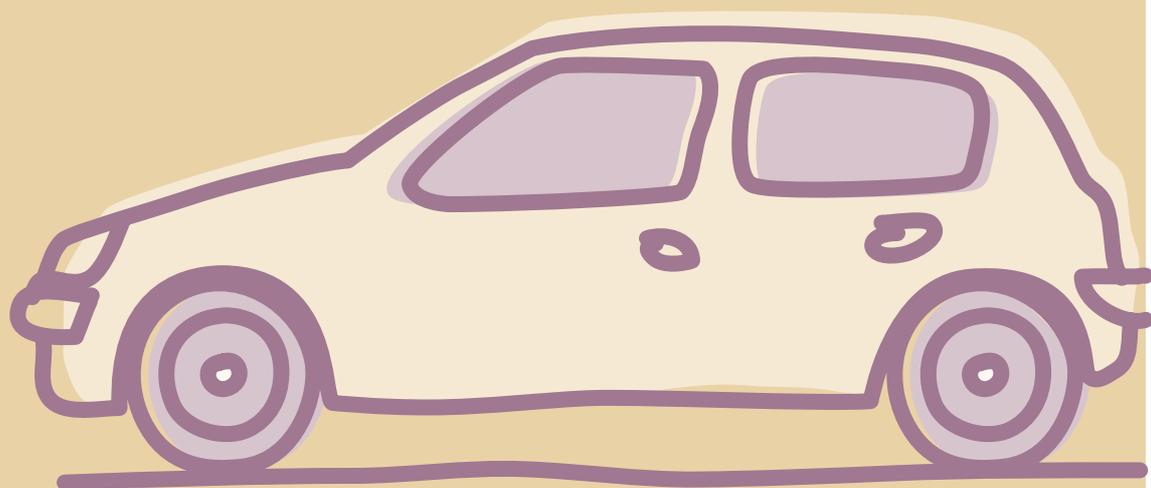


Situación Consumo

Servicio de Estudios Económicos

Abril 2005



Sostenido crecimiento del consumo de los hogares por encima del PIB
Financiación al consumo: a buen ritmo aunque algo desacelerada
Ventas de turismos: a 2005 le pesará el 2004
Gasto en automóvil: por encima de Europa en los próximos años

Presentación

Con este primer número de *Situación Consumo* el Servicio de Estudios Económicos del BBVA inaugura una nueva línea de análisis dedicada a profundizar en las tendencias del sector de bienes de consumo duradero y de la distribución comercial. Esta publicación se enmarca en la nueva etapa del Servicio de Estudios y en la reciente renovación de su línea de publicaciones.

El consumo de los hogares es el componente del gasto destinado a satisfacer una necesidad individual o colectiva de los miembros del hogar y que se obtiene mediante una contraprestación monetaria. Desde la perspectiva de la demanda, el consumo es el componente de mayor peso en el PIB, el 58% del total en el promedio del último quinquenio en España. Por ello, su análisis resulta determinante para el diagnóstico de la situación y perspectivas de la economía.

Adicionalmente, desde la perspectiva de una entidad financiera líder como BBVA, la mejor comprensión de los factores que inciden sobre el mundo de la financiación al consumo resulta clave para adecuarse a las necesidades de los clientes, así como para anticipar los futuros desarrollos en este ámbito.

Por tanto, el objetivo de esta revista es contribuir al conocimiento de la realidad del consumo en España desde los enfoques macroeconómico, microeconómico y financiero. Para ello, esta publicación abordará de manera regular la situación coyuntural del consumo privado agregado, así como su composición. Así, se analizarán las grandes tendencias en los sectores del automóvil, el mobiliario, los electrodomésticos de línea blanca, los de línea marrón y la informática. A continuación, se pasará revista a aspectos relacionados con la evolución de la financiación al consumo en sus distintos componentes.

Finalmente, la sección *En Perspectiva* se dedicará al análisis estructural de algún aspecto destacado que esté relacionado con el consumo de los hogares. Asimismo, a lo largo de las distintas secciones, se presentarán diferentes recuadros en los que se profundizará en cuestiones de carácter más específico.

Agradecemos a BBVA FINANZIA, la Unidad del Grupo BBVA especializada en Financiación al Consumo, la activa participación que ha tenido en la elaboración de esta primera publicación. Igualmente queremos agradecer las aportaciones recibidas de clientes de BBVA FINANZIA y de asociaciones del sector del automóvil.

Esta publicación, que tendrá una periodicidad semestral, podrá consultarse en la web del Grupo BBVA.

Índice

Fecha de cierre: 18 de marzo de 2005

1	Editorial	2
2	Entorno Económico	3
3	Coyuntura de los bienes de consumo duradero	5
	Recuadro 1: "2004, un año record para el Plan Prever"	11
4	Financiación al consumo	14
	Recuadro 2: "El EFCA: esfuerzo familiar para la compra financiada de automóvil"	16
	Recuadro 3: "Hábitos de consumo de bienes duraderos de las familias españolas"	18
5	En Perspectiva: ¿Pueden las ventas de automóviles seguir creciendo por encima de Europa?	19

Han elaborado esta publicación:

Carmen Hernansanz	34 91 374 61 22	carmen.hernan@grupobbva.com
Julián Cubero	34 91 537 36 72	jcubero@grupobbva.com
Ignacio San Martín	34 91 537 48 90	jisanmartin@grupobbva.com
Tomás Riestra	34 91 537 35 88	riestra.giner@grupobbva.com

Consejo de Redacción:

José Luis Escrivá, Carmen Hernansanz, Luis Martín Valencia, José Manuel Oliver, Cristina de Parias

1. Editorial

El aumento de la renta disponible propiciado por la buena coyuntura del mercado laboral, junto con el incremento de la riqueza inmobiliaria y financiera y unos bajos tipos de interés fueron los soportes del dinamismo del consumo familiar, que mostró en 2004 su mayor crecimiento desde el año 2000, el 3,5% en términos reales. El cambio de tendencia previsto en los tipos de interés reales y la moderación del efecto de la riqueza inmobiliaria llevan a pronosticar una ligera desaceleración del consumo de los hogares hasta el 3,3% en 2005 y el 3,0% en 2006.

En este contexto, las ventas de automóviles experimentaron un año récord en 2004. Particularmente intenso fue el crecimiento de las compras de empresas como resultado del fuerte desarrollo del *renting*. La coyuntura económica y factores específicos, como el nuevo Plan Prever o los descuentos, incidieron en este comportamiento que también parece haberse extendido al segmento del vehículo de ocasión. Aunque los fundamentos son favorables para el año 2005, repetir la cifra de ventas en 2004 es, a priori, un reto difícil. En los dos primeros meses del año, el ritmo de crecimiento de las matriculaciones se desaceleró hasta el 2,8%, aunque en términos de volumen se han seguido observando máximos históricos.

En la sección *En Perspectiva*, se analizan los factores que pueden contribuir a que España siga mostrando en los próximos años un crecimiento de las ventas de automóviles superior al de Europa. La convergencia real con estos países, los notables cambios socio-demográficos (aumento de la inmigración, incorporación de la mujer al mercado laboral y preferencia por vivienda en áreas residenciales) y unas condiciones financieras menos restrictivas que a mediados de los noventa, sientan las bases para que el mercado español pueda seguir creciendo por encima del europeo durante los próximos cinco o siete años. Más allá de este período de convergencia, si se cifra como techo del gasto per cápita en automóvil el nivel observado actualmente en las principales economías europeas, la mera renovación del parque situaría el tamaño de las ventas de vehículo nuevo en los 1,3-1,4 millones.

En lo que respecta al consumo de otros bienes duraderos, 2004 fue un ejercicio positivo en el que el sector del mueble confirmó su salida de la crisis de comienzos de la década. Las ventas de electrodomésticos de línea blanca mostraron un notable crecimiento a pesar de la madurez de este sector. En este sentido, el hecho de que en 2005 se vaya a alcanzar un nuevo máximo en el número de viviendas terminadas en España, favorecerá la demanda por motivo renovación de mobiliario y línea blanca.

Similares tendencias de ventas se apreciaron en la línea marrón y la informática del hogar. En este caso se detecta, por una parte, un aumento derivado de la mayor penetración de productos como los DVDs (presentes en el 46% de los hogares) y los ordenadores de sobremesa (48%). No obstante, por otro lado, se aprecia un incremento de las ventas derivado del desplazamiento de la demanda de bienes con una elevada penetración hacia gamas más altas. A este último fenómeno ha contribuido el descenso de precios mostrado por el sector de imagen y sonido, fruto de sus cada vez mayores similitudes con las tecnologías de la información.

En 2004 la reducción de los tipos de interés propició un aumento de cuatro décimas en el consumo financiado que se elevó al 8,7% del gasto familiar. Cabe destacar que el mayor crecimiento se produjo en las operaciones de corto plazo, lo que apuntaría a que las familias están financiando en mayor medida su gasto corriente y compras de bienes duraderos de pequeño valor. Ello indica un mejor aprovechamiento de la infraestructura de terminales de pago, muy superior a la europea pero con un volumen de transacciones menor. La ligera desaceleración que se prevé en el consumo privado podría llevar a una leve ralentización en los ritmos de crecimiento de la financiación al consumo en 2005.

2. Entorno económico

Entorno exterior de la economía española

El entorno exterior en el que se desenvolverá la economía española en 2005 y 2006 continuará siendo relativamente dinámico. Así, el comercio mundial mantendrá tasas de crecimiento superiores a su promedio histórico, aunque inferiores a las de 2004, y el área más relevante para la economía española, el resto de la Unión Económica y Monetaria (UEM), irá ganando dinamismo paulatinamente, creciendo el 1,9% y 2,4% en 2005 y 2006. En cuanto al tipo de cambio del euro, se mantendrá en 2005 y 2006 relativamente estable y apreciado respecto a sus niveles de años anteriores. Finalmente, aunque las perspectivas de precio del petróleo se han incrementado, los niveles actuales, superiores a 50 dólares por barril de Brent, se moderarán hasta cifras próximas a 40 dólares de promedio en el horizonte de previsión. En este entorno globalmente favorable para la economía española, el nuevo repunte de los precios del crudo hasta máximos históricos en términos nominales se presenta como el factor de riesgo más relevante, más si se considera que España ha venido registrando en los últimos años un uso cada vez más intensivo de esta materia prima.

El área del euro ha visto frenado su crecimiento por el estancamiento de la demanda interna, especialmente del consumo de los hogares dada la paralización del empleo y la renta disponible de las familias. En 2005 se consolidará la expansión de la inversión como resultado del intenso ajuste de deuda realizado por las empresas, unido a un coste de la financiación muy favorable y la mejora registrada en los beneficios. Con ello se ampliará el proceso expansivo que impulsará finalmente el empleo y la renta de unos hogares, que tienen además una situación financiera relativamente saneada y un poder de compra favorecido por las bajas tasas de inflación. Finalmente, la ausencia de presiones inflacionistas y el carácter gradual de la recuperación, retrasan y moderan las subidas de tipos de interés en Europa, que no se producirán hasta el final de 2005. Con ello, las condiciones financieras de la economía española seguirán siendo particularmente expansivas.

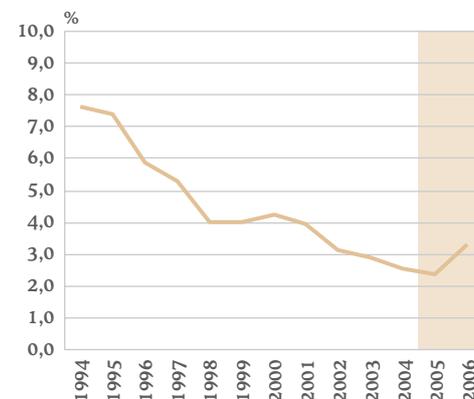
España, demanda interna y apoyo exterior

La economía española acelerará su crecimiento hasta el 3,0% y 2,8% respectivamente en 2005 y 2006 dado el impulso del fortalecimiento de la expansión cíclica en la UEM y el sostenido soporte de la renta y la riqueza de los hogares españoles. La consolidación de la expansión en el área del euro creará un clima más proclive para la mejora de la demanda, impulsando la inversión de bienes de equipo e incrementando las exportaciones. Respecto a la demanda interna, se mantendrá el impulso que al gasto en consumo y construcción residencial proporciona la evolución de la renta y la riqueza de las familias y los históricamente bajos niveles de los tipos de interés¹.

¹ Para el detalle de la evolución y perspectivas del consumo, ver el apartado 3 de la publicación.

Gráfico 2.1.

Coste real de uso del capital

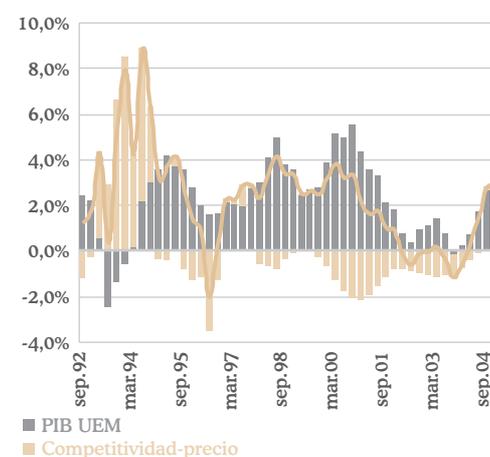


Fuente: BBVA

Gráfico 2.2.

Exportaciones de bienes españoles a la UEM

Contribuciones al crecimiento anual



Fuente: BBVA, crecimiento sin inercia

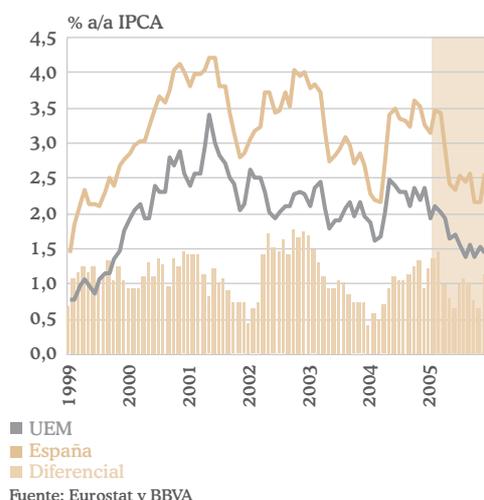
Cuadro 2.1.

Escenario	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Comercio mundial (import bienes)	-0,2	4,4	6,7	6,1	5,6	5,6
PIB Zona Euro	1,6	0,9	0,5	1,8	1,9	2,4
Tipo de cambio: \$ / €	0,90	0,94	1,13	1,24	1,32	1,32
TCER España (% a/a)	2,6	2,8	4,7	0,6	1,4	0,0
Precio del barril de Brent	24,9	25,0	28,5	37,8	41,3	36,3
Brent en euros	27,8	26,5	25,2	30,4	31,3	27,5
Tipo de interés BCE (fin periodo)	3,25	2,84	2,00	2,00	2,50	3,75
T. interés 10 años (fin periodo)	4,99	4,41	4,33	3,59	4,40	5,10

Fuente: BBVA

Gráfico 2.3.

Inflación



La inversión en equipo consolidó a lo largo de 2004 una expansión que ha situado su crecimiento medio en el 4,9%, el mayor desde 2000. Al igual que en el conjunto de la UEM, las perspectivas futuras de un mayor crecimiento de la inversión en España se fundamentan en el bajo coste del capital y en unas ratios de rentabilidad empresarial en continua mejora. Así el coste real de uso del capital registrará en 2005-06 sus niveles más bajos de los últimos 20 años y el resultado económico bruto de las empresas españolas registró en 2004 sus mayores aumentos desde 2000.

