

EL TEMA DEL CONSUMO EN LA GEOGRAFIA

por
V. BIELZA DE ORY

En un trabajo publicado recientemente (1) se ha puesto de manifiesto la ampliación conceptual experimentada por la geografía económica en los últimos tiempos, gracias a una concepción más completa de la actividad económica que tiende a elevar el tono científico de esta disciplina. En este artículo se quiere plantear el tratamiento del consumo dentro de la geografía analizando su concepto, evaluación, factores y tipos espaciales, exponiendo previamente las causas de la marginación de este tema, sin el cual la concepción de la geografía económica se encontraba sensiblemente mutilada. El concepto "geografía del consumo, hasta ahora —como señalaba Kasumov en el Congreso Geográfico Internacional celebrado en Moscú—, no se ha utilizado mucho en la geografía económica porque el proceso de consumo de distintos bienes en regiones separadas se consideraba más el objeto de estudio de los economistas que de los geógrafos» (2).

1. EL PLANTEAMIENTO GENERAL DEL CONSUMO EN LA GEOGRAFÍA

1.1. *Un tema marginado en la geografía clásica*

(1) BIELZA DE ORY, V.: «La ampliación conceptual y metodológica de la Geografía económica en las últimas décadas», Homenaje al Dr. Frutos. Univ. de Zaragoza, 1977, pp. 31-49.

(2) KASUMOV, R. M.: «Geography of services, consumption in a region», ZZIII Cong. Geografía Internacional, Moscú, t. 8, p. 146.

Hasta hace poco tiempo los geógrafos, desde Humboldt y Ritter, de los tres estadios de la actividad económica han mostrado sus preferencias por la producción, han tenido algo en cuenta la comercialización, y han orillado el consumo. Las causas de este «olvido» radican, en parte, en el propio origen y génesis de la geografía científica clásica, pero este desconocimiento geográfico del tema del consumo puede explicarse también en función de la propia historia económica de la humanidad —preocupada hasta fechas recientes por producir para subsistir— y por el desinterés de la ciencia económica hacia el tema.

Las estrechas relaciones de los pioneros de la ciencia geográfica —como Humboldt— con las ciencias naturales, desembocaron en un interés prioritario por las influencias entre la naturaleza y la actividad de los grupos humanos, de modo que, al estudiar la actividad económica había una preocupación casi exclusiva por la producción y dentro de ésta las actividades productivas eran tratadas de muy diverso modo según su conexión con el cuadro natural (el interés «geográfico» iba descendiendo del sector primario al terciario). Así, el alemán Gotz, que parece haber sido en 1882 quien por primera vez utilizó la expresión geografía económica, presenta ésta como un estudio científico de las áreas mundiales en su influencia directa sobre la producción de bienes. «Así quedó definido un sendero, a lo largo del cual han pasado muchos geógrafos económicos, tratando, sobre todo, de dejar al desnudo la influencia de los factores físicos» (3). Todavía un manual clásico como el de Jones y Darkenwald, editado en 1941 y reeditado por tercera vez en 1965, dice textualmente que «la geografía económica trata de las ocupaciones productivas...» y más adelante señala que «el geógrafo económico estudia por necesidad esas actividades desde el punto de vista de su relación con los factores físicos del medio natural» (4). Es evidente que en un marco conceptual de esta índole difícilmente cabe una consideración geográfica del consumo.

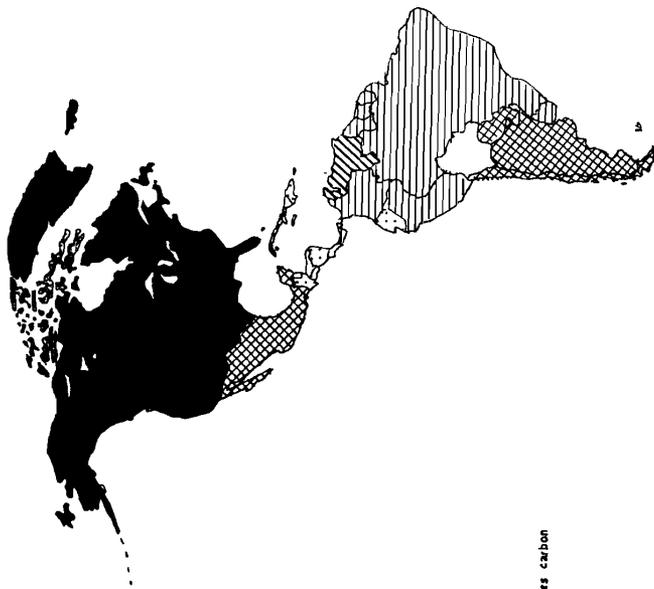
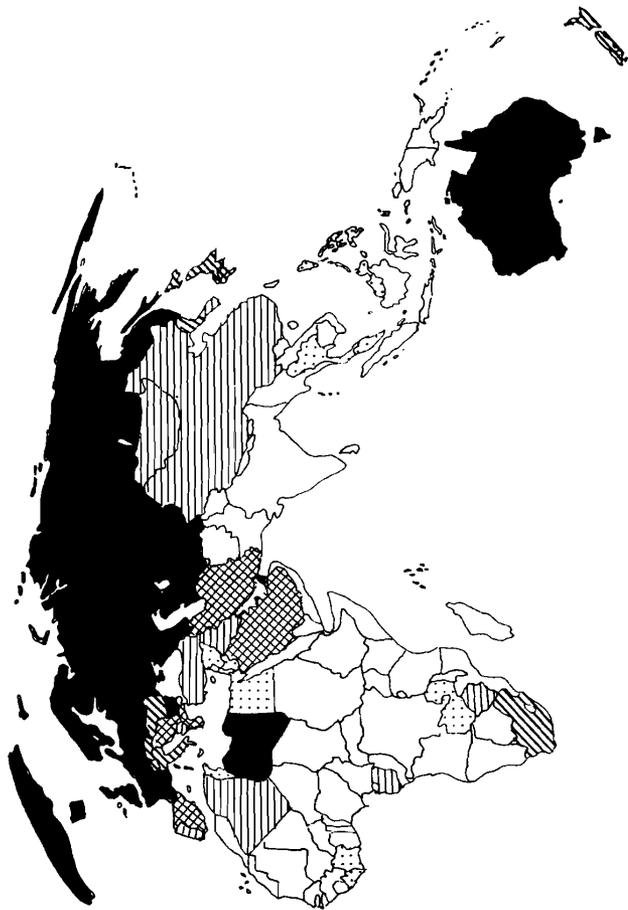
El segundo tipo de razones que nos explican el orillamiento del consumo como tema geográfico pertenece a la propia dinámica de la realidad económica en la historia humana. «Parece probable —apuntan acertadamente Mc Carty y Lindberg— que la preocupación del hombre por los problemas de producción (y su correspondiente falta de interés por las normas de consumo), sea un reflejo de su antiguo miedo al hambre y a la privación en un mundo que sólo muy recientemente prometió producir suficientes mercancías y servicios para satisfacer las necesidades básicas humanas» (5). El hecho de que el consumidor pueda elegir para cubrir cada tipo de necesidad entre un abanico de bienes y servicios, es algo

(3) WOOLDRIDGE AND GORDON EAST: «The spirit and purpose of geography», London, 1951.

