

Capítulo I

La alimentación y la demanda de productos alimenticios

1. ALGUNAS ADVERTENCIAS PREVIAS

Como se ha indicado anteriormente, el contenido de este capítulo y del próximo estará en función del papel que asignamos a esta primera parte de la obra, que no es otro sino servir de soporte teórico conceptual a los capítulos en los que se analizan los aspectos centrales; es decir, la evolución y problemática del consumo y de la industria alimentaria en España a partir de 1960.

En función de esto, parece conveniente exponer un pequeño número de advertencias que resultan imprescindibles para poder juzgar el posible acierto de los puntos que aquí vamos a desarrollar, al tiempo que señalaremos también aquellos otros en los que no estimamos necesario entrar. Tales advertencias son las siguientes:

En primer lugar, la clara orientación de este trabajo hacia el ámbito de la Economía Aplicada y la Política Económica justifica que no se juzgue necesario exponer aquí la mayoría de los aspectos *teóricos* relacionados con la «demanda», el «comportamiento del consumidor», el «mercado», el «equilibrio» de la empresa y/o del consumidor, y otros muchos conceptos y problemas que la Teoría Económica ha desarrollado ampliamente con anterioridad y que, en determinados casos, sigue discutiéndose todavía en estos momentos. Salvo en algunas cuestiones específicas que nos serán especialmente útiles, daremos por supuesto su conocimiento y no entrare-

mos, por tanto, en su consideración. En todo caso, nos remitimos desde ahora a las obras básicas más conocidas en las que se estudian tales temas como son, entre otras, las de R. G. Lipsey (1971), R. A. Bilas (1974), M. B. Johnson (1974), H. S. Houthakker (1974), E. J. Mishan (1974), M. Friedman (1973), W. L. Smith (1976), G. Ackley (1978), V. Ch. Walsh (1974), H. A. J. Green (1976).

En segundo lugar, deseo subrayar igualmente que, si bien se trata de exponer el contenido de algunos conceptos y problemas que se consideran básicos (tales como: alimentación, modelos de consumo alimentario, pautas de comportamiento del consumidor, etc.), en general, no los desarrollaremos hasta sus «posibles» últimas consecuencias, sino que nos mantendremos dentro de los límites de nuestro ámbito específico de conocimientos.

Es evidente que, en bastantes casos, una discusión profunda de los conceptos anteriormente citados podría desviar-nos de nuestro objetivo y nos obligaría a introducirnos en los campos de la Sociología, la Biología, la Medicina y otras ciencias o disciplinas (Psicología, Dietética, Química aplicada, etc.), en las que —como es obvio— nuestro nivel de conocimientos es bastante limitado. Preferimos remitirnos, cuando sea necesario, a obras más especializadas y a criterios más autorizados que los nuestros.

Por último, parece imprescindible señalar también, desde ahora, que en nuestro análisis de la demanda y el consumo de alimentos se tomará como ámbito geoeconómico de referencia el de los países occidentales, y, en particular, aquellas economías con las que —por motivos culturales, económicos y políticos— España está más directamente vinculada.

Esto no obsta, por supuesto, para que en algunos casos podamos introducir también ciertas ideas y problemas referentes a otras áreas geográficas y al comportamiento de los países menos desarrollados. Tales referencias podrán sernos útiles en determinados casos, pero está claro que el tipo de análisis que aquí se pretende realizar no nos exige profundizar en la problemática de dichos países y en sus especiales características.

2. ALIMENTACION Y NUTRICION. CONSIDERACIONES EN TORNO A ALGUNOS ASPECTOS BASICOS

Con el fin de satisfacer sus necesidades de conservación, crecimiento y actividad, el hombre necesita consumir alimentos y éstos deben contener, por su parte, los elementos nutritivos necesarios. Como señala de forma concisa el Diccionario de nuestra Real Academia de la Lengua, «alimentar» es «dar alimento al cuerpo de los animales o de los vegetales» y «alimento» es «la comida y bebida que el hombre y los animales toman para subsistir».

Al constituir el hecho de alimentarse una necesidad primaria es evidente que su satisfacción ha obedecido —y sigue obedeciendo—, en cada caso y lugar, a unas circunstancias y exigencias determinadas que, en lo esencial, no son plenamente estables.

A lo largo de la historia, el hombre ha procurado cubrir sus necesidades alimentarias del modo que ha estimado más satisfactorio dentro de sus posibilidades y limitaciones. No siempre lo ha hecho, además, siguiendo los criterios que un científico podría considerar como más adecuados. Además de la mayor o menor disponibilidad de productos alimenticios, las costumbres, el entorno natural y social y otros muchos factores han incidido ampliamente en el tipo de alimentación predominante en un momento y lugar dados.

Este hecho no habilita, sin embargo, para que puedan cuestionarse por principio los «modos» alimentarios del pasado, como en algunos casos se ha hecho. L. Malassis (1979) subraya, precisamente, recogiendo las ideas vertidas en diversos trabajos sobre alimentación y nutrición, que la aplicación de los principios de la nutrición deducidos desde una perspectiva científica pone de manifiesto que, objetivamente, las tradiciones alimentarias del pasado se han revelado como bien fundadas en una gran parte de los casos, mostrando que a través de los tiempos el hombre se ha guiado mucho más por el instinto y por una suerte de sentido común que por la ciencia, sin que ello haya generado (con las debidas excepciones) errores o daños irreparables.

Quizás ha sido precisamente en una etapa histórica como la actual, en la que los hombres han empezado a utilizar cada vez más una serie de elementos y productos de origen industrial (1) para producir y conservar alimentos (abonos químicos, pesticidas, colorantes estabilizadores, radiaciones, etc.), y en la que, además, ciertos países han dispuesto de un volumen de alimentos que son más que suficientes para cubrir sus necesidades, cuando ha surgido una especial preocupación científica (y social) por la nutrición y la dietética como base de una sana alimentación (2).

De forma muy esquemática (Malassis, 1979, p. 39), aunque útil, cabría afirmar que el desarrollo histórico de la agroalimentación ha cubierto cuatro grandes etapas:

1) *El período pre-agrícola*, que se caracterizó por una alimentación basada en la recogida directa de la caza, productos vegetales y la pesca, con alimentos que en gran medida podrían calificarse como «naturales».

2) *El período de la agricultura de subsistencia*, que sigue al anterior y en parte coincide con él, que se caracterizó porque las actividades encaminadas a producir alimentos, transformarlos y conservarlos se realiza de una forma más estable y en áreas geográficas relativamente limitadas, en el contexto de unas unidades socio-económicas básicas no excesivamente complejas.

3) *El período de aprovisionamiento diversificado*, en el que los alimentos proceden de una combinación de las actividades agrícolas y comerciales. El comercio interior y exterior permitió entonces *diversificar* los alimentos y ensayar incluso la aclimatación de nuevas especies vegetales y animales. En este sentido, el ejemplo de la alimentación en Roma es bastante significativo y no cabe duda de que las Cruzadas y las sucesivas expediciones a Oriente conformaron una etapa importante en relación con la ampliación de la dieta alimentaria de Occidente. La posterior apertura de los intercambios

(1) Productos que muchos califican como «artificiales» o «no-naturales», aunque estos calificativos encierran a veces juicios valorativos discutibles.

(2) Aunque el tema es muy atractivo, preferimos no discutirlo en este contexto, puesto que nos alejaría claramente de nuestros objetivos.

comerciales con América y Asia amplió y extendió este prolongado período de cambios en la alimentación hasta situarnos prácticamente en el inicio del siglo XIX.

4) Finalmente, hay que diferenciar también el llamado *período de la agroindustria*, que se inicia a continuación y que se caracteriza por una acción *combinada* del sector agrario y pesquero, la industria y el comercio, aunque la agroindustria es la que aumenta progresivamente su participación en el suministro de alimentos.

Una serie de avances del siglo XIX (extracción del azúcar; proceso de esterilización por calor, etc.) permitieron que las industrias conserveras se desarrollasen, al tiempo que aparecían nuevos productos (ejemplo, la margarina) y técnicas (industria del frío y transportes frigoríficos; elaboración de extractos de carne y verduras, etc.), que fueron ampliando los alimentos disponibles y el tipo de alimentación que prefigura la moderna (y cada vez más revolucionaria) industria alimentaria actual, a la que algunos autores sitúan ya en un *quinto período* diferenciado del anterior.

Evidentemente, este conjunto de cambios que acabamos de describir no ha tenido un reflejo simultáneo en todos los países. Gran Bretaña fue uno de los pioneros, pero también otros países europeos (Suiza, Francia) han sido actores importantes en la «industrialización» alimentaria, amén de Estados Unidos que, sobre todo a partir de la Segunda Guerra Mundial, marca las pautas de cambio en muchos hábitos alimenticios y aporta innovaciones muy destacables en el campo de los productos alimentarios de origen industrial (3).

Lo que en todo caso parece evidente es que, en el estadio actual del desarrollo agroalimentario, los países calificados como industriales consumen una gran variedad de productos alimenticios tanto de carácter *fresco* (agrícolas y pesqueros, sin transformación) como de tipo *agroindustrial* (transformados o preparados en la industria a partir de materias agrícola-

(3) No hay que ignorar, sin embargo, que muchos «avances» recientes tienen brillantes antecedentes en lejanos países y culturas, y que algunas técnicas y productos son también aportaciones originadas en países distintos de los citados.

las, ganaderas, pesqueras y minerales), pero éste último bloque tiende claramente a ser predominante. En Europa se calcula que los alimentos elaborados industrialmente suponen en torno a un 70 por 100 del total consumido y en E.E.UU. alcanzan cerca del 90 por 100. Desde hace años, los productos agrícolas frescos tienden a perder posiciones en relación con los que sufren algún tipo de manipulación o transformación de carácter industrial. La innovación alimentaria ya no depende tanto de la diversificación agrícola y comercial, o de las formas de preparación familiar de los alimentos que predominaban en anteriores etapas, sino de los servicios de investigación y marketing de las industrias. El consumidor de los países más «desarrollados» (4) dispone en el mercado de productos «análogos» a los naturales que los precedieron (margarina, azúcar...) y de otros alimentos y componentes elaborados industrialmente (mayonesa, zumos, salsas, productos dietéticos diversos, etc.), que en otros períodos se preparaban específicamente para cada ocasión y a escala familiar.

Pero, con independencia de esta serie de consideraciones sobre la progresiva «industrialización» de los alimentos, es preciso subrayar también que el consumo de muchos productos alimenticios de origen industrial refleja no sólo la aplicación de una serie de innovaciones en el terreno productivo (tecnologías del frío, embalajes al vacío, productos sintéticos, etc.) sino los cambios que se van produciendo en ciertas *condiciones sociales* del consumidor (necesidad de ahorrar tiempo, proceso de urbanización, masificación en los comportamientos, etc.), aspecto éste al que más adelante prestaremos particular atención, puesto que constituye un elemento importante en las variaciones que suele experimentar el consumo alimentario a medida que una sociedad avanza hacia el «modelo» de las economías más desarrolladas.

(4) El concepto de país «desarrollado» es, como se sabe, bastante discutible. La propia definición de lo que significan «crecimiento» y «desarrollo» ha dado lugar a una amplísima literatura, que además de clarificar el tema subraya el carácter relativo de los calificativos (país desarrollado, en vías de desarrollo, atrasado, etc.) que los economistas solemos utilizar.

Sería demasiado simplista, sin embargo, considerar que los cambios en el consumo alimentario responden sólo a estos dos grandes 'vectores-fuerza' que acabamos de destacar —innovaciones productivas y variaciones en las condiciones sociales que inducen decisiones de orden práctico—. Como ha señalado Blanch (1975), desde siempre, el hombre no sólo consume bienes nutritivos, consume también «signos sociales». El consumo refleja una necesidad percibida, pero también las disponibilidades alimentarias en relación con el desarrollo de las fuerzas productivas, las «jerarquías» de consumo ligadas a ciertas clases sociales, las ideologías alimentarias (tabús, prohibiciones, creencias religiosas, calificaciones socialmente altas a ciertos productos) tienen a veces una enorme influencia.

Incluso en una sociedad progresivamente masificada, el grado de satisfacción alimentaria no sólo se aprecia en relación con determinados criterios nutricionales sino también en relación con los *criterios sociales* (Malassis, 1979). Podemos nutrirnos adecuadamente de modos bastante variados, ya que muchos alimentos son total o parcialmente sustituibles. Sin embargo, no por ello resulta «indiferente» para el hombre consumir proteínas vegetales o animales, comer carne de vaca, de ternera o de cerdo. La escala de preferencias aparece determinada, en una medida que a veces es muy considerable, por la *formación económica y social* en que el individuo se desenvuelve. Si aumentan los ingresos, los consumos de los grupos sociales más pobres tienden a imitar-igualar los que se dan en las clases más elevadas. Pero, no sólo son el nivel de renta o los precios, aún siendo muy importantes, los que orientan el consumo en las economías de mercado. Como antes hemos apuntado, hay también otros factores económicos y extraeconómicos que juegan un papel en absoluto despreciable y al que más tarde volveremos a aludir por su misma importancia.

3. REGIMENES DE CONSUMO ALIMENTARIO. EL MODELO OCCIDENTAL

DIFERENCIAS INTERNACIONALES EN EL CONSUMO

En términos muy generales, el hombre consume cuatro grandes categorías de productos: pesqueros (incluyendo la acuicultura); agrícolas (incluyendo la ganadería); agroindustriales; e industriales (o de síntesis). Los tres primeros grupos suponen, sin duda, el grueso de los bienes alimenticios que se consumen, ya que los productos «industriales» puros representan todavía un montante poco significativo.

La composición o estructura media de la alimentación presenta, como todos sabemos, diferencias importantes cuando se realizan comparaciones internacionales. En el cuadro I-1 se recogen, a modo de ejemplo, algunos datos comparativos sobre el nivel de consumo alimentario en las grandes áreas del mundo, diferenciando algunos productos básicos. Las diferencias son bastante destacables; en las zonas menos desarrolladas (Asia, Africa, América Latina y Europa Occidental) el consumo comparativo de cereales es bastante más elevado que en Occidente y algo similar ocurre con las raíces feculentas. Una diferencia esencial entre áreas desarrolladas y áreas menos desarrolladas radica, sin embargo, en los productos derivados de la ganadería: leche, huevos, carne. Europa Occidental y EE.UU. consumen seis veces más de carne por persona y año que los países menos desarrollados y nueve veces en cuanto a huevos.