En cuanto a las exportaciones españolas, entre 2001 y 2003 se vieron mermadas en mayor medida por el menor crecimiento de sus mercados exteriores que por el freno de la competitividad, que continuó deteriorándose, aunque menos intensamente que en periodos precedentes dada la evolución del Tipo de Cambio Efectivo Real (TCER). Por ello, la consolidación de la expansión cíclica en la UEM permitirá la aceleración de las ventas españolas de bienes al exterior así como la recuperación de los ingresos turísticos.

A la vez, los sostenidos crecimientos de la demanda interna por encima del 4% en 2004 y 2005, así como las pérdidas de competitividad acumuladas mantendrán el crecimiento de las importaciones entre el 8% y el 9% en 2005 y 2006. En esta situación, el déficit por cuenta corriente de la balanza de pagos alcanzó en 2004 el 5% del PIB, siendo previsible que en 2005 y 2006 se mantengan ratios muy próximos al registro de 2004.

Inflación a la baja, diferencial con la UEM estable

La inflación medida por la tasa de variación del IPC registró en 2004 un crecimiento promedio del 3,0%, igual que en 2003. En 2005 y 2006 la inflación española caerá hasta el 2,7% y 2,5%, mientras que el diferencial de inflación con el conjunto de la UEM se mantendrá en el entorno de un punto porcentual, ligeramente por debajo del promedio registrado en los últimos seis años (1,1%). La inflación oscilará entre el 3,0% y el 3,4% en el primer cuatrimestre de 2005, cayendo a partir de entonces y hasta final de año hasta el rango 2,2%-2,6% en línea con la reducción esperada de los precios del crudo en euros. Además, la acumulación de un *output gap* negativo entre 2002 y 2004 limitará el efecto alcista sobre los precios de las tensiones de demanda.

En lo que se refiere al crecimiento de los costes internos, se prevé que no se produzcan incrementos salariales negociados superiores a los últimos registrados (2,7% en los Convenios negociados hasta enero de 2005, tres décimas menos que en 2004), aunque sí que se activarán las cláusulas de salvaguarda del poder adquisitivo, generalizadas en la negociación colectiva en los últimos años y que mantendrán su vigencia en 2005.

Cuadro 2.2. España

(Variación anual %)	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Gasto en consumo final	3,0	3,1	3,1	3,8	3,7	3,0
Consumo Privado	2,8	2,9	2,9	3,5	3,3	3,0
Consumo Público	3,5	4,1	3,9	4,9	4,8	3,0
Formación bruta capital fijo	3,0	1,7	3,2	4,6	5,9	4,8
Bienes de equipo	0,4	-2,6	1,7	4,9	7,5	7,0
Construcción	5,3	5,2	4,3	4,4	4,6	3,0
Var. existencias (*)	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0
Demanda nacional (*)	3,0	2,9	3,3	4,4	4,4	3,6
Export. bienes y servicios	3,6	1,2	2,6	4,5	6,0	7,0
Import. bienes y servicios	3,9	3,1	4,8	9,0	9,2	8,0
Saldo exterior neto (*)	-0,2	-0,6	-0,8	-1,7	-1,5	-0,8
Producto Interior Bruto a p. m.	2,8	2,2	2,5	2,7	3,0	2,8

(*) Contribución al crecimiento

Fuente: BBVA

3. Coyuntura de los bienes de consumo duradero

3.1. Evolución y perspectivas del consumo familiar

Evolución reciente del consumo

El volumen de gasto en consumo de los hogares creció el 3,5% en 2004, con un perfil estable a lo largo del año. En precios corrientes, el total del gasto de las familias superó los 450.000 millones de euros, con un crecimiento del 6,6% respecto a 2003. Esta evolución supuso que el consumo de los hogares haya seguido contribuyendo positivamente al diferencial de crecimiento de España con el conjunto de la UEM.

La aceleración del volumen del consumo en 2004 se ha visto acompañada por un sentimiento más favorable de los hogares, como refleja el indicador de confianza de los consumidores, que mostró un mayor nivel de respuestas positivas a medida que avanzó 2004. El relativo optimismo de los hogares se apoya tanto en las positivas perspectivas que tienen tanto de la economía general como de su propia situación, que ha mejorado paulatinamente a medida que avanzó el año. Sin embargo, también se aprecia un creciente pesimismo sobre la conveniencia de realizar compras de bienes de consumo duradero.

El tono positivo del gasto de los hogares se ha reflejado en el volumen de ventas del comercio, que avanzó a una tasa media del 5,5% en 2004, dos décimas por debajo de la tasa del año precedente. En 2004, las ventas minoristas mejoraron tanto en el segmento de la alimentación (4,3% anual) como, en mayor medida, en el de componente no alimenticio, con una tasa de crecimiento del 6,3%.

En el segmento de la alimentación, durante 2004, tanto el pequeño comercio como las grandes superficies vieron incrementar su volumen de ventas a ritmos del entorno del 4,3% el primero y del 4,6% las segundas de media anual, mostrando un perfil trimestral creciente desde mediados de año. Este aumento del gasto en alimentación en España fue motivado, en parte, por el aumento de los precios de consumo y, por otra parte, por un incremento en el número de hogares que residen en España.

Así, la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) pone de manifiesto que el gasto en alimentación, bebidas y tabaco alcanzó, en precios corrientes, un importe medio trimestral de 1.125 euros por hogar en los tres primeros trimestres de 2004, lo que supuso un avance interanual del 1%. Sin embargo, descontando la inflación, el gasto en alimentos por hogar fue un 3,2% inferior al gasto efectuado un año antes. Esta rúbrica ha continuado perdiendo importancia en la composición de la cesta de la compra de los hogares españoles suponiendo, en la actualidad, el 19% del gasto total mientras que cuatro años antes este porcentaje era del 21,5%.

En términos de Contabilidad Nacional, la última información disponible, correspondiente a 2003, muestra que las partidas que recogen el gasto de las familias en alimentos y bebidas junto con las de hoteles, restaurantes y bares acaparaban casi el 40% del total. Los gastos en salud y educación, cuyos pesos en el total se han mostrado muy estables a lo largo del tiempo, junto con el gasto en comunicaciones, creciente en estos últimos años, suponían el 9% del total del gasto de los hogares. El gasto en ropa, calzado, ocio y cultura superaba el 23% del total, mostrándose relativamente estable en la última década. A estas partidas hay que añadir las relacionadas con la vivienda, que supusie-

Gráfico 3.1.
Consumo de los hogares
Indicador de confianza y variación (%)

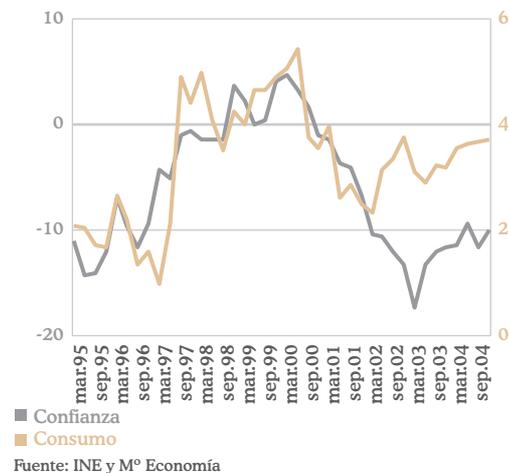


Gráfico 3.2.
Comercio. Encuesta de coyuntura
Ventas al por menor. Variación anual (%)

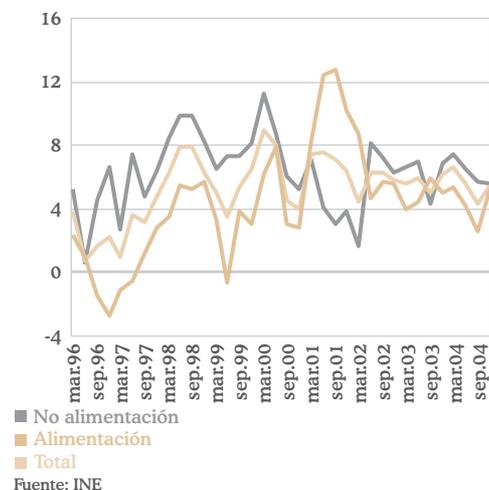


Gráfico 3.3.
Ventas comerciales. No alimentación
Tasas de variación anual (%)

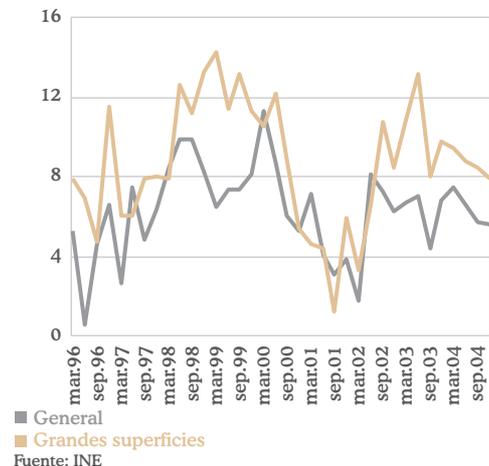


Gráfico 3.4.
Consumo e indicador sintético

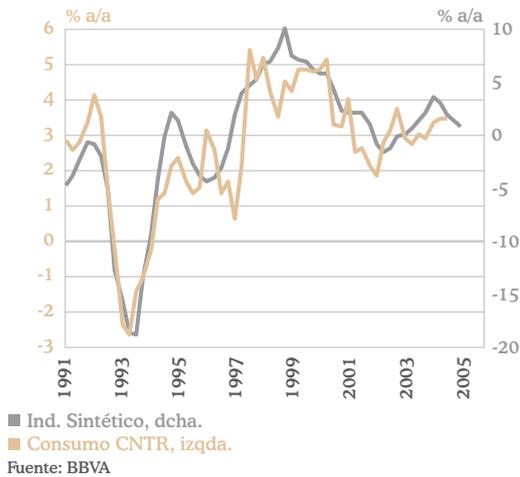


Gráfico 3.5.
Crecimiento, renta real y ahorro de los hogares

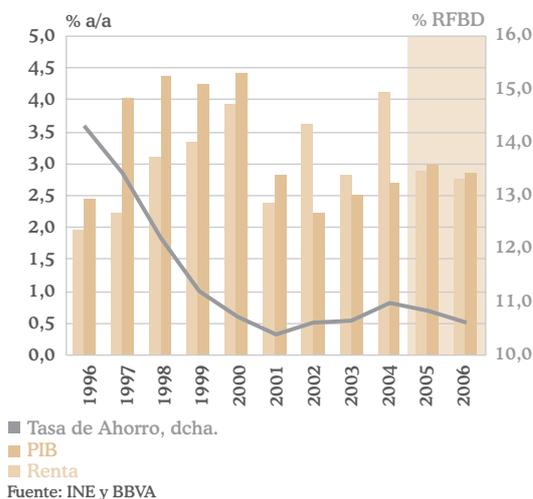
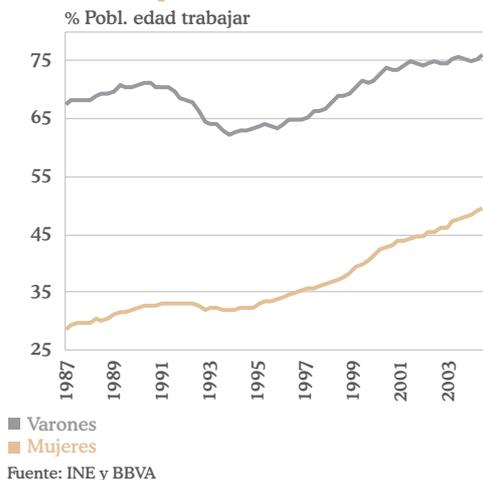


Gráfico 3.6.
Tasa de empleo



Cuadro 3.1.

	Total	Espanoles	Extranjeros
Promedio 1999-03	Población		
Tasa de Actividad (*)	53,6	53,2	71,4
Tasa de Empleo (*)	46,9	46,6	60,9
Tasa de Paro	12,6	12,5	14,6

(*) Respecto a los mayores de 16 años
Fuente: FMI y BBVA

ron en 2003 algo más del 21% del total del gasto, un punto por debajo de su peso en 1995. Por último, el gasto en transporte suponía algo más del 13% del gasto, a lo que hay que descontar el 6% del consumo realizado por los residentes en España.

Continuando la tendencia iniciada con la llegada del euro, en el segmento de la no alimentación, que aumentó por encima del gasto en alimentación en 2004, los mayores avances de los volúmenes de ventas se produjeron en el canal de las grandes superficies, con un incremento interanual del 8,6%, frente al aumento del 6,3% del conjunto del comercio.

Según señala la ECPF, los hogares destinaron una media de 4.500 euros al trimestre al gasto en productos y servicios distintos de la alimentación y las bebidas en 2004, con un crecimiento interanual del 6%. Este incremento del gasto total de los hogares en el segmento se produjo, en primer lugar, por el aumento de los precios de estos productos; en segundo lugar, por el mayor consumo de este tipo de bienes y servicios por parte de cada hogar y, por último, por la importante incorporación de nuevos hogares a la economía española.

Finalmente, según la información coyuntural más reciente sintetizada en el Indicador de Consumo elaborado por el Servicio de Estudios Económicos de BBVA, el gasto de los hogares en consumo se desacelerará ligeramente en la primera mitad de 2005. En este sentido, tanto las matriculaciones de turismos como el tráfico aéreo de pasajeros en vuelos nacionales¹, dos de los componentes de este indicador coyuntural, muestran tasas positivas pero con una tendencia claramente desacelerada.

Determinantes estructurales y perspectivas del consumo

Desde una perspectiva estructural, el consumo de los hogares depende de la renta disponible, la riqueza y la capacidad de endeudamiento de las familias. En cuanto a la renta disponible de los hogares, su aumento en los últimos años se ha apoyado especialmente en el incremento del empleo, que creció entre 1995 y 2004 a un promedio anual del 2,5%, 1,5 puntos más que en el conjunto de la UEM. Así, la remuneración de asalariados representaba en 2003 el 77% del total de la Renta Familiar Bruta Disponible, cinco puntos más que en 1995.

En la evolución del mercado laboral de los últimos años, dos son los elementos más destacables: la incorporación de la mujer y el aumento de la inmigración. En lo que respecta a la población femenina, la tasa de empleo de las mujeres alcanzó en 2004 el 49% de aquellas en edad de trabajar, todavía por debajo del promedio europeo, pero 12 puntos más que sólo seis años antes. Así, la tasa de empleo masculina creció en ese periodo siete puntos porcentuales, del 68% al 75%.

En cuanto a la inmigración, la población inmigrante en España tiene una estructura de edades muy diferente a la de la población nativa, con un mayor peso relativo en los grupos de edad de entre 20 y 44 años. Ello favorece tasas de actividad y empleo más altas, con diferenciales cercanos a los 15 puntos porcentuales en el promedio del periodo 1999-2003² (ver Cuadro adjunto).

Las distintas variables que aproximan la creación de empleo en España (afiliados a la Seguridad Social, ocupados de la EPA y de la Contabilidad Nacional) mantenían en la segunda parte de 2004 un perfil acelerado que previsiblemente se mantendrá en los próximos trimestres³. Así, la creación de empleo en términos de la Contabili-

¹ Estas variables son representativas, respectivamente, del gasto en bienes duraderos y en servicios.

² Un factor adicional de impulso a este resultado es la mayor propensión a la participación en el mercado laboral de la población inmigrante, con menores restricciones geográficas y salariales para aceptar un empleo que la población nativa.

³ Adicionalmente, en 2005 se van a producir relevantes novedades en las estadísticas laborales y la Contabilidad Nacional, incorporando el aumento de población reflejado por el Censo de 2001.

dad Nacional será del 2,2% en 2005 (2,1% en 2004), lo que junto a las perspectivas de ganancias salariales reales favorecerá que la renta disponible de los hogares registre un crecimiento próximo al del PIB.