(4) JONES, C. F. and DARKENWALD, G. G.: «Economic Geography», 1941, 1945, 1965, The Macmillan Co., New York.

(5) MC CARTY, M. H. and LINDBERG, J. B.: «A preface to Economic Geography», Prentice Hall, New Jersey, USA, 1966.

CONSUMO DE ENERGIA POR PERSONA 1.973



4000 o mas Kg equivalentes carbon

2000 a 3333

1000 a 1999

500 a 999

250 a 499

< 249



relativamente nuevo en la historia de la humanidad, y por desgracia no generalizado a la totalidad de los consumidores actuales.

Otra causa importante para entender la falta de consideración del consumo en la ciencia geográfica, es el propio desinterés mostrado por los economistas hacia dicho tema. El consumo ha sido desdeñado e ignorado durante mucho tiempo, primero por cierta influencia de un ascetismo mal entendido y más adelante, por la ideología productiva de la burguesía. Aunque algunos economistas liberales del siglo pasado habían subrayado el papel del consumo en el proceso económico, la ley de salidas de B. Say —enunciada en dicho siglo y en virtud de la cual quedaba garantizada la colocación en el mercado de todo bien producido—, desplazó la atención de los economistas hacia el aumento de la producción, entendiendo que el consumo se resolvería como una consecuencia de aquella. S. Mill llegaría a afirmar a mediados del siglo XIX, que «se ha demostrado triunfalmente por los economistas que el consumo nunca necesita estímulos» (6), es decir —siguiendo el refranero español— que «el buen paño en el arca se vende». Hasta Keynes no se vuelve a centrar la atención de los economistas en la demanda; fue él precisamente quien planteó el consumo global como función de la renta. A lo largo de las últimas décadas del siglo XX se acentúa el papel del consumo hasta el punto de caracterizar la sociedad moderna desarrollada como una sociedad de consumo.

El desdén hacia el consumo por parte de los científicos de la economía frenó el desarrollo de las estadísticas sobre el consumo, sin las cuales mal se podía elaborar una geografía del consumo. Hasta la segunda guerra mundial sólo existían estadísticas parciales en muy contados países: como Gran Bretaña (la del Board of Trade de 1905) o Francia (la del Institute Nationale de Statistique de 1913-1914).

1.2. *La conveniencia de una geografía del consumo*

La conveniencia de suscitara una geografía del consumo viene dada por varias consideraciones que examinaremos a continuación.

En primer lugar, la conveniencia de plantear una geografía del consumo se deriva de la importancia intrínseca del consumo para la existencia humana. Sin consumir no hay posibilidad de existir. «Después del hecho de habitar —según George (7)— el segundo término de la existencia es el consumo» (aunque el mismo habitar ya es un tipo de consumo que implica previamente otro consumo

(6) MARTÍNEZ CORTINA, R. y SAMPEDRO, J. L.: «Estructura Económica. Teoría básica y estructura mundial». Ed. Ariel. Barcelona, 1973, p. 381.

(7) GEORGE, P.: «Sociologie et géographie». P.U.F., París, 1966.

más perentorio como es el comer) (8). "Inicialmente se trata de consumos vitales —prosigue George— que representan la única forma de consumo para una gran parte de la humanidad: alimentación y un mínimo de vestido que asegura la protección contra la intemperie. En las economías y sociedades industriales, técnicamente más evolucionadas, la noción de consumo se amplía y se aplica a un gran número de mercancías y de prestaciones de servicios hasta el punto que se ha estimado que las sociedades industriales actuales deberían ser designadas con el nombre de sociedades de consumo».

Sin consumo no es posible concebir una geografía económica científica. Para que la geografía económica sea una disciplina científica ha de contemplar *toda* la actividad económica; producción, consumo y comercialización. Cada vez más el proceso de la actividad económica es movido por el poder decisorio del consumidor. La importancia intrínseca del consumo, que hace del mismo el principio y fin de toda actividad económica, se traduce espacialmente en un hecho de transcendental importancia para la geografía. Como ya afirmaba Hartshorne hace años «existe un aspecto de la economía humana que puede proporcionar una base unitaria a un amplio sector geográfico: se trata de la geografía del consumo. Esta, como ha puesto en evidencia Allix, presenta notables variaciones espaciales de contenido a través de las diversas áreas de la tierra, y tiene un grandísimo interés para captar la geografía como totalidad (9).

La humanidad actual desde un punto de vista socioeconómico, atendiendo a su nivel de desarrollo y a su organización, se encuentra dividida en tres grandes conjuntos de países: desarrollados-capitalistas, subdesarrollados y socialistas. Pues bien, su diferenciación aparece más marcada en términos de consumo que de producción, como veremos a continuación. Ahora bien, para poder examinar en profundidad los tres grandes tipos espaciales de consumo —objetivo final del geógrafo en relación con este tema— previamente hemos de conocer el concepto de consumo, su evaluación y los factores que diversifican espacialmente el consumo.

2. EL CONCEPTO DE CONSUMO

2.1. Definición

El consumo es la fase de la actividad económica que consiste en la satisfacción inmediata y directa de las necesidades materiales mediante el uso de los bienes y servicios aportados por el proceso productivo, tanto si la utilización aca-

(8) El mismo George en otra obra suya «Geografía del consumo» (Col. ¿qué sé? número 86. Barcelona, 1972) se contradice al afirmar: «la exclusiva obsesión alimenticia hace que el hombre perciba tan sólo una necesidad: la de satisfacer su hambre. Obsesionado por ésta no se preocupa por su morada».

(9) HARTSHORNE, R.: «Perspective on the Nature of Geography». Chicago, 1959.

rea la destrucción instantánea del bien o servicio, como si estos duran un tiempo más o menos largo. Según Seldon es «el proceso de obtener utilidad de una mercancía o servicio. En sentido más general, describe el proceso de adquisición de mercancías y servicios para obtener satisfacciones directas de ellos; e indica la cantidad de gasto que se realiza en ellas» (10).

2.2. *Clasificación*

Con arreglo al criterio que se adopte pueden clasificarse los consumos de diversas formas. Atendiendo al tipo de consumidor, se puede hablar de consumo privado, realizado por los individuos y economías domésticas sin ánimo de lucro —alimentación, vestido, alojamiento...—, y de consumo público, llevado a cabo por la administración pública central, provincial o local —enseñanza, sanidad...—. Fijándose en el destino, se puede distinguir entre el consumo intermedio, que sirve para producir otro bien y el consumo final, que por desgaste o destrucción permite satisfacer directamente las necesidades personales.