Estos estudios comparativos se efectúan también con cierta regularidad en función del nivel energético y proteínico de la dieta alimenticia de las grandes áreas del mundo, diferenciando las proteínas de origen animal y vegetal (5), tema que aquí no vamos a desarrollar a pesar de que constituye un problema importante a nivel mundial e, incluso,

(5) Para profundizar en estos aspectos puede verse la publicación de la FAO: *Besoins énergétiques et besoins en protéines* (1973) y los Informes Anuales que edita esta misma organización. Son ilustrativos también los trabajos de M. Cépede (1964), J. Blanc (1975), y J. Klatzmann (1975).

CUADRO I-1
Niveles de consumo alimentario

REGIONES	Consumo de los principales alimentos (kg. por persona/año)						Colorías por día		
	Cereales para el consumo directo	Tubércu los y raíces fecul.	Azúcar y simi lares	Carne	Huevos	Pescado	Leche	Totales	De origen animal
América del Norte	90,3	55,1	56,0	109,5	17,8	10,7	157,3	3.318	1.324
Europa Occidental	123,6	88,3	39,5	68,0	12,7	17,6	90,8	3.133	1.102
Oceanía	106,9	58,8	52,8	114,1	13,3	6,8	167,4	3.261	1.498
Otros	178,5	32,8	30,0	25,6	14,5	51,6	43,2	2.554	449
<i>Total países desarrollados</i>									
<i>de economía de mercado.</i>	122,6	67,4	43,3	74,4	14,6	21,3	104,7	3.091	1.064
Africa	138,4	177,4	9,2	12,8	1,1	6,9	18,5	2.188	141
América Latina	126,9	100,8	43,8	36,8	4,7	6,9	59,2	2.528	443
Próximo Oriente	185,7	23,4	19,1	14,9	1,5	2,2	25,3	2.495	236
Asia y Extremo Oriente ...	193,7	25,5	28,5	4,5	0,8	7,8	16,4	2.082	124
<i>Total países en vías de</i>									
<i>des arrollo de economía de</i>									
<i>mercado</i>	173,3	61,6	27,0	12,1	1,6	7,0	24,6	2.211	189
Países de Asia	206,7	101,7	5,6	18,7	3,6	9,2	2,9	2.174	203
URSS-Europa del Este	207,2	120,3	40,9	48,8	9,3	18,6	163,1	3.265	792
<i>Total mundo</i>	173,8	77,2	26,9	29,5	5,4	11,5	49,2	2.480	425

Fuente: Estimaciones FAO, en OCDE, «Études des tendances», 1973.

CUADRO I-2

Características de los regímenes alimentarios de algunos países desarrollados y menos desarrollados

PAISES	Proteínas			Régimen alimentar.	Coste relativo
	Calorías	Totales	Animales		
I. <i>Desarrollados</i>					
Estados Unidos .	3.270	97	71	A	6,3
Australia	3.050	100	—	A	—
Francia	3.210	104	64	B	5,8
Gran Bretaña ..	3.140	90	54	B	—
Italia	3.170	87	38	B	4,0
España	2.620	81	37	—	—
URSS	3.280	101	36	B	3,4
Japón	2.470	76	32	C	2,9
II. <i>En desarrollo</i>					
Brasil	2.600	64	21	I	2,4
China	2.370	63	9	F	1,4
India	2.060	53	6	F	1,0
Indonesia	1.920	42	5	E	1,0
Pakistán	2.280	59	10	D	1,4

Fuente: Datos FAO y elaboración J. Klatzmán (tomado de Malassis, 1979).

cuando se analizan áreas o países específicos. Si algo queda claro a partir de los informes anuales de la FAO sobre la «situación mundial de la alimentación» o en función de los «balances alimentarios» es que, como señaló F. Perroux, el hombre no ha logrado satisfacer a escala de la humanidad completa sus necesidades fundamentales de nutrición.

Un análisis de la composición media de la dieta alimenticia a nivel mundial permite, además de constatar el hecho al que acabamos de referirnos, establecer distintas tipologías (vid, cuadro I-2), que reflejan no sólo el nivel de riqueza de los países, sino otros factores (productos disponibles, tradición, clima...) diferenciadores. Así, a pesar de que Japón y EE.UU. son actualmente dos países «occidentales» con abundantes puntos en común en lo económico y lo social, puede

hablarse de un «modelo alimentario americano», con un consumo energético (3.300 cal.) y proteico (97 g.) muy altos y con una elevada proporción de productos ganaderos (régimen tipo A), y de un «modelo japonés» con un consumo calórico (2.470 cal.) y proteico (76 g.) mucho más bajo, a pesar de su alto nivel de renta. El consumo de productos derivados de la ganadería de Japón es bastante más bajo que el de los países occidentales (15 kg. carne, frente a 100-110 kg.), al tiempo que el consumo de cereales es el más elevado y en frutos y legumbres se mantiene a nivel similar. Este «tipo» alimentario japonés da un perfil energético relativamente bajo y su coste relativo es más o menos dos veces menor que el de los EE.UU. Pero es que, además, si se comparan la salud, la fecundidad, la productividad laboral y el dinamismo social, de una parte, y el nivel nutricional, por otra, podrían incluso surgir dudas —valorando el coste relativo— sobre los modelos alimentarios de los dos países citados a pesar de su condición común de economías occidentales desarrolladas.

EL MODELO DE CONSUMO OCCIDENTAL Y SU DESARROLLO DIALECTICO

El ejemplo que hemos citado en el epígrafe precedente nos advierte ya del grado de error en que se incurre siempre que se establecen generalizaciones y tipologías. Hablar, en este sentido, del desarrollo de un modelo de consumo occidental puede ser objetable, puesto que las diferencias que pueden apreciarse entre los países del bloque occidental son importantes aunque sin alcanzar, posiblemente, las que existen entre los dos casos extremos (Japón y USA) antes citados.

A pesar de todo, y apelando a la necesaria dosis de prudencia científica, son muchos los autores que defienden la existencia de un proceso de desarrollo *común* a los países occidentales, entendiendo por tales los que practican básicamente una economía de mercado y han alcanzado un nivel de desarrollo relativamente alto (área de la OCDE).

En su etapa más clara y próxima, el modelo de consumo occidental es producto, fundamentalmente, de las leyes de la

economía de mercado y parece evolucionar de acuerdo con unos principios o leyes específicas a las que dedicaremos especial atención en el próximo epígrafe. Pero, sus rasgos básicos son: por una parte, que los estándares alcanzados por las clases sociales acomodadas tienden a *difundirse* poco a poco en el conjunto social, a medida que el poder de compra se eleva (Malassis, 1979, p. 99), lo que crea una dinámica de *difusión-imitación del consumo*; y, por otra, que el sistema tiende a mercantilizar todos los productos y necesidades, alcanzando progresivamente un estadio del *consumo de masas* que implica el desarrollo de la producción y distribución a nivel de todo el conjunto social. De hecho, algunos autores (Rostow) estiman que el consumo de masas constituye un elemento característico de la etapa final del crecimiento occidental (6).

Sin que ese proceso determine una igualdad real entre los ciudadanos, es cierto que el proceso productivo del mundo capitalista y el aumento general del nivel de vida generado por el mismo han permitido una cobertura cada vez mayor de las necesidades fundamentales y que, a nivel de ciertos productos de consumo —entre los cuales pueden incluirse la mayoría de los alimenticios—, una gran parte de la población puede tener acceso a idénticos bienes.

Los elementos básicos que explican el desarrollo de este «modelo» de consumo alimentario (7) pueden agruparse, como señalan Malassis y otros autores, en tres grandes bloques:

- Incremento del poder de compra.
- Transformación de las condiciones sociales de consumo.
- Maduración del sistema productivo capitalista.

Examinemos brevemente lo que estos conceptos significan:

(6) Adviértase claramente que, el «consumo de masas» no puede tomarse como sinónimo de un «consumo igualitario». Al menos desde nuestro punto de vista y a la luz de las realidades concretas de los países occidentales.

(7) En el que subsisten, repitámoslo una vez más, *diferencias importantes* entre países, entre regiones y entre grandes grupos sociales, aunque puedan establecerse ciertos principios y tendencias generales.

a) *Aumento del poder adquisitivo*

En todos los países occidentales se han producido en las últimas décadas importantes aumentos en la renta por habitante que se ha traducido en una ampliación de las posibilidades de compra.

Este hecho ha sido particularmente destacable a partir de mediados de la década de los 50, con aumentos reales del poder de compra que han oscilado entre el 4 y el 6 por 100 anual como media (1960-73), aunque con variaciones importantes por países y fluctuaciones dependientes del ciclo.

Medido en términos de unidades familiares, este aumento de la capacidad adquisitiva ha sido incluso mayor. Principalmente por la incorporación de la mujer al trabajo asalariado, pero también porque la ampliación de la seguridad social ha permitido que grupos con rentas más bajas (que, a su vez, tienen un coeficiente de elasticidad de la demanda alimentaria comparativamente más alto) pudiesen atender otras «necesidades» o responder a las incitaciones publicitarias y a los estímulos sociales al consumo.

Nótese que, si bien al aumentar la renta, como después subrayaremos, la proporción de gasto en bienes de consumo alimentario tiende a disminuir, ello no debe ocultar que en valores absolutos la demanda global de los mismos aumenta de forma importante. Así ha sucedido en toda Europa y, como veremos más tarde, también en España.

b) *Cambios en las condiciones sociales de consumo*

Una serie de transformaciones que se han venido produciendo (y sobreponiendo unas a otras) en todas las sociedades occidentales, han determinado también un conjunto de variaciones importantes en los hábitos de vida y consumo de los ciudadanos y, en particular, en cuanto a la alimentación.

Así, no cabe duda de que el proceso de urbanización, con fuertes concentraciones de población en unas áreas metropolitanas muy definidas en todos los países (Francia, USA, Alemania, Italia, España...), las alteraciones en las condiciones del trabajo, (horarios, grandes desplazamientos, etc.) de los espectáculos

y del ocio, unidos a una generalización de los medios de difusión, han hecho que los modelos de consumo se transformen y sean más homogéneos.

En idéntica línea actúan el trabajo de la mujer fuera del hogar, el alejamiento espacial de los colegios de los niños (almuerzo fuera de casa), el incremento de trabajo asalariado sujeto a horarios, la regularización de los transportes colectivos, la desaparición progresiva del servicio doméstico de plena dedicación, la ampliación de las posibilidades de compra y conservación de productos en grandes hipermercados, el turismo —propio y foráneo—, la introducción vía TV de «costumbres» y criterios de horario, consumo, etc., que se estiman «avanzados», la pérdida del sentido familiar patriarcal, etc.

Sin necesidad de extendernos en exponer las consecuencias en el plano alimentario de los hechos que acabamos de enumerar, resulta evidente que todos ellos han ido incidiendo en mayor o menor medida en los horarios de comidas, en el tipo de almuerzo y cena, en los productos demandados (que se pretende que sean más elaborados, más cómodos de presentar y preparar, etc.) y hasta en la forma de plantearse el problema mismo de la alimentación personal y familiar (generalización del almuerzo fuera del hogar, con comidas tipo estándar; almacenamiento de productos alimenticios en el hogar —frigorífico, congelador, etc.—; empleo de alimentos y platos preparados y semipreparados...).

c) *Maduración del sistema productivo capitalista*

Todos los cambios anteriores están, a su vez, directamente ligados a las transformaciones que ha ido experimentando el sistema productivo, sin que en muchos casos sea posible establecer con claridad la relación causá-efecto entre ellos.

El sistema productivo de una economía capitalista tiende a explorar las posibilidades de nuevos mercados y nuevos productos. El progreso tecnológico constituye un elemento básico para avanzar en esta dirección, pero también lo son los cambios y progresos que se operan en el sistema organizativo, tanto a nivel de producción como de comercialización.

El desarrollo reciente de la agroindustria constituye un ejemplo bastante claro del desenvolvimiento de este tipo de principios. La moderna agroindustria crea productos que se adaptan a las necesidades potenciales de los consumidores, los mercantiliza y difunde y los coloca en todos los ambientes posibles (conservas, productos congelados, patatas chips, bebidas gaseosas, jarabes, cremas, salsas, etc.). Las nuevas condiciones sociales de consumo a las que antes nos hemos referido juegan, en este punto, un papel importante al posibilitar el propio proceso, pero algo semejante ocurre desde la óptica de la producción. Un productos más sofisticado, mejor presentado, mejor empaquetado y atractivo puede atraer una mayor demanda; especialmente si el poder adquisitivo medio experimenta aumentos progresivos. Como señalan Malassis (1979), Yon (1976), Witt (1968) y otros autores, cuando se alcanza un cierto nivel de desarrollo, el área industrializada y capitalizada de la cadena agroalimentaria es la que básicamente se beneficia del aumento del poder de compra del consumidor. Se crean continuamente nuevos productos, se procuran desarrollar nuevos mercados potenciales y el marketing juega en todo ello un papel esencial. Como es bien conocido, Galbraith (1968) sostiene incluso la tesis de que los empresarios innovadores y la tecnoestructura son los que detentan el poder económico, mientras el consumidor es manipulado por ellos, que son quienes disponen del arma publicitaria y de otros medios de influencia.

Aunque esta idea parece algo exagerada puesto que también ciertas necesidades y cambios sociales demandan —como hemos visto— nuevos productos y «soluciones» alimenticias, no es menos cierto que en el mundo más desarrollado la influencia del sector productivo, que a su vez suele controlar una parte del sistema distributivo, es muy elevada y en algunos aspectos se convierte en dominante.

EL MODELO CONSUNTIVO OCCIDENTAL: EXTENSION Y CONTESTACION

Las transformaciones y condiciones que acabamos de comentar determinan, en su misma dialéctica, el modelo de

consumo resultante, que se caracteriza tanto por las cantidades físicas de alimentos (régimen alimenticio) como por el gasto alimentario, las modalidades de consumo (familiar, individual, colectivo, aprovisionamiento diversificado...) y el grado de elaboración de los alimentos.