En 2004, el valor nominal de la riqueza en manos de los hogares multiplicaba 5,7 veces el PIB anual, con un predominio del componente inmobiliario sobre el financiero (82% y 18% del total respectivamente). La incidencia de la riqueza sobre el gasto en consumo depende del tipo de activo ya que su liquidez y la volatilidad de sus precios es muy distinta.

Las perspectivas de evolución de los precios de la vivienda son de una desaceleración paulatina hasta alcanzar tasas cercanas al 10% nominal a finales de 2005, lo que supondría un perfil similar para la evolución de la riqueza inmobiliaria en manos de las familias. El protagonismo que ha adquirido la riqueza inmobiliaria en los últimos años está estrechamente vinculado al mantenimiento de los tipos de interés en niveles muy reducidos.

Ello ha tenido un destacado impacto en la posición financiera neta de las familias, cuyos pasivos han pasado a representar el 43% del PIB en 1995 al 74% en 2004. No obstante, respecto a la riqueza en manos de los hogares, el porcentaje de los pasivos financieros de los hogares se ha mantenido prácticamente estable en los últimos 10 años, oscilando alrededor del 11%. Los hogares españoles han adaptado su balance financiero al entorno de la UEM, con tipos de interés bajos y estables respecto a los niveles previos a la entrada en el euro. La deuda de las familias españolas para la adquisición de vivienda se sitúa en España ligeramente por debajo del 46% del PIB, el promedio del conjunto del área. Además, como muestra la Encuesta Financiera a las Familias (EFF) elaborada por el Banco de España, la distribución de la deuda y de la carga financiera por niveles de renta de los hogares, limita los posibles riesgos de impago a un colectivo muy reducido. Finalmente, como se pone de manifiesto en un reciente análisis del Servicio de Estudios Económicos de BBVA, no se considera que el nivel alcanzado por el endeudamiento constituya necesariamente una limitación al consumo futuro⁴.

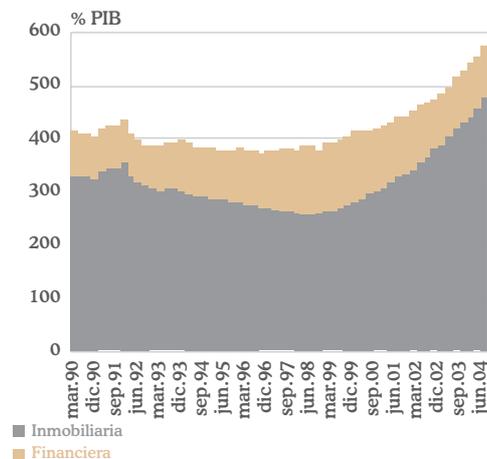
En cuanto a la evolución de los tipos de interés en 2005, se prevé que los tipos de interés reales, aunque permanecerán en niveles negativos en el promedio anual, ya no caerán adicionalmente, como ha sucedido desde 1999, lo que frenará en cierta medida el impulso que de por sí ya proporciona un nivel de tipos tan bajos.

Con todo ello, se estima que el consumo de los hogares mantendrá en los próximos trimestres crecimientos superiores al 3%, y por lo tanto, por encima del aumento esperado para el PIB. Se estima un aumento promedio del 3,3% en 2005 y 3,0% en 2006. En términos nominales, incorporando el efecto de los precios, el crecimiento del consumo de los hogares podría ser en 2005 del 6%, es decir, 480.000 millones de euros.

⁴ San Martín, Ignacio: «Vivienda, consumo familiar y condiciones de financiación». *Situación Inmobiliaria*. BBVA. Enero 2005.

Gráfico 3.7.

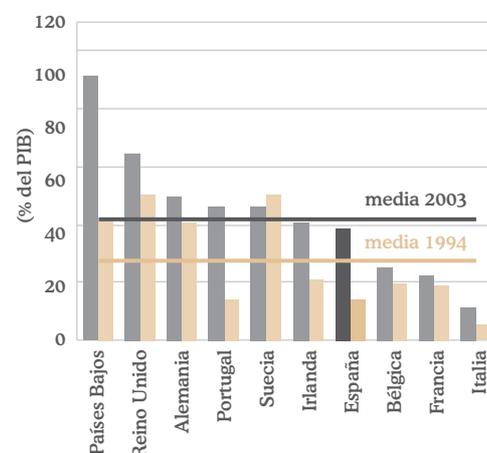
Riqueza de los hogares



Fuente: Banco de España

Gráfico 3.8.

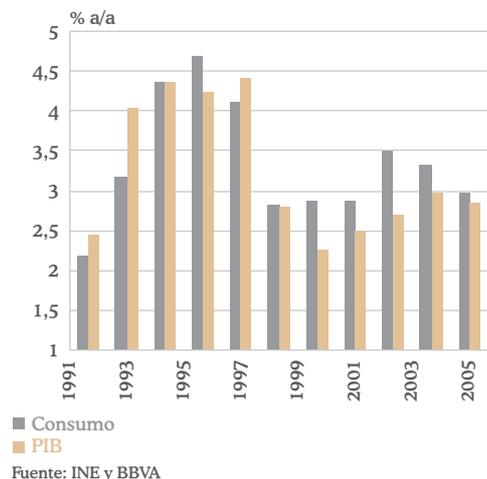
Deuda para adquisición de vivienda



Fuente: FHE

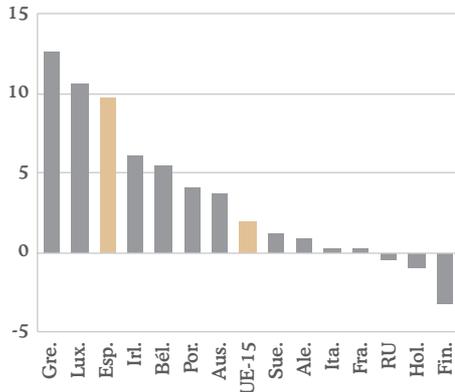
Gráfico 3.9.

PIB y consumo de los hogares



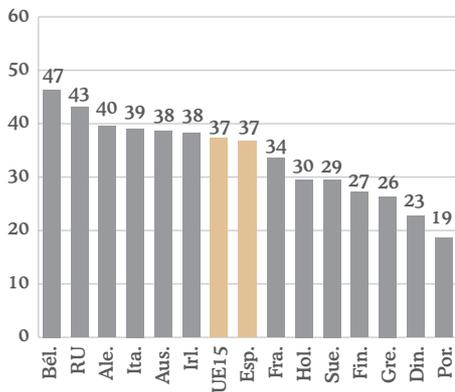
Fuente: INE y BBVA

Gráfico 3.10.
Matriculaciones en la UE (2004)
% de variación interanual



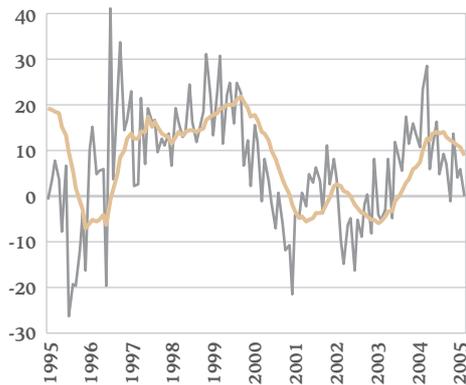
Fuente: ACEA

Gráfico 3.11.
Matriculaciones en la UE (2004)
Unidades por cada 1.000 habitantes



Fuente: BBVA

Gráfico 3.12.
Matriculaciones de turismos
(% de variación interanual)



■ Serie Original
■ Media móvil de 12 meses
Fuente: Banco de España y BBVA

3.2. Automóvil

2004 un ejercicio poco brillante para Europa

Tras dos ejercicios de caídas consecutivas, las matriculaciones de automóviles en Europa mostraron en 2004 una leve crecimiento del 2%. No obstante, esta tenue recuperación se vio truncada en los dos primeros meses de 2005 durante los que las matriculaciones en la UE 15 descendieron un 1,5%.

Durante 2004 Dinamarca fue el país que mostró un comportamiento más dinámico, con un crecimiento del 25% anual. En el otro extremo, tres países (Reino Unido, Holanda y Finlandia) experimentaron descensos en sus ventas de automóviles nuevos. Con todo, el práctico estancamiento de las matriculaciones en las principales economías europeas continentales (Alemania, Francia e Italia), que representan algo más de la mitad del mercado, fue el principal determinante de la evolución conjunta del sector a nivel europeo. En los dos primeros meses de este ejercicio se aprecian síntomas de mayor dinamismo en Francia (4,8% interanual), pero las ventas en Alemania e Italia siguen arrojando sendos descensos (-3% y -4,3%).

En este contexto, España mostró en 2004 el cuarto mejor crecimiento de la UE 15 distanciándose notablemente del conjunto europeo. Sin embargo, resulta indicativo que, cuando se valora el gasto en automóvil nuevo ponderando por población, el consumo por habitante se sitúa en línea con Europa. De hecho, mercados como el británico, el alemán, el italiano o el francés, presentan, a pesar del práctico estancamiento observado el pasado año, un gasto per cápita en automóvil nuevo superior al español. La mayor madurez de estos sectores y su mayor desarrollo económico son factores explicativos de este hecho.

2004, año récord en España

En 2004 las matriculaciones de vehículos (turismos y todoterrenos) en España ascendieron a 1,65 millones de vehículos, máximo histórico. En tasa de variación las ventas de automóviles nuevos crecieron un 10%, resultando particularmente intenso el ritmo de crecimiento de los vehículos todoterreno (casi un 18%) que ya representan el 6% del total de ventas. El año fue de más a menos. Sin embargo, los fuertes crecimientos de los primeros meses del pasado ejercicio respondieron en buena medida a efectos calendario y a la comparación con el tono deprimido de las matriculaciones a comienzos del año 2003.

El análisis por adquirente de los vehículos permite profundizar en mayor medida en las tendencias recientes del sector. Así, en el ejercicio 2004 el segmento de empresas fue el que registró un mayor crecimiento (12,5%), lo que le permitió elevar en 3 p.p. la cuota de este canal sobre el total de ventas hasta un 22%. El fuerte desarrollo del *renting* parece estar detrás de esta evolución que acerca a nuestro país a hábitos más frecuentes en otros mercados europeos.

Las matriculaciones de las empresas de alquiler se han visto afectadas por el modesto año turístico. Las ventas de vehículos a estas empresas aumentaron un 3,2%, lo que mantuvo prácticamente sin cambios la importancia de este segmento en el total de matriculaciones, ligeramente por debajo del 14%.

Respecto a la demanda de vehículos nuevos por parte de particulares, ésta se mostró muy expansiva con un crecimiento acumulado del 10,8%. Este segmento sigue suponiendo algo menos de dos tercios de las matriculaciones de vehículos en España.

El buen momento por el que ha atravesado el sector se fundamenta en diversos factores. En primer lugar, cabe citar los aspectos de naturaleza estructural, que se abordan con más detalle en el tema especial de esta publicación. En segundo lugar, la positiva evolución macroeconómica, que está animando la decisión de compra de vehículo nuevo. Así, el sostenido ritmo expansivo de actividad está incidiendo positivamente en el empleo y las perspectivas del mercado laboral, mejorando las expectativas de renta futura. Por otro lado, el mantenimiento de los tipos de interés a niveles muy reducidos ha seguido facilitando el acceso al automóvil mediante el recurso a la financiación ajena en un contexto de moderada recuperación de la tasa de ahorro de las familias.

En tercer lugar, hay que hacer referencia a aspectos más ligados al propio sector. Así, cabe destacar el mantenimiento de ofertas y promociones, que se abordan en la sección de precios, y a la entrada en vigor del nuevo Plan Prever a comienzos de este año. En el recuadro adjunto se contiene una breve descripción de este plan que en su versión actual estará vigente hasta finales de 2006. Las bajas acogidas al Plan Prever aumentaron un 27% en 2004. Sin embargo, esta tendencia se ha visto truncada en los dos primeros meses de 2005, en los que las bajas acogidas a este plan descendieron un 7%.

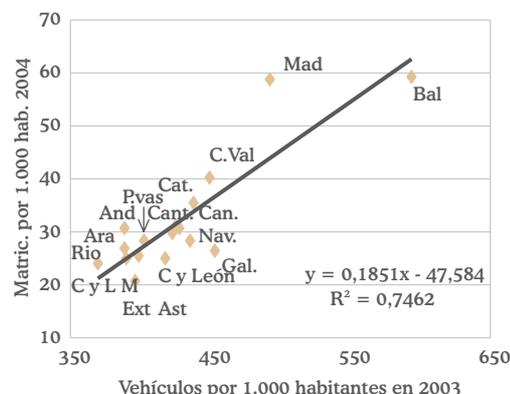
Otro aspecto legislativo que podría haber tenido relevancia ha sido la equiparación de los permisos de conducir B y A1 en vigor desde el pasado octubre. Como resultado de esta medida, se observó en 2004 una fuerte aceleración en el crecimiento en las matriculaciones de motocicletas. Entre octubre y febrero de este año las ventas de este tipo de vehículos aumentaron a un ritmo promedio mensual del 111% interanual. No obstante, a tenor del favorable comportamiento de las matriculaciones de turismos en los últimos meses de 2004, no se puede concluir que, por el momento, este factor haya tenido un impacto negativo sobre las ventas de automóviles.

El análisis de las matriculaciones por Comunidades Autónomas (CC.AA.) revela un comportamiento del mercado poco homogéneo. Las Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha, Murcia, Madrid, Andalucía y Extremadura se caracterizaron por incrementos de ventas superiores a la media. Estas cinco regiones concentraron el 45% de las ventas de automóviles nuevos el pasado año. No obstante, la dispersión que se observa en las matriculaciones por CC.AA. al margen de efectos coyunturales, parece venir explicada en parte por los hábitos de consumo de automóvil en cada región, lo que pone de manifiesto una notable inercia. Así, como se puede apreciar en el gráfico adjunto, la intensidad en las matriculaciones de automóviles (medida como matriculaciones per cápita) guarda una notable correlación con la tenencia previa de este bien (medida como parque per cápita). En este sentido, Madrid y Baleares presentan tanto la mayor intensidad de ventas como penetración de automóvil cuando se corrige por población, si bien en el último caso la influencia de las empresas de alquiler debe ser sin duda significativa.

A 2005 le pesará el 2004

Las perspectivas para los próximos meses apuntan a que los fundamentales macroeconómicos seguirán apoyando las ventas de automóviles en España. Al tono sostenido que se prevé en la actividad económica, se unirán unos tipos de interés que, como pronto, empezarán a repuntar suavemente en la segunda mitad de año. A pesar del previsible cambio de orientación de la política monetaria, los tipos de interés reales se mantendrán en niveles reducidos, lo que seguirá favoreciendo la compra de automóvil financiado.

Gráfico 3.13.
Matriculaciones y parque de automóviles por CC.AA.



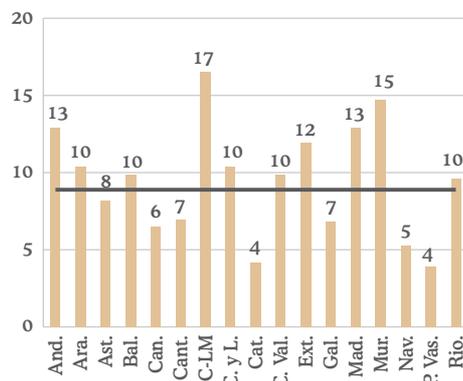
Fuente: BBVA

Gráfico 3.14.
Matriculaciones de motocicletas (% de variación interanual)



■ Media móvil de 12 meses
Fuente: Banco de España y BBVA

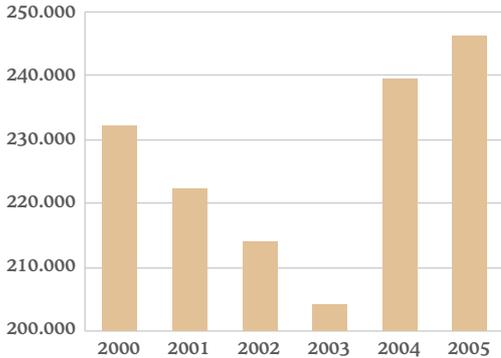
Gráfico 3.15.
Matriculaciones de turismos por CC.AA. en 2004 (% de variación interanual)



Fuente: ANFAC y BBVA

Gráfico 3.16.

