

poseedor, permite que se presente un desarrollo considerable del paseo campestre, cuyos gastos son mínimos una vez que se ha realizado el primer gasto en equipo.

Otra verificación de la ley de Engel consiste en que *el tanto por ciento consagrado a diversos gastos tiende a cercar*.

Estos pocos ejemplos permiten percatarse de la amplitud de los cambios de estructura que intervienen en los hábitos y en las condiciones de vida de los asalariados urbanos. Ellos mismos, por lo demás, tienen conciencia de ellos, conforme lo prueba la encuesta del Instituto Francés de la Opinión Pública. La mano de obra apenas aprecia el cambio, pero los obreros ya se han percatado de ello, los empleados lo reconocen, los dirigentes y los cuadros técnicos son afirmativos al respecto. Es esto lo que muestra el cuadro siguiente (cuadro vi).

Una tercera parte de los asalariados urbanos piensan que su nivel de vida ha mejorado. Pero, en esto, creemos que se debe guardar una gran reserva con respecto a la eficacia del cuestionario, pues el asalariado se aviene mal a responder a una pregunta tan brutal, contra lo que ocurre con sus colegas de los Estados Unidos de América.

*Los Estudios de Tendencias.*—No basta con apreciar el nivel presente de existencia; precisa que se prevea el porvenir. Hay más que considerar —por lo demás— desde el ángulo de la sociología y de la psicología social, en el estudio de las tendencias de compra, que esta previsión del futuro. Hasta el presente, en los estudios sobre el nivel de vida es esencial y precisamente es el nivel de vida lo que se ha estudiado, mucho más que el género de vida o modo de existencia. En tanto que nos contentamos con cuantificar los gastos con respecto a una clase o a una categoría determinadas, se tiene una indicación adecuada del género de vida, pero de un género de vida más o menos impuesto por la producción a la que se le ha concedido prioridad, a la que, más aún, se le ha dado primacía. Sucede otra cosa muy diferente a partir del momento en que nos preocupamos de las necesidades expresadas, de los deseos netamente calificados y jerarquizados de los asalariados. En la expresión jerarquizada de los deseos anterior a la producción, a la ordenación de los descansos, es *el modo de vida que se desearía tener* en una cierta condición económica dada, lo que se indica. Y si tales indicaciones son preciosas para una economía ya organizada que ellas no harían otra cosa que orientar, son indispensables para una economía que se encuentra en plena fase evolutiva, en completa transformación, como ocurre con las ciudades nacientes de los países subdesarrollados o de los países nuevos: sobre este conocimiento reposa toda la cohesión de la aglomeración urbana en vías de hacerse, al mismo tiempo que se conserva, aunque mejorado el modo de vida, la manera de vivir de los diversos elementos constituyentes de la aglo-

meración. Los estudios acerca del comportamiento actual de los asalariados<sup>15</sup> deben de complementarse por medio de investigaciones acerca de *las necesidades y las aspiraciones de los asalariados* en un porvenir muy próximo. Se pueden, hasta cierto punto, encontrar grandes tendencias generales haciendo intervenir factores extremos como, por ejemplo, la presión demográfica, el fin del racionamiento o, por el contrario, su iniciación, y se pueden sacar así reglas bastante estables, especialmente en materia de sustituibilidad de los productos, mediante el método de las indiferencias de gusto.<sup>16</sup> Pero ese es un método de estudio "desde fuera". La Investigación de Mercados (*Marketing Research*) puede, por el contrario, proceder "desde dentro", haciendo un llamado directo a la *voz populi*, lo cual —es evidente— no deja de ofrecer numerosos escollos. Así, ¿las respuestas son válidas como tales? ¿No están influenciadas por diversos fenómenos, como, por ejemplo, el snobismo o el credo político?<sup>17</sup> Sea lo que fuere, el procedimiento se emplea en Francia y sirve de base para los cálculos del Plan. La Comisión del Plan, al hacer suyo el pensamiento del economista A. Piatier<sup>18</sup> encargó —con el fin de responder a las preguntas del poder público y de los directivos de las empresas acerca de las posibilidades de comportamiento económico de los consumidores— una amplia encuesta financiada con fondos