El *modelo de consumo alimentario americano* va marcando, dentro de unos márgenes de diversidad, las tendencias consumistas de los países europeos más desarrollados. En todos ellos se tiende a una reducción del auto-consumo, una creciente sofisticación de los artículos alimentarios, un aprovisionamiento más diversificado en el espacio y en el tiempo (productos fuera de estación; suministro de productos a grandes distancias; conservación de productos —frutas, legumbres— para épocas de carencia), complejos —pero eficaces— sistemas de distribución, y tendencia a las 3.200 calorías finales, con un fuerte componente de proteínas animales.

En este contexto, la producción y el consumo de masas se convierte progresivamente en un hecho y el consumo colectivo (desayuno y almuerzo fuera del hogar; comedores de empresas; autoservicios, etc.), gana también terreno en el conjunto, según muestran algunos estudios —por países— de la llamada «restauración colectiva» (empresas; administraciones; escuelas; hospitales; universidades; centros turísticos, etc.).

Como ha resumido muy bien Malassis (1979, p. 107), el modelo de consumo occidental *tendencial* se caracteriza por su «alto nivel energético y proteínico; un porcentaje creciente de proteínas animales, basado en el consumo de artículos alimentarios industrializados y diversificados, producidos y difundidos por un aparato de producción-distribución progresivamente industrializado y capitalizado, que posibilita el consumo de masas».

Este último escalón —la tendencia al consumo de masas—, es quizás uno de los rasgos básicos del modelo e implica que cada nuevo producto tiende a producirse en grandes cantidades y se lleva con rapidez al conocimiento del público (medios de ocmunicación y distribución). Lo cual no quiere decir que, dentro de un mismo país, no *subsistan*

diferencias importantes en cuanto al consumo alimentario de las distintas clases y grupos sociales, así como si se comparan las estructuras de consumo de las áreas urbanas y rurales o las correspondientes a las distintas regiones en su conjunto.

Hay que subrayar, por otra parte, que todos estos cambios se producen de forma lenta aunque progresiva, como se advierte en los trabajos estadísticos sobre la evolución del consumo familiar en diversos países, a los que más tarde aludiremos al igual que se estudiará el caso de España (capítulo III). La reducción del consumo de pan y cereales; los aumentos en la demanda de carne, huevos, leche y derivados, bebidas y conservas, no son sino una manifestación de estos cambios que estamos señalando.

Pero, el panorama no estaría completo si no hiciésemos también alguna referencia a las respuestas y actitudes de «contestación» que este modelo alimentario ha recibido y está recibiendo. Así, por ejemplo, el tipo de alimentación actual ha recibido críticas a partir de análisis científicos que han prevenido al consumidor frente a los excesos de grasas, de azúcar y de nutrición, en general. El alcoholismo, la diabetes, la obesidad, las enfermedades digestivas, etc., han sido —y son— el punto de partida para otras recomendaciones y actitudes que también han ido incorporándose a la mentalidad de los consumidores. Algo similar ocurre en relación con las críticas a los productos conservantes, los aditivos y la presencia de otros ingredientes extraños en los productos alimenticios de origen industrial. La renovada preferencia por los productos «naturales», la aprobación de normas legales sobre los productos elaborados y la generalización de conocimientos y recomendaciones dietéticas, son otras tantas consecuencias de esa mayor información del consumidor y de actitudes más responsables ante la presión del sistema agroalimentario industrial.

En esta misma línea, uno de los hechos más destacables es el progresivo desarrollo de las organizaciones de consumidores. El movimiento «consumerista», como ha sido llamado, se ha hecho presente en casi todos los países occidentales y juega un papel muy importante (casos de USA, Suecia, Japón y Gran Bretaña, por ejemplo) en la defensa del con-

sumidor y en la corrección de determinados abusos de los productores y distribuidores (8). Las formas de actuación de este tipo de organizaciones de consumidores son muy variadas, incluyendo desde la creación de cooperativas de consumo —cuyo origen es bastante más remoto—, hasta el desarrollo de asociaciones específicas de consumidores, tanto libres, como apoyadas por la propia Administración y/o los sindicatos.

Analizar este tipo de organizaciones, sus técnicas de actuación y de presión, y sus resultados, nos apartaría claramente del objetivo de este trabajo. Nos remitimos, por tanto, a obras más especializadas sobre el tema, aunque no queremos dejar de advertir dos ideas que pueden ser útiles a nuestros efectos.

La primera es que este tipo de reacción y de contestación social hacia los productos alimenticios provenientes de la industria está teniendo algunas consecuencias tanto en términos de lo que el consumidor actual tiende a demandar (por ejemplo, productos «más naturales»; reducción del contenido de grasas animales y azúcar, etc.), como en cuanto a la propia *contrarreacción* de los productores que, como siempre ocurre en las economías capitalistas, buscan la adaptación a las nuevas demandas, «incorporan» como propios los principios dietéticos y científicos al uso, y «reorientan» incluso su publicidad y marketing.

La segunda idea a retener es que este tipo de reacciones y cambios de actitud sólo han determinado, al menos hasta ahora, suaves alteraciones en el régimen alimentario medio y en el desarrollo del modelo alimentario occidental que antes habíamos definido (9).

En este sentido, parece claro que en una economía de mercado las tendencias del consumo alimentario responden a

(8) El movimiento expresa, en una sociedad libre, la aparición de lo que Galbraith denominó como «poder compensador».

(9) La difusión del modelo hacia otros países menos desarrollados es, por otra parte, un fenómeno indiscutible aunque aquí no entraremos en ello. Tiene mucho que ver, sin embargo, con el crecimiento de las *multinacionales de la alimentación* que más adelante consideraremos.

un pequeño número de «leyes» (10) a las que conviene referirnos de inmediato. Entramos, con ello, en un terreno menos descriptivo del modelo de consumo occidental, con lo cual dispondremos de algunos elementos clave que gobiernan su mismo desarrollo.

LAS LEYES DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Los numerosos estudios que se han ido realizando sobre los problemas alimentarios a escala familiar e individual, especialmente en las dos últimas décadas, han permitido establecer algunos principios que están presentes en el desenvolvimiento del consumo alimentario dentro de las economías de mercado. Su grado de cumplimiento no siempre alcanza niveles máximos y no se excluyen desviaciones de cierta importancia, pero, el hecho de que se constaten al analizar los comportamientos de los consumidores en distintas economías permite asignarles el calificativo de «leyes tendenciales» del consumo individual, como hacen Malassis (1979), M. B. Johnson (1974), M. Cépède (1964), G. Ackley (1978) y tantos otros autores, incluidos la OCDE y la FAO, que en algunos estudios sobre los problemas y comportamientos alimentarios aceptan tácita y explícitamente dichas reglas o principios.

Las cuatro leyes de este tipo más generalmente aceptadas parten de que cuando el nivel de renta real del consumidor aumenta:

- 1) El gasto en alimentación aumenta en valor total, pero disminuye en términos relativos.
- 2) El consumo energético medido en calorías finales tiende hacia un límite.
- 3) El gasto en alimentación aumenta en relación con la evolución del consumo per cápita y del precio real de la caloría alimentaria.

(10) Tomamos este término con las consabidas reservas que siempre son aconsejables en Economía y en las CC. Sociales en general.

4) La estructura del consumo alimentario se modifica, tanto en lo que se refiere a la importancia relativa que tienen los distintos tipos de alimentos dentro del conjunto, como en cuanto a su origen (agrícola y/o agroindustrial).

Veamos con algún detalle, aunque sin pretensiones de exhaustividad, cada uno de estos principios:

1.º) El primero de ellos lo hemos enunciado afirmando que al aumentar la capacidad adquisitiva del ciudadano sus gastos en alimentación *se incrementan en valor absoluto, pero disminuyen en términos relativos*.

Esta «ley», que Engel formuló hace muchos años, expresa un hecho que se ha podido comprobar en todos los análisis empíricos realizados para distintos países y períodos. Los ciudadanos, al aumentar su renta, emplean en la alimentación una cantidad de sus ingresos que es decreciente como porcentaje sobre el total, aunque el gasto total que realizan sea mayor en términos absolutos. En otras palabras, el coeficiente de elasticidad de la demanda de alimentos es más bajo que el de otros bienes y servicios y tiende a disminuir —siquiera lentamente— a lo largo del tiempo.

Los datos disponibles permiten afirmar que en los países muy desarrollados, el gasto en alimentación suele oscilar entre el 20 y el 35 por 100 de los gastos de consumo totales, mientras que los países escasamente desarrollados emplean en dicho tipo de gastos entre el 65 y el 85 por 100, quedando el intervalo intermedio para los países en vías de desarrollo o semi-industrializados. Si se contempla la evolución de cada país en períodos históricos superiores a los 10-15 años, se observa que la elasticidad de la demanda de alimentos adquiere valores que son progresivamente más bajos, siendo el proceso especialmente claro cuando la renta aumenta de forma más significativa (11).

(11) Cuando las variaciones en los ingresos medios son escasas o nulas, este fenómeno —lógicamente— se hace imperceptible o no existe. Sin embargo, en los países que han aplicado cambios revolucionarios en la propiedad y en el reparto de los ingresos, durante un primer período se han observado aumentos significativos en los gastos de consumo (excepto si el régimen económico es intervencionista y coercitivo). Lo cual tiene una clara lógica, no reñida con lo que arriba acabamos de establecer.

2.º) La segunda ley la hemos enunciado diciendo que el consumo energético, medido en calorías finales, sigue un proceso de aumento, pero tiende hacia un límite.

Utilizando otras palabras este principio nos diría que, cuando los ingresos del consumidor aumentan, el *consumo individual medido en calorías finales crece en proporción inferior y tiende hacia un límite* que llega a suponer incluso que prácticamente no sigue aumentando.

Se trata, desde luego, de un hecho que se sitúa —en parte— en el campo de la biología y de la medicina, pero que no está en absoluto exento de causas y consecuencias económicas. En los países más desarrollados, el techo de las calorías finales parece estar situado entre las 3.000 y 3.500 calorías; los cambios en la alimentación (sustitución de calorías vegetales por animales), la reducción del esfuerzo físico, la mejora de la información y otros factores explican este cambio tan perceptible en los países desarrollados. La elasticidad-renta de la demanda de calorías alimentarias finales suele ser ya muy baja en los países desarrollados ($-0,01$ en Norteamérica; $0,07$ en Europa Occidental) y bastante más elevada en los países con una renta inferior (del orden de $0,2/0,3$), según datos de la OCDE (1976).

3.º) El tercer principio quedó enunciado diciendo que *el gasto en alimentación*, cuando la renta individual se incrementa, *aumenta en relación con la evolución del consumo per cápita y del precio real de la caloría alimentaria*.

El gasto en alimentación no depende sólo de los aumentos de renta, sino también de los precios (y de las cantidades). Y, como señala Malassis, «incluso si el consumo calórico permanece constante, el gasto alimentario aumenta, ya que la tendencia es hacia la sustitución de calorías alimentarias caras por calorías relativamente baratas» (p. 77).

Lógicamente, esta sustitución suele efectuarse a lo largo de toda la cadena agroalimentaria (producción de calorías animales y vegetales; transformación; distribución de los productos). «La tendencia a que el precio real de la caloría alimentaria final aumente está en relación con la evolución de las condiciones sociales de consumo en las sociedades occi-

denciales. Solamente el desarrollo y la distribución de masas, mediante la industrialización de las cadenas agroalimentarias, pueden llevar a aumentos de productividad que hagan bajar el precio real de la caloría final. Y para que esto beneficie al consumidor es preciso que dichas ganancias de productividad le sean trasferidas en alguna medida.

4.º) Por último, hemos enunciado también como «ley» de la evolución del consumo en una economía de mercado en crecimiento, el principio de que cuando el poder adquisitivo aumenta, *la estructura por categorías de productos y el propio consumo alimentario cambian.*

Este cambio se manifiesta de forma empíricamente evidente al observar cómo tiende a disminuir progresivamente —aunque nunca desaparece del todo— el consumo de ciertos alimentos (pan, ciertas legumbres, por ejemplo), cómo se producen sustituciones «dentro» de un mismo grupo de alimentos (tipos de carne y de pescado demandados, por ejemplo) y cómo los productos «industrializados», en general, ganan posiciones frente a los productos agrícolas o pesqueros sin elaboración previa.

Debe advertirse, sin embargo, que cuando el punto de partida de la renta por habitante es muy bajo, un aumento de ésta lleva —en un primer momento— a que se incremente el consumo de los productos que tenían un gran peso en la dieta vigente (por ejemplo, pan, patatas, legumbres). Más tarde, sin embargo, el consumo de estos productos decae y empieza a aumentar el de otros como el azúcar, la leche, la carne, etc.

Este fenómeno tiene dos tipos de manifestaciones que, esencialmente, tienen la misma causa.

Por una parte, si estudiamos la evolución «media» del consumo por persona de un país se observa que al aumentar la renta, la composición del consumo *a lo largo del tiempo* varía en la línea que acabamos de indicar en el párrafo anterior. Y, por otra, si se analiza cuál es la estructura de consumo familiar «media» en un *momento dado*, también se observa que los distintos niveles de ingresos tienen su reflejo en el tipo y la cantidad de productos alimenticios que se

consumen. El cuadro I-3, en el que recogemos los datos resultantes de una encuesta realizada en Gran Bretaña es, en este aspecto, bastante ilustrativo. Cuanto más elevados son los ingresos, más bajo es el porcentaje relativo del gasto en ciertos productos (cereales, patatas y otros tubérculos, huevos), al tiempo que aumentan —siquiera ligeramente, dado el alto estándar de vida de Gran Bretaña— los consumos relativos de otros bienes (fruta, carne, leche). Idéntico proceso se ha observado en Francia, Alemania y otros países, incluida España. En un apartado posterior nos detendremos un poco más en este tema.