Matriculaciones acumuladas en enero y febrero

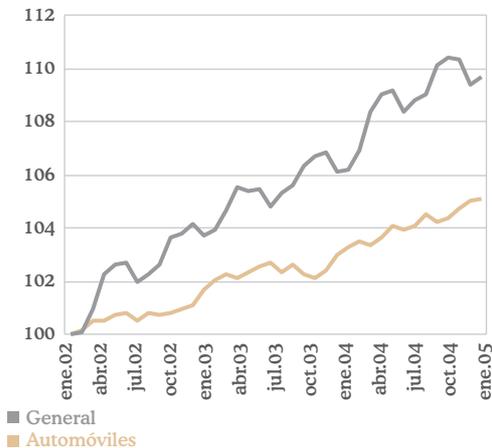


Fuente: Banco de España y BBVA

Gráfico 3.17.

Índice de precios al consumo

Enero 2002 = 100

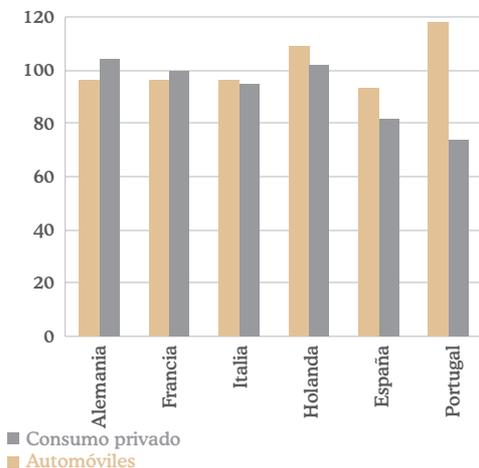


Fuente: INE

Gráfico 3.18.

Nivel de precios en 2002

(EU 15 = 100)



Fuente: Eurostat

Otro factor que puede incidir en el sector es la evolución del precio del combustible. Tras situarse en máximos históricos, el precio del petróleo experimentará una suave corrección a lo largo del año. Sin embargo, el mantenimiento de los precios del petróleo a niveles relativamente altos y su consiguiente traslación al precio de los carburantes, es un factor que podría retraer la demanda de automóvil nuevo. No obstante, sobre la base de la experiencia histórica, no se observa que exista una correlación clara entre las ventas de automóviles y el precio de los carburantes, por lo que el impacto de este factor será previsiblemente marginal. Sin embargo, sí que podría favorecer que la demanda se oriente aún en mayor medida hacia el vehículo diesel, que ya supone dos terceras partes de las matriculaciones.

Considerando todos estos factores en su conjunto, el panorama para las ventas de automóviles en 2005 es alentador. No obstante, el hecho de que los factores financieros vayan a tener un carácter menos expansivo supone que repetir la cifra de ventas de 2004 se constituya como un reto difícil. De hecho, en enero y febrero las matriculaciones de vehículos aumentaron un 2,8% interanual, crecimiento modesto, pero máximo histórico en volumen.

Los descuentos frenan el crecimiento de los precios

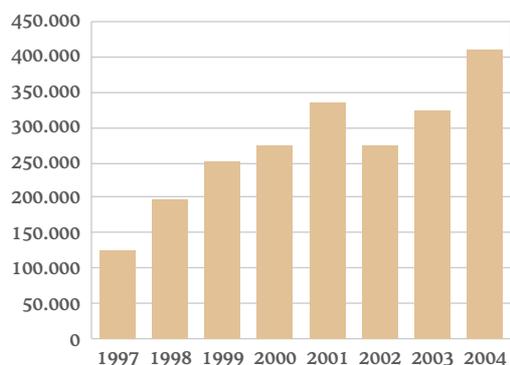
Durante 2004 los precios de los automóviles continuaron mostrando una evolución muy contenida (1,6% en promedio, el mismo registro que el ejercicio anterior). De esta forma, el incremento del coste de los turismos continuó siendo inferior al experimentado por el resto de los bienes de consumo. El diferencial entre la inflación general y el incremento del IPC de automóviles se amplió en el segundo trimestre hasta los 2 p.p., estrechándose en los últimos meses del año hasta cerrar ligeramente por debajo de 1 p.p. No obstante, en los dos primeros meses del año se ha observado una moderación hasta el 1,8%, que deja el diferencial frente a la inflación general en 1,5 p.p.

Las continuas promociones y descuentos explican el moderado aumento en el precio de los turismos observado en los últimos años. Desde 2002 el precio de los automóviles ha aumentado en torno al 5% frente al 10% en que se han encarecido los bienes de consumo en su conjunto. La fuerte competencia entre marcas y los problemas de exceso de capacidad productiva, que parecen acuciar a algunos fabricantes, explican este fenómeno, que es extrapolable a otros países europeos y a Estados Unidos. Así, de acuerdo con datos de la Comisión Europea, a mayo del pasado año los precios de los automóviles en todos los países de la UE, salvo en Holanda, crecían por debajo de la inflación general, observándose incluso caídas en Italia y Finlandia.

En cualquier caso, es importante tener presente que los precios de los automóviles en España aún se encuentran por debajo de la media europea. Así, en 2002, último dato disponible, el precio de los turismos en nuestro país, incluyendo impuestos y corregido por paridad de poder de compra, representaba un 93% del precio de los turismos en la media europea. No obstante, como se puede apreciar en el gráfico, hay que resaltar que la aproximación a Europa en el nivel de precios de los automóviles es superior a la observada en otros bienes de consumo, ya que mientras que el precio de los automóviles se sitúa sólo un 7% por debajo de la media europea, el coste de la cesta de bienes de consumo representativa en España es un 18% inferior al europeo.

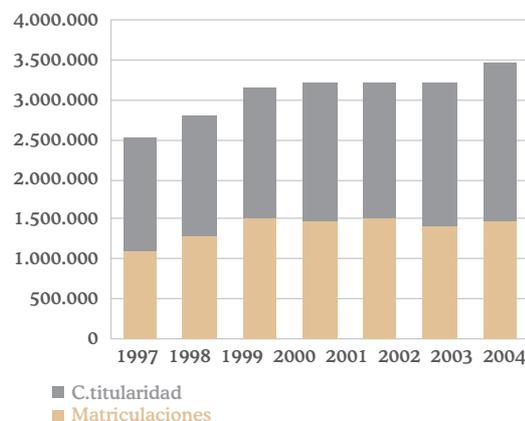
Recuadro 1. Nuevo Plan Prever ¿más dinamismo para el vehículo de ocasión?

Bajas de vehículos acogidos al Plan Prever



Fuente: DGT y ANIACAM

Matriculaciones y cambios de titularidad



Fuente: DGT

La Ley 39/1997 aprobó el denominado Programa PREVER para la modernización del parque de vehículos automóviles, el incremento de la seguridad vial y la defensa y protección del medio ambiente. Este programa, continuación de los dos Planes RENOVE anteriores, establece ventajas fiscales a la adquisición de un turismo previa justificación de la baja de otro turismo de una antigüedad determinada que en la actualidad se cifra en 10 años¹.

El mecanismo por el que se implementa la ayuda es una bonificación en la cuota del impuesto de matriculación del turismo nuevo, siempre y cuando el sujeto pasivo del impuesto haya sido titular del turismo usado al menos nueve meses antes de la matriculación del turismo nuevo. Asimismo, sólo se otorga la deducción si el vehículo usado ha sido dado de baja de forma definitiva para su desguace.

En el gráfico adjunto se presenta el número de vehículos que se ha acogido tanto a este Plan como a sus antecesores Planes RENOVE. Desde el inicio del Plan PREVER hasta finales de 2004 las bajas acogidas a este esquema se cifran en casi 2,2 millones de vehículos, lo que implica que en promedio anual en torno al 36% de las bajas de turismos se han adherido a este programa.

La Ley de acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado para 2004 (Ley 62/2003 de 30 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social) incluyó algunas novedades en el programa PREVER que entraron en vigor en enero del año pasado y que estarán vigentes hasta finales de 2006.

La más importante consiste en la ampliación de la bonificación a la adquisición de vehículos usados con una antigüedad no superior a cinco años. Al igual que en el caso de los vehículos nuevos, la compra de este tipo de vehículos también se verá bonificada siempre y cuando la venta del vehículo usado tenga lugar a través de un fabricante de vehículos, importador, distribuidor, concesionario o empresario que desarrolle la actividad de compraventa de vehículos, excluyéndose, por tanto, las transacciones entre particulares. La deducción se práctica en el Impuesto de Sociedades o en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas del vendedor final.

El importe de la deducción para el Plan Prever de vehículos usados es equivalente al del Prever para la adquisición de un coche nuevo y asciende a 480,81 euros, salvo si el vehículo antiguo está equipado con un motor de gasolina no apto para emplear gasolina sin plomo. En este caso, la deducción del anterior Plan Prever ascendía a 721,21 euros siempre y cuando el vehículo que se adquiriese estuviera equipado con catalizador. Bajo el nuevo Plan Prever el importe de esta bonificación se ha extendido a la compra de un vehículo con motor diesel.

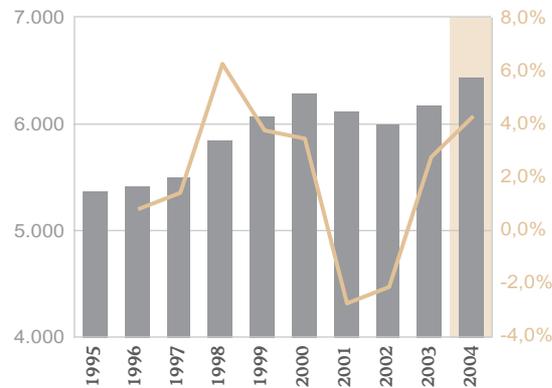
Aunque aún no se dispone de datos para el conjunto del año 2004, es previsible que la ampliación del Plan Prever al mercado de vehículos seminuevos esté ejerciendo una influencia adicional en este segmento del mercado y en la renovación del parque de turismos español. De hecho, algunas estimaciones del sector apuntan a que el número de transferencias (que permite aproximar las transacciones en el segmento de vehículo de ocasión) ha mostrado un ritmo bastante intenso durante el último año.

² El Plan también contempla ayudas para la renovación del parque de vehículos industriales o comerciales de menos de 6 toneladas métricas de peso máximo autorizado con más de siete años de antigüedad.

Gráfico 3.19.

Consumo de muebles

Precios constantes y variación anual (%)

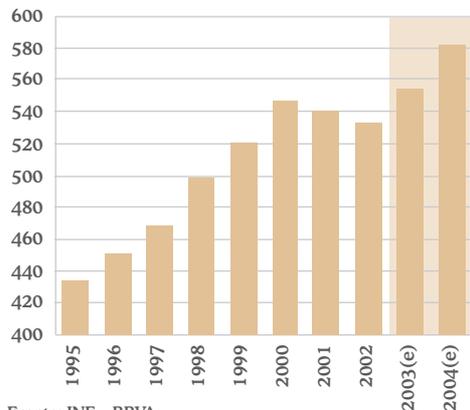


Fuente: INE y BBVA

Gráfico 3.20.

Gasto en mobiliario por hogar

Euros

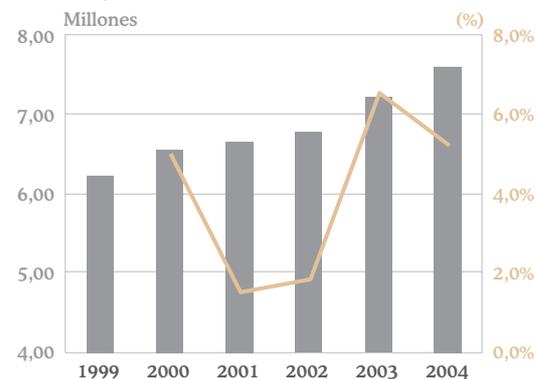


Fuente: INE y BBVA

Gráfico 3.21.

Ventas electrodomésticos. Línea Blanca

Número y variación anual



■ Unidades
■ Variación

Fuente: ANFEL

3.3. Muebles: Se consolida la recuperación de las ventas

En su conjunto, el gasto de los españoles en muebles en los últimos diez años ha aumentado a un ritmo próximo al 5% de media anual. Ello ha sido posible tanto por el incremento en el número de hogares residentes en España como por el aumento del gasto medio de cada familia en muebles. No obstante, la importancia de esta rúbrica sobre el consumo total está reduciéndose paulatinamente. En la actualidad, los hogares españoles destinan, de media, algo menos del 2% de su gasto anual a este capítulo.

En 2004, el gasto total de los hogares españoles en muebles se situó en torno a los 8.300 millones de euros. De esta forma, las ventas de muebles afianzaron la recuperación iniciada en 2003 a lo cual ha contribuido probablemente el fuerte aumento de transacciones en el mercado inmobiliario. Fuentes del sector cifran en un 39% el consumo mobiliario originado como resultado de un cambio de residencia.

En este sentido, la finalización de un elevado número de viviendas prevista para 2005 lleva a pronosticar una prolongación de esta tendencia, que podría elevar el gasto en muebles por encima de los 9.000 millones de euros. Es importante destacar el papel que el mueble importado está teniendo en la actual recuperación de las ventas, lo que apunta a cierto cambio en las preferencias de los consumidores. Así, entre enero y noviembre de 2004 las importaciones de mobiliario crecieron, por segundo año consecutivo a ritmos cercanos al 20%.

En lo que respecta a los precios al consumo del mobiliario, éstos han evolucionado desde 2002 hasta finales de 2004 consistentemente por debajo de la inflación general. Sin embargo, a lo largo de 2004 se ha observado una aceleración. En promedio anual el precio de estos bienes experimentó un crecimiento del 3,1%, 3 décimas por encima del ejercicio anterior, aunque en línea con el IPC general. En 2005 esta aceleración se ha intensificado hasta situarse en el 3,9% en febrero.

3.4. Línea Blanca: 2004 un buen año, pero moderándose

Según la Asociación Nacional de Fabricantes de Electrodomésticos de Línea Blanca (ANFEL), en 2004 este segmento de electrodomésticos aumentó sus ventas un 5,2%, lo que supuso una moderación en relación con el 6,6% de incremento observado en 2003. En conjunto el pasado año se vendieron un total de 7,6 millones de unidades, con un incremento de casi 400.000 unidades sobre los datos de 2003. Considerando la elevada penetración de este tipo de productos en los hogares españoles la evolución del sector ha de calificarse muy satisfactoria. Vitrocerámicas, lavavajillas y hornos fueron las rúbricas que mostraron crecimientos más abultados (11,5%, 9,3% y 7,6%).

En 2005 el menor crecimiento del consumo llevará a una ralentización de las ventas de este segmento. No obstante, los niveles pueden seguir siendo elevados por el dinamismo que continúa mostrando el mercado inmobiliario, tanto en su dimensión de la oferta de vivienda nueva como en el de la rehabilitación de la vivienda usada. En este sentido, en 2005 se alcanzará un nuevo máximo en el número de viviendas terminadas en España, lo que continuará favoreciendo la expansión de la línea blanca. Además, cabe pronosticar que la renovación del actual parque de electrodomésticos se seguirá realizando con productos de calidad más elevada.

Los precios de la línea blanca se han caracterizado por una evolución muy contenida en los últimos años. En 2004 los precios de las rúbricas de i) frigoríficos, lavadoras y lavavajillas, ii) cocinas y hornos, iii) calefacción y

aire acondicionado y iv) resto de electrodomésticos mostraron caídas anuales promedio de -0,24%, -2,59% -3,4% y -1,4% respectivamente.

