262	11.680
	Cuatro miembros	1.657	755	3.118	562	2.369	3.623	12.083
	Cinco miembros	991	439	1.749	291	1.427	1.961	6.859
	Seis o más	900	335	1.181	275	937	1.477	5.105
	PRODUCTO	1.795	724	4.091	593	2.429	3.817	13.448

Tabla 7. Dinámica del gasto per capita (% de crecimiento medio anual y €)

Tipo de hogar	Alimentos y Bebidas	Textil y calzado	Vivienda y equipo hogar	Salud y enseñanza	Transportes y comunicaciones	Ocio, restauración y otros servicios	Total	Gasto medio per capita (€)		
								2005	2010	
CTO 2010/2005	Individual	2,4	1,5	2,2	11,3	14,1	9,3	4,9	14.320	18.200
	Dos miembros	1,3	3,3	2,5	14,0	13,7	11,8	6,0	10.202	13.673
	Tres miembros	-0,5	0,9	-0,9	7,3	6,4	5,9	2,3	9.040	10.135
	Cuatro miembros	1,4	3,3	0,3	6,4	7,9	7,7	4,0	7.806	9.480
	Cinco miembros	-0,3	0,7	0,4	6,8	4,9	5,9	2,7	6.700	7.639
	Seis o más	1,1	4,7	0,9	8,6	6,5	6,8	3,9	5.605	6.795
	TOTAL PRODUCTO	1,5	2,8	2,3	9,0	9,2	8,7	4,9	8.646	10.975
CTO 2015/2010	Individual	6,2	5,5	4,4	16,8	6,8	14,0	7,7	18.200	26.410
	Dos miembros	0,2	1,2	2,2	6,9	7,2	6,8	4,0	13.673	16.673
	Tres miembros	-0,1	0,9	1,3	4,8	5,1	4,9	2,9	10.135	11.680
	Cuatro miembros	1,9	3,5	3,3	6,1	6,9	7,1	5,0	9.480	12.083
	Cinco miembros	-5,2	-3,2	-3,2	-1,5	-0,3	-0,5	-2,1	7.639	6.859
	Seis o más	-6,9	-6,3	-6,8	-2,6	-5,7	-3,9	-5,6	6.795	5.105
	TOTAL PRODUCTO	0,9	1,9	2,5	6,7	5,9	6,8	4,1	10.975	13.448

Tabla 8: Dinámica de crecimiento por tipo de producto y origen

DINÁMICAS DE CRECIMIENTO POR TIPO DE PRODUCTO Y ORIGEN				
	SECTORES	Crecimiento Total	Origen del Crecimiento	
			Cambios demográficos = -0,44%	Alimentos y bebidas no alcohólicas
		Composición de hogares		-0,63%
		Efecto combinado		0,07%
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,1%	Distribución del gasto		1,96%
		Composición de hogares		-0,49%
		Efecto combinado		0,09%
Artículos de vestir y calzado	1,5%	Distribución del gasto	2,36%	
		Composición de hogares	-0,43%	
		Efecto combinado	0,00%	
Vivienda, agua, electricidad	1,6%	Distribución del gasto	2,22%	
		Composición de hogares	-0,20%	
		Efecto combinado	0,03%	
Mobiliario y equipamiento del hogar	4,5%	Distribución del gasto	5,19%	
		Composición de hogares	-0,24%	
		Efecto combinado	-0,01%	
Salud	7,6%	Distribución del gasto	8,27%	
		Composición de hogares	-0,22%	
		Efecto combinado	-0,02%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 (Continuación)

DINÁMICAS DE CRECIMIENTO POR TIPO DE PRODUCTO Y ORIGEN				
SECTORES		Crecimiento Total	Origen del crecimiento	
Cambios demográficos = -0,44%	Transportes	5,1%	Distribución del gasto	5,91%
			Composición de hogares	-0,33%
			Efecto combinado	-0,02%
	Comunicaciones	7,0%	Distribución del gasto	7,77%
			Composición de hogares	-0,28%
			Efecto combinado	-0,07%
	Ocio, espectáculos y cultura	5,5%	Distribución del gasto	6,31%
			Composición de hogares	-0,30%
			Efecto combinado	-0,04%
	Enseñanza	1,0%	Distribución del gasto	2,41%
			Composición de hogares	-1,01%
			Efecto combinado	0,03%
Hoteles, restaurantes y cafés	5,4%	Distribución del gasto	6,15%	
		Composición de hogares	-0,33%	
		Efecto combinado	-0,01%	
Otros bienes y servicios	8,1%	Distribución del gasto	8,87%	
		Composición de hogares	-0,25%	
		Efecto combinado	-0,04%	

Fuente: Elaboración propia