CUADRO I-3
Gran Bretaña: gastos en alimentación de las familias según niveles de ingresos

Ingreso medio semanal cabeza de familia	Media	14 libras	14-21 libras	21-45 libras	45-63 libras	63 libras
Número de familias .	7.444	1.620	2.636	2.371	596	221
	(total)					
Tamaño medio familia	3,04	1,81	3,33	3,43	3,43	3,26
Porcentaje sobre gastos alimentarios totales						
Cereales	14,79	15,63	15,93	14,57	12,86	11,57
Tubérculos y similares.	2,43	2,31	2,60	2,40	1,77	1,54
Azúcares	2,59	3,06	2,79	2,47	2,25	1,99
Legumbres	6,83	5,90	6,71	6,98	7,23	7,18
Frutas	7,93	7,07	7,03	8,29	10,12	11,40
Carnes	30,38	29,57	30,48	30,21	29,92	31,74
Huevos	3,83	4,14	3,79	3,71	3,74	3,77
Pescado	4,20	4,60	4,05	4,02	4,16	4,41
Leche y derivados ..	14,22	14,18	13,83	14,47	15,03	14,45
Grasas y aceites	5,64	6,22	5,71	5,66	5,42	4,94
Otros	7,16	7,32	7,08	7,22	7,50	7,01
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. Household food consumption and expenditure: 1970 and 1971; Annual report of the National Food Survey Committee, London, HMSO, 1973.

En general, esta sustitución de productos —«entre» grupos de productos y «dentro» de ellos— suele hacerse dando entrada cada vez más a productos industrialmente más elaborados, sean alimentos o bebidas. Lo cual no excluye, con todo, que en las sociedades más desarrolladas no se experimente —como está ocurriendo en los últimos años— una «vuelta» a los productos frescos (agrícolas o pesqueros) o «naturales».

4. FACTORES QUE INCIDEN EN LA DEMANDA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La definición que acabamos de hacer de algunas leyes básicas que caracterizan el comportamiento del consumidor a escala individual permite explicar las principales tendencias que generalmente se observan en el consumo de alimentos en las economías de mercado cuando el poder adquisitivo va aumentando.

Parece conveniente, sin embargo, detenerse un poco más en el estudio de una serie de factores que tienen particular importancia para explicar las variaciones que experimenta la demanda de alimentos desde una perspectiva global.

A estos efectos, nuestro análisis se centrará en cuatro grandes grupos: los factores demográficos; el papel del aumento de la renta; la incidencia de los precios; y la incidencia en el consumo alimentario de algunos cambios que experimentan las pautas de comportamiento social.

LA INFLUENCIA DEL FACTOR DEMOGRAFICO EN LA DEMANDA DE ALIMENTOS

Los aspectos que cabe contemplar desde esta óptica son muy variados, pero, a nuestros efectos, nos centraremos en dos grandes apartados: a) las relaciones entre el crecimiento vegetativo y la demanda de alimentos; y b) el crecimiento urbano y la demanda alimentaria.

a) *Variación de la demanda de productos alimenticios y crecimiento vegetativo*

Es evidente que el crecimiento demográfico implica normalmente y, por si mismo, un aumento en la cantidad demandada de alimentos, lo que plantea no pocos problemas en las primeras etapas del desarrollo y ha justificado el apoyo que todos los países han concedido regularmente a su desarrollo agrícola. Pero, esta aseveración no siempre es cierta; depende de la relación que exista entre el crecimiento demográfico y la renta per cápita. Si llegara a darse el caso de que un incremento de población no supusiera un aumento en la producción total y, por ende, una adición de ingreso total, entonces los ingresos per cápita disminuirán y, con ello, la demanda de productos alimenticios. Este sería el caso de un país eminentemente agrícola en el cual, por el razonamiento hasta aquí expuesto, la demanda y oferta de alimentos estarían estrechamente relacionados.

Pero, si la realidad es otra, es decir, si existen unos sectores secundario y terciario medianamente desarrollados y seguimos suponiendo que la renta se mantiene constante, nos encontramos con que el aumento demográfico ha supuesto un aumento en la demanda de alimentos de menor proporción y un deterioro de la dieta alimenticia de los individuos del país en cuestión.

De manera que para que el crecimiento demográfico tenga una verdadera repercusión sobre la demanda alimenticia es absolutamente necesario que se corresponda con un aumento en la renta nacional. Lo cual exige un aumento de la productividad.

El aumento en el tamaño de la población puede verse acompañado por algún aumento en la eficacia económica permitiendo una mayor diseminación de los servicios generales. Por otra parte, puede estar acompañado por rendimientos marginales decrecientes en relación con aumentos en la fuerza de trabajo, tendiendo así a eliminar la eficacia económica y los ingresos.

Los efectos nocivos del crecimiento y de la densidad de la población tienen su origen en presiones sobre los recursos y

sobre la productividad que ejercen influencia sobre los rendimientos del trabajo y la base de ahorro y la formación del capital. Si la tecnología y la formación de capital son estáticas y el insumo de trabajo ya ha sido expandido hasta el punto en el cual la productividad marginal del trabajo es igual a cero, entonces no es posible absorber de manera productiva una mayor cantidad de población, y el ingreso per cápita disminuirá en proporción del aumento demográfico (Mellor, 1970, p. 49). El efecto del decrecimiento de los rendimientos marginales sólo puede paliarse a través de una mejora tecnológica que pueda ayudar a aumentar la productividad.

Como demuestran las series estadísticas sobre población en los países desarrollados el ritmo de crecimiento de la población tiende a ser relativamente débil, lo mismo que el coeficiente de elasticidad-renta; sin embargo, el nivel y el coeficiente de incremento de la renta per cápita son más elevados.

b) *Demanda de alimentos y crecimiento urbano*

El proceso urbano-industrial implica el trasvase de población del campo a la ciudad. Este hecho tiene unas repercusiones muy amplias a nivel social, aunque nosotros nos centraremos únicamente en el hecho de su posible influencia en la variación de la demanda de productos alimenticios.

Los centros urbanos crecen demográficamente por dos razones fundamentales: por el crecimiento vegetativo de los ciudadanos residentes en el propio núcleo urbano y como consecuencia de la emigración del campo a la ciudad.

Existen numerosas circunstancias por las cuales el proceso urbanizador influye sobre la demanda de alimentos; vamos a intentar señalarlas:

1) Cuando un individuo se traslada del campo a la ciudad, el antes productor de alimentos pasa a ser consumidor de ellos. Este hecho tiene notables repercusiones económicas. En ese momento existe en el campo un trabajador menos para una demanda de alimentos igual o mayor, con lo cual si

esa demanda se satisface sólo puede hacerse a través de un aumento de la productividad-hombre. Ello significa también la posibilidad de mejorar la retribución de agricultor y puede tener otras consecuencias en las que aquí no debemos entrar.

2) El trabajador que laboraba en el campo pasa a la ciudad a consumir lo que él no produce; pasa, pues, de una relativa autosuficiencia a ser dependiente de lo que producen otros. Esta dependencia pone al consumidor a merced de los cambios de precios, variaciones en la calidad y en las condiciones sanitarias de los alimentos, etc., al tiempo que provoca una tensión, vía demanda, en el mercado de ciertos productos.

3) El punto anterior tiene una consecuencia. Cuando el individuo pasa de ser autosuficiente a ser dependiente suele cambiar también su manera de alimentarse. Antes, su dieta se reducía (relativamente, y cada vez menos) a lo producido por él mismo; sin embargo, ahora, su dieta depende más de la cantidad de dinero que tenga gastarse en el mercado y de sus propias condiciones de vida. Aunque el valor de lo consumido quizás no cambia radicalmente, sí suele cambiar en alguna medida el tipo de alimentos que demanda.

4) Las posibilidades de consumo del individuo que se traslada a la ciudad se amplían no sólo por el hecho antes mencionado, sino porque cuando el consumidor se enfrenta con el mercado encuentra ante él un abanico de posibilidades mucho más amplio, potenciado además por la publicidad. Un supermercado pone ante los ojos del consumidor una gama de alimentos muy variada y mucho más sofisticada que la que tenía en el campo; conoce productos que eran para él casi desconocidos y advierte que su consumo es normal entre sus conciudadanos.

5) El proceso urbanizador implica además, en bastantes casos, que la mujer trabaje fuera de su casa, con lo cual el tiempo que dedica o puede dedicar a cocinar es menor y entonces tiende a consumir productos que exijan menos tiempo de elaboración y cocción o artículos precocinados.

La publicidad es, en este caso, uno de los factores más importantes en el cambio de las pautas de consumo.

Por mediación de los diversos y cada día más amplios medios de difusión se ponen a nuestro alcance, a través de la publicidad, productos nuevos para satisfacer necesidades viejas, o los mismos productos más sofisticados, con unas cualidades nuevas de presentación del envase, o con pequeñas modificaciones; o productos nuevos para satisfacer necesidades hasta ahora no evidenciadas.

En muchas ocasiones, el productor decide utilizar como arma una publicidad que favorezca el desarrollo de necesidades nuevas que le permitan colocar en el mercado —ya bastante saturado— nuevos productos, lo que puede hacer mejorar su rentabilidad global.

Y no hay que olvidar que existe también un efecto de emulación cuya incidencia no puede ser desestimada. Cuando el campesino llega a la ciudad comienza a relacionarse con personas distintas a las que trataba antes. Esas personas tienen unas determinadas pautas de consumo que transmiten a los demás. Son pautas de utilización de bienes de consumo, en general, y de maneras de alimentarse en particular.

Pero, además de lo anterior, existe otra posible vía a través de la cual el ahora agricultor, o habitante de zonas rurales, puede cambiar su dieta alimenticia: la promoción cultural. Esa cultura o pseudo-cultura «urbana» vendría en gran medida a través de los medios de comunicación y de ciertas posibilidades de educación. Es posible que muchos trabajadores sin cualificar se vean en la necesidad de asistir a escuelas de capacitación para poder encontrar un trabajo, e incluso sus hijos tienen mejores posibilidades de estudiar; su cultura ya no será la de sus padres, lo cual influirá en alguna medida sobre ellos, sobre sus formas de vida, su escala de valores y, por supuesto, en el tipo de alimentación y en los gastos de consumo.

Por último, hay que referirse a una razón que se desprende de otras ya vistas aquí. El individuo, al enfrentarse con nuevas posibilidades de consumo, se sumerge en el ansia *consumista* de los ciudadanos y ello le induce a trabajar más o a promocionarse en el trabajo para poder consumir más.

En las estadísticas de consumo que distinguen entre medio rural y urbano se evidencia un gasto proporcional menor en alimentos y bebidas en el campo que en la ciudad, lo cual se explica no sólo por el menor poder adquisitivo de los hombres del campo, sino por lo dicho hasta ahora en este apartado. No hay que olvidar, por otra parte, que el menor gasto en bienes alimenticios que se cuantifica en el medio rural no es exacto debido al hecho de que es muy difícil determinar el valor del autoconsumo, con lo cual las cifras que se obtienen son menores que las reales.

LA RENTA COMO FACTOR CONDICIONANTE DE LA DEMANDA

Como hemos señalado anteriormente, a medida que aumentan los ingresos de un individuo o de un colectivo los gastos en alimentos tienden también a aumentar, pero existe un límite a partir del cual el individuo en cuestión es incapaz de comer más o comer mejor, y a partir de este punto los incrementos en sus ingresos no se corresponden con un aumento en el gasto consuntivo de alimentos, o esta proporción es cada vez menor. Esto es lo que en economía se conoce por la ley de Engel que, como ya hemos visto, puede explicarse de la siguiente manera: «a medida que la renta aumenta, los gastos que se dedican al consumo de los artículos alimenticios aumentan también, pero en distinta proporción: decreciente en los dedicados a artículos de primera necesidad, y creciente en los dedicados a los bienes de lujo relativo y de lujo propiamente dicho» (Castañeda, 1968, p. 164-65). Se puede resumir esta ley diciendo que cuando la renta aumenta, el gasto en alimentos aumenta, pero en una proporción menor, mientras que los productos que podríamos llamar de lujo también aumentan. A esto J. Milhau añade que la diferencia entre bienes suntuarios y los que no lo son viene establecida según el nivel de vida de los ciudadanos de un país determinado; si hace años el tener automóvil era un lujo, hoy ya no lo es en los países medianamente desarrollados. El funcionamiento de la ley de Engel se cons-

tata o bien a través de análisis tipo cross-section, viendo las estadísticas existentes que relacionen consumo con ingresos dentro de un mismo país y para distintos países de distintos niveles de renta; o bien a través de una serie cronológica referida a un mismo país.

Vamos a ver a continuación cual es la relación numérica que podemos establecer entre la demanda de productos alimenticios y la renta de los consumidores. A esta relación, en economía, se la llama «elasticidad de la demanda respecto a la renta», que se puede definir como el cociente entre el porcentaje de variación de la demanda y el porcentaje de variación de los ingresos. Dicho de otra manera, la elasticidad de la demanda respecto a la renta expresa cuanto varía el nivel de demanda al aumentar (o disminuir) la renta en una unidad. Si, por ejemplo, establecemos la elasticidad de demanda de productos alimenticios respecto a la renta en 0,8, ello significa que un aumento en los ingresos del 10 por 100 hace que los gastos en alimentación aumenten en un 8 por 100. Normalmente, la elasticidad se expresa en tantos por uno y se afirma que la demanda de un determinado producto es elástica cuando es mayor que la unidad, e inelástica cuando es menor que uno.

Para poder empezar a utilizar este instrumento hay que señalar que el valor de la elasticidad de un producto sólo es válido en un contexto determinado. Las elasticidades no son las mismas para un mismo producto en países distintos, con niveles de renta distintos. Además, están relacionadas no sólo con el poder adquisitivo de los consumidores, sino con sus constantes psicológicas, con sus costumbres de alimentación, y con los productos que se obtienen en el país. También hay que considerar la calidad del producto, ya que éste será más deseado si es de buena calidad o si presenta unas características determinadas que lo hacen más apetecible en un momento dado. A este respecto Wilhelm Abel (1970) ofrece ejemplos de que mientras en tiempos de paz los alimentos más apetecidos son los de buen sabor y ricos en proteínas, durante la Segunda Guerra Mundial aumentó en gran proporción la demanda de productos ricos en calorías. Wage-

man, como se recoge en el libro de Wilhelm Abel antes citado, también aporta algunos ejemplos de este tipo.

Una vez establecida la definición de elasticidad examinaremos qué valores toma ésta para los productos alimenticios. John W. Mellor (1970, p. 62) estimó que la elasticidad demanda-ingreso para todos los alimentos es de 0,8 para países cuya renta per cápita fuera de unos 100 dólares, pero esta elasticidad disminuía a 0,5 en países con renta por cápita de 500 dólares y llegaba a tener un valor muy bajo o casi nulo cuando los ingresos alcanzaban los 2.000 dólares. También subraya el profesor Mellor la diferencia que existe entre la elasticidad consumo/renta en las zonas rurales y urbanas, debido, probablemente, no sólo a diferencias en los ingresos, sino a la variación en la cantidad de bienes. Mientras en las ciudades podemos obtener mayor cantidad de bienes, también estos llevan incorporados unos servicios que los hacen más atractivos.