No obstante, a finales del ejercicio se observó cierta recuperación, especialmente significativa en el componente de frigoríficos, lavadoras y lavavajillas, cuyos precios crecieron en febrero un 1,2% interanual. El tono favorable de las ventas en el sector durante el pasado ejercicio y el encarecimiento de materias primas básicas para la fabricación de estos artículos, como el acero, son posibles explicaciones a este cambio de tendencia que podría continuar en próximos meses.

3.5. Imagen y sonido e Informática: Los avances tecnológicos intensifican la caída de los precios en un contexto de aumento de las ventas

La importancia que está adquiriendo en la industria de los bienes de imagen y sonido la capacidad de almacenamiento de información ha hecho que este segmento haya ido con el tiempo adquiriendo cada vez más semejanzas con la informática. Así, la innovación tecnológica ha hecho posible que este subsector, que engloba la denominada electrónica de consumo, haya venido reduciendo sus precios de manera ininterrumpida en los últimos años.

Este rasgo es particularmente acusado en el caso de la informática, que, como resultado del notable aumento en la capacidad de procesamiento de la información, ha visto reducir sus precios a menos de la mitad de los observados en 2002. En el ámbito de la imagen y el sonido, la obtención de economías de escala en tecnologías recientes e inicialmente muy caras, como las pantallas de plasma, se está traduciendo en la popularización y abaratamiento de algunos productos. En el año 2004 los precios de los bienes de imagen y sonido se redujeron un 7,3% en promedio mientras que los de los productos informáticos, a pesar de mostrar un descenso inferior al de 2003, cayeron un 21,7%.

La convergencia entre la industria de las tecnologías de la información y el mundo de la imagen y el sonido, unida a la fuerte competencia en la distribución de este tipo de productos, propiciará que estas tendencias deflacionistas se mantengan. En febrero de 2005 los precios de los productos de imagen y sonido agudizaron su descenso hasta el -9,4% interanual.

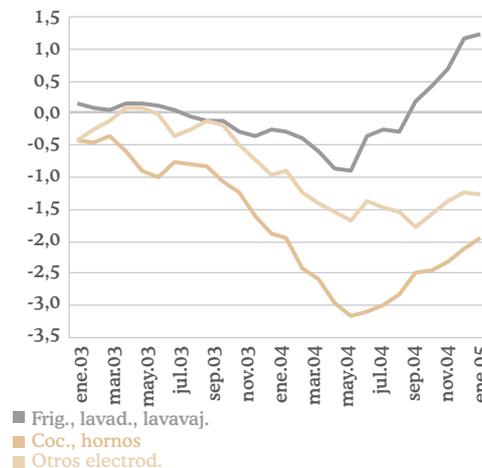
La evolución de los precios parece haber impactado en el tono de las ventas del sector, puesto que a juzgar por los avances realizados por analistas del sector 2004 parece haber sido un año muy favorable. La evolución del consumo de productos como los televisores LCD y plasma y las cámaras digitales han revitalizado una demanda cuyo mercado potencial estaba ya saturado.

Pero además del factor calidad, las ventas también se han incrementado por el aumento del número de hogares y de la penetración de estos productos. De acuerdo con la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares elaborada por el INE, entre el segundo trimestre de 2003 y el segundo trimestre de 2004 los hogares españoles aumentaron notablemente su disponibilidad de bienes de línea marrón e informática. En el gráfico adjunto se puede apreciar este incremento por tipo de producto.

Así, si bien el incremento en la disponibilidad de televisión vino explicado fundamentalmente por el mayor número de hogares, la compra de otros productos, como los ordenadores de sobremesa o los DVDs (presentes en el 46% de los hogares frente al 27% en 2003), provino de familias que no disponían previamente de los mismos. Finalmente, tan sólo se apreció un leve retroceso en la penetración del equipamiento en sonido y vídeo tradicional (sustituido por el DVD), si bien el aumento en el número de familias contribuyó al aumento de sus ventas.

Gráfico 3.22.

Precios al consumo de electrodomésticos % var. interanual



Fuente: ANFEL

Gráfico 3.23.

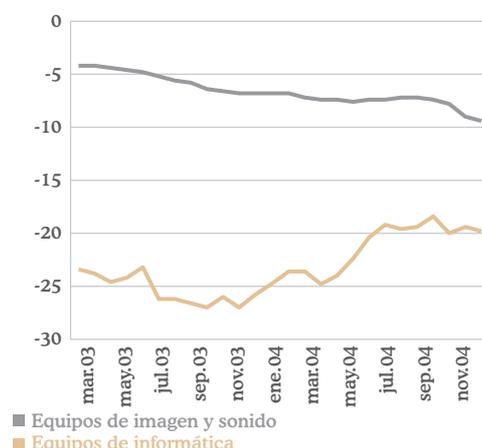
Aumento anual del equipamiento de las viviendas españolas en 2T2004 Miles de unidades



Fuente: INE

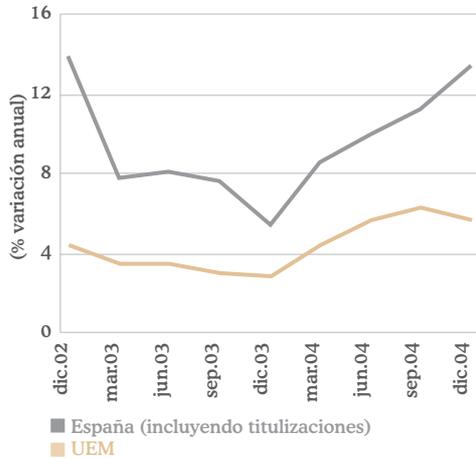
Gráfico 3.24.

Precios al consumo de equipos de imagen y sonido e informática



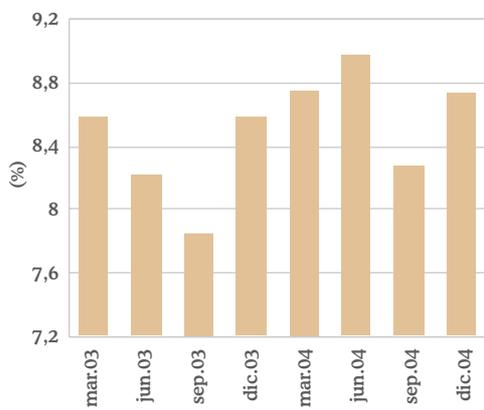
Fuente: INE

Gráfico 4.1.
Evolución del crédito al consumo gestionado



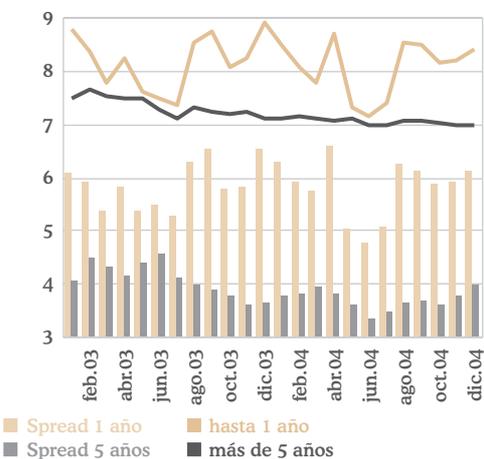
Fuente: BCE y Banco de España

Gráfico 4.2.
Porcentaje de consumo financiado



Fuente: Banco de España e INE

Gráfico 4.3.
Tipos de interés y spreads del crédito al consumo



Fuente: Banco de España

4. Financiación al consumo

El bajo nivel de los tipos de interés, las mejoras en la actividad y las favorables condiciones de crédito reactivan la financiación al consumo

El crédito al consumo en la UEM registró una moderada recuperación a lo largo de 2004, para terminar el año creciendo un 6% interanual. En este contexto, España volvió a mostrar un comportamiento más positivo que sus socios europeos registrando un aumento del 13% durante el mismo periodo. Así, los nuevos créditos al consumo concedidos en nuestro país supusieron el 14% del total de la UEM, un punto porcentual más que en 2003.

Este aumento no sólo obedeció al crecimiento nominal del consumo de los hogares españoles (6,3%) sino que también vino acompañado de una mayor preferencia por financiar una proporción superior de compras. De esta forma, el ratio de financiación sobre consumo privado aumentó cuatro décimas hasta el 8,7%. El nuevo crédito al consumo superó los 39 millones de euros (un 11% por encima del año anterior). No obstante, esta evolución resultó inferior a la del crecimiento del crédito total a hogares que, impulsado por el crédito a la vivienda, aumentó un 26% durante el año.

Otro de los principales determinantes de la evolución del crédito ha sido el descenso de los tipos de interés y la consiguiente mejora en las condiciones de financiación. El tipo de interés TAE medio de las nuevas operaciones de consumo se redujo 16 puntos básicos durante el 2004, experimentando una fuerte caída durante el primer semestre y recuperándose ligeramente en los últimos meses del año.

Como se observa en el gráfico, la reducción fue mucho más pronunciada en las operaciones de largo plazo (-30 puntos básicos), que se encuentran en mínimos históricos, que en las operación a menos de un año (-15 pbs.). Como se corrobora con las señales que se desprenden de la encuesta de préstamos bancarios, las entidades han restringido más los estándares de crédito en las operaciones de mayor riesgo (préstamos a corto plazo sin garantía) mientras que los han mantenido más relajados en las operaciones ordinarias y con garantías que suelen ser las operaciones a más largo plazo. Así, el *spread* promedio de las operaciones a un año se ha reducido 5 puntos básicos mientras que los diferenciales promedio de las operaciones a cinco años lo han hecho en 40 pbs.

No obstante, por vencimiento, se observa que el mayor avance del crédito al consumo se produjo en las operaciones de corto plazo (menos de un año), que aumentaron un 20%. Ello indicaría que las familias están financiando en mayor medida su gasto corriente y la compra de bienes duraderos de pequeño valor. Del mismo modo, se aprecia un fuerte avance de las operaciones a largo plazo (más de cinco años) que representan ya el 21% del total. Por el contrario, se contraen los créditos en plazos intermedios. La expansión observada en el crédito a mayor plazo está en consonancia con la fortaleza mostrada por las ventas de automóviles en 2004. Sin embargo, también podría apuntar a que se está produciendo un alargamiento en el plazo de los créditos para la adquisición de los bienes de mayor valor. De hecho, la vida media estimada de la cartera de crédito al consumo de las entidades financieras habría aumentado un 16% en el último año hasta los 2,1 años.

La financiación a la compra de automóvil y la de corto plazo lideran la recuperación

Al no disponer de estadísticas agregadas del sistema financiero, el crédito al consumo por finalidad ha de analizarse en base a las estadísticas que proporciona la Asociación Nacional de Entidades financieras (Asnef). De ellas se desprende que, en lo que respecta al crédito a la financiación de automóvil a particulares, se aprovechó un año record en matriculaciones para financiar más coches y en mayor proporción. Así, a pesar de moderarse el ritmo de crecimiento respecto al

año anterior, tanto en el caso del coche nuevo como en el de ocasión, la inversión nueva experimentó aumentos superiores al 20%.

No obstante, es el segmento de otros vehículos el que mayor crecimiento está mostrando, alcanzando aumentos superiores al 100% en el tercer trimestre del año. La nueva normativa de tráfico que permite la conducción de motocicletas de hasta 125 cc. a tenedores de carnet de coche parece haber impactado fuertemente en la demanda de financiación para la adquisición este tipo de vehículos.

En lo que respecta al crédito al consumo de otros bienes, se observó también un notable crecimiento del saldo de las nuevas operaciones (38%). El fuerte incremento que la utilización de la tarjeta de crédito está experimentando en los últimos años explica buena parte de esta evolución.

En España, la infraestructura de terminales de pago está muy desarrollada, superando en un 70% el número de terminales por habitante de la Unión Europea. Sin embargo, el aprovechamiento de ésta es aún muy bajo. España se encuentra muy por debajo de los países europeos en términos de transacciones por habitante y, sobre todo, en valor medio por transacción (un 30% inferior a la media europea).

Durante los últimos tres años, se ha experimentado un notable incremento en las transacciones por habitante (en 2003 el 40% de las compras en comercios se pagó con tarjeta) pero se ha producido incluso una caída en el valor medio de la transacción. Por tanto, parece existir aún un importante margen de crecimiento para mejorar la productividad de la infraestructura de sistemas de pagos española y converger a la media europea.

En 2005 el crédito al consumo podría desacelerarse ligeramente

Durante este año, se espera un crecimiento nominal del consumo familiar en torno al 6%. La evolución de la renta disponible unida a unos tipos de interés que, a pesar de cambiar de ciclo e iniciar una senda ascendente, van a continuar en niveles muy reducidos, permitirán que las familias continúen acudiendo de manera creciente a la financiación de su consumo.

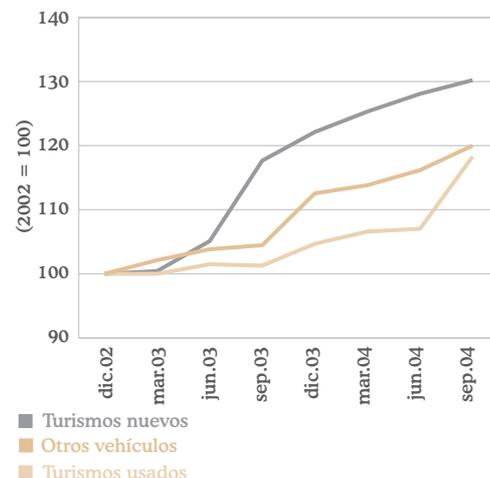
De la encuesta de préstamos bancarios que realiza el Banco de España, se desprende una progresiva mejora de las condiciones de la oferta de financiación. Así, a partir del segundo semestre de 2004, las instituciones financieras comenzaron a relajar moderadamente los estándares de crédito al consumo, como resultado de unas expectativas más favorables de la actividad económica general así como de la solvencia de las familias.

La Encuesta Financiera de las familias que ha publicado el Banco de España arroja algo de luz a este respecto. A pesar de que se ha producido un notable incremento en el nivel de endeudamiento de los hogares, se observa que la proporción de familias con potenciales problemas de solvencia es muy reducida. El 43% de los hogares tiene deudas pendientes. De éstos hogares, tan sólo el 7%, realizaban pagos por deudas superiores al 40% de su renta, siendo la carga financiera mediana de las familias endeudadas del 15%. Por tanto, el riesgo de un deterioro intenso de la cartera crediticia de las familias españolas parece acotado. De hecho, los ratios de morosidad de las familias se encuentran actualmente en mínimos históricos. La morosidad del crédito al consumo que a mediados de 2004 se situaba en el 1,6% ha permanecido bastante estable. Además, como se ha comentado anteriormente el esperado repunte de los tipos de interés durante 2005 va a ser moderado, por lo que el impacto del cambio de orientación de la política monetaria sobre la demanda de crédito al consumo debería ser limitado.

Por otro lado, el proceso de convergencia de la economía española con la de la UEM debe llevar asociado un mayor desarrollo de la financiación al consumo de la economía española. Como se observa en el gráfico, el ratio crédito al consumo/PIB en España (7,5% en 2003) es todavía inferior al de la media europea (8,9%) y se encuentra por debajo de los países más desarrollados.