Pero por encima de las clasificaciones anteriores al geógrafo le interesa diferenciar espacialmente el nivel de consumo. Para ello conviene conocer previamente una jerarquía de necesidades contando con que, según el economista René Roy, «es posible establecer una clasificación de los bienes y servicios en grupos, de forma que el acceso de cualquier consumidor a un grupo de un orden determinado, implique la saciedad de las necesidades correspondientes a los grupos de las categorías inferiores» (11). De este modo podemos distinguir esquemáticamente el «consumo vital» para satisfacer las necesidades más elementales, que corresponde a los países subdesarrollados, del «consumo diversificado y superfluo», de un gran número de mercancías y prestaciones de servicios que disfrutaban los países desarrollados («sociedades de consumo»). Su propensión al consumo difiere sensiblemente.

2.3. *Propensión al consumo*

Las rentas percibidas por los agentes económicos fundamentalmente tienen dos destinos: la satisfacción inmediata de las necesidades (consumo) o la satisfacción mediata o diferida de las mismas (ahorro). La propensión media al consumo (P_c) es la relación existente entre el consumo y el nivel de renta que lo

(10) SELDON, A. y PENNANCE, F. C.: «Dictionary of Economics». Dent and Sons Ltd., London, 1965.

(11) ROY, R.: «La hiérarchie des besoins et la notion de groupe dans l'économie de choix». *Econometrica*, 1943, II, 13.

hace posible. Por ejemplo, la propensión media al consumo será de 0,75 cuando se consuman las tres cuartas partes de la renta. La propensión al ahorro (P_A) es la relación entre el ahorro y el nivel de renta. De modo que en el ejemplo anterior la propensión al ahorro será de 0,25. Entre las dos siempre sumarán la

$$\text{unidad: } P_C + P_A = \frac{C}{R} + \frac{A}{R} = \frac{R}{R} = 1.$$

La propensión marginal al consumo (P_{MC}) mide la parte que se consumiría de un incremento de renta: $P_{MC} = \frac{\Delta C}{\Delta R}$. También se cumple que $P_{MC} + P_{MA} = 1$.

La propensión marginal al consumo correspondiente a los diferentes niveles de renta de los países puede representarse mediante unos ejes de coordenadas tomando en abcisas la renta de cada país y en ordenadas el consumo correspondiente. La propensión marginal al consumo es la pendiente de la curva, es decir, la tangente trigonométrica de la tangente geométrica de la curva del consumo en ese punto.

3. LA EVALUACIÓN DEL CONSUMO Y EL NIVEL DE VIDA

La cuantificación del consumo familiar o nacional está ligada al concepto de nivel de vida, concepto que en la nueva geografía tiende a sustituir a la caduca noción de modo de vida. Mientras que el modo de vida (12), expresión que hace referencia a algo cualitativo y modal, se encuentra en el corazón de la geografía vidaliana, el nivel de vida, expresión cuantitativa, es de máxima importancia en la geografía actual.

El nivel de vida, para algunos autores (13), es la cantidad de bienes y servicios que un individuo o grupo de individuos puede procurarse con la renta de que disponen. Pero desde nuestro punto de vista, el nivel de vida no debe definirse como una posibilidad sino como una actualidad, ya que el individuo o grupo que ahorra en exceso, de momento disminuye su nivel de vida actual, y otro que gasta sus rentas en drogas, alcohol, etc., tampoco está mejorando su nivel de vida. Por ello el nivel de vida debe expresarse más en términos de consumo que de rentas. Como señala Bhagwati el nivel de vida viene dado por lo que se

(12) Conjunto de actividades mediante las cuales el grupo que las practica asegura su existencia, escogiendo de la naturaleza aquellos recursos que convienen mejor a sus aptitudes y tradiciones.

(13) Por ejemplo, TERCEIRO, en su «Diccionario de Economía».

destina al consumo presente (14) y puede definirse como «la cantidad de bienes y servicios que consume normalmente una persona con una renta dada» (15).

Debido a las dificultades que se presentan al intentar evaluar directamente el consumo, frecuentemente se emplea la renta montaria como un burdo patrón del nivel de vida, ya que, como norma general a mayor renta mayores posibilidades de consumir. Ahora bien, hay que tener en cuenta que la renta «per cápita» con frecuencia se calcula por la vía de la producción y, por tanto, se trata del producto «per cápita».

Lo ideal es evaluar directamente el consumo, pero existe una gran penuria de datos y cuestiones metodológicas que dificultan su cálculo. En muchos países faltan estadísticas detalladas de ventas al por menor, y en aquellos donde existen, con frecuencia, no se conoce la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo (razón por la que el nivel de vida del campo, donde abunda el autoconsumo, queda estadísticamente más distanciado del nivel de vida urbano que en la realidad). Existe también el problema de los valores añadidos en el sentido de que muchas mercancías vendidas al por menor no son directamente consumidas, sino que se utilizan en alguna forma ulterior de producción.

Las dificultades metodológicas para la evaluación global del consumo se derivan del hecho de intentar sumar bienes y servicios heterogéneos. Cuando se trata de consumos alimenticios la homogeneización puede obtenerse mediante la transformación de los alimentos en calorías. Si queremos obtener el consumo energético «per cápita» también disponemos de las unidades TEC (toneladas equivalentes carbón-hulla) o bien los kilogramos equivalentes carbón-hulla, que nos permiten sumar consumos de hidrocarburos, carbón, electricidad, etc. Pero las dificultades para medir en especie o en rendimientos se hacen insalvables si queremos evaluar el consumo de otros productos tales como los industriales o los servicios. Aun dentro de bienes del mismo tipo no son comparables ni expresan el mismo nivel de vida un coche utilitario y otro de lujo, ni una lavadora normal y otra automática.

La única forma exacta de evaluar el consumo global, de sumar cantidades heterogéneas, es convertirlas en homogéneas mediante algún sistema de transformación, y el único sistema directo es a través de su valor. No el valor intrínseco, sino el que adquieren los bienes y servicios consumidos en el mercado, como consecuencia del juego oferta-demanda. Ahora bien, al hacer comparaciones temporales conviene tener en cuenta las fluctuaciones de los precios, la inflación. El modo adecuado es aplicar un correctivo en función del índice de precios.

(14) BHAGWATI, J.: «La economía de los países subdesarrollados», Madrid, 1965.

(15) SELDON, A. y PENNANCE, F. C.: *op. cit.*

Las fuentes concretas básicas a las que podemos acudir hoy en día para obtener información sobre la estructura del consumo a nivel nacional son las contabilidades nacionales y las tablas intersectoriales. El «Anuario de estadísticas de las contabilidades nacionales», publicado por la ONU, recoge las estadísticas de un centenar de países estructurados de forma que puede estudiarse la proporción entre consumo público y privado, la cuantía que dentro del consumo privado significa cada una de las partidas de consumo vital (alimentación, vivienda...) o diversificado, etc.

