

la producción— sobre el consumo. En efecto, frente a la producción en masa y organizada, el consumo sigue siendo esencialmente familiar, siguiendo considerándose al consumo en colectividad como ocasional para los asalariados urbanos mismos cuyos vínculos familiares tienden a relajarse un poco. Hay en Francia unos 14 000 000 de hogares consumidores de importancia, muy desiguales por lo demás por lo que respecta al monto de sus ingresos. La familia es “la célula consumidora”⁷ por excelencia y —hecho importante— la instalación de un hogar, el advenimiento de los hijos, su crecimiento hacen de esta célula un consumidor dinámico en muchos planos (en el de la alimentación, en el del alojamiento, en el del vestido, en el de la higiene, etc.), lo cual se traduce por una progresión de necesidades mucho más fuerte que la correspondiente al ingreso nacional.⁸ Esta hinchazón —justificada por una loable preocupación de elevación social al mismo tiempo que por la presión demográfica— debe medirse exactamente. “Ha llegado el tiempo en que debe conocerse mejor al que consume, saber quién es, dónde está y lo que quiere.”⁹ Frase fundamental. Si es cierto que la familia es la célula consumidora o, por lo menos, la principal consumidora, las investigaciones deben referirse, en primer lugar, a la familia, a los gastos de consumo.¹⁰ Es esto lo que ha conducido a los investigadores a preocuparse de los “estudios de mercados” realizados en el nivel familiar, por medio de la práctica de esa técnica nueva que es el estudio del puesto familiar.¹¹ ¿Técnica nueva? No, a decir verdad. Desde 1852, Bélgica utilizaba los “presupuestos económicos” cercanos a nuestros presupuestos familiares; en 1874, se practicó una encuesta oral entre 397 familias obreras del Estado de Massachusetts (Estados Unidos de América); después, el método de los cuadernos de cuentas lo llevó a Alemania (1907-1928), a Checoslovaquia (1929-1930), a Dinamarca (1931), a Japón (1926-1934) a África del Sur (1936); actualmente son bien conocidas las encuestas clásicas de la Oficina Internacional

⁷ La expresión es de E. Dary, vicepresidente (1952) de la Unión Nacional de las Asociaciones Familiares (UNAF).

⁸ Jean Bennard: *Vues sur l'économie et la population de la France jusqu'en 1970*. Travaux et Documents. Cahier N° 17. Institut National des Études Démographiques (INED).

⁹ *Vente et Publicité*. Rapport Officiel de la mission de productivité publicitè et études de marché 1953.

¹⁰ Si se suponen conocidos: la distribución de la población en categorías socio-profesionales, el reparto de los ingresos entre las diversas categorías socio-profesionales y el monto del Ingreso Nacional por habitante (cf. les Comptes de la Nation en France), pueden mencionarse algunas cifras: Ingreso por habitante: Estados Unidos de América, 1 720 dólares; Francia, 520; América Latina, 240; Guatemala, 170.

¹¹ Hay un cierto número de organismos oficiales que realizan investigaciones o encuestas por cuenta propia.

del Trabajo (O.I.T.) y de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (F.A.O.).

En Francia, el estudio del presupuesto familiar de los asalariados es susceptible de proporcionar un precioso aporte al conocimiento de la situación de los asalariados y, por lo mismo, a la sociología urbana. El procedimiento es más o menos el mismo en el caso de prácticamente todas las encuestas: se pide a familias asalariadas de París, de Rennes o de diversas regiones, incluso hasta de 17 ciudades de provincia, que lleven un registro mensual de gastos durante un año. Estas familias son elegidas por un muestreo que se busca sea lo más preciso y representativo del conjunto de la población asalariada. El despojo de las cuentas permite evaluar la importancia relativa de los gastos para cada una de las categorías de bienes de consumo, y conocer la evolución de tales gastos al través del tiempo, en función de la evolución de los ingresos y del poder de compra (por comparación con los precios), pero también en función de categorías socio-profesionales. Es así como se pueden percibir diferencias sensibles incluso en el interior de la clase “asalariada”, entre obreros y empleados.

Consideremos dos encuestas realizadas por cuenta del Instituto Nacional de Estadística y de Estudios Económicos (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) en 1951 y en 1954, la primera realizada entre 120 familias de asalariados de la región parisina y la segunda entre 1 509 familias de asalariados de la misma región. Los resultados, después de todas las ponderaciones y correcciones necesarias (a las cuales no podemos referirnos así como tampoco al muestreo, por falta de espacio), permiten intentar una comparación en el tiempo acerca de las tendencias del consumo de los asalariados urbanos de la aglomeración parisina. (Ver cuadro 1.)

Si se tienen en consideración las reservas que es preciso hacer acerca de la comparabilidad, afectada por las diferencias de método, de importancia de las encuestas y de modificación de los cuestionarios, ¿qué es lo que puede sacarse de estas observaciones?

En primer lugar, puede observarse una *baja sensible* de la parte del presupuesto destinado a los *gastos de alimentación*. Importaría aún que se comparase esta evolución con la de los precios con objeto de medir su importancia. El Centro de Investigaciones y de Documentación Acerca del Consumo (Centre de Recherches et Documentation sur la Consommation) ha procedido a hacer una evaluación a los precios de 1952 con el objeto de corregir la influencia del poder de compra relativo. El nuevo cuadro sería marcado con el ordinal II.