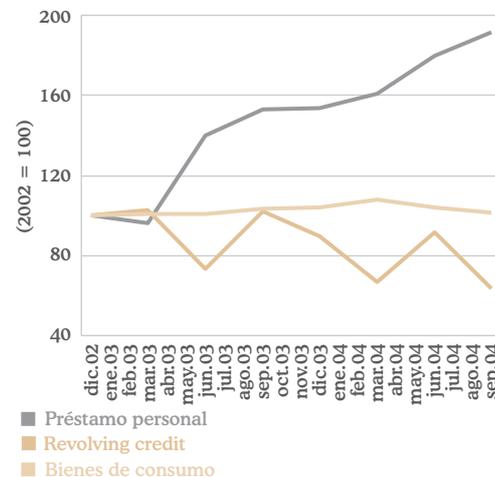
Como resultado de todos estos factores, se prevé que la demanda de financiación al consumo siga creciendo a buen ritmo, si bien podría observarse una ligera desaceleración respecto a 2004.

Gráfico 4.4. Evolución del préstamo medio a particulares



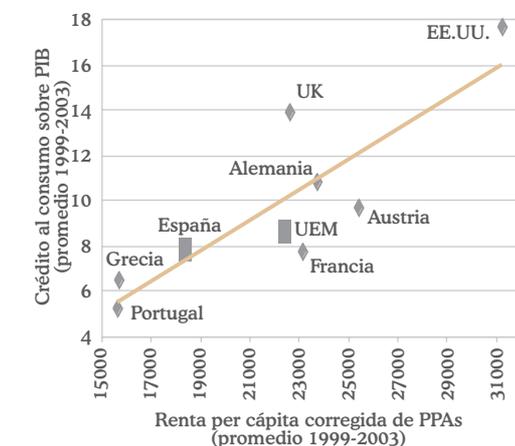
Fuente: ASNEF

Gráfico 4.5. Evolución de los préstamos medios al consumo



Fuente: ASNEF

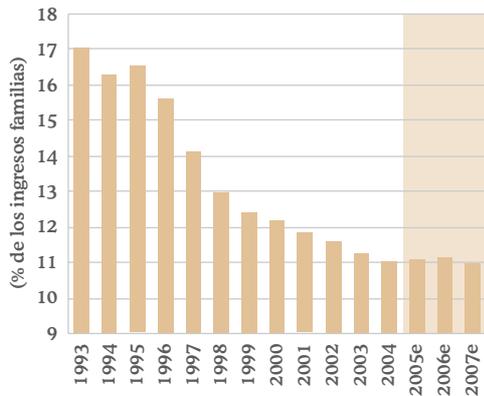
Gráfico 4.6. Crédito al consumo/PIB y renta per cápita



Fuente: ECRI

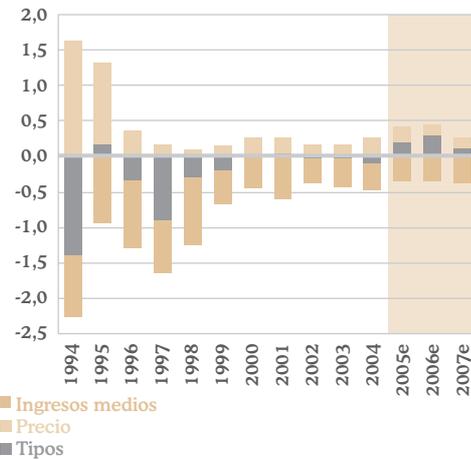
Recuadro 2. El EFCA: Esfuerzo familiar para la compra financiada de automóvil

Esfuerzo familiar para la compra financiada de automóvil (EFCA)



Fuente: BBVA

Contribuciones a la variación del EFCA



Fuente: BBVA

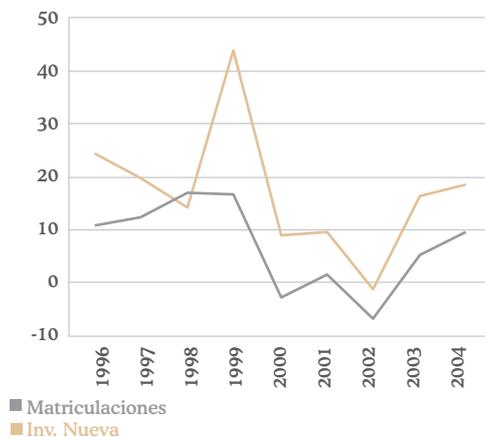
La economía española ha experimentado un desarrollo económico y financiero notable durante la última década. En ese periodo, el crecimiento económico promedio ha sido del 3,2%, con una fuerte creación de empleo que ha llevado a un incremento medio anual de la renta disponible de las familias del 6%. Además, la incorporación a la Unión Económica y Monetaria provocó una drástica reducción de carácter estructural en los tipos de interés. Todo ello ha hecho posible que el esfuerzo económico necesario para la adquisición de un automóvil haya disminuido de manera considerable. Este es un factor importante para analizar la evolución de la venta de automóviles dado que se estima que actualmente un 68% de las adquisiciones se realiza con financiación externa. Para cuantificar este esfuerzo se ha elaborado un indicador que mide el porcentaje de la renta que las familias españolas destinan a la compra financiada de automóvil.

Para ello, se ha supuesto que la vida media del préstamo para automóvil es de cinco años. Como coste de la financiación se ha tomado el tipo de interés promedio de las operaciones de crédito al consumo vigente en cada momento del tiempo. En base a la información disponible en la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (Asnef) se ha estimado que el importe medio de financiación para la adquisición de un vehículo particular nuevo a finales de 2003 era de 12.000 euros. Para calcular las cantidades financiadas en años anteriores, se ha deflactado este importe por el IPC de automóviles que proporciona el Instituto Nacional de Estadística. Finalmente, se ha ponderado la carga financiera que representa la cuota del préstamo por los ingresos familiares, obteniendo así el Esfuerzo Familiar para la Compra financiada de Automóvil (EFCA).

Como se observa en el gráfico, en los últimos 11 años, la carga del préstamo para la adquisición de automóvil se ha reducido 6 p.p. hasta representar el 11% de los ingresos familiares. Esta evolución ha venido apoyada por los tres principales componentes del índice:

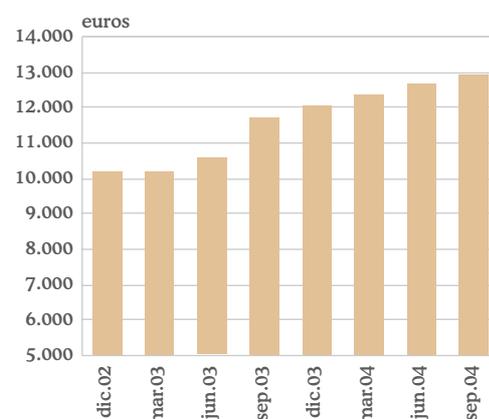
1. En primer lugar, se ha registrado un notable incremento de los ingresos familiares del 5% de promedio anual en el periodo. Este ha sido el factor que más ha aportado a la reducción del EFCA. Si se hubiera mantenido todo lo demás constante, tan sólo la evolución de los ingresos hubiera reducido el EFCA en siete puntos porcentuales durante el periodo.
2. En segundo lugar, la pronunciada caída de los tipos de interés ha provocado una reducción superior al 50% de los tipos de interés a los que los bancos financian las operaciones de consumo. Si el resto de variables se hubieran mantenido constantes, la caída de los tipos de interés habría reducido por sí sola el EFCA en 3 puntos porcentuales.
3. Por último, se ha observado una evolución de los precios del automóvil muy contenida. A excepción de los años 1994 y 1995, el IPC de automóviles se ha mantenido por debajo del IPC general con un diferencial promedio de 1,1 puntos porcentuales. A pesar de ello, como es natural, la aportación de los precios al EFCA ha sido negativa, de manera que, dejando el resto constante, el incremento de los precios hubiera provocado un aumento del EFCA de seis puntos porcentuales hasta representar el 23% de los ingresos familiares.

Inversión nueva en automoción de las EFCs y matriculación de turismos



Fuente: Banco de España y ASNEF

Préstamo medio a particulares para la adquisición de automóvil nuevo



Fuente: ASNEF

Hay que tener en cuenta que se ha tomado un plazo fijo de vencimiento del préstamo medio, mientras que la realidad del acceso a la financiación ha sido muy distinta, produciéndose en el periodo estudiado un notable alargamiento de los plazos de los créditos ofertados por las entidades financieras. La dificultad de estimar este plazo medio para los préstamos a la compra de automóvil ha provocado que se simplifique este ejercicio. Sin embargo, suponiendo que el plazo hubiera aumentado dos años (de 3 a 5 años), la mejora en la accesibilidad habría sido aún mayor que la observada, ya que el EFCA se situaría 19 puntos porcentuales por debajo del estimado.

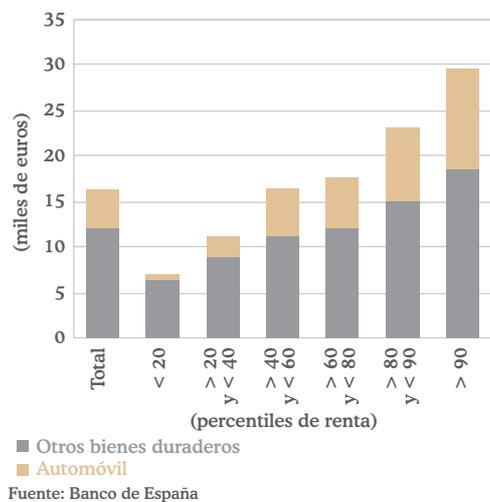
Esta mayor accesibilidad al automóvil financiado se refleja en algunas tendencias recientes en el sector. Como se observa en el gráfico 3, durante los últimos años, la financiación de nuevas adquisiciones de automóviles por parte de las entidades financieras de crédito, ha aumentado recurrentemente por encima de las matriculaciones y del IPC de los automóviles, lo que apuntaría a que la proporción de ventas financiadas de automóvil ha aumentado. Además, como se desprende de los datos de la Dirección General de Tráfico, se ha producido un salto cualitativo en los nuevos coches adquiridos por las familias españolas (gamas altas y diesel), que podría venir alentado por este mejor acceso a la financiación.

Las perspectivas apuntan a que este año será el primero desde 1995 en el que no se observe una reducción del EFCA. El cambio de ciclo en los tipos de interés oficiales, previsto como pronto en la segunda mitad de este año impactará negativamente en este indicador. No obstante, el moderado alcance de las subidas de tipos, unido a unas previsiones económicas que apuntan a un incremento moderado y estable del empleo y de los salarios, así como a una inflación contenida dejarán el EFCA en niveles similares a los actuales. De hecho, es de esperar que continúe en niveles del 11%, con un deterioro de apenas cuatro puntos básicos sobre los ingresos familiares respecto a 2004.

Asimismo, es importante destacar que gran parte de la reducción del EFCA se ha producido, como se ha comentado anteriormente, por un cambio estructural. Por tanto, a pesar de que puedan producirse futuros deterioros del EFCA, difícilmente cabe pronosticar que vaya a volver a situarse en niveles tan elevados como en el pasado. Dicho de otra forma, una parte importante de las mejoras observadas en el acceso al automóvil financiado serán permanentes en el largo plazo.

Recuadro 3. Hábitos de consumo de bienes duraderos de las familias españolas

Mediana de valor de la tenencia de bienes de consumo duradero por tramos de renta



La nueva encuesta financiera de las familias que ha publicado el Banco de España, contiene información de los activos y pasivos de las familias españolas por estratos de renta, riqueza así como por edad y condición laboral. Además, ofrece el desglose del gasto familiar y la tenencia de activos reales distintos de la vivienda como son el automóvil y el resto de bienes de consumo duradero. Por el momento, la única encuesta disponible hasta el momento corresponde a 2002. A pesar del tiempo transcurrido, esta información permite extraer importantes conclusiones sobre los diferentes perfiles de los consumidores y los potenciales demandantes de financiación para la adquisición de bienes de consumo duradero.

En 2002, casi el 74% de los hogares españoles tenían un vehículo con una mediana de valor de 6.000 euros. Tanto el porcentaje de familias con automóvil como la mediana de valor del mismo aumentan con la renta y con la riqueza. El perfil socio-demográfico de los principales usuarios de automóvil sería el de una familia de renta alta con un cabeza de familia entre 35 y 54 años, empleado por cuenta propia, con estudios universitarios,

vivienda en propiedad, dos rentas de trabajo y cuatro o más miembros. Por el contrario, las familias que menos consumen este tipo de bien serían las monoparentales situadas en el percentil más bajo de renta y con un cabeza de familia mayor de 65 años.

El hecho de que los empleados por cuenta propia sean los que tienen vehículos de mayor valor puede derivarse de que, por razones laborales, tengan la necesidad de tener más de un vehículo o que éste deba tener ciertas características que lo encarezcan. De hecho, la mediana del valor de los vehículos de este segmento es un 46% superior a la del total de familias.

La disponibilidad de una encuesta similar para Italia permite extraer alguna conclusión interesante. Las familias italianas tienen un parque móvil de mayor valor que el español, alcanzando los 7.800 euros de media. Esta diferencia vendría explicada principalmente por la elevada vida media del parque móvil español así como por la menor proporción de vehículos por habitante. A pesar de que este ratio en Italia es de los más elevados de Europa, es de esperar que esta diferencia se reduzca en el medio plazo ya que se debe, en parte, a la reducida proporción de hogares españoles con cabeza de familia mayor de 65 años que tiene automóvil. La comparación con otros países desarrollados apunta a que, según pasen los años, se incrementará la proporción de coches en ese segmento. El retraso en el desarrollo económico y en la "socialización" del automóvil hace que, en España, el porcentaje de usuarios con más de 75 años (21%) sea muy inferior al de países como Estados Unidos donde ese porcentaje se eleva al 70%.

También se dan importantes diferencias en los percentiles de renta más bajos, que pueden venir derivadas de las facilidades de financiación para este segmento de la población en EE.UU. (préstamos sub-prime) que todavía no se han desarrollado en nuestro país.

En el caso de la tenencia de los demás bienes duraderos, en agregado, la mediana de su valor prácticamente duplica la mediana del valor de los vehículos (11.900 euros). Al igual que ocurre con los automóviles, el valor de los bienes aumenta con la renta. No obstante, la dispersión es mucho menor. Así, el valor de los vehículos de las rentas bajas representaría el 6% del valor del de las rentas altas, mientras que el valor de los bienes de consumo duradero de las rentas bajas representaría el 33% del de las rentas altas.

La familias jóvenes son las que más consumen

En cuanto al consumo, se observa que, en agregado, las familias dedican un 6% de su gasto a la adquisición de vehículos u otros bienes duraderos. Del total de familias, un 13% realizó durante 2002 un gasto en automóvil por un importe mediano de 12 mil euros, mientras que un 35% adquirió otros bienes de consumo duradero por un valor mediano de 900.

De nuevo se observa que tanto la proporción de familias que realiza gasto como la mediana de ese gasto son crecientes con la renta y la riqueza. No obstante, tanto en la compra de automóvil como en la de otros bienes duraderos son las familias más jóvenes (con un cabeza de familia menor de 35 años) las que realizan compras en mayor proporción e incurrir en mayor gasto.

Al comparar el gasto con el de las familias italianas, se observa que en agregado, el gasto que éstas realizaron en bienes duraderos sobre el total fue superior en Italia en dos puntos porcentuales. La relación directa entre el nivel de renta y el consumo de bienes duraderos explicaría estas discrepancias en el patrón de consumo.

En resumen, tanto en la tenencia como en el valor de los bienes de consumo duradero así como en el gasto anual de las familias, España presenta un potencial de crecimiento cuando se compara con países más desarrollados.