Las tablas intersectoriales, menos extendidas, son menos útiles por su heterogeneidad que impide comparaciones universales (16). Para completar esta información básica que no cubre todos los países ni toda la realidad de la estructura del consumo, hay que acudir a encuestas directamente a los consumidores, en aquellos aspectos que nos interesan conocer, cubriendo todo el «universo» estadístico que queremos investigar o más frecuentemente mediante un muestreo representativo (en nuestro país INE, FOESSA, Banesto) (17).

4. FACTORES QUE VARÍAN ESPACIALMENTE EL CONSUMO

4.1. *Factores naturales*

El ecosistema en el que se haya inscrito cada grupo humano incide de algún modo en el nivel y en la estructura del consumo de dicho grupo. Por supuesto que cuanto más primitiva es la economía más afecta el cuadro natural a los consumos humanos, tanto a través de la demanda como a través de la oferta.

La demanda de bienes varía en los diversos marcos naturales. De los componentes del cuadro natural es el clima el que deja notar más su influencia. La demanda de alimentos y bebidas varía de un clima ecuatorial a un clima polar ostensiblemente, pasando por una serie de demandas intermedias correspondiente a los climas tropicales húmedos, áridos, templados, etc. (según cálculos de la FAO, una disminución de cinco grados centígrados de temperatura media se traduce en la alimentación en un consumo de 50 calorías más). También varía la demanda de otros bienes tales como el vestido, la vivienda (con calefacción o refrigerada), tipos de coches, etc. El relieve puede influir en el consumo bien indirectamente, en lo que supone variación del clima zonal, o directamente en cuan-

(16) Vid. MARTÍNEZ CORTINA y SAMPEDRO: «Estructura Económica», *op. cit.*

(17) BANESTO: «Anuario del Mercado Español», Madrid. Desde 1965. Instituto Nacional de Estadística: «Encuesta de presupuestos familiares», 1958, 1964, 1968 y 1973-74. Madrid. Fundación FOESSA: «Estudios sociológicos sobre la situación social de España», 1975 (continúa la línea de sus «Informes», 1966 y 1970). Madrid.

to facilita o dificulta unos u otros tipos de bienes de consumo (viviendas, automóviles...).

La oferta que presenta el ecosistema propio de un grupo humano influye en el consumo de este grupo en la medida en que éste permanezca encerrado en un sistema autárquico. Al superarse las autarquías económicas, al desarrollarse una economía abierta de mercados exteriores, el grupo deja de depender en su aprovisionamiento, de modo exclusivo, de sus recursos naturales. Así el polarizado consumo de arroz en el Extremo Oriente estaba mediatizado por un cuadro natural propicio (deltas y valles inundables bajo un clima monzónico) para una producción predominantemente arrocería. En los países de esta área, a medida que van desarrollándose y abriéndose al espacio económico mundial va diversificándose la dieta.

4.2. Factores demográficos

El consumo de un país tanto o más que del marco territorial depende del volumen y estructura de su demografía. La composición biológica de la población incide en el nivel y estructura del consumo. El hombre tiene consumos vitales más fuertes que la mujer, y ésta se deja llevar más por los consumos de ostentación. (Según cálculos de la FAO, mientras que un adulto-joven de peso medio en un clima templado-frío consume diariamente 3.200 calorías, una mujer en las mismas condiciones consume 2.300.) Una población envejecida consume más que una población de estructura joven, en cuanto que el grupo de viejos tiene consumos que el grupo demográfico infantil desconoce.

Los movimientos naturales de población también influyen en el consumo actual o futuro. Un saldo vegetativo débil permite a la población actual un mayor nivel de consumo a corto plazo, aunque a medio o largo plazo supone envejecer la población y aumentar el consumo por el incremento de jubilados sin la contrapartida de la producción.

4.3. Factores sociológicos y psicológicos

Los hábitos, las costumbres, las creencias, la cultura, influyen en la estructura del consumo. Los pueblos del norte de África, islámicos, apenas consumen vino por una prohibición religiosa. En la India hay masas humanas que se mueren de hambre, o que tienen un déficit de proteínas cárnicas y no se atreven a sacrificar una vaca sagrada.

La publicidad tiende en las sociedades de consumo a cambiar hábitos —y lo consigue— para vender determinados productos. Así, por ejemplo, en el consumo nacional de bebidas el vino tiende a ser desplazado por las "colas", merced a la publicidad. Hay necesidades reales y "falsas necesidades", creadas y manipuladas por la publicidad en la economía neocapitalista. Sus peligros son: saturación de necesidades y riesgo de inflación. En los países del Este sus efectos beneficiosos se niegan.

4.4. Factores económicos: el nivel de rentas

En el consumo actual pesan sobre todo los factores económicos, tales como el nivel de rentas y el sistema socioeconómico. Aquí nos detendremos en el primero, ya que la influencia del sistema socioeconómico se desprenderá inmediatamente al contraponer, en el apartado de los tipos espaciales de consumo los países capitalistas desarrollados, correspondientes a las sociedades de consumo, a los países de economía planificada.

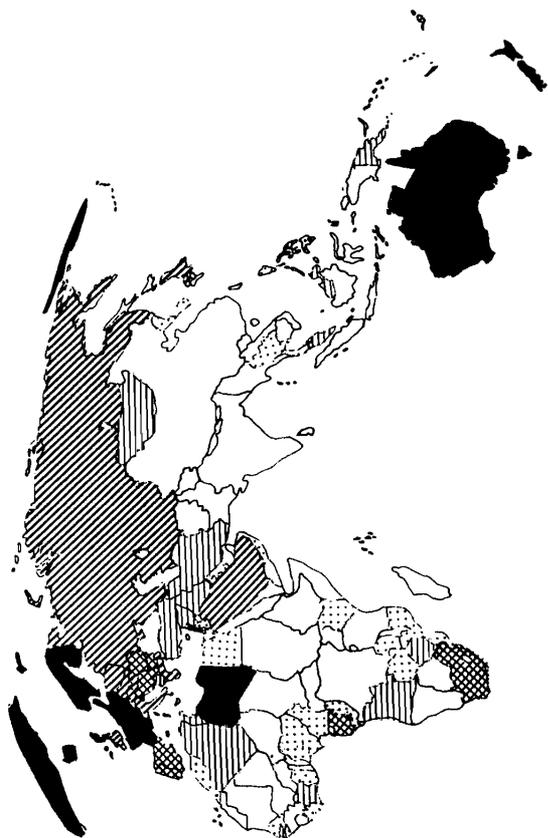
Es evidente que a mayor nivel de rentas hay mayor disponibilidad para el consumo. El «ranking» internacional de rentas «per cápita» difiere poco del «ranking» del consumo.