Ya hemos dicho antes que la elasticidad varía con la calidad de los productos, por lo cual resulta casi inútil querer establecer un valor estable para cada producto, ya que dependerá de cada país, del momento elegido y de otras circunstancias (Vid. a estos efectos los cálculos que ofrece Malassis, 1979, p. 85, para Francia).

La F.A.O. estimó elasticidades-renta para distintos productos en distintos países (cuadro I-4) y los datos obtenidos permiten verificar lo que habíamos dicho anteriormente. Para un mismo producto, la elasticidad varía según el nivel de ingresos de cada país. El azúcar y la carne tienen unas elasticidades que oscilan entre 0 y 1,4 y entre 0,15 y 1,5. En el caso del azúcar, los valores extremos pueden justificarse por las diferencias en los niveles de renta. En el caso de la carne, el valor extremo (0,15 en Argentina) se debe probablemente a la gran producción de carne existente en este país. Los huevos tienen una variación semejante a la del azúcar; y, en general, lo que si podemos sacar son conclusiones generales que en alguna medida se intuyen ya de la realidad más próxima.

A niveles bajos de renta los productos más atractivos son: azúcar, vegetales, aceites y grasas, carne, huevos, pescado y

CUADRO I-4
Coficientes de elasticidades-renta de la demanda de grandes grupos de alimentos, expresados por cantidades

Grupo de alimentos	Cereales	Tubércul. de almidón	Azúcar	Vegetales	Aceites y grasas productos (incluyen- do la man excluy. la tequilla) manteq.)	Leche y productos lácteos	Carne	Huevos	Pescado
<i>Región:</i>									
América del Norte	-0,5	-0,7	0,0	0,3	0,0	0,08	0,4	0,02	0,3
CEE	-0,3	-0,3	0,5	0,6	0,16	0,3 a	0,7	0,8	—
Países del Mediterráneo ...	-0,3	0,0	0,8	0,4	0,5 b	0,8	1,1	1,1	0,5
Reino Unido	-0,4	-0,3	0,0	0,5	0,02	0,09	0,4	0,3	0,2
Japón	-0,17	-0,15	0,8	0,5	1,1 b	2,0	1,7	1,0	1,5
Argentina y Uruguay	-0,34	-0,2	0,3	0,6	0,35 b	0,4	0,15	0,1	0,4
Resto América Latina	0,14	0,1	0,4	0,55	0,8	0,85	0,75	1,1	0,5
Cercano Or. y Africa	0,2	0,1	1,2	0,7	0,8	1,1	1,3	1,3	1,0
Asia y Lejano Oriente (excl. Japón)	0,5	0,16	1,3	0,9	1,2	—	1,5	2,0	1,1
		a) Incluyendo la mantequilla							
		b) Excluyendo la mantequilla							
Número de elasticidades me- dias (0,5 a 1,0)	1	0	3	7	3	2	2	1	3
Número de elasticidades al- tas (1,0 y más)	0	0	2	0	2	2	4	5	2

Fuente: FAO, Suplemento Especial de la Revista de Bienes, Agricultural Commodities Projections for 1970, Roma.

leche. Para los países de altos ingresos (representados en el cuadro por América del Norte), los artículos más apetecidos son: vegetales, carne y pescado. En el cuadro puede apreciarse que las elasticidades correspondientes a países de altos ingresos son mucho menores que las relativas a los países de bajos ingresos debido a que, en conjunto, dedican una menor proporción de sus gastos a la alimentación y, por ello, las variaciones de sus ingresos influyen menos en las variaciones de sus compras.

También existen aquí, como señala Margaret Capstick (1970, p. 65) en su comentario a este cuadro, unas preferencias que van más allá de las provenientes de los niveles de ingresos, y que en ciertos casos son preferencias que en alguna medida se explican por las propias circunstancias reales y las tradiciones de algunos países: los japoneses tienen una demanda excepcional de pescado y los asiáticos prefieren huevos.

Considerados los productos globalmente vemos que los cereales y los tubérculos tienen elasticidades incluso negativas tanto en los países con rentas elevadas como en algunos cuya renta es bastante más baja.

Theodore W. Schultz resume en su libro «La organización económica de la agricultura» las elasticidades obtenidas por diversos autores a partir del presupuesto.

Como puede observarse en el cuadro I-5, las elasticidades que dan los distintos autores no coinciden; a ello replica Schultz diciendo que hay que considerar que a medida que pasan los años los productos que se demandan son aquellos que tienen mayor transformación y, por tanto, mayor valor añadido, por lo cual no pueden compararse unos datos con otros por tener fechas muy dispares.

Para terminar con estos ejemplos numéricos vamos a recoger, también a título ilustrativo, un cuadro-resumen de los estudios realizados hasta la aparición del libro de Schultz, que el autor incluye en la obra ya mencionada (cuadro I-5 bis).

A la vista de estos datos, y de otros cálculos de elasticidades similares, hay que tener en cuenta dos cosas.

Primero, para obtener una aproximación de la demanda a través del nivel de renta per cápita hay que considerar no sólo este nivel sino la forma en que la renta está distribuida, ya que, como es lógico, en aquellos países que se benefician de una renta per cápita cuyo promedio sea alto y esté mal distribuida existirán grandes desigualdades en los niveles de ingresos y, por tanto, la demanda de productos alimenticios será menor que en aquellos en los que la distribución de la renta sea más equitativa. Segundo, «el total de los alimentos consumidos per cápita en peso, tiende a permanecer constante, aunque el ingreso varíe. Consecuentemente, la elasticidad ingreso de los alimentos puede decirse que es una elasticidad de calidad». Esta cita de T. W. Schultz resulta evidente. Los

CUADRO I-5
Datos comparados de análisis de elasticidad

	Elasticidad
Tobin 1913-41 (Condicionados por datos de presupuesto) (a)	0,56
Stone, 1929-41 (b)	0,53
Mack, 1929-40 (c)	0,54
Tobin, 1913-41 (de todas clases) (a)	0,27
Girshick y Haavelmo, 1922-41 (d)	0,25
Dirección de Economía Agrícola (e)	0,21
Working, 1922-41 (f)	0,28

(a) James Tobin «A Statistical Demand Function for Food in the U.S.A.», Journal of the Royal Statistical Society, vol. CXII, parte II (1950).

(b) Richard Stone, «The Analysis of Market Demand», Journal of the Royal Statistical Society, vol. CVIII, partes III-IV (1945).

(c) Ruth P. Mack, «The Direction of change in Income and the Consumption Function», Review of Economics and Statistics, vol. XXX, n.º 4 (1948).

(d) M. A. Girshick and Trygve Haavelmo, «Statistical Analysis of the Demand for Food: Examples of Simultaneous Estimation of Structural Equations», Econometrica, vol. XV, n.º 2 (1947).

(e) Consumption of Food in the United States, 1909-48, BAE, Misc. Pub. 691. Agosto de 1949. Cuadro 49, p. 142.

(f) E. J. Working, «Appraising the Demand for American Agricultural Output during Rearmament», leído ante las sesiones conjuntas de las Asociaciones Económica Americana y Americana de Economía Agrícola. Boston, Mass. diciembre de 1951.

Tomado de Shultz, T. (1956), p. 74.

CUADRO I-5-bis
Valores aproximados de las elasticidades renta de los alimentos en Estados Unidos

Población	Alimentos agrícolas en libras de Estados Unidos al por me-Unidos pa-nor, sector ra civiles Estados Unidos en venta primera mano (1)	Alimentos, basados en el índice de consumo de alimentos de BAE			Alimentos, basados en los gastos en alimentos según las investigaciones con datos estáticos o del USDC		Alimentos consumidos fuera del hogar, incluyendo servicios (9)
		Ingre-so actual (3)	Ingre-so del año an-terior (4)	(3)+(4) (5)	Ingre-so actual (6)	Ingre-so del año an-terior (7)	
		(3)	(4)	(5)	(6)	(8)	
Agrícola, espacial							
						0.35 (Fa, I ₂ , 1941) a	
						0.37 (Fa, I ₂ , 1935-	
						1936)a	
Rural no agrícola, espacial							
						0.53 (Fa, I ₂ , 1941) a	
						0.55 (Fa, I ₂ , 1935-	
						1936) a	

CUADRO I-5-bis
Valores aproximados de las elasticidades renta de los alimentos en Estados Unidos

Población	Alimentos agrícolas		Alimentos, basados en el índice de consumo de alimentos de BAE		Alimentos, basados en los gastos en alimentos según las investigaciones con datos estáticos o del USDC		Alimentos consumidos fuera del hogar, incluyendo servicios (9)
	Alimento civil de Estados Unidos en venta al por me-Unidos pa-nor, sector ra civiles	Estados Unidos en venta primera mano (2)	Ingre-so actual (3)	Ingre-so del año anterior (4)	(3)+(4) (5)	Ingre-so actual (6)	Ingre-so del año anterior (7)
Urbana, espacial	0.25 (C.I. Fox, 1948)			0.28 (C.I. Fox, 1948)		0.42 (C.I. Fox, 1948)	1.12 (F.I. Fox 1948)
						0.51 (F.I. Fox, 1948)	
						0.57 (Fa, I, 1918) a	1.14 (C.I. Fox 1948)
						0.61 (Fa, I, 1935-1936) a	
						0.64 (Fa, I, 1941) a	
						0.68 (Fa, I ₂ , 1927-1928) a	

Burk,
1935-
1936)
0.49 (C.I.
Burk,
1941)
0.52 (F.I.,
Marck,
1935-
1936) b
0.56 (C.I.
Tobin,
1941)

Series en el tiempo		0.0 (BAE, 1909- 1949)	0.21 (C.I. BAE, 1922-41)	0.54 (I, Marck, 1929-40)
			0.28 (C.I. Waking 1922-41)	0.56 (C.I. Tobin 1913-41)
		0.27	0.27 (C.I. Tobin, 1913-41)	0.59 (C.I. Stone, 1929-41)
			0.12	0.44
		0.25	0.05	
			0.30 (C.I. Girshick- Hacking, 1922-41)	

Valores aproximados de las elasticidades renta de los alimentos en Estados Unidos

Población	Alimentos agrícolas en libras de Estados Unidos al por me-Unidos pa-nor, sector ra civiles civil de Estados Unidos en venta primera mano (2)		Alimentos, basados en el índice de consumo de alimentos de BAE		Alimentos, basados en los gastos en alimentos según las investigaciones con datos estáticos o del USDC		Alimentos consumidos fuera del hogar, incluyendo servicios (9)
	(1)	(2)	Ingre-so actual (3)	Ingre-so del año an-terior (4)	Ingre-so actual (6)	Ingre-so del año an-terior (7)	
			(3)	(4)	(6)	(7)	
Valores aproximados (basados en la población civil e ingreso disponible, 1949)	0.0	0.25			0.30	0.50	1.25

Tipos de información: C, per cápita. F, por familia. Fa, ajustado a familias de 3.5 personas. I, ingreso disponibles. I₂, ingreso disponible+alquiler imputado.

I₂ Ingreso disponible+alquiler imputado+otros ingresos en especie, incluyendo alimentos.

a: Estudio ajustado a un tamaño familiar de 3.5 personas y hecho con familias de dos o más personas, según Tobin.

b: Se refiere solamente a familias no agrícolas.

Fuentes:

Consumption of Food in the United States, 1909-18. PAE. Miso. Pub. 691, agosto de 1949.

Marguerite C. Burk. «Change in the Demand for Food from 1941 to 1950». Journal of Farm Economics, vol. XXXIII (1951).

Karl A. Fox. «Factors Affecting Farm Income. Farm Prices and Food Consumption», Agricultural Economics Research. Vol. III (junio 1951). Bureau of Agricultural Economics.

M. A. Girshick y Trvge Haavelmo. «Statistical Analysis of the Demand for Foods». Econometrica. VOL. XV (abril de 1947).

Rush P. Mack. «The Direction of Change in income and the Consumption Function». Review of Economics and Statistics, vol. XXX (noviembre de 1948).

Richard Stone. «The Analysis of Market Demands», Journal of the Royal Statistical Society, vol. XVIII (Londres, 1945).

James Tobin. «A Statistical Demand Function for Food in the USA». Journal of the Royal Statistical Society. Vol. CVIII (Londres, 1950), véase también el comentario de Richard Stone a este trabajo.

E. J. Working. «Appraising the Demand for American Agricultural Output during Rearment», ponencia leída en una sesión conjunta de la American Economics Association y la American Farm Economics Association. Boston, 26 de diciembre de 1951.

Fuente: tomado de Schultz, J. (1956), pág. 52-53.

consumidores tienden a saciar sus necesidades básicas y a medida que su poder adquisitivo aumenta se produce una tendencia hacia la mejora de la dieta.

Tercero, «las elasticidades ingreso relacionan el ingreso con el *valor* del consumo, con lo cual los cambios en el valor del consumo reflejan tres factores diferentes: a) un cambio en la cantidad física consumida; b) cambios en la calidad de los alimentos consumidos, y c) cambios en los servicios asociados con la alimentación» (Mellor, 1970, p. 63).

Esta idea de Mellor ratifica el punto anterior y, si bien es cierto que para planificar la producción agrícola sería deseable que pudieran obtenerse elasticidades-cantidad, también es cierto que a bajos niveles de ingreso un aumento en la renta supondrá un incremento en los productos agrícola demandados; mientras que a niveles altos de ingreso un aumento de éstos no suele significar una elevación en el consumo de muchos productos alimenticios sino incluso su disminución, con un incremento del gasto en otros bienes y servicios.

Por último, quisiera dejar bien sentado que estas cifras son orientativas y que sólo pueden obtenerse de ellas conclusiones tentativas. Las que hemos obtenido hasta ahora se pueden resumir diciendo que ante un aumento en los ingresos los consumidores cambia la dirección de su consumo hacia aquellos productos ricos en proteínas y vitaminas, de sabor agradable, y con una transformación mayor. Estos artículos se pueden concretar en: azúcar, vegetales, aceites y grasas, carne, huevos, pescado y leche.