Esta tabulación muestra que la disminución es efectiva,¹² cosa que verifica o comprueba la ley de Engel, según la cual, *en el grado y medida en que se eleva el ingreso, los gastos en alimentación aumentan en proporción (de ahí los signos menos de la tabla) a la proporción en que aumenta el conjunto de los ingresos.*

Esta disminución va acompañada de un cambio en los hábitos de consumo de productos alimenticios. El cuadro siguiente muestra una disminución de la parte correspondiente a los productos lácteos, a las legumbres frescas y un aumento en los renglones consagrados a los productos azucarados y a las bebidas.¹³

Por otra parte, ya se sabe que Francia, que en 1938 se encontraba en el nivel más alto del régimen lácteo, tiende a pasar al régimen carnívoro, después de haber permanecido durante mucho tiempo en una zona de indeterminación común a los dos regímenes (véase la gráfica 1). Para los asalariados, parece que los gastos en carne aumentan más rápidamente que las cantidades consumidas; es decir, que las compras que se hacen son compras de las porciones de mejor calidad. Sucede lo mismo con los productos lácteos, con el consumo de la mantequilla obtenida de la leche, acondicionada o pasteurizada, que supera a los gastos en mantequilla campesina; por otra parte, se desarrolla o extiende el uso de la margarina.

Por lo que se refiere al *vestido*, la parte que se le consagra *no ha variado absolutamente*. ¿Esta es la comprobación de otra ley formulada por Engel, según la cual *el tanto por ciento del ingreso consagrado a la compra de vestido queda más o menos fijo, sea cual fuere el ingreso?* Esto es algo que volveremos a tratar.

Los hechos parecen *comprobar* asimismo *la ley de Engel en materia de gastos de combustible y en iluminación*. El crecimiento de la parte consagrada a la renta proviene de un fenómeno externo: la legislación sobre alquileres que

¹² Para 1946, podría observarse, conforme a otra encuesta del INSEE, la tasa de 53.5 que representaría la parte consagrada a la alimentación. Puede observarse la amplitud de la caída. Debe señalarse que se ha encontrado:

a) En Bélgica, para 1947-8, las tasas de 44.37% para los obreros y de 37.77% para los empleados.—G. Jacquemyns: *Les Budgets Familiaux d'Ouvriers et d'Employés*, 1947-8. INSOC, 1949.

b) En Holanda, en 1951, las tasas de 36.7% para los obreros, de 32% para empleados subalternos, de 25.8% para empleados funcionarios medios, de 20.9% para los superiores.—*National Budgetonderzoek*.

Esto podría servir de indicio para un estudio acerca de la estructura de los egresos en función de la categoría social.

¹³ Las variaciones en el renglón "bebidas" son las siguientes: vino, cerveza, cidra + 6.0%; aguas minerales, café, té + 1.0%; alcoholes + 2.3%. Para la parte consagrada al azúcar, véase H. Brousse: *Le niveau de vie en France*. PUF, 1946. Actualmente se realiza en Francia una campaña en favor del consumo de azúcar.

ha elevado éstos progresivamente. En cuanto a la localización de la población asalariada urbana, según el Comisariado del Plano, una tercera parte de la población asalariada urbana vive en ciudades de más de 100 000 habitantes; otra tercera parte en ciudades de 20 a 100 000 habitantes, y una última tercera parte de 2 a 20 000 habitantes. Pero las condiciones de habitación varían mucho de acuerdo con la importancia de las localidades habitadas. El apartamento o departamento es la solución en las grandes ciudades, como lo demuestra el cuadro siguiente. Una familia de cada cuatro habita en casa sola. (Cuadro III.)

El análisis de los presupuestos familiares de la población entera (véase el cuadro II) muestra un *crecimiento* muy sensible de los *gastos en equipamiento mobiliario*. Pero ¿cuál es la situación de los asalariados? El Instituto Francés de la Opinión Pública, a petición del Comisariado General del Plano, ha realizado una encuesta entre 3 000 familias de asalariados urbanos que dio como resultado el cuadro siguiente (cuadro IV). Resulta del mismo que el radio penetra en casi todos los hogares de los asalariados, que las aspiradoras son desconocidas aún, así como las duchas, las lavadoras y los refrigeradores.¹⁴

La parte correspondiente a *cuidados médicos* ha *aumentado* igualmente, a pesar de los reembolsos de la Seguridad Social, cosa que se explica por el recurso a terapéuticas más costosas.

Para el renglón de "transportes" el crecimiento de los presupuestos generales (véase cuadro II) se debe sobre todo al aumento de los medios de transporte personal. Por lo que se refiere a los asalariados propiamente dichos, la encuesta del Instituto Francés de la Opinión Pública, al que nos hemos referido, muestra que la situación está lejos de ser satisfactoria. El siguiente cuadro (cuadro V) lo indica así.

Con todo, este renglón aumenta, lo que explica: la disminución del renglón "distracciones y ocios". En efecto, la compra de un vehículo y los gastos de utilización del mismo desequilibran el presupuesto familiar cuyo restablecimiento a pesar de las recientes ampliaciones en las vacaciones pagadas— la disminución de las vacaciones fuera del hogar. Por otra parte, el vehículo personal, al reducir gastos de ferrocarril y asegurar una mayor libertad de movimiento a su

¹⁴ No deja de tener interés el que recordemos aquí que si 79% de los asalariados franceses tienen agua corriente en su cocina, no sucede lo mismo en todos los países. En Brasil, en la zona norte del país, el agua corriente es prácticamente inexistente ($0 < f < 0.3$) y la luz eléctrica es excepcional ($0 < g < 1$). En la zona oriental, el agua corriente se encuentra en un 25% de las casas de los asalariados, hay algunas máquinas y algunos aparatos de radio. (Cifras tomadas de J. Le Bret: *Niveaux de vie des ouvriers brésiliens*. Economie et Civilisation. Editions Ouvrières. Coll. Economie et Humanisme. Paris, 1956.