Siendo cierto y comprobable que a mayor renta hay mayor consumo no es válido, sin embargo, el afirmar que el crecimiento de la renta y del consumo se producen paralelamente. La propensión marginal al consumo va disminuyendo a medida que aumenta la renta debido al aumento que experimenta la propensión

PRIMEROS PAISES

<i>Puesto</i>	<i>Países</i>	<i>Renta per cápita</i>	<i>Consumo energético</i>
1	Emiratos árabes	16.000	13.510
2	Qatar	12.500	26.395
3	Kuwait	9.900	10.849
4	Suiza	6.340	3.752
5	Suecia	6.151	6.110
6	USA	5.941	11.960
7	Canadá	5.672	11.237
8	R. Fed. Alemana	5.462	5.792
9	Australia	5.460	5.956
10	Dinamarca	5.403	5.547
11	Benelux	5.047	6.253
12	Islandia	5.000	5.439

RENDA PER CAPITA 1974-75



6000 o mas DOLARES

2000 a 3 999 "

1000 a 1999 "

500 a 999 "

250 a 499 "

< 249 "



PAISES ULTIMOS

<i>Puesto</i>	<i>Países</i>	<i>Renta per cápita</i>	<i>Consumo energético</i>
109	Laos	150	75
110	Tanzania	150	74
111	Vietnam S.	140	274
112	Pakistán	130	149
113	Zaire	126	79
114	India	125	188
115	Gambia	120	61
116	Vietnam N.	120	146
117	Etiopía	105	35
118	Camboya	100	24
119	Bangla Desh	70	29
120	Bután	70	—

Fuente: The Economist: «The World in figures», Londres, 1976.

marginal al ahorro. Este hecho ya lo señalaba Keynes cuando afirmaba que «admitimos como regla psicológica fundamental en cualquier sociedad moderna que cuando la renta real crece, no aumentará el consumo en una cantidad absoluta igual, con lo que el ahorro será mayor en términos absolutos, a menos que al mismo tiempo otras circunstancias varíen de manera considerable e inusitada».

Los países subdesarrollados presentan una propensión marginal al consumo mayor que los desarrollados por moverse en niveles de rentas inferiores. Ello quiere decir que dado el bajo nivel de rentas del subdesarrollado las posibilidades para el ahorro son mínimas (18).

El nivel de rentas influye también en la propia estructura del consumo. A este respecto las leyes de Engel expuestas a mediados del siglo pasado siguen resultando en buena parte válidas. Estas leyes contemplan el consumo estructurado en cuatro grandes partidas: alimentación, vestido, alojamiento y otros gastos. La primera ley afirma que al aumentar la renta disminuye la proporción de la misma dedicada a la alimentación, aunque se incremente en cantidad absoluta. La segunda y la tercera referidas a los gastos en vestido y alojamiento (vivienda, luz y calefacción) dicen que estas partidas crecen más o menos proporcionalmente al aumento de las rentas. La cuarta afirma que los demás gastos crecen más que proporcionalmente respecto de los ingresos. De las cuatro leyes se siguen cum-

(18) Si la propensión marginal al ahorro es pequeña o nula no hay posibilidades de invertir y si no se invierte no se puede potenciar los factores económicos para producir más y mejor. Por ello los países subdesarrollados están inmersos en el círculo vicioso de la pobreza.

pliendo nítidamente la primera y la cuarta; la segunda y la tercera quedan un tanto matizadas al haber cambiado la realidad socioeconómica en el último siglo transcurrido. A modo de ejemplo podemos ver la evolución de la estructura del consumo privado en España (en % sobre el consumo total) entre 1954 y 1972.

	1954	1958	1962	1966	1970	1972
1. Alimentos (sin bebida).	53,9	50,4	45,5	43,1	41,1	39,3
2. Vestido y calzado ...	13,3	12,9	12,7	12,9	12	12,9
3. Alojamiento	5,3	5,4	6,4	6,4	7,6	7,4
4. Bienes de consumo duraderos	5,7	6,3	7,3	10,3	10,7	11,0
5. Otros bienes y servic.	21,8	25,0	28,1	27,3	28,6	28,8

Fuente: FOESSA: Estudios, 1975.

Ello significa que a medida que las necesidades básicas (empezando por la alimentación y continuando por el vestido y el alojamiento) van siendo satisfechas, la renta liberada permite incrementar la partida de otros bienes y servicios entre los que destacan los bienes duraderos (automóviles, televisores, electrodomésticos, etc.), que en la sociedad que se conforma en Occidente tras la segunda guerra mundial se han convertido en signos necesarios de riqueza.

5. TIPOS ESPACIALES DE CONSUMO

Para establecer una tipología espacial del consumo, de los factores enumerados anteriormente, hay que destacar el papel de los económicos: nivel de desarrollo y sistema socioeconómico. El primero nos permite diferenciar el subconsumo de los países subdesarrollados frente al superconsumo de los desarrollados. Este factor de desarrollo está ligado a una serie de factores naturales, demográficos y sociológicos. Junto a dicho factor hay que considerar el sistema organizativo político-económico que enfrenta los países de economía de mercado a los de economía planificada. En ambos casos puede tratarse de países desarrollados y subdesarrollados. Con arreglo a ello tendremos en cuenta tres tipos de consumo, el subconsumo de los subdesarrollados ligados de algún modo a la economía de mercado, el superconsumo de los desarrollados capitalistas y el consumo planificado, que comprende tanto a países desarrollados como en vías de desarrollo. Por supuesto que existen tipos intermedios y que dentro de los países hay que oponer al consumo urbano el consumo rural de hábitos muy distintos y con un autoconsumo mayor. Por otra parte, los desequilibrios regionales en rentas vienen acompañados de desequilibrios en los niveles y pautas de consumo.

5.1. *El subconsumo de los países subdesarrollados*

Este tipo de subconsumo se extiende a la mayor parte de la población asiática, si exceptuamos algunos países como Japón e Israel, a la mayor parte de los países africanos, menos los del cono sur, y a buena parte de la América Latina. En total dos tercios de la humanidad, extendidos por las dos terceras partes de las tierras emergidas, practican por necesidad este tipo de consumo deficitario. Sólo una mínima proporción de la población de estos países pertenece a una oligarquía que se libra, que escapa del subconsumo.