Sin embargo, aunque todo lo dicho hasta aquí sea cierto, y parece lógico que lo sea, quisiera terminar este punto con una nota que hiciera reflexionar acerca de las tendencias actuales sobre el consumo de alimentos. Es evidente que, históricamente, a medida que los pueblos han visto aumentar sus ingresos, ello se ha traducido en una mejora de su dieta alimenticia que, a su vez, ha repercutido sobre la salud de sus habitantes, pero ya Mellor indicaba que «de ninguna manera se puede aseverar que la elevación de los ingresos dará lugar a pa-

trones de gasto en alimentos que pueden mejorar la calidad de la dieta». Como ejemplo de esto podemos señalar el pan hecho con harinas muy blancas, a las que se les ha quitado la parte más rica en vitaminas del trigo; o el arroz de primera calidad, que contiene menos vitaminas B y menos proteínas.

EL PRECIO Y LA DEMANDA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Considerando constante la renta monetaria de un sujeto, si el precio de un bien desciende su renta real aumenta, con lo cual puede adquirir mayor cantidad de ese bien. Y, viceversa, si el precio aumenta el poder adquisitivo del sujeto disminuye. Por ello, la variación en el precio produce una variación en la demanda de un determinado artículo.

A la relación entre el precio de un bien y la cantidad que de él se demanda la llamamos «elasticidad de demanda en cuanto al precio» y la definimos como el cociente entre la variación de la cantidad demandada y la variación en el precio.

El resultado de un cambio en el precio de una mercancía se muestra por un movimiento de un punto a otro en la misma curva de demanda (D), mientras el efecto de los cambios en otros determinantes se muestra por un cambio de las curvas de D. Por ello, a estos factores se les llama factores de cambio y la curva de D es desplazada ante variaciones de éstos hacia la derecha o hacia la izquierda.

Existen otros factores que también tienen apreciables influencias, como la distribución de la renta, el crecimiento y estructura de la población, la salud, las facilidades de crédito, los stocks, las costumbres etc. Algunos de ellos tienen en cuenta la influencia de la actuación pasada en el presente, volviendo por ello el análisis de la demanda en dinámico.

Pero, veamos en que consiste la elasticidad-precio de la demanda y la elasticidad cruzada.

La elasticidad-precio es la medida de la respuesta de la D ante cambios en el precio de un determinado bien. Si el

cambio en el precio es muy pequeño, usamos como medida de la respuesta de la D el de la elasticidad-precio de la D. Si los cambios en el precio son mayores, usamos la elasticidad arco de la D como medida relevante.

La elasticidad-punto de la D (12) se define como el cambio proporcional en la cantidad demandada resultante de un cambio proporcional muy pequeño en el precio. Simbólicamente escribimos:

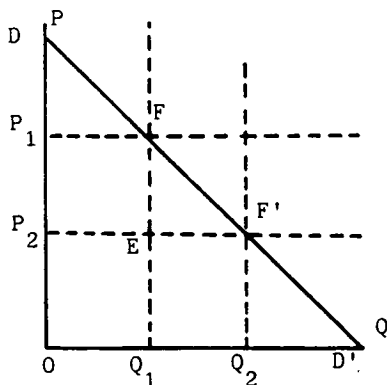
$$e_p = \frac{dQ}{Q} / \frac{dP}{P}$$

Si la curva de demanda es lineal:

$$Q = b_0 - b_1 P$$

suponiendo que $dQ/dP = -b_1$ tenemos que $e_p = -b_1 \cdot P/Q$ lo cual implica que la elasticidad cambia en los distintos puntos de la curva de demanda lineal.

Gráficamente:



$$\triangle P = P_1 \quad P_2 = EF$$

$$\triangle Q = Q_1 \quad Q_2 = EF'$$

$$P = 0 \quad P_1$$

$$Q = 0 \quad Q_1$$

Si consideramos cambios muy pequeños en el precio y la cantidad entonces $\Delta P \approx dP$; $\Delta Q \approx dQ$.

Sustituyendo:

(12) Tanto la definición de la E-precio de la D como la de E-arco de la D proceden del libro de Koutsoyannis, A.: *Modern Microeconomics*. MacMillan, 1975, pág. 45.

$$e_p = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q} = \frac{Q_1}{P_1} \cdot \frac{Q_2}{P_2} \cdot \frac{OP_1}{OQ_1} = \frac{EF'}{EF} \cdot \frac{OP_1}{OQ_1}$$

Como los triángulos FEF' y FQ₁D' son semejantes, entonces:

$$\frac{EF'}{EF} = \frac{Q_1 D'}{FQ_1} = \frac{Q_1 D'}{OP_1}$$

Sustituyendo:

$$e_p = \frac{Q_1 D'}{OP_1} \cdot \frac{OP_1}{OQ_1} = \frac{Q_1 D'}{OQ_1}$$

Como, además, los triángulos DP₁F y FQ₁D' son semejantes, tenemos que:

$$\frac{Q_1 D'}{FD'} = \frac{P_1 F}{FD} = \frac{OQ}{FD}. \quad \text{Luego:}$$

$$\frac{Q_1 D'}{OQ_1} = \frac{FD'}{FD}$$

De aquí resulta que si tomamos el punto medio de la curva vemos que su $e_p=1$, y para cualquier punto a la derecha $e_p < 1$, siendo en D' $e_p=0$. Para cualquier punto a la izquierda del punto medio $e_p > 1$.

Consideremos con ello cuales pueden ser las relaciones que pueden existir entre dos o más bienes. Como se sabe, hay artículos que satisfacen una necesidad conjuntamente, o sea que esa necesidad no queda satisfecha con el consumo de uno sólo de los bienes. A tales bienes se les llama complementarios. Por el contrario, una necesidad puede ser cubierta alternativamente por un bien o por otro. A éstos se les llama sustitutivos.

Dos mercancías pueden ser absolutamente complementarias, o absolutamente sustitutivas, o sin necesidad de llegar al grado extremo pueden ser algo sustitutivas o relativamente complementarias, siendo muy difícil de precisar más en la realidad.

Edgeworth y Pareto establecieron como norma para esta diferenciación las tendencias de la demanda. Si dos bienes son complementarios el aumento de la demanda de uno de ellos implica un aumento en la demanda del otro. Si los bienes son sustitutivos sucede lo contrario; al aumentar la demanda de uno disminuye la del otro, y viceversa. A la elasticidad de los bienes complementarios y sustitutivos se la llama elasticidad cruzada (cross-elasticity).

Si todo lo dicho hasta aquí lo relacionamos con los precios resulta que para los bienes complementarios una disminución del precio de uno de ellos significa que aumenta la cantidad demandada de ambos. Lo contrario ocurriría si los precios aumentasen para dos o más productos sustitutivos; al aumentar el precio de uno aumenta la demanda del otro y, viceversa, si aumenta el precio del segundo aumenta la demanda del primero.

Una vez hecho el planteamiento teórico hay que tener en cuenta que la elasticidad precio es distinta según el producto alimenticio de que se trate. Depende, además, del valor nutritivo, de la finalidad del producto, y de las relaciones entre los precios de ese producto y de los demás productos alimenticios.

T. Schultz estudió la elasticidad de la demanda de los productos independientes y, por otro lado, la de los productos interrelacionados. Los productos independientes los dividió en directos (que sirven al consumo final) e indirectos (insumos).

Los bienes directos, a partir del punto en que el consumidor cubra sus necesidades, tienen una demanda rígida, lo que supone que un descenso del precio apenas aumentará la demanda. Los productos interrelacionados son los que nosotros hemos llamado «complementarios y sustitutivos», los cuales influyen, como ya hemos visto, en el comportamiento del consumidor cuando existen modificaciones de precios.

Hasta ahora hemos visto reglas generales de comportamiento del consumidor, supuesto que este reacciona racionalmente. Pero existen algunas excepciones a estas reglas que en la práctica ocurren con frecuencia:

- 1) El llamado *efecto Giffen*, que explica el caso de un

país en el que existe un nivel de ingresos muy bajo. Si, por ejemplo, sube el precio del pan, dado que este artículo sigue siendo el más barato, los consumidores pobres no reaccionan modificando la cantidad demandada (salvo en casos extremos) ante esa subida, porque no tienen otra alternativa de consumo.

2) El *efecto Veblen*. Existen artículos de lujo o suntuarios que son más codiciados cuanto más caros son. Este es el caso, en términos generales, de las pieles, los diamantes, y otros artículos altamente cotizados.

3) *Efecto de especulación*. Si se da un alza en el precio de un determinado artículo y el especulador espera que subirá todavía más, aumenta la cantidad comprada de ese bien con la intención de vender después. Y, por el contrario, si el precio baja y se espera que siga bajando el consumidor rehusará comprar ese artículo para poder comprarlo todavía más barato.

W. Abel (1970, p. 317) señaló algunas reglas que explican el comportamiento de la elasticidad de determinados productos alimenticios:

1) «Cuanto más alto es el valor nutritivo de un producto alimenticio por unidad monetaria, más reducida es la elasticidad de la demanda» (el arroz, el pan, las patatas).

2) «Cuanto más difícil es obtener la sustitución de un alimento menor es la elasticidad de la demanda por el mismo». La grasa y el azúcar son dos productos típicos difíciles de sustituir, y que además tienen un gran uso en el consumo ordinario, por lo cual su demanda no varía sensiblemente ante variaciones en el precio.

4) «La sal y los tipos más caros de frutas y hortalizas tienen una demanda relativamente rígida». La sal por el hecho de que su precio es tan bajo que una modificación en él no afecta la demanda. Las frutas caras tienen una demanda rígida debido a que son demandadas por los consumidores de mayor poder adquisitivo, a los cuales no les afecta sensiblemente una variación en el precio.

5) De lo dicho hasta ahora se puede deducir lo siguiente:
— Cuando los precios son muy bajos, la demanda reac-

ciona muy poco cuando estos sufren una variación; a medida que los precios son mayores la reacción es mayor; y vuelve a disminuir la reacción cuando son tan altos que los artículos correspondientes están dirigidos a un público con un alto poder adquisitivo.

6) «Cuanto más corta es la etapa de elaboración de los productos agrarios tanto menor es la elasticidad de la demanda». Resulta evidente que los productos más elaborados resultan más atractivos para el consumidor, por ello, tenderá a aumentar sus adquisiciones ante pequeñas variaciones en el precio; por el contrario, también tenderá a prescindir de estos cuando su renta real disminuya.

7) Ya sabemos cual es la relación que existe entre el precio y la cantidad demandada en el caso de bienes complementarios y sustitutivos. Pues bien, Abel resalta que esto no se cumple siempre para los productos alimenticios.

Las excepciones pueden darse por el hecho de una subida general de precios. Si a través de esa subida la capacidad de compra de los sujetos se ve disminuida es comprensible que si aumenta el precio de la margarina, el sujeto no puede reaccionar comparando mantequilla porque todavía sigue siendo más cara que la margarina. Este es un ejemplo del «efecto Giffen», que ya hemos mencionado.

Podemos concluir este epígrafe resumiendo las normas generales de comportamiento de la curva de demanda ante variaciones en el precio de los artículos.

En general, podemos decir que la demanda oscila menos ante variaciones en los precios para aquellos bienes con un alto valor nutritivo; con unas posibilidades de sustitución menores; y para aquellos cuyo precio de partida sea bajo.

Por el contrario, la cantidad demandada de un producto es más sensible para los alimentos más sofisticados, para los que tienen un valor alimenticio menor, para aquellos cuyas posibilidades de sustitución son mayores, y para los bienes más caros (siempre que no sean aquellos que están encaminados hacia un grupo de consumidores muy determinado).

OTROS FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

En realidad, existen otros muchos factores que inciden en la demanda de alimentos. Entre ellos destacaríamos, sin embargo, aquéllos que inciden en las *pautas socioculturales*.

Nos referimos, en concreto, a las líneas de comportamiento que sigue un individuo a la hora de alimentarse y que ha aprendido de la sociedad en la que vive.

Las pautas sociales se referirán, pues, a la actuación del individuo aprendidas por el hecho de vivir en sociedad, rodeado de otros individuos con unas características semejantes. Son pautas que el hombre recibe, incorpora o imita, a través de su contacto con los demás.

Lógicamente, el comportamiento del individuo estará también en función de su nivel intelectual, de su cultura, de lo que haya aprendido, no ya en la calle, sino también en la escuela.

Sin pretensiones de exhaustividad vamos a mencionar a continuación algunas influencias que la sociedad y la cultura pueden tener sobre los ciudadanos en materia de alimentación.

A) *Diferencias entre el medio rural y urbano*

En primer lugar podemos diferenciar los hábitos en alimentación que existen en el medio rural y en el urbano. Ya al hablar del proceso de urbanización hicimos mención de ello.

Las causas de que en las zonas rurales exista una dieta distinta de la urbana son: 1) la falta de conocimiento de qué alimentos son los mejores para la salud o los necesarios para el individuo según el tipo de vida que haga; 2) menor poder adquisitivo en el campo que en la ciudad, en términos generales; 3) autoconsumo; se tiende a comer lo que se produce; 4) mala distribución de los alimentos, como consecuencia de la falta de infraestructura que dificulta la llegada de ciertos productos a los pueblos. Un ejemplo de esto puede ser el caso del pescado en determinadas zonas interiores, tanto en

España como en otros países. La dificultad en el transporte conlleva que exista muy poco consumo de pescado en los pueblos del interior y que en muchas ocasiones las condiciones sanitarias de estos productos sean muy deficientes. La proliferación de los productos congelados está paliando este problema.

Estas características y condicionantes se han ido debilitando con el tiempo gracias a la influencia de los medios de comunicación. Las pautas rurales van desapareciendo y son sustituidas por las características de las zonas urbanas, lo cual es acorde también con el «efecto demostración», puesto de relieve por Duesembery (1967), según el cual existe un deseo de los individuos de igualarse a los que tienen un nivel de vida superior.

En contraposición, la sociedad urbana tiene también unas características peculiares que inciden claramente en sus pautas de consumo:

1) Un nivel cultural mayor, como consecuencia del mayor nivel de vida, que permite un mejor conocimiento de los alimentos más adecuados para la alimentación humana. Además, el ambiente cultural crea necesidades específicas; de ahí que a diferentes niveles aparezcan distintos hábitos.

