



## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente capítulo no es otro que el de mostrar y caracterizar los hábitos y modelo de consumo de los habitantes del Municipio de Villamartín.

La preocupación por el efecto negativo que se produce sobre el medio ambiente como consecuencia de una mala gestión de los recursos naturales por una sociedad presa del consumismo en exceso, justifica la introducción de este capítulo dentro de la realización de un Diagnóstico Ambiental Municipal.

De este modo se intenta cambiar el modelo de consumo del usar y tirar por otro más respetuoso con el entorno y más sostenible, en el que los valores que primen sean los de conservar, revalorizar y reutilizar los productos.

En el desarrollo de este capítulo analizaremos cuales son los factores que determinan un modelo de consumo y las variables que están directamente relacionados con el mismo: riqueza, renta y gasto.

### CAPÍTULO 15: HÁBITOS DE CONSUMO



## 2. CARACTERIZACIÓN DEL MODELO DE CONSUMO

Este primer apartado tiene por objeto la caracterización de las principales variables que definen el consumo en un determinado territorio.

Entre estas variables se encuentra en primer lugar las dimensiones de la población de la zona, por cuanto a mayor densidad de población mayor impacto sobre el territorio.

Dado a que esta variable ya ha sido estudiada en un capítulo anterior, no haremos más referencia a la misma.

Otro de los factores claves en un modelo de consumo es el tecnológico, la utilización de la tecnología más o menos respetuosa con el medio ambiente influye de manera directa en la insostenibilidad de una sociedad.

Y un último factor importante es el relativo al consumo medio de una población.

## 3. RIQUEZA Y CONSUMO

La riqueza de un territorio no sólo describe una realidad económica sino también la dotación de recursos y las diferencias en el acceso a los bienes y servicios.

Igualmente, la renta familiar disponible permite aproximarnos al ingreso de los hogares y a su capacidad de gasto y ahorro.

Así los elementos que caracterizan el consumo familiar andaluz a partir de la renta familiar disponible definen un modelo creciente y estable en los últimos años, tal como reflejan los datos del Instituto de Estadística de Andalucía.

Tabla 1: Gasto medio de los hogares y personas según grupo de gasto. Año 2002.

	ANDALUCÍA			
	Gasto medio por hogar (€)		Gasto medio por persona(€)	
	Año 2001	Año 2002	Año 2001	Año 2002
Alimentos y bebidas no alcohólicas	3644	3830,93	1100	1171,18
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	526	543,29	159	166,09
Artículos de vestir y calzado	1569	1561,93	474	477,51
Vivienda, agua, electricidad y otros	5837	6081,46	1763	1859,21



combustibles				
Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda	1034	1060,92	312	324,34
Salud	436	452,02	132	138,19
Transporte	2506	2416,09	757	738,64
Comunicaciones	419	462,44	127	141,38
Ocio, espectáculo y cultura	1076	993,06	325	303,60
Enseñanza	193	209,85	58	64,15
Hoteles, cafés y restaurantes	1744	1813,09	527	554,29
Otros bienes y	1061	1086,79	320	332,25



Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía

Del análisis de la tabla 1 se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Tres partidas sobresalen sobre las demás; Alimentos y bebidas no alcohólicas; vivienda, agua, electricidad y otros combustibles; y transportes
- También destacan hoteles, cafés y restaurantes; y artículos de vestir y calzado

Si comparamos estos datos de ámbito autonómico con los generados a nivel estatal, se puede apreciar que existe una importante equiparación en las tendencias de consumo en ambos ámbitos.

En la siguiente tabla se encuentra recogido el gasto medio por hogar y los gastos totales en Andalucía de los tres últimos años.

Tabla 2: Gasto de consumo de los hogares de los últimos tres años

	ANDALUCÍA	
	Gastos totales (miles de euros)	Gastos medios por hogares (euros)



		Aliment o, bebidas <sup>1</sup> y tabaco	Resto de gastos	Total	Aliment o, bebidas y tabaco	Resto de gastos	Total
Año 2002	I	14481,7	57805,3	72287	1053,7	5259,5	5259,5
	II	14721,3	56075	70796,4	1071,7	5153,7	5153,7
	III	14963,2	57187	72150,2	1080,1	5207,9	5207,9
	IV	16141,6	58677,3	74818,9	1150,13	5331,03	5331
Año 2003	I	15368,7	59299,7	74668,5	1092,3	4214,5	5306,7
	II	15800,8	59032,1	74832,9	1120,2	4185,1	5305,4
	III	15961,5	61802	77763,5	1125,2	4356,9	5482,2
	IV	16937	60765,9	77702,9	1177,2	4223,4	5400,6
Año	I	16047,8	64400,5	80448,4	1110,1	4455,1	5565,2

<sup>1</sup> Sólo incluye alimentos y bebidas consumidos dentro del hogar

2004	II	16250	64213,8	80463,8	1128,3	4458,6	5586,9
	III <sup>2</sup>	16464,8	66998,3	83463,1	1132,9	4609,8	5742,6

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía

Como se puede observar en la anterior tabla el gasto total y por hogares ha ido aumentando en los últimos años. Algo que es importante comentar es que desde el año 2002 al 2004 los gastos medios por hogares en alimento, bebidas y tabaco han ido aumentando mientras que el del resto de gastos han disminuido.