Las causas de este subconsumo ligadas íntimamente a la subproducción hay que buscarlas en las propias estructuras de encuadramiento y económicas que caracterizan al subdesarrollo. El cuadro natural de estos países, inscritos en su mayoría en la zona intertropical, aunque condiciona en cierta medida la producción, no acaba de explicar por sí sólo el subconsumo. Los caracteres demográfico-sociales de los subdesarrollados tales como: crecimiento demográfico fuerte del 2-3 por 100 anual, subempleo y desempleo frecuentes, bipolaridad social «oligarquías-masas populares», analfabetismo generalizado, falta de integración nacional, etc., pueden explicarnos más el subconsumo de la mayoría de la población. Pero las estructuras económicas son las responsables en primera instancia del problema: primariedad sectorial, especialización en producciones de bajo precio internacional, inestabilidad, dependencias o subordinación económica respecto del exterior, dualidad entre un sector arcaizante (agricultura de autoconsumo y artesanía) y otro sector evolucionado (el de las plantaciones y minas explotadas por las multinacionales). Combinando las estructuras de encuadramiento y las económicas, se llega como ha señalado Lacoste a «una situación caracterizada por una distorsión duradera entre un crecimiento demográfico relativamente fuerte y un incremento relativamente débil de los recursos de que dispone efectivamente la población». Distorsión que, en pocas palabras, introduce a los países subdesarrollados en un auténtico círculo vicioso de la pobreza, del que no pueden salir más que a costa de fuertes inversiones (superiores al 20 por 100 respecto a las rentas) que no pueden abordar por ingresar rentas débiles y tenerlas que dedicar a consumos vitales inmediatos.

Las características del consumo hay que abordarlas en dos planos: volumen y estructura. El volumen es pequeño porque las rentas son mismas, pero relativamente la propensión al consumo es superior a la de los países desarrollados porque tienen que dedicar la mayor parte de la renta al consumo.

La estructura del consumo da una prioridad absoluta a los consumos vitales. Según estudios de la FAO el porcentaje de gastos del consumidor en alimentación llega en ocasiones al 60 por 100, mientras que en los desarrollados no suele

superar el 35 por 100 (19). Pero a pesar de esta fuerte proporción la alimentación no suele alcanzar los mínimos vitales normales, pudiéndose hablar de una subnutrición generalizada.

En los países subdesarrollados el consumo calórico medio por habitante y día es inferior normalmente a las 2.500 calorías. En 1965 cuando Estados Unidos y Gran Bretaña gozaban de un consumo medio de más de 3.100 calorías, Pakistán sólo disponía de 2.220 y la India de 1.940 calorías por habitante y día.

A los problemas de subnutrición hay que añadir los de malnutrición, por contar los países subdesarrollados con escasa variedad de disponibilidades alimenticias.

			<i>India</i>	<i>Rodesia</i>	<i>Brasil</i>	<i>Francia</i>	<i>USA</i>
Kgs./hab y año	Hidratos	Cereales	134	201	113	100	66
		Tubérculos	12	10	73	100	47
		Azúcar	14	12	39	30	41
	Grasas	4	2	65	17	21	
	Proteínas	Carne	1	29	28	74	103
		Huevos	0,2	1	5	11	20
		Pescados	1	2	2	5	5
Leche		50	37	58	208	307	

Fuente: George: «G.^a del Consumo».

La alimentación del subdesarrollo además de no bastar cuantitativamente es inadecuada en cuanto a su equilibrio dietético por un exceso de hidratos de carbono (alimentos baratos) y un déficit de proteínas, vitaminas, etc. (que proporcionan los alimentos caros). Por otro lado, la monotonía del régimen dietético ligado a unos pocos productos tradicionales, tales como el arroz y el pescado en el sureste asiático, es una ley bastante común.

Además de la alimentación los demás bienes del consumo (vestido, vivienda, calefacción, etc.) están íntimamente influido por el cuadro natural y las tradiciones nacidas en la historia.

La estructura tradicional del consumo se ha alterado en los últimos años como consecuencia de la provocación de necesidades artificiales por parte de la publicidad de las multinacionales, que encuentran en estos países un mercado fácil y prácticamente ilimitado. Gracias a ello el porcentaje dedicado a bienes de con-

(19) Las cifras del consumo son poco fidedignas, ya que en los países subdesarrollados hay mucho autoconsumo incontrolado.

sumo duradero se ha incrementado, aunque todavía la distancia absoluta con respecto a los países desarrollados es enorme. Así, en 1971, mientras que en América del Norte y Australia había un coche por cada dos habitantes y en los países de la Europa Occidental uno por cada tres o cuatro habitantes, en los países subdesarrollados la situación era la siguiente:

NUMERO HABITANTES/AUTOMOVIL

Marruecos 51	Thailandia 105	
Argelia 67	Indonesia 344	Brasil 28
Egipto 214	Pakistán 523	Perú 41
Nigeria 659	India 427	Chile 34

Fuente: Anuario Agostini, 1975.

5.2. El superconsumo de las sociedades de consumo

Frente al subconsumo de los países subdesarrollados, en el otro extremo se sitúan los países que practican un superconsumo generalizado. Mientras que las sociedades del subconsumo producen para consumir, intentando cubrir las necesidades más elementales, en las sociedades de consumo ha de forzarse el consumo a fin de poder sostener el nivel de producción exigido por un mercado orientado hacia el consumo inmediato. El desarrollo económico —según Rostow (20)— tendría por fin, a través de diversas etapas, permitir cubrir a las sociedades el camino entre aquellas en las que reina la escasez, las tradicionales, y la era del consumo masivo, meta y objetivo último de todo el proceso.

En un país se puede hablar de la existencia de una sociedad de consumo de masas cuando se tiene acceso de manera generalizada al consumo de bienes. Ello implica las siguientes condiciones: una fuerte renta «per cápita» que permita una gran capacidad de consumo, una cierta equidistribución de las rentas para que el acceso al consumo sea generalizado y un sistema productivo con capacidad para satisfacer todas las necesidades de los consumidores.

Las condiciones anteriores sólo las cumplen los países capitalistas desarrollados de Europa Occidental, América del Norte, Australia, Nueva Zelanda, Japón e Israel, cuyas rentas «per cápita» en 1974 superaban los 3.000 dólares. Hay algunos países árabes petroleros como Emiratos Arabes Unidos, Qatar, Kuwait, Libia y Arabia Saudita, cuyas rentas «per cápita» también estaban ya, en 1974, por encima de los 3.000 dólares, pero en este caso no se puede hablar de socie-

(20) ROSTOW, W. W.: «Las etapas del crecimiento económico». Méjico, 1965.

dades de consumo en cuanto que sólo cumplen y de modo aparente, la primera condición, gracias a la inyección de petrodólares; y teniendo en cuenta que su renta «per cápita» se calcula a partir del producto nacional bruto y no de los ingresos reales que percibe cada habitante, realmente no cumplen ni la primera condición. Tampoco son sociedades de consumo países socialistas como la R. Democrática Alemana o Checoslovaquia que con 3.000 o más dólares «per cápita» en 1974, no cuentan con un sistema productivo regido por el mercado y en definitiva por los gustos del consumidor, sino por la planificación estatal. Nuestro país, con una renta estimada en 1974 de 1.800 dólares, se halla sumergido de lleno en el proceso de desarrollo, pero aún no ha alcanzado —según los «Estudios» FOESSA 1975— el nivel de las sociedades de consumo, estando en una situación similar a la de otros países europeos mediterráneos.