<sup>15</sup> K. Burk ha mostrado en 1951 que las curvas de Engel no podían servir para la previsión económica. Cf. "Changes in the demand for food from 1941 to 1950", *Journal of farm economics*. Vol. XXXIII, 1951. Precisemos también que la técnica del presupuesto familiar no es sino uno de los métodos utilizados por la investigación de mercados a fin de discernir la realidad del comportamiento del asalariado. Debe entenderse que toda encuesta de este género tiene que completarse por medio de otras investigaciones: estadística general, referendium, sondeo y otras técnicas numerosas en cuyos detalles nos es imposible entrar.

<sup>16</sup> Nos bastará con recordar aquí los trabajos acerca de la elasticidad de los egresos, realizados por Ernst Engel entre 1853 y 1891 por cuenta de las oficinas reales de Sajonia y Prusia, así como por los de R. Badouin: *L'elasticité de la demande des biens de consommation*. Paris, 1953. Nos quedaremos con la ley general verificada por este estudio: la elasticidad de los gastos de alimentación está comprendida entre 0.6 y 0.9%, lo cual significa que cuando el ingreso global aumenta en 10%, los gastos alimenticios no aumentan sino en una proporción comprendida entre 6 y 9%. Recordaremos igualmente los trabajos de V. Pareto que abrieron la vía para los estudios de las motivaciones del consumidor (*consumer motivation*) en los que los estadounidenses destacan actualmente en la práctica por sus teorías de las diferencias que en Francia han sido consideradas por J. Carrie y M. Lengelle (ver gráfica N° 1).

<sup>17</sup> D. Adam realiza en este momento, en Francia, investigaciones acerca del efecto del snobismo sobre los resultados de las encuestas de mercado y alista un correctivo matemático cuya fórmula aún no se nos ha comunicado.

<sup>18</sup> "Las decisiones de los agentes económicos son mucho más importantes para pre-figurar el porvenir económico que el registro estadístico de los resultados del período recién pasado. La situación económica francesa de mañana no se explica solamente por la de ayer, sino por lo que los franceses tienen actualmente *en mente*" (el subrayado es nuestro).

privados, al Instituto Francés de la Opinión Pública, la cual debería realizarse entre 3 000 familias de asalariados urbanos del comercio, de la industria y de la administración basándose en el sistema de entrevista domiciliaria. Esta encuesta se ha realizado ya durante el verano de 1954 y sus resultados acaban de publicarse.<sup>19</sup>

Hemos visto que *la mano de obra y los obreros tienen menor sentimiento de mejora en su nivel de vida que los cuadros*. Las respuestas se consignan en el cuadro siguiente (cuadro VII).

Resulta —aun cuando recordando que la apreciación es esencialmente subjetiva— que la situación de la mano de obra difiere mucho de la de los obreros. Sucede lo mismo entre obreros y empleados, entre empleados e integrantes de los cuadros. Y esto es de naturaleza tal que puede proporcionar a la investigación sociológica preciosas enseñanzas.<sup>20</sup> En seguida se planteó a los asalariados la pregunta siguiente, que no es de tipo “abierto”: “¿Hay en esta lista cosas de las que se siente usted privado? Si la contestación es afirmativa, indique usted las tres categorías de bienes de los que usted y su familia se han sentido más privados en este año.” El cuadro de las respuestas es el siguiente (cuadro VIII).