#### 4. EL MODELO DE CONSUMO DE VILLAMARTÍN

La comunidad Autónoma de Andalucía, según los datos que aporta el Instituto de Estadística de Andalucía presenta un gasto medio por familia y persona de 20511,86 y 6270,85 euros respectivamente durante el año 2002.

La asignación de estos gastos a nivel municipal se recoge en el Anuario comercial de España publicado por la Caixa, el cual utiliza una metodología basada en la agrupación de los Municipios en seis niveles en función del número de habitantes y de si es o no capital de provincia.

<sup>2</sup> Datos provisionales



En función de esta agrupación, Villamartín como Municipio con una población comprendida entre los 10000 y 20000 habitantes tiene el siguiente gasto medio por hogar y persona.

Tabla 3: Gasto por hogar y persona en Villamartín

Villamartín		
Año	Gasto por hogar (€)	Gasto por persona (€)
1998	12989	3584
1999	13633	3974
2000	16417	4719
2001	17303	5236

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía

El gasto medio por persona viene determinado por la renta familiar disponible por habitante o renta familiar. Ésta puede definirse como el total de ingresos procedentes del trabajo, más la rentas de capital, prestaciones sociales y transferencias, menos los impuestos indirectos pagados por las familias y las cuotas pagadas a la seguridad social.

Si comparamos ambos parámetros se puede determinar aproximadamente el nivel de ahorro y gastos de las economías domésticas del Municipio.

## 5. EL CONSUMO EN LAS GRANDES SUPERFICIES

La importancia del sector servicios contribuye de forma indiscutible al crecimiento económico por su aportación al VAB.

Dentro de este sector, la participación del consumo en las grandes superficies e hipermercados sobre el total del consumo privado es cada vez más elevada tanto en Andalucía como en España.

Un estudio de esta evolución nos lo facilita el Instituto de Estadística de Andalucía que establece que el índice de ventas en grandes superficies de Andalucía en el último año es;

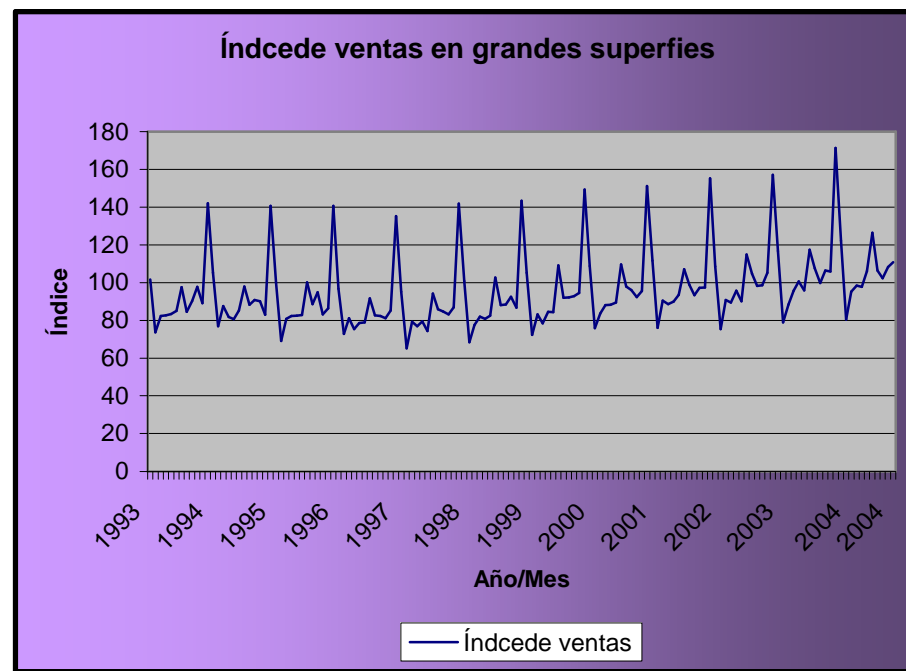
AÑO	MES	ÍNDICE
2004	Enero	122,18
	Febrero	80,45
	Marzo	95,24
	Abril	98,42



	Mayo	97,86
	Junio	106,05
	Julio	126,56
	Agosto	106,47
	Septiembre	102,43
	Octubre	108,3
	Noviembre	110,87

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía

Gráfico1: Índice de ventas en grande superficies en Andalucía. Datos promedio de 1993 a 2004



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la tabla

En cuanto a los hábitos de consumo, el índice de ventas en estas superficies sigue las oscilaciones propias de la sociedad de consumo actual, con un aumento en



diciembre y en enero y un descenso en febrero, estabilizándose posteriormente en los meses de julio y agosto.

En el municipio de Villamartín existen actualmente las siguientes grandes superficies:

- Mercadota
- Lidl
- Plus