5. En perspectiva: ¿Pueden las ventas de automóviles seguir creciendo por encima de Europa?

Carmen Hernansanz *
Servicio de Estudios Económicos BBVA

Introducción

El gasto de las familias españolas en automóviles ha experimentado un significativo incremento en los últimos cuarenta años. Cuando se analiza la evolución de las matriculaciones de turismos con una perspectiva de largo plazo se aprecian tres impulsos claramente diferenciados:

- El primero, que muestra un perfil bastante suave, abarca hasta comienzos de los años setenta y coincide con la etapa de fuerte desarrollo de la economía española. Es la expansión más duradera del período analizado, ya que se prolonga durante unos quince años.
- El segundo impulso se produjo en la segunda mitad de los ochenta. Más concretamente, su inicio coincide con el *boom* económico que siguió a la entrada de España en la Comunidad Europea, posteriormente Unión Europea, aspecto que propició el aumento de la apertura comercial de la economía española. En términos de variaciones interanuales este período fue el que ha presentado un crecimiento más intenso en el número de matriculaciones de entre los tres considerados.
- El tercer impulso se inicia en 1996 y coincide con el período de convergencia nominal con los países macroeconómicamente más estables de la UE. Uno de los aspectos más importantes en los que se materializó esta convergencia fue la drástica reducción de los tipos de interés que se aproximaron paulatinamente a los de los países macroeconómicamente más estables del área. Esta reducción vino acompañada de un crecimiento económico promedio del 4% durante los años 1997-2000.

Por tanto, las ventas de automóviles han experimentado aproximadamente un período de boom cada diez años en los últimos cuarenta años. En 2004 se registró un récord histórico de matriculaciones (1,65 millones entre turismos y vehículos todoterreno). En este artículo se analiza cómo de sostenible es esta tendencia, es decir, si existen elementos para considerar que en la actual década se puede producir un nuevo impulso que lleve al consumo de automóviles a aproximarse aún más a la media europea. Para ello, en primer lugar, se analizan las principales características del parque automovilístico español y los factores de su actual composición. En segundo lugar, con una perspectiva de medio plazo, se pasa revista a los factores que podrían contribuir a que el sector mantenga el crecimiento diferencial positivo frente a Europa del que ha hecho gala en el período más reciente.

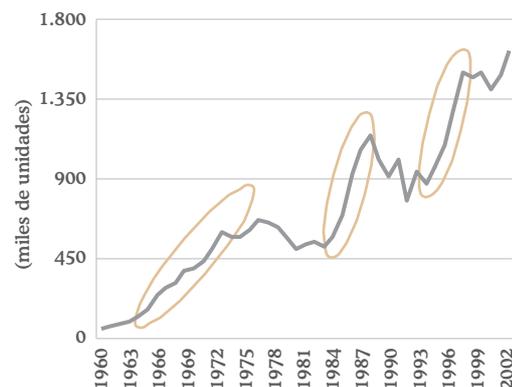
Más gasto en automóviles pero vehículos más viejos

En noviembre de 2004 el parque automovilístico español se elevaba a 20,15 millones de vehículos. Sin embargo, a pesar del dinamismo mostrado por el crecimiento de las matriculaciones de automóviles en las últimas décadas, España cuenta con uno de los parques de automóviles más envejecidos de Europa. En el año 2003 casi el 36% de los automóviles en España tenía una antigüedad superior a los 10 años. De hecho, este ratio ha mostrado un perfil creciente a lo largo de la segunda mitad de los noventa, coincidiendo de esta forma con el último período expansivo del sector.

* Se agradecen los comentarios y sugerencias realizados por los asistentes al Seminario sobre el Sector del Automóvil organizado por Servicios Financieros Especiales BBVA el pasado mes de octubre de 2004.

Gráfico 5.1.

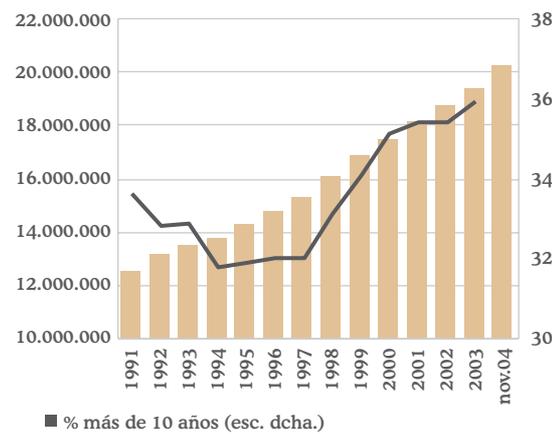
Matriculaciones de turismos



Fuente: Banco de España

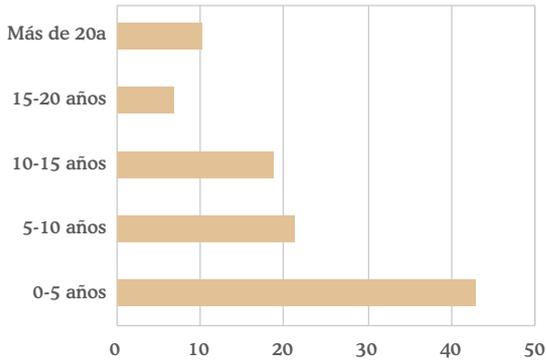
Gráfico 5.2.

Parque de turismos



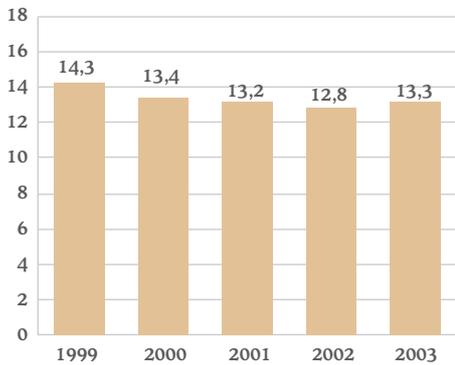
Fuente: DGT, Banco de España y BBVA

Gráfico 5.3.
Antigüedad Parque 2003



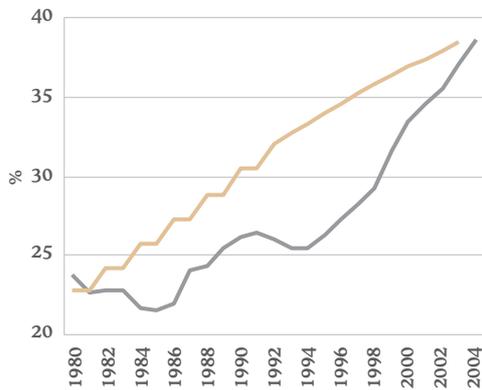
Fuente: DGT

Gráfico 5.4.
Vida media del coche dado de baja en España



Fuente: BBVA

Gráfico 5.5.
Proporción de conductores que son mujeres y tasa de empleo femenino (*)



■ Tasa de empleo femenino
■ Proporción de conductores que son mujeres

Fuente: DGT e INE

Puede resultar paradójico que una fase de fuerte crecimiento como la observada en los últimos años haya coincidido con un envejecimiento tan intenso del parque automovilístico. No obstante, hay un efecto estadístico que no es despreciable a la hora de valorar el dato de envejecimiento del parque. A finales de 2003, el 10% de éste contaba con más de 20 años de antigüedad. La depreciación experimentada por estos vehículos los hace poco aptos para su uso habitual, por lo que cabe pensar que no están sustituyendo las prestaciones de otro automóvil. Por tanto, es muy probable que vehículos de esta antigüedad se conserven por otros motivos, o bien, que aún estando inutilizados, no se hayan dado de baja en la Dirección General de Tráfico.

Esta última explicación resulta bastante plausible por varios motivos. En primer lugar, la proporción de coches con edades comprendidas entre los 15 y 20 años es significativamente más baja que la de automóviles de más de 20 años lo que apunta a la existencia de vehículos muy antiguos inutilizados. En segundo lugar, la proporción de vehículos muy antiguos que se da de baja es muy reducida. En los últimos años, el número de turismos dados de baja con más de 30 años apenas llega al 1% del total elevándose a un promedio del 16% la proporción de vehículos dados de baja con entre 20 y 30 años. Por último, la eliminación en 2003 del requerimiento de aportar el último impuesto de circulación para dar de baja el vehículo cuando éste tiene más de 15 años parece haber contribuido a aumentar el número de bajas tramitadas el pasado ejercicio, lo que apuntaría nuevamente a que buena parte de estos vehículos se encuentran fuera de uso.

Por tanto, el envejecimiento del parque automovilístico admite algunas matizaciones. Así, la proporción de coches de cinco o menos años ha aumentado desde 1997 en 7 p.p. hasta representar el 43% del parque a finales de 2003.

Por otro lado, el envejecimiento del parque no sólo obedece al ritmo actual de matriculaciones, sino también al volumen de nuevos vehículos en años anteriores. Por tanto, el incremento experimentado por la proporción de turismos con más de 10 años en la segunda mitad de los noventa responde en parte a la entrada en la «tercera edad» del boom de matriculaciones registrado en la segunda mitad de los ochenta. Ello explica que se esté observando al tiempo un fuerte incremento de las matriculaciones y un mantenimiento de la proporción de vehículos de más de 10 años.

El impacto de los cambios sociodemográficos en el gasto de automóviles

No obstante, la renovación del parque de automóviles español puede calificarse de relativamente lenta. En base a la antigüedad de los vehículos que se dan de baja, se puede estimar que la vida media del automóvil dado de baja en nuestro país se sitúa en más de 13 años, período muy dilatado para los estándares europeos¹.

En un contexto en el que las familias españolas han visto aproximarse su renta per cápita hacia la media de Europa, en el que el descenso experimentado por los tipos de interés ha favorecido el acceso a la financiación y en el que se han implementado Planes orientados al rejuvenecimiento del parque automovilístico², resulta llamativa esta inercia al cambio de vehículo.

Por tanto, más allá de los efectos «estadísticos» citados, existen aspectos de carácter socioeconómico que explican la actual composición de parque automovilístico español. Así, una probable causa de la reticencia a dar de baja un vehículo antiguo ha sido el mantenimiento de un segundo coche familiar.

¹ Por ejemplo, en Alemania, la vida media de los automóviles en la segunda mitad de los noventa se situaba por debajo de los 7 años. El deterioro de las ventas en los últimos años ha propiciado un aumento del período de uso del automóvil, que, con todo, aún está por debajo de los 8 años.

² Véase recuadro «Plan Prever».

Entre los factores que inciden de manera directa en este hábito de consumo cabe destacar la incorporación de la mujer al mercado laboral. Como se puede apreciar en el gráfico, el notable aumento en la tasa de empleo femenino ha coincidido con un destacado crecimiento de la importancia de las mujeres dentro del censo de conductores. La Encuesta Financiera de las Familias publicada por el Banco de España cifra el mayor porcentaje de hogares con automóvil en aquellos en los que dos o más miembros trabajan³.

Otro factor relevante que refuerza la necesidad del «segundo coche» es la tendencia a la adquisición de vivienda en zonas residenciales periféricas, lo que hace a las familias mucho más dependientes para sus desplazamientos del vehículo privado. Un ejemplo en este sentido es la evolución de la distribución de la población de la Comunidad de Madrid. Desde 1985, la población madrileña que reside en el municipio de Madrid ha pasado de casi dos terceras partes a algo más de la mitad, lo que pone de manifiesto una mayor dispersión de la población y el cambio en los hábitos de vida de las familias españolas.

Lejos de Europa en cantidad pero no en calidad

Todo ello se ha traducido en un descenso del número de habitantes por turismo que ha pasado de 6 en 1977 a poco más de 2 en la actualidad. Dicho de otra forma, el desarrollo experimentado por la economía española en las últimas décadas ha aumentado de manera sustancial el número de automóviles por familia. Entre 1995 y 2003 el número de vehículos por cada 1.000 habitantes ha crecido un 25% hasta aproximarse a los 470 a finales de 2004.

Las modificaciones que se observan en el consumo de automóviles no se circunscriben tan sólo a la cantidad consumida de éste sino también a su calidad. El crecimiento de la renta per cápita a lo largo de estos años y la mayor apertura comercial han incidido en que las características del vehículo promedio adquirido hayan experimentado cambios significativos en las últimas décadas.

Más de dos tercios de los nuevos turismos que se matriculan cuentan con motor diesel, lo que apunta a un gasto más elevado por adquisición. Si se comparan estas especificaciones con las europeas se aprecia que nuestro país se sitúa muy en línea con la calidad media del automóvil nuevo europeo, excediéndola en algunos aspectos como matriculaciones diesel.

¿Qué factores pueden sostener el crecimiento del parque de automóviles en el medio plazo?

A pesar de lo anterior, el ratio de vehículos por 1.000 habitantes aún dista del observado en países europeos más desarrollados. La última comparativa disponible que data de 2002 apunta a niveles inferiores a los de Alemania (541), Francia (491), Italia (582) o Gran Bretaña (484). En esta sección se valoran los factores que pueden incidir en que el gasto en automóvil continúe mostrando un crecimiento diferencial positivo frente a Europa.

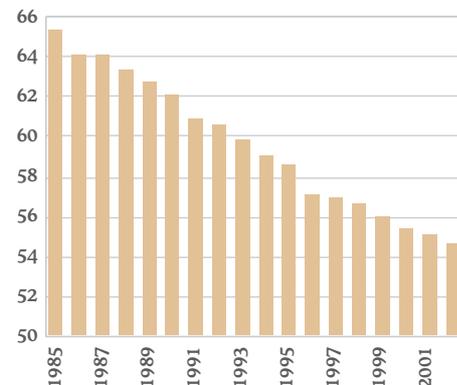
Convergencia real y nominal

En primer lugar, cabe destacar el impacto del propio diferencial positivo de crecimiento económico previsto. Puesto que la renta per cápita en España se sitúa en el 87% de la media europea, cabe prever que el proceso de convergencia real con las economías más ricas tendrá un impacto significativo sobre el gasto de automóvil por habitante.

Por otro lado, la plena convergencia en tipos de interés con los países europeos seguirá contribuyendo positivamente a que el automóvil siga

Gráfico 5.6.

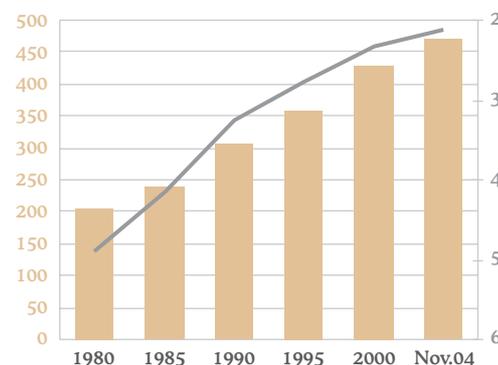
Población del municipio de Madrid sobre el total de la Comunidad



Fuente: Comunidad de Madrid

Gráfico 5.7.

Parque de turismos

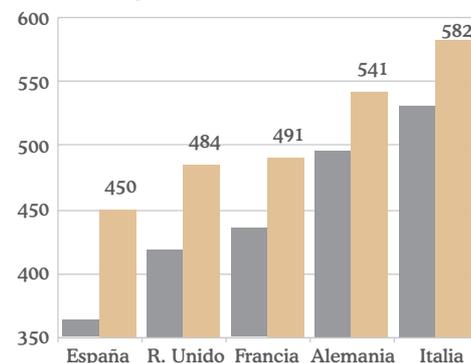


■ Habitantes por turismo
■ Parque por 1.000 hab.

Fuente: DGT, Banco de España y BBVA

Gráfico 5.8.

Vehículos por cada mil habitantes



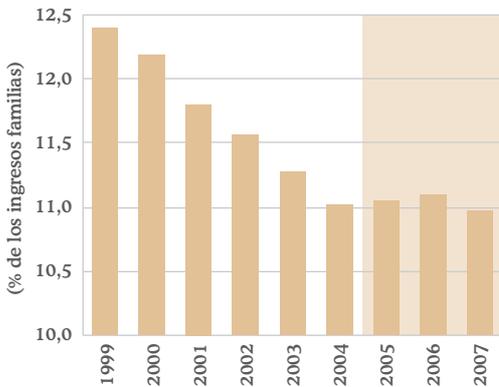
■ 1995

■ 2002

Fuente: ACEA y BBVA

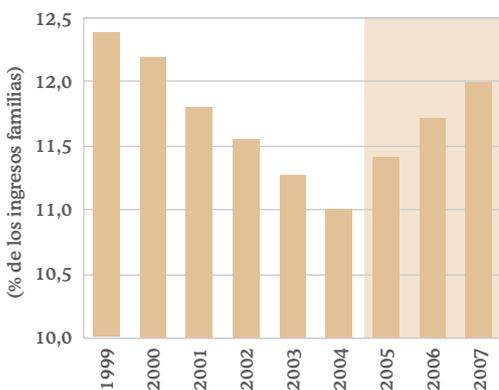
³ El porcentaje de hogares con automóvil en un hogar en el que dos miembros trabajan se sitúa en el 93% frente al 85% en un hogar en el que sólo trabaja uno de los miembros.