El superconsumo se explica en función de las estructuras de encuadramiento y económicas de estos países. Los factores naturales tales como el clima templado de la mayoría de estos países o el predominio herciniano de su subsuelo, pueden tenerse en cuenta para explicar la laboriosidad o la temprana incorporación a la primera revolución industrial fundamentada en la energía carbón. Pero estos mismos hechos —que son productivos y no de consumo— no agotan en estos factores su explicación. El débil saldo vegetativo inferior al 1 por 100 permite disfrutar de un mayor nivel de vida a la población actual; la existencia de una gran clase media y de un acceso generalizado a la cultura son condicionantes de un consumo masivo que alcanza a la mayor parte de la población. Pero son las estructuras económicas, las directamente responsables de la sociedad de consumo: una renta «per cápita» elevada y relativamente bien repartida gracias a sistemas impositivos progresivos, una sectorialización económica equilibrada, una relativa independencia económica hasta el punto de que se trata en muchos casos de economías dominantes, y sobre todo un mercado, que sin ser totalmente libre, rige los mecanismos económicos en función de los gustos del consumidor, sobre los que la publicidad y el efecto de imitación inciden considerablemente.

El volumen de consumo de estos países es por definición el más fuerte del mundo y si no hay crisis económica tiende a crecer indefinidamente. Sin embargo, la propensión media marginal al consumo, como ya sabemos, tienden a disminuir al crecer la renta.

	<i>Prod. Interior en dólares per cápita</i>	<i>Consumo privado en % del PIB</i>
Suiza	6.970	61,7
Suecia	6.880	53,0
USA	6.600	62,9
Canadá	6.460	55,5
Islandia	6.280	61,7
Alemania	6.200	53,5
Dinamarca	6.030	56,1
Luxemburgo	5.950	53,4
Australia	5.880	58,3
Noruega	5.850	52,3
Bélgica	5.470	59,6
Países Bajos	5.110	56,0
Francia	5.060	61,6
Finlandia	4.710	49,2
N. Zelanda	4.440	59,2
Austria	4.370	53,9
Japón	4.130	52,6
R. Unido	3.370	63,5
Italia	2.710	63,9
Irlanda	2.180	70,7
Grecia	2.150	72,7
España	2.100	66,8
Portugal	1.300	72,3
Turquía	750	72,2

Fuente: «L'Observateur de l'OCDE», 1976.

La estructura del consumo de los países más desarrollados tiende a dedicar a la alimentación (con bebidas y tabaco incluidos) menos de un tercio del consumo total.

% DE ALIMENTACION, BEBIDAS Y TABACO

	1960	1971
Dinamarca	34,3	32,9
Reino Unido	37,6	32,5
Francia	42,5	32,6
Italia	47,3	41
España	53,8	41,6
Grecia	47,7	43,1

Fuente: OCDE (1960-1971).

El nivel de nutrición y el equilibrio dietético lejos de estar afectados por problemas de subnutrición y malnutrición están resueltos en exceso. Mientras el Tercer Mundo lucha con el hambre, las sociedades opulentas luchan contra la obesidad. Los desequilibrios dietéticos del superconsumo, cuando se producen, no es por exceso de hidratos sino de proteínas y grasas, es decir, de alimentos ricos. Las carencias proteínicas o vitamínicas de los subdesarrollados se sustituyen por problemas de colesterol, arterioesclerosis e infartos.

CONSUMO POR HABITANTE Y DIA EN 1971

	<i>Calorías</i>	<i>Grs. carne</i>	<i>Grs. leche</i>	<i>Grs. azúcar y derivados</i>
USA	3.300	310	689	140
Suecia	2.850	—	733	114
Holanda	—	163	680	137
Bélgica	3.230	213	542	107
R. F. Alemana	3.180	220	567	95
Gran Bretaña	3.170	209	592	136
Francia	3.270	256	630	94
Irlanda	3.510	229	777	140
Italia	3.020	155	403	72
España	2.780	112	297	71
Grecia	2.900	111	448	56
Portugal	2.920	95	183	64

Fuente: Internacional Financial Statistics 1972 y Statistical Yearbook, 1972. (Tomado de FOESSA, 1975.)

El capítulo correspondiente a "otros bienes y servicios" se engrosa incesantemente en los países más desarrollados hasta suponer un tercio o más del total. Este importante porcentaje, similar o mayor al de alimentación, se debe a los bienes y servicios duraderos, auténtico exponente de las sociedades de consumo.

% DE OTROS BIENES Y SERVICIOS

	1960	1971
Dinamarca	33,9	36
Reino Unido	28,0	32,8
Francia	28,2	36,3
Italia	23	28,0
España	18,1	27,4
Grecia	18,1	20,6

Fuente: OCDE (1960-1971).

NUMERO POR MIL HABITANTES EN 1971

	<i>Teléfonos</i>	<i>Televisión</i>	<i>Automóviles</i>
USA	604	449	445
Suecia	557	323	291
Holanda	280	243	212
Bélgica	224	216	215
R. F. Alemana	249	299	239
Gran Bretaña	289	298	220
Francia	185	227	261
Irlanda	109	164	139
Italia	188	191	210
España	151	132	82
Grecia	137	10	30
Portugal	92	49	77

Fuente: International Financial S.

5.3. El consumo planificado de los países socialistas

En el nivel y estructura del consumo de los países socialistas inciden además del nivel de rentas la planificación económica. El consumo planificado se extiende a un número creciente de países que cuentan con niveles de desarrollo muy distinto. La URSS, el país pionero del comunismo, cuenta con una renta «per cápita» en 1974 de 2.010 dólares. Los países de la Europa Oriental disfrutan de rentas «per cápita» superiores a la mundial (1.250 dólares) con excepción de Rumania, Yugoslavia y Albania. En cambio, los países comunistas de fuera de Europa todavía detentan rentas «per cápita» propias de países subdesarrollados.

La variedad de rentas se traduce en principio en una variedad de niveles de consumo dentro del grupo de países socialistas. Sin embargo, hay un rasgo común: la prioridad del ahorro y de la inversión sobre el consumo actual. Ello obliga a apretarse el cinturón a la población pensando en un consumo futuro. Ahora bien, no todas esas inversiones van a potenciar el futuro consumo de los particulares (21).

Es difícil establecer comparaciones de propensión al consumo entre países socialistas y capitalistas. Lo que sí se puede señalar es que, así como en los de economía de mercado la propensión al consumo tiende a disminuir al aumentar la renta, en los de economía planificada a medida que se desarrollan tiende a incre-

(21) Por ejemplo, si se dedican por parte del Estado a la carrera del espacio o de armamentos.

mentarse. Así, en la URSS, durante el quinquenio 1971-1975 «la parte de la renta nacional destinada al consumo ha sido mayor que en el quinquenio anterior»... "el 75 por 100 de ella ha sido utilizada en el consumo, y la parte restante en la acumulación» (22).