2) Mayor poder adquisitivo. La renta per cápita mayor se debe en cierta medida al hecho de que las urbes son el centro de inmigración de jóvenes adultos, en edad de trabajar, con lo cual no sólo existe más dinero para comprar más sino que los demandantes jóvenes están proporcionalmente en mayor número en la ciudad que en el campo, componente éste que también influye sobre la demanda.

3) Mejor acceso a una mayor variedad de alimentos, lo que amplía las posibilidades de elección.

4) El nivel cultural y el poder adquisitivo, íntimamente relacionados, provoca también que los individuos estén más influidos por la publicidad a través de la prensa, revista, cine, etc.

B) *Preferencias de los individuos*

Hemos mencionado varias veces que el mayor nivel cultural implica una mayor racionalidad en la manera de alimen-

tarse. Pero esto no siempre es cierto. Existen en todos los individuos unas preferencias en el consumo que muchas veces lo alejan de la racionalidad. Las carnes más tiernas son más apetecidas y, sin embargo, no tienen por qué ser las más alimenticias; lo mismo podría decirse de las pastas de sopa, del pan, del arroz, etc.

Si la racionalidad se llevara a la práctica con todas sus consecuencias es muy posible que llegáramos a comer mejor y más barato. Pero las preferencias individuales juegan también su papel en las elecciones que se realizan.

c) *Formas de vida*

También la forma de vida condiciona el consumo de alimentos.

La mayor integración del sexo femenino en la población activa, por ejemplo, provoca algunos cambios en la manera de alimentarse; desvía la demanda hacia productos de fácil cocción, precocinados, conservados, etc.

La jornada laboral continuada crea en muchas empresas la necesidad de que los obreros coman en comedores de la misma empresa. Todo ello hace que se demanden unos productos determinados; productos congelados, con escaso proceso de elaboración, baratos. En estos comedores se demandan incluso productos precocinados con objeto de reducir, en lo posible, el personal del comedor.

D) *Creencias*

Existen otra clase de pautas de conducta que también condicionan el consumo. Por ejemplo, las creencias transmitidas a través de las generaciones sobre cuestiones de salud (recientemente se está sustituyendo las grasas animales por las vegetales, por temor al colesterol) o sobre cuestiones religiosas, tales como comer o no carne de cerdo, consumir carnes o pescados crudos, determinadas frutas, utilización de especias, etc.

E) Impacto de los descubrimientos tecnológicos y las comunicaciones

A medida que un país se desarrolla y va incorporando medios tecnológicos al proceso de producción se sustituye el esfuerzo humano por el mecánico, muchas veces en tareas que supondrían al individuo un gran desgaste. Este hecho llega a condicionar la manera de alimentarse, ya que los trabajadores al consumir menos energías necesitarán un aporte menor de calorías.

Otra clase de descubrimientos tecnológicos condicionan el consumo; por ejemplo, los aparatos de refrigeración, que además de mejorar las condiciones sanitarias de los alimentos permiten una mejor distribución de los productos. A nivel de economías domésticas, como de mercado mayorista, la refrigeración permite el almacenamiento, facilitando que se puedan consumir determinados productos estacionales durante todo el año.

Por último, indiquemos también que los medios de comunicación social y la facilidad de los transportes permiten que las distintas maneras de comer se difundan rápidamente, tendiéndose por ello a una manera más homogénea de alimentarse en el mundo.

5. EVOLUCION DEL CONSUMO ALIMENTARIO: ALGUNOS CASOS CONCRETOS

En los epígrafes precedentes hemos expuesto algunos aspectos básicos del consumo alimentario. Nuestra atención se ha centrado, fundamentalmente, en el estudio de una serie de factores que explican el «modelo» alimentario hacia el que se han venido dirigiendo las economías de mercado más desarrolladas, tratando de clarificar aquellos conceptos y principios que más tarde precisaremos para el estudio del caso español.

Para completar esta visión de carácter general sobre el

consumo alimentario (13), parecía interesante dedicar un último apartado de este capítulo a estudiar algunos datos comparativos sobre el consumo de alimentos a escala mundial, así como la evolución que ha seguido dicho consumo en aquellos países europeos cuya confrontación con España pudiese resultar particularmente ilustrativa.

El cumplimiento de estos objetivos ha quedado sujeto, sin embargo, a las disponibilidades concretas de datos sobre el consumo por países y por grandes áreas a nivel mundial, campo en el que, como hemos comprobado al estudiar el tema, la información disponible es abundante pero muy dispersa, procede de fuentes bastante heterogéneas (y, por tanto, poco comparables) y no suele cubrir períodos de tiempo suficientemente extensos para detectar con toda claridad las variaciones que experimenta la alimentación en un país o zona determinados.

Sentado este hecho, que implica unos límites para nuestro análisis, podemos pasar ya a examinar algunos datos de tipo general y el caso de tres países europeos —Francia, Bélgica y Portugal— para los que hemos conseguido un nivel de información aceptable.

ALGUNOS PERFILES GENERALES DE LA EVOLUCION DEL CONSUMO ALIMENTARIO A NIVEL INTERNACIONAL

Como ya vimos en el epígrafe 3 las diferencias que existen en el consumo alimentario a escala mundial son importantes y definen un grado de desigualdad muy grave en un ámbito tan esencial para el hombre como es el de la nutrición. Los datos que recogíamos en los cuadros I-1 y I-2 son, en este sentido, bastante claros aunque insuficientes:

(13) Aunque quizás no fuese necesario repetirlo, conviene subrayar de nuevo que, en función de nuestros objetivos (vid, epígrafe I.1), sólo tangencialmente hemos entrado en los aspectos teóricos del consumo, centrando nuestra atención en algunos aspectos más pragmáticos que estimamos de interés para esta investigación.

sobre todo, a efectos de obtener una aproximación en torno a cual ha sido la evolución comparativa de los niveles de nutrición a nivel mundial.

En este sentido, los datos que presentamos en los cuadros I-6 y I-7, tomados de la cuarta encuesta mundial de la FAO (1977), nos muestran con bastante claridad cuál ha sido la evolución que ha seguido el suministro diario de calorías por individuo en las principales regiones a nivel mundial entre 1961 y 1974 y qué niveles ha ido alcanzando el suministro diario de alimentos por persona en términos de proteínas totales y de origen animal.

Como puede observarse, los países occidentales desarrollados y los de Europa del Este han tendido a aumentar sus niveles de consumo entre un 6 y un 7 por 100 en el intervalo de tiempo estudiado, mientras los países más gravemente afectados (MGA) no sólo no han experimentado un avance sino que incluso han perdido posiciones, cosa que no ocurría en otros grupos más puntuales de países en desarrollo (América Latina, Cercano Oriente).

Las diferencias en cuanto a las disponibilidades de proteínas por persona entre los países desarrollados y los países en desarrollo en general fueron aún superiores a las de calorías, figurando América del Norte, Europa Oriental y la URSS en las primeras posiciones. En su conjunto, los países en desarrollo alcanzan sólo el 58 por 100 del suministro de proteínas por persona de los países más desarrollados, porcentaje que permanece inalterado durante el período sometido a examen.

Los últimos datos disponibles (FAO, 1982), publicados cuando este libro estaba ya en imprenta, ponen de manifiesto que la situación de desigualdad se mantiene en una proporción similar a la que mostraban los datos aportados. En 1980, el suministro medio diario de calorías por habitante era de 133 por 100 de las necesidades en los países desarrollados, mientras que la media de los menos adelantados se situó en el 84 por 100 de sus necesidades. En los últimos años, la situación de África se ha deteriorado fuertemente.

CUADRO I-6

Suministro diario de alimentos por persona en términos de calorías,
cifras absolutas y como porcentaje de las necesidades

Región	Proteínas totales				Proteínas de origen animal			
	1961-63	1964-66	1969-71	1972-74	1961-63	1964-66	1969-71	1972-74
	Kilocalorías por persona				Porcentaje			
Economías de mercado desarrolladas.	3.130	3.170	3.280	3.340	123	124	129	131
América Norte .	3.320	3.360	3.500	3.530	126	127	133	134
Europa occid. .	3.200	3.230	3.330	3.390	125	126	130	132
Oceanía	3.300	3.320	3.320	3.370	124	125	125	127
Otras economías de mercado desarrolladas	2.570	2.650	2.760	2.850	109	112	117	121
Europa oriental y la U.R.S.S.	3.240	3.270	3.420	3.460	126	127	133	135
Total de países desarrollados	3.170	3.200	3.330	3.380	124	125	132	132
Economías de mercado en desarrollo.	2.110	2.130	2.190	2.180	92	93	96	95
Países MGA . . .	2.040	2.030	2.080	2.030	91	90	92	90
Otros países . . .	2.210	2.250	2.330	2.360	95	96	100	101
África	2.070	2.100	2.150	2.110	89	90	92	91
América Latina.	2.400	2.470	2.530	2.540	101	104	106	107
Cercano Oriente.	2.290	2.340	2.410	2.440	93	95	98	100
Lejano Oriente .	2.010	2.000	2.070	2.040	91	90	94	92
Otras economías de mercado en desarrollo	2.130	2.200	2.290	2.340	93	96	100	103
Economías asiáticas de planificación centralizada . . .	1.960	2.110	2.220	2.290	83	90	94	97
Total de países en desarrollo	2.060	2.120	2.200	2.210	89	92	95	96
Total mundial . .	2.410	2.460	2.540	2.550	101	103	106	107

Fuente: F.A.O. (1977).

CUADRO I-7

Suministro diario de alimentos por persona en términos de proteínas (totales y de origen animal)

Región	Proteínas totales				Proteínas de origen animal			
	1961-63	1964-66	1969-71	1972-74	1961-63	1964-66	1969-71	1972-74
	gramos							
Economías de mercado desarrolladas.	90	91	94	95	48	50	55	56
América Norte .	101	102	104	104	67	69	72	71
Europa occid. . .	88	89	92	93	44	46	50	52
Oceanía	98	100	100	101	64	66	67	67 .
Otras economías de mercado desarrolladas	74	76	82	85	26	28	36	39
Europa oriental y la U.R.S.S.	95	95	101	103	38	39	47	50
Total de países desarrollados	91	92	97	98	45	47	52	54
Economías de mercado en desarrollo.	53	53	55	54	11	11	12	11
Países MGA . . .	53	52	53	51	7	7	8	7
Otros países . . .	54	55	57	57	15	15	16	16
África	52	53	54	53	10	10	11	10
América Latina.	64	65	66	65	25	25	26	25
Cercano Oriente.	63	64	65	65	13	13	14	14
Lejano Oriente .	49	48	50	49	7	7	7	7
Otras economías de mercado en desarrollo	44	46	49	51	15	16	18	20
Economías asiáticas de planificación centralizada	54	58	61	63	11	12	13	13
Total de países en desarrollo	53	55	57	57	11	11	12	12
Total mundial . .	65	67	68	69	22	22	24	24

Fuente: F.A.O. (1977).

CUADRO I-8

Contribución porcentual de diversos grupos de alimentos al suministro diario de calorías por persona en los países desarrollados y en desarrollo, y en todo el mundo

Grupo de alimentos	Países en desarrollo				Países desarrollados								Total mundial
	Economías de mercado en desarrollo		Economías asiáticas de planificación centralizada		Economías de mercado desarrolladas		Europa oriental y la U.R.S.S.						
	Países MGA	Otros países	1961-63	1972-74	1961-63	1972-74	1961-63	1972-74	1961-63	1972-74			
Número de calorías	2.040	2.030	2.210	2.360	1.960	2.290	3.130	3.340	3.240	3.460	2.410	2.550	
Porcentaje													
Productos vegetales	93,9	93,8	89,6	89,7	90,0	90,8	67,9	66,6	76,3	71,9	82,7	82,6	
Cereales	64,6	65,8	50,5	51,6	61,9	65,4	31,0	26,4	46,3	39,2	50,2	49,4	
Legum., nueces y semillas	9,4	7,2	6,0	5,1	7,3	7,0	2,7	2,7	1,7	1,8	5,5	4,9	
Raíces y tubérculos	3,8	4,2	11,1	9,2	11,4	11,1	4,8	3,8	7,9	6,4	7,4	6,8	
Azúcar	7,5	7,8	9,7	10,7	1,7	2,6	12,1	13,2	10,3	12,2	8,5	9,3	
Verduras y frutas	3,7	5,6	5,2	5,2	2,2	2,0	4,5	4,8	2,5	3,2	3,7	3,9	
Aceites y grasas vegetales.	4,1	4,4	5,2	5,9	2,4	2,4	7,4	9,3	4,6	5,2	5,0	5,7	
Otros productos vegetales.	0,8	0,8	1,9	2,0	0,1	0,3	5,4	6,4	3,0	3,9	2,4	2,6	
Productos animales	6,1	6,2	10,4	10,3	10,0	9,3	32,1	33,4	23,7	28,1	17,3	17,4	
Leche	3,1	3,2	2,9	2,8	0,5	0,4	9,0	8,6	8,5	9,5	5,0	4,7	
Huevos y pescado	0,5	0,5	1,1	1,4	1,6	1,9	3,0	3,4	2,0	2,8	1,7	2,0	
Aceite y grasas animales.	1,3	1,3	1,4	1,4	0,9	0,8	6,9	6,4	4,8	5,4	3,3	3,0	
Carne y vísceras	1,2	1,2	5,0	4,7	6,9	6,1	13,1	15,0	8,2	10,3	7,3	7,5	
Todos los grupos de ali- mentos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Fuente: F.A.O.

Un aspecto más interesante para nosotros es el referente a la composición del suministro de alimentos por persona y su evolución entre 1961-63 y 1972-74. Los datos de carácter más general aparecen recogidos en el cuadro I-8, en el cual queda claramente de manifiesto el distinto peso que tienen los cereales, las leguminosas y las raíces y tubérculos en los distintos grupos de países. Aunque en todos los casos se observa una clara regresión en la participación de estos productos dentro del consumo alimentario total, está claro que en el caso de los países económicamente más avanzados los niveles de consumo de partida son mucho más bajos que los atrasados. Lo contrario sucede en productos como la leche, el azúcar, los aceites y grasas y la carne y sus derivados.

Por último, y con referencia exclusivamente al conjunto de las economías de mercado calificadas como «desarrolladas» (14) presentamos los datos sobre suministro diario de calorías, proteínas y grasas por persona en el período comprendido entre 1961-63 y 1974 (cuadro I-9), que nos muestra con más detalle la evolución que ha experimentado la composición del consumo alimentario.