Gráfico 5.9.
Accesibilidad de los hogares al coche financiado



Fuente: BBVA

Gráfico 5.10.
Accesibilidad de los hogares al coche financiado (escenario de riesgo)



Fuente: BBVA

siendo financieramente más asequible que en el pasado. El Esfuerzo Financiero para la Compra de Automóvil (EFCA) calculado para distintos escenarios así lo pone de manifiesto⁴.

En un escenario que podría calificarse de central, los precios de los automóviles mantienen un diferencial negativo de en torno a 1 p.p. frente a los precios al consumo, los tipos de interés de la financiación al consumo repuntan hasta niveles más consistentes con el tipo de interés de equilibrio de largo plazo (8,5%) y los ingresos salariales crecen en torno a la media de los últimos y años (3,5%). En este caso, como se aprecia en el gráfico, la accesibilidad al coche financiado se mantendría en los niveles actuales, lo que implica que el vehículo financiado seguiría siendo un 30% más accesible que hace diez años.

En un escenario alternativo, consistente con un entorno económico menos benigno, se asume un menor crecimiento de las rentas salariales (del 2%), un aumento de los precios de los automóviles en línea con el resto de bienes de consumo y un tensionamiento de los tipos de interés hasta el 12%. En este caso la accesibilidad se deteriora de manera significativa aunque sigue siendo más favorable que la de hace seis años.

Por tanto, repuntes moderados de los tipos de interés no causarían un deterioro significativo sobre la capacidad de adquirir un automóvil financiado. A este factor ha de añadirse el efecto de la aparición en el mercado de crédito español de nuevas fórmulas de financiación de vehículos que estaban muy poco extendidas hace algunos años y que permiten una mayor flexibilidad de adquisición.

Aumento de la población: la inmigración

La inmigración es un aspecto que está cambiando la realidad socioeconómica de nuestro país. De acuerdo con el INE, desde mediados de los noventa, la población extranjera «oficial» residente en España se ha cuadruplicado hasta situarse en 1,65 millones a finales de 2003. No obstante, en esta cifra no se recoge la población en situación irregular. Según los datos del Padrón en 2003 había en España 2,66 millones de extranjeros, el 6,2% de los empadronados. Cifras avanzadas para 2004 sitúan ya la proporción de población inmigrante en el 8%.

Desde el punto de vista de la actividad económica, el fenómeno de la inmigración cobra importancia, no sólo por su dimensión, sino por el estrato de población en la que ésta se concentra. En el gráfico adjunto se pueden observar las pirámides relativas de población de los nacionales españoles y los inmigrantes. Dos terceras partes de la población inmigrante se concentra en el estrato de edad de 20 a 44 años, lo que explica que la tasa de actividad de esta población sea notablemente más elevada que la de la población española.

Alcanzar el nivel de renta para poder acceder a un automóvil lleva un período de tiempo que hace que las decisiones de compra de los inmigrantes no se produzcan hasta que alcancen una situación laboral relativamente estable. En este sentido, la intensidad de los flujos migratorios en los últimos años, la mayor estabilidad que puede dar a esta población el futuro proceso de regularización, y las estimaciones de futuros flujos migratorios realizadas por el INE⁵ llevan a prever una demanda creciente de automóviles por parte de esta población.

No obstante, es importante destacar que la población inmigrante presenta un nivel de renta inferior al de la población española. Así, en 2002 la ganancia media anual de un trabajador latinoamericano o africano -nacionalidades que representan más del 50% de los extranjeros residentes en España-, suponía en torno a dos tercios del salario me-

⁴ Para una descripción de este indicador véase el recuadro «El EFCA: Esfuerzo de las familias para la compra financiada de automóvil».

⁵ que asumen que la población inmigrante representará el 20% de la población española en 2020.

dio de un trabajador español. Por tanto, la demanda de vehículo de este segmento de la población puede centrarse, sobre todo en una primera fase, en el vehículo de ocasión, lo que junto con el Plan Prever para automóviles usados que entró en vigor en 2004 y el desarrollo del *leasing*, podría dinamizar aún más este mercado. De hecho, si se aproxima el tamaño del mercado de ocasión por los cambios de titularidad registrados, se constató ya en 2003 un notable aumento del mismo. Sin embargo, tampoco se puede descartar que la población inmigrante dinamice el segmento de vehículo nuevo, especialmente el de los modelos de gama más baja que algunos fabricantes están comenzando a comercializar en Europa.

¿Cuántos vehículos más supone tener un «parque europeo»?

La mala coyuntura por la que están atravesando en estos momentos las ventas de automóviles en Europa ha llevado a algunos analistas a plantear que éste es ya un mercado saturado, y que el ratio de automóviles por habitante ha alcanzado ya su techo en los países más desarrollados. En base a esta hipótesis y a una población que no aumenta, la futura demanda de automóviles en la Europa más desarrollada vendría únicamente de la mano de la renovación del parque. Las diferentes características sociales y de densidad de población de cada país probablemente sitúen el nivel de saturación en diferentes umbrales. No obstante, a modo de ejercicio se ha considerado que el grado de madurez plena de este mercado podría situarse, de manera conservadora, en la actual media de los cuatro países citados en el punto anterior situada en los 520 automóviles por 1.000 habitantes.

Desde la situación actual española, en la que este ratio se aproxima a los 470, la convergencia europea arriba definida aún tendría un amplio recorrido. No obstante, éste es un proceso gradual cuya velocidad estará en función de diferentes parámetros. En primer lugar, dependerá de la capacidad de la economía española para crecer de manera sostenida por encima de Europa y, por tanto, de generar empleo. En segundo lugar, como se ha mencionado más arriba, estará en función del impacto que sobre el mercado tengan los cambios en la composición de la población.

A este respecto hay que tener en consideración diversos factores. Entre éstos cabe destacar el ya comentado aumento de una población inmigrante con menor renta. Pero además, la baja penetración del automóvil entre los mayores de 65 años en nuestro país es un factor a considerar. De acuerdo con la *Survey of Consumer Finance* publicada por la Reserva Federal, en Estados Unidos el 81% de los hogares en los que el cabeza de familia tiene entre 65 y 74 años dispone de un automóvil. En España dicho porcentaje se reduce al 56%. El envejecimiento de una población acostumbrada a la utilización el automóvil hará sin duda que este porcentaje resulte más elevado en el futuro.

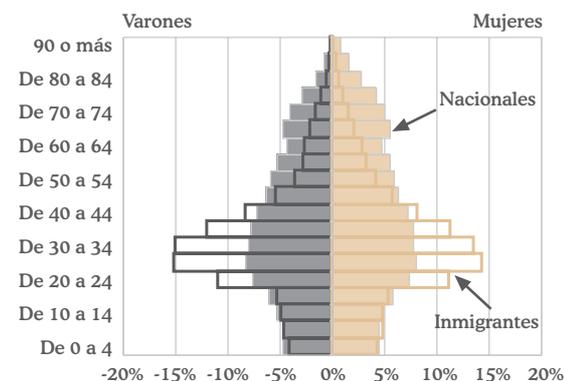
La estimación de la velocidad de este proceso de convergencia resulta compleja al mezclarse en el ejercicio factores de muy diversa índole. Sin embargo, la realización de unas proyecciones tendenciales en base a unos sencillos supuestos puede resultar útil para valorar durante cuantos años el proceso de convergencia en gasto en automóvil podría continuar alentando el saldo de matriculaciones.

En base a consideraciones coyunturales se ha supuesto que en 2005 las ventas de automóviles registrarán un estancamiento tras el récord observado en 2004. En todos los escenarios se ha realizado una hipótesis sobre el ratio de bajas sobre parque existente, consistente con el valor observado en el último quinquenio (4,7%). Para los años sucesivos se han dibujados tres escenarios en función del supuesto realizado sobre el crecimiento del parque de automóviles. Aunque éste ha mostrado un incremento promedio anual del 3,75% desde comienzos de los noventa, se aprecia una paulatina moderación en su crecimen-

Gráfico 5.11.

Pirámide de población: España

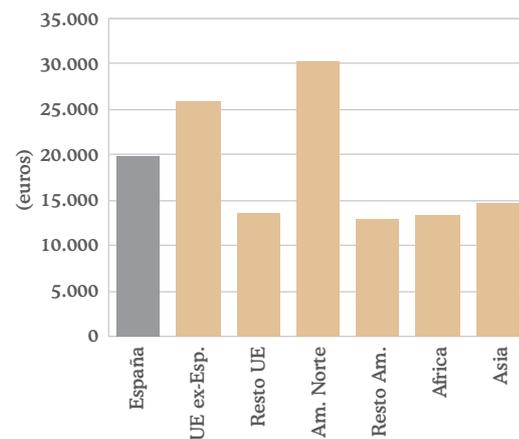
Distribución relativa



Fuente: Censo 2001

Gráfico 5.12.

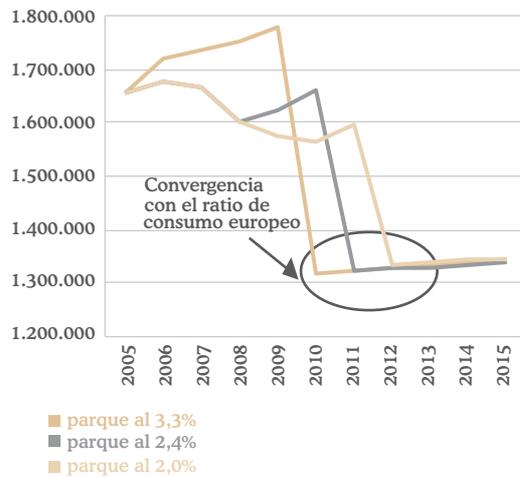
Estructura salarial por nacionalidad (2002)



Fuente: INE

Gráfico 5.13.

Senda de matriculaciones estimada en base a la convergencia europea y al crecimiento del parque



Fuente: BBVA

to como resultado de la mayor madurez del mercado. Por tanto, se han dibujado tres sendas de convergencia en función del ritmo de desaceleración del crecimiento del parque: hacia el 3,3%, hacia el 2,4% y hacia el 2,0%.

Con estos dos sencillos supuestos se obtiene la evolución tendencial para la senda de matriculaciones de los tres escenarios que se presenta en el gráfico adjunto. En los tres casos considerados la convergencia con el ratio europeo tiene lugar entre 2010 y 2012. Para llegar a esta situación el ritmo de matriculaciones también difiere entre escenarios. En el más dinámico se contempla la posibilidad de que incluso pueda superarse en algún ejercicio puntual el récord del pasado año. En todos los casos, una vez alcanzado el techo de la convergencia europea tal y como se ha definido, el crecimiento natural explicado por la demanda de reposición y la derivada del crecimiento previsto de la población se situaría entre los 1,3-1,4 millones de vehículos anuales.

Conclusiones

Diversos impulsos de carácter estructural han llevado a que el número de automóviles por habitante en España haya experimentado un crecimiento superior al europeo en los últimos años, lo que ha aproximado el gasto español en automóvil al observado en países más avanzados.

Además, el análisis de las especificaciones de los nuevos modelos matriculados revela que, aunque el consumo unitario de automóvil es inferior al europeo, se ha convergido en prestaciones, destacando el elevado porcentaje de vehículos con motor diesel. La gama de vehículo adquirido es, por tanto, bastante similar e incluso superior a la europea en algunos ámbitos.

El agotamiento del impacto de algunos de los impulsos de los últimos años lleva a plantearse si en esta década se volverá a producir una expansión en el sector similar a las registradas desde los años sesenta. En este artículo se ha hecho hincapié en los factores que pueden actuar de soporte para las ventas de automóviles en el futuro.

En primer lugar, cabe destacar el potencial de convergencia real con otros países de Europa. La renta per cápita de la economía española aún es un 87% de la europea. La previsible tendencia al alza de la renta per cápita española llevará a que el sector siga mostrando un dinamismo superior al registrado por mercados más maduros. En segundo lugar, a pesar de que el tono de la política monetaria va ser menos expansivo que en los últimos años, la accesibilidad al coche financiado va ser más favorable que la registrada a mediados de los noventa gracias a que los tipos de interés no retornarán a niveles tan elevados como en el pasado y a que el incremento de las rentas salariales seguirá siendo significativo en un entorno de crecimiento económico superior al europeo. En tercer lugar, aspectos socioeconómicos, como la incorporación de la mujer al mercado laboral, la preferencia por las zonas residenciales y la entrada en la tercera edad de una población acostumbrada al automóvil, favorecerán el sostenimiento de las ventas. Finalmente, el aumento de la población inmigrante también contribuirá al soporte del sector, ya que se trata de una población joven con un gasto inicial nulo en este tipo de bien. No obstante, en una primera fase este factor puede dinamizar fundamentalmente el vehículo de ocasión.

El margen para la convergencia del gasto en automóvil con Europa es aún amplio. Abstrayéndonos de la evolución coyuntural, alcanzar la penetración media en turismos por habitante de las principales economías de la UE implicaría que el ritmo de matriculaciones anuales podría continuar aumentando a buen ritmo en los próximos 5-7 años, igualando o incluso superando en algún ejercicio puntual el récord de 2004. No obstante, si se cifra el techo del gasto en automóvil español en niveles similares a los europeos, las ventas de automóviles más allá de este período de convergencia, volverían a situarse en el entorno de los 1,3-1,4 millones de vehículos anuales.

Interesados dirigirse a:

Servicios Generales Difusión BBVA Gran Vía 1 planta 2 48001 Bilbao T 34 944 876 231 F 34 944 876 417 www.bbva.es

Servicio de Estudios Económicos:

Director:

José Luis Escrivá

Subdirector:

David Taguas

Economistas Jefe:

Europa: Manuel Balmaseda

Norteamérica: Jorge Sicilia

Estados Unidos: Nathaniel Karp

México: Adolfo Albo

Latam y Mercados Emergentes: Javier Santiso

Argentina: Ernesto Gaba

Chile: Joaquín Vial

Colombia: Daniel Castellanos

Perú: David Tuesta

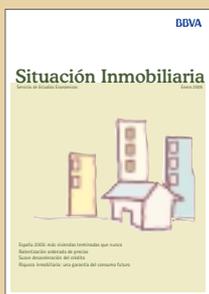
Venezuela: Giovanni di Placido

Análisis Sectorial: Carmen Hernansanz

Escenarios Financieros: Maite Ledo

Flujos Financieros: Sonsoles Castillo

otras publicaciones



Este documento ha sido preparado por el Servicio de Estudios Económicos de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA) por su propia cuenta y se suministra sólo con fines informativos. Las opiniones, estimaciones, predicciones y recomendaciones que se expresan en este documento se refieren a la fecha que aparece en el mismo, por lo que pueden sufrir cambios como consecuencia de la fluctuación de los mercados.

Las opiniones, estimaciones, predicciones y recomendaciones contenidas en este documento se basan en información que ha sido obtenida de fuentes estimadas como fidedignas pero ninguna garantía, expresa o implícita, se concede por BBVA sobre su exactitud, integridad o corrección.

El presente documento no constituye una oferta ni una invitación o incitación para la suscripción o compra de valores.