PAISES SOCIALISTAS EN EL RANKING MUNDIAL POR PAISES SEGUN RENTA PER CAPITA EN 1974 (DOLARES) Y CONSUMO DE ENERGIA POR PERSONA EN 1973 (KILOGRAMOS EQUIVALENTES CARBON)

<i>Puesto</i>	<i>Países</i>	<i>Renta per cápita</i>	<i>Consumo energético</i>
23	R. Dem. Alemana	3.300	6.233
25	Checoslovaquia	3.000	6.694
28	Hungría	3.200	3.461
33	Rusia	2.010	4.927
34	Polonia	2.000	4.927
37	Bulgaria	1.650	4.145
43	Rumania	1.200	3.429
46	Yugoslavia	1.140	1.709
59	Albania	650	656
64	Cuba	570	1.145
68	Angola	510	203
69	Mongolia	500	957
81	Corea del Norte	380	2.470
94	Mozambique	300	156
102	China	200	594
116	Vietnam	120	146

Fuente: «The Economist...».

El consumo en un país socialista no está condicionado por el mercado libre, presionado por la publicidad y los caprichosos gustos del consumidor, sino por la planificación. En principio puede presumirse una mayor racionalidad en la jerarquía del consumo al escapar del capricho individual y de los intereses de lucro de los vendedores, para atender más al bien público. Ahora bien, la experiencia dice que la planificación en estos países no siempre ha sido racional. Ha habido una preocupación prioritaria por los bienes de producción sobre los de consumo, a veces hasta extremos irracionales: recuérdese por ejemplo el fracaso del «Gran Salto hacia adelante» en la China de Mao y concretamente el caso del acero producido en las comunas rurales a costa de detraer el combustible de los hogares —lo que acarreó muchas defunciones en el frío invierno— y de la producción de otros bienes de consumo; el acero, quebradizo, no se pudo utilizar.

(22) KOSIGUIN, A. N.: «Orientaciones fundamentales del fomento de la economía nacional de la URSS para los años 1976-1980». Moscú, 1976. Ed. Novosti, 96 pp.

La estructura del consumo planificado sobre todo en los primeros escalones del desarrollo, presenta una subordinación del consumo privado (aún en aquellos capítulos más vitales como la alimentación, el vestido y el alojamiento) a la formación de capital y al consumo colectivo. Es una fórmula eficaz para poder salir del subdesarrollo a costa de un sacrificio de los consumidores. Una vez conseguido cierto nivel de desarrollo, aunque retroceda el porcentaje del producto nacional destinado a la inversión, el consumo colectivo sigue suponiendo mucho (lo que se denominan en la terminología soviética «fondos de acumulación» destinados a construir viviendas, escuelas, hospitales, instituciones culturales y docentes, instalaciones deportivas y empresas de servicios públicos). Por ello no es válido el intentar comparar el nivel de vida de países capitalistas y comunistas por algunos indicadores de consumo privado, si no tenemos en cuenta también otros indicadores de sentido más colectivo. Así, por ejemplo, a principios de la década pasada cuando Venezuela y la URSS detentaban unos 700 dólares "per cápita", el primero contaba por cada cien habitantes con cuatro automóviles y Rusia con uno, pero en cambio en esas fechas casi la mitad de la población venezolana era analfabeta y en la URSS no llegaba a la quinta parte; en Venezuela había por cada 10.000 habitantes seis médicos y en la URSS 16.

En el capítulo de alimentación los países socialistas suelen solucionar antes y mejor los problemas de subnutrición que los de malnutrición. Siguiendo con la comparación de Venezuela y la URSS en la década pasada, diremos que el primero contaba con 2.200-2.300 calorías por habitante y día mientras que en el segundo rebasaba las 3.000. En cambio el equilibrio dietético y la diversidad de fuentes alimenticias resulta más difícil de conseguir en un marco institucional como el comunista, donde a la tendencia autárquica hay que añadir la falta de éxito en la política agraria. El sistema se adapta bien a producciones extensivas mecanizables como la de cereales, pero tropieza con una considerable inercia en actividades que exigen una mayor entrega personal, como es la hortofrutícola o la ganadera, de ahí la corruptela de permitir el pequeño huerto koljoziano, cuyos productos hortofrutícolas o ganaderos se venden en un mercado libre donde los precios se disparan con facilidad (23). Aun así hay problemas de abastecimiento de carne, leche, verduras y fruta (24) y los gobiernos de los países socialistas más desarrollados están luchando por enriquecer y diversificar la dieta.

El capítulo de alojamiento no supone un porcentaje de gasto tan considerable para la familia, como en los países de economía de mercado, al no existir

(23) En el verano de 1976 con ocasión de asistir al XXIII Congreso de Geografía Internacional pudimos comprar en el mercado koljoziano de Leningrado manzanas a 200 pesetas kilo y albaricoques a 230 pesetas kilo (cuando el billete del metro apenas llegaba a las cinco pesetas).

(24) En el XXV Congreso del PCUS (Moscú, 1976), se reconoce que «en su conjunto la producción agropecuaria ha sido inferior a la señalada en el plan quinquenal».

la especulación del suelo y tratarse de un bien social con precios planificados. Sin embargo, y a pesar de la política de intentar detener el éxodo rural hacia las ciudades, el crecimiento demográfico urbano es más rápido que el ritmo de construcción de viviendas por parte del Estado, hasta el punto de que en la URSS se ha iniciado en los últimos años un sistema de construcción mediante cooperativas con acceso a la propiedad privada. En este país «de 1971 a 1975 se han construido más de 11 millones de apartamentos y casas individuales», pero se sigue luchando por «el principio de un apartamento por cada familia» (25).

La partida de bienes de consumo duraderos en los países socialistas más desarrollados tiende a incrementarse en los últimos años, y aunque parezca paradójico es más rápido el avance en esta materia que en la diversificación alimenticia, ya que en este caso se depende de un sector —el industrial— que responde mucho mejor a la planificación. En la URSS, durante el quinquenio 1971-75, la fabricación de automóviles se ha incrementado en más del 100 por 100 (casi un millón de unidades al año) mientras que la producción agropecuaria sólo crecía en el 13 por 100. «Ha alcanzado grandes proporciones la venta de muebles, televisores, receptores de radio, máquinas de coser y lavar, neveras, relojes y otros bienes de uso duradero» (26).

En conjunto los países socialistas desarrollados tienen planteada en la actualidad la gran batalla del consumo aprovechando el potencial productivo y técnico creado por las generaciones anteriores (27) para alcanzar mayor nivel, diversificación y calidad que les acerque a las sociedades de consumo.

(25) KOSIGUIN, *op. cit.*

(26) KOSIGUIN, *op. cit.*

(27) «Hoy lo principal estriba en hacer un viraje decisivo hacia una utilización más eficaz del ingente potencial productivo y técnico creado en nuestro país, para poder aumentar la renta nacional y los productos acabados que se destinan a satisfacer directamente las demandas de la población y de la economía nacional» (KOSIGUIN, *op. cit.*, p. 26).