

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/819/>

## ESTUDIO SOBRE LA NATURALEZA DEL GASTO DE LOS ESPAÑOLES

Europa Press

13 de febrero de 2004

Los consumidores españoles gastan más de medio millón de euros por minuto y los sectores que más incrementan las ventas son el transporte, el ocio y las telecomunicaciones, que durante la década de 1990 a 2000 aumentaron un 145 por ciento.

Un estudio sobre 'La naturaleza del gasto' de los profesores del IESE José Luis Nueno y Julián Villanueva indica que el incremento medio del consumo en España en la década de los 90 fue del 43,1 por ciento y sectores básicos como la alimentación y el vestido crecieron "poco", alrededor del 5 por ciento.

Según el informe, los consumidores españoles gastaron 251.259 millones de euros en 2000, lo que representa 478.042 euros por minuto.

Con los incrementos de los últimos tres años, cada minuto gastan más de medio millón de euros y en los próximos años los nacidos entre 1960 y 1975, época del 'baby boom' en España, marcarán en buena medida el comportamiento de la economía del país.

En la década de los 90 se crearon 1,3 millones de hogares, lo que implica "dinamización económica por el incremento del consumo, pero a la vez se produjo la caída de la natalidad y afloró el envejecimiento de la población".

"De seguir así la pauta actual, en el año 2050 España será el país más envejecido del mundo, con una edad media de la población de 55,2 años, lo que derivará también una caída económica dado que uno de los efectos del envejecimiento es la deflación", explica el estudio.

En la actualidad, la suma de alimentación y textil supone el 25 por ciento de los gastos totales de las familias, diez puntos menos que en 1990.

El transporte y la vivienda capturan diez puntos porcentuales de ese gasto, resultado de la compra de viviendas y la mayor necesidad de motorización en hogares con dos miembros ocupados.

### **COSMETICA.**

El estudio argumenta que los productos de cosmética están en auge debido a la incorporación masiva de la mujer al trabajo, la mayor independencia económica de la mujer y "la lucha por disimular el paso de los años".

Las familias que más gastan son las que tienen hijos adolescentes o mayores no emancipados, seguidas de las que tienen hijos menores.

El aumento de los hogares monoparentales y de las personas que viven solas influye en las nuevas pautas de consumo, destacando el recurso cada vez mayor a productos que se consumen sentados en el sofá ante el televisor.

Los inmigrantes centran su gasto en alimentación y vivienda y "habrá que esperar el cambio a la segunda generación, sin remesas a ascendientes o descendientes en origen, en que sus hijos seguirán las formas de vida de los españoles nativos".

Por el momento, el comercio electrónico sigue siendo residual entre los españoles y el estudio apunta que "el 80 por ciento de las cestas de la compra alimentarias realizadas por Internet son grandes o extravagantes".