El «modelo» alimentario al que anteriormente hemos hecho referencia y su evolución aparecen configurados con bastante claridad en los datos del cuadro, donde, en términos de calorías, aparecen en regresión, por ejemplo, las raíces y tubérculos, las leguminosas y los aceites y grasas animales, mientras otros renglones de productos (carnes y derivados; pescado; grasas vegetales y bebidas alcohólicas) registran constantes avances.

La información disponible vía FAO no incluye muchos productos alimentarios elaborados y no nos detalla, por tanto, su evolución, aspecto cuyo interés era evidente para nuestro análisis y enfoque del problema. El estudio de algunos casos específicos por países nos permitirá obtener ideas y conclusiones interesantes sobre este punto.

(14) La FAO incluye en este grupo a Canadá, USA, todos los países europeos occidentales, Yugoslavia, Australia, Nueva Zelanda, Israel, Japón y Sudáfrica.

ESTUDIO DE ALGUNOS CASOS CONCRETOS DENTRO DE EUROPA

El objetivo que perseguimos en este apartado es doble. Por un lado, pretendemos conocer cual es la dieta alimenticia de los tres países que tomamos como ejemplo —Francia, Portugal y Bélgica— y, puesto que no tienen el mismo grado de desarrollo, intentaremos percibir las diferencias que existen entre ellos. Por otro lado, a través de lo que consumen los individuos de distintos países, intentaremos averiguar también cuales son las grandes tendencias; qué productos parecen tener una demanda futura más asegurada, y cuales tienden a disminuir en las apetencias de los consumidores. No pretendemos, sin embargo, extraer de todo ello conclusiones generalizables, dado que los datos sobre la evolución del consumo con que hemos podido contar sólo nos han permitido estudiar los casos de referencia y las diferencias entre países suelen ser, a veces, importantes.

Antes de pasar al estudio de Francia conviene señalar que las cifras de base tomadas para los distintos países conciernen a cantidades compradas por las familias, comprendiendo también los alimentos consumidos fuera del hogar, lo que no significa que este consumo pueda identificarse con las cantidades realmente consumidas (que son ligeramente inferiores); la diferencia estriba en las reservas no consumidas, en la alimentación de los animales domésticos, los desechos (comida estropeada, pieles, grasas supérfluas, etc.), así como los alimentos malgastados, derrochados, etc. No obstante, de aquí en adelante identificaremos ambos conceptos para facilitar el estudio y por considerar que estas diferencias son poco relevantes.

A) *El caso de Francia*

Para el estudio de este país contamos con los datos obtenidos por el INSEE en diversas encuestas, las cifras de la Contabilidad Nacional del año 1965 y las estimaciones hechas para 1975, que nos permiten comparar el consumo de

CUADRO I-9

Economías de mercado desarrolladas. Suministro diario de alimentos por persona

<i>Calorias (kcal.)</i>	61-63	64-66	69-71	72-74	1971	1972	1973	1974
Total general	3.133	3.173	3.283	3.336	3.306	3.328	3.348	3.333
Product. vegetales.	2.128	2.139	2.182	2.223	2.187	2.209	2.246	2.216
Product. animales.	1.004	1.034	1.103	1.113	1.119	1.120	1.103	1.117
Gran total excl.								
alcohol	2.986	3.012	3.109	3.109	3.128	3.147	3.158	3.141
Cereales	972	943	893	891	884	986	981	875
Raíces y tubérculos.	151	142	134	128	131	130	128	127
Azúcares y miel de								
abeja	379	390	423	442	429	433	449	444
Leguminosas	36	34	32	31	31	32	32	30
Nueces y semillas								
oleaginosas ...	52	52	56	59	55	58	59	58
Hortalizas	56	57	61	62	61	60	62	63
Frutas	85	80	99	100	99	99	103	98
Carnes y despojos.	411	433	487	500	505	503	489	508
Huevos	48	50	56	56	57	57	55	55
Pescado y mariscos.								
.....	46	47	52	56	53	55	57	56
Leche	281	284	284	286	284	288	287	284
Aceites y grasas ..	449	467	509	524	514	521	531	520
Aceites grasas y								
vegetal	233	251	289	312	297	307	320	308
Aceites grasas ani-								
mal	216	216	220	212	216	214	212	211
Bebidas alcohólicas.	148	161	176	188	178	181	190	192
<i>Proteínas (g)</i>	61-63	64-66	69-71	72-74	1971	1972	1973	1974
Total general	89,8	31,2	94,3	95,4	94,8	95,6	95,2	95,4
Productos vegetales.	41,6	40,7	39,7	39,5	39,4	39,6	39,7	39,2
Productos animales.	48,2	50,4	54,6	55,9	55,4	56,0	55,5	56,2
Gran total excl.								
alcohol	89,3	89,8	92,4	94,3	92,9	93,7	94,5	94,7
Cereales	27,6	26,8	25,4	25,0	25,1	25,2	25,1	24,8
Raíces y tubérculos.	3,3	3,1	3,0	2,9	3,0	2,9	2,9	2,9
Azúcares y miel de								
abeja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Leguminosas	2,3	2,2	2,0	2,0	2,0	2,1	2,0	1,9

Nueces y semillas								
oleaginosas ...	2,5	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8	2,9	2,8
Hortalizas	3,1	3,2	3,3	3,4	3,3	3,3	3,4	3,4
Frutas	1,1	1,1	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3
Carnes y despojos.	21,7	23,3	26,3	27,1	26,9	27,1	26,5	27,5
Huevos	3,9	4,0	4,5	4,5	4,6	4,6	4,4	4,4
Pescado y mariscos.	6,1	6,2	6,8	7,2	6,9	7,0	7,3	7,2
Leche	16,4	16,7	16,9	17,1	16,9	17,1	17,2	17,0
Aceites y grasas ..	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Aceites grasas ve- getal	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Aceites grasas ani- mal	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Bebidas alcohólicas.	0,5	0,6	0,7	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8

<i>Grasas (g)</i>	61-63	64-66	69-71	72-74	1971	1972	1973	1974
Total general	116,4	120,7	130,9	134,4	133,3	134,5	134,3	134,4
Productos vegetales.	36,0	39,1	42,6	45,4	43,5	45,0	46,4	44,9
Productos animales.	80,3	82,5	88,3	89,0	89,8	89,6	87,9	89,5
Gran total excl.								
alcohol	116,4	120,7	130,9	134,4	133,3	134,5	134,3	134,4
Cereales	3,6	3,6	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3
Raíces y tubérculos.	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Azúcares y miel de								
abeja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Leguminosas	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1
Nueces y semillas								
oleaginosas ...	3,5	3,6	3,9	4,1	3,9	4,1	4,2	4,1
Hortalizas	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6
Frutas	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Carnes y despojos.	35,2	36,9	41,5	42,5	43,2	42,8	41,5	43,2
Huevos	3,4	3,5	3,9	3,9	4,0	4,0	3,9	3,9
Pescado y mariscos.	2,0	2,1	2,4	2,6	2,5	2,6	2,7	2,7
Leche	15,4	15,6	15,7	15,9	15,7	16,0	15,9	15,9
Aceites y grasas ..	50,7	52,7	57,5	59,2	58,0	58,9	60,0	58,7
Aceites grasas ve- getal	26,3	28,4	32,7	35,2	33,6	34,7	36,1	34,9
Aceites grasas ani- mal	24,4	24,3	24,8	23,9	24,4	24,2	23,9	23,8
Bebidas alcohólicas.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: F.A.O. (1977).

1965 con el de 1975 para toda la gama de productos alimenticios.

A la vista de estos datos podremos ver cuál es la tendencia de los franceses en el consumo de una serie de productos a lo largo de diez años. Con ello, pretendemos mostrar qué artículos tienen un consumo ascendente y cuáles han quedado estancados o han visto disminuir su demanda.

Partimos del cuadro I-10 para corroborar lo ya dicho anteriormente en cuanto a las variaciones recientes del consumo y que se puede aplicar al caso francés. Los principales cambios a destacar son los siguientes:

En primer lugar, el pan disminuye considerablemente su consumo «per cápita» en los diez años señalados; se comporta, de acuerdo con nuestro desarrollo conceptual, como un bien inferior. La partida que aumenta más visiblemente dentro del capítulo de los cereales es la correspondiente a «biscottes» por ser un producto de reciente desarrollo y consumo, aunque esencialmente es un derivado del pan (pan tostado o preparado).

Esta disminución relativa del consumo del pan se debe, como casi siempre ocurre, al aumento del poder adquisitivo de los individuos que, al contar con unos ingresos mayores, sustituyen el consumo de pan por otros artículos. Otro motivo por el cual en la actualidad los franceses consumen menos pan es también el proceso de urbanización; las actividades ciudadanas, unido a la mejoría en el nivel tecnológico del país, exigen un menor desgaste físico de los individuos, modificando, por tanto, su dieta alimenticia que será menos rica en contenido energético.

Otra modificación importante es la estructura del consumo se ha producido en las féculas, que han cedido el paso de las legumbres verdes, por una motivación similar al caso del pan. Dentro de este apartado, las «conservas de legumbres» han aumentado un 63 por 100 en 1975 respecto al consumo medio estimado en 1965. A lo dicho acerca de las causas del aumento del consumo de legumbres verdes, en el caso de las conservas, hay que añadir lo que ya habíamos visto al analizar los determinantes de la demanda: la disminución del

CUADRO I-10
Consumos medios anuales en kilogramos o litros por persona

	1965	Indice 1965-75	1975
Pan	87,8	77,0	67,4
Biscottes	1,9	126,0	2,4
Pastas alimenticias	6,2	113,0	7,0
Harinas, arroz	4,0	113,0	4,5
Patatas	99,7	95,0	94,5
Legumbres frescas	69,2	111,0	76,7
Legumbres secas	2,6	69,0	1,8
Conservas de legumbres	11,0	163,0	17,9
Agrios (frutos)	15,9	133,0	21,2
Plátanos	6,9	103,0	7,1
Frutos frescos	38,8	130,0	50,6
Frutos secos	1,9	121,0	2,3
Conservas de frutas y dulces	3,0	127,0	3,8
Buey	14,6	112,0	16,4
Vaca	5,9	114,0	6,7
Cordero	1,9	121,0	2,3
Caballo	1,4	64,0	0,9
Cerdo fresco	7,3	110,0	8,0
Jamón	4,3	123,0	5,3
Embutidos y casquería	11,8	126,0	14,9
Aves, conejos, caza	15,6	126,0	19,7
Huevos	10,5	100,0	10,5
Pescados, crustáceos y moluscos	11,5	107,0	12,3
Conservas de pescado	2,5	120,0	3,0
Leche concentrada y en polvo	2,4	137,0	3,3
Leche fresca (1 L=1,033 kg.)	94,4	100,0	94,8
Nata fresca	0,7	129,0	0,9
Quesos	14,5	183,0	26,5
Mantequilla	9,5	114,0	10,8
Aceite alimenticio	8,6	126,0	10,8
Manteca	0,3	67,0	0,2
Margarina	1,9	126,0	2,4
Azúcar	19,5	116,0	22,6
Chocolate y cacao	2,0	115,0	2,3
Confitura de azúcar, miel y chocolate ..	4,0	140,0	5,6
Vinos corrientes (con A.T.C.) (litros) ...	107,8	91,0	98,4

	1965	Indice 1965-75	1975
Vinos A.O.C. ²	8,7	117,0	10,2
Vinos dulces naturales	1,2	125,0	1,5
Vinos achampanados	1,0	140,0	1,4
Aperitivos	3,0	150,0	4,5
Aguardiente (con A.T.C.)	3,0	107,0	3,2
Cerveza	38,9	119,0	46,4
Sidra (con A.T.C.)	19,2	73,0	14,0
Aguas minerales	27,8	228,0	63,4
Bebidas gaseosas	13,2	164,0	21,6
Zumos de frutas	1,8	189,0	3,4
Café, té, infusiones	3,4	115,0	3,9

1. A.T.C.: Autoconsumición.

2. A.O.C.: Denominación de origen controlado.

tiempo dedicado a cocinar debido al aumento de la población femenina que trabaja fuera de casa.

En el capítulo de las frutas, todas las partidas han visto aumentar sustancialmente su demanda, resaltando la de «conservas de fruta», que aumenta en 77,5 por 100 en los diez años considerados en el cuadro. Las encuestas realizadas en el INSEE evidencian tres motivos por los cuales se ha producido este alto incremento: 1.º) a un aumento de la renta corresponde un aumento proporcional muy similar del consumo de frutas; la elasticidad de demanda frutera respecto a la renta es de 0,8 y ésta es menor para los agrios y plátanos; 2.º) el gasto en fruta crece con el tamaño de la población: 130 francos por unidad de consumo en la población rural no-agrícola, frente a 220 francos en el complejo residencial de París; y 3.º) una disminución de los precios relativos de la fruta, producida por la sobreproducción existente.

Las frutas más demandadas según estas encuestas son: peras, manzanas, uvas de mesa, melocotones, plátanos y naranjas. En los diez años estudiados, el consumo de frutícolas ha aumentado tanto que se cree que puede llegar muy pronto al nivel de saturación que han alcanzado ya los Estados Unidos, por ejemplo.

En cuanto a las carnes, existe una preferencia evidente por las partes dedicadas a asar, por sus cualidades dietéticas y por razones de rapidez de manipulación. Por esta última razón había aumentado también la demanda de productos de charcutería, aunque en ello inciden igualmente el aumento en el nivel de renta, los cambios en las costumbres alimentarias, etc. Las carnes con mayores posibilidades de consumo según los datos del cuadro son las de vaca, cordero, añejo, el jamón y los productos de charcutería.

La demanda de productos vacunos ha estado algo frenada por la subida de los precios, que para las carnes, en general, y para la de vacuno en particular, ha sido muy considerable. A Fouquet, en su trabajo «La demande de produits agricoles et alimentaires est prévisible», señala también que la demanda en las zonas rurales y urbanas es distinta respecto a las carnes. En las zonas rurales y, sobre todo, en las agrícolas, se consume mayor cantidad de volátiles y conejos, lo cual resulta fácil de comprender, ya que son los animales que se crían preferentemente para el autoconsumo.

El consumo de huevos está prácticamente estabilizado y el escaso aumento del consumo se debe al incremento de la población. Lo mismo