Las respuestas muestran que la privación de vestidos es resentida por igual en todos los grupos de edad, sea cual fuere la dimensión de la ciudad (lo que resulta muy interesante de anotar), y en forma muy clara, en mayor grado para la mano de obra y para quienes tienen menos recursos. La privación de mobiliario afecta sobre todo a los jóvenes (35 %) que instalan su hogar; la privación de alimentos es fuerte para los ancianos (24 % entre 60 y 64 años; 40 % por arriba de 65). La privación de cuidados médicos es muy fuerte en las ciudades muy grandes (10 %) y para los viejos (18 %), la de los medios de transporte individual la citan sobre todo los jóvenes (25 %), los grupos que tienen más altos ingresos y las familias que habitan localidades de menos de 5 000 habitantes. Esto lleva a emprender estudios según la edad, la categoría socio-profesional, socio-económica, y también de acuerdo con la importancia de la ciudad. *La sociología urbana debe de hacer distinciones de acuerdo con las dimensiones*

<sup>19</sup> Imprimerie Nationale: *Enquete sur les tendances de la consommation des salariés urbains*. Prefacio de M. Hirsch, Comisionado General del Plan.

<sup>20</sup> Cf. los trabajos de Halbwachs y Delpech: *La classe ouvrière et les niveaux de vie, recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*. Travaux de l'Année Sociologique. Alcan, 1913, pp. 279 ss. *L'évolution des besoins dans les classes ouvrières*. Nouvelle bibliothèque. Alcan, 1933, pp. 16 ss.; L. Delpech: *Une enquête a Toulouse*. Toulouse, 1937. Cf. igualmente los trabajos de Gunnar Myrdal acerca de “las diferencias de comportamiento de los negros y de los blancos en la ciudad y en las aldeas del Sur y en el medio rural: un dilema americano” publicados en Nueva York en 1944.

*de las ciudades*. Por ejemplo, en nuestro caso, las familias que habitan las ciudades muy pequeñas tienen menos dificultad para equilibrar su presupuesto que las demás. Por otra parte, la privación de vestido es la misma, lo que implica que se desea seguir la moda incluso en las pequeñas ciudades.

Otra pregunta *abierta* —en la que todos los deseos podían expresarse sin limitación— tendía a precisar el *orden de prioridad de la naturaleza de las necesidades*: “¿Hay gastos que no hace usted actualmente y que desearía usted poder hacer?” (Véase el cuadro X.) La encuesta muestra la amplitud de los deseos expresados:

a) Respecto de los gastos diarios, todos los grupos tienen, poco más o menos, las mismas necesidades, con algunas excepciones: así, las familias de las grandes ciudades resienten más que otras la necesidad de frutas y legumbres frescas (36 %), de cuidados médicos (22 %) y de dinero que poder llevar consigo (37 %); a las familias con niños les hace falta más carne (30 %) y desean ayuda doméstica (37 %); los viejos *de más de 65 años* desean una calefacción mayor (43 %) y comer más carne (38 %).

b) Por lo que se refiere a gastos de alojamiento, es necesario distinguir entre diferentes ciudades.<sup>21</sup> La necesidad de cambio de alojamiento que afecta sobre todo a quienes tienen menos de 30 años está más extendida en las grandes ciudades; las reparaciones y los trabajos de pintura los desean más en las pequeñas localidades. El agua corriente les falta a los jóvenes de las pequeñas ciudades y sucede lo mismo con respecto a los trabajos caseros (de los que entre los que tienen mayor demanda se encuentran la estufa de carbón para la calefacción y aparatos de gas para la cocción (47 %).

c) Con respecto a los gastos en vestido, las necesidades son muy importantes, pero casi las mismas para todos los grupos. Pero, incluso aquí, por influencia de la ciudad, los accesorios (bolsas, portafolios, etc.) son requeridos sobre todos en las grandes ciudades (véase el cuadro X). Esta distinción ha llevado a L. M. Goreux, encargado de misión del Centro de Investigaciones y Documentación para el Consumo, a estudiar la elasticidad de los gastos de vestido no sólo en función de categorías socio-profesionales, sino también según la importancia de las ciudades

<sup>21</sup> Entre quienes buscan alojamiento, se tiene, de acuerdo con la localidad, lo siguiente:

Localidades de 2 000 a 5 000 .....	24 %
Localidades de 5 000 a 20 000 .....	25 %
Localidades de 20 000 a 100 000 .....	31 %
Localidades de más de 100 000 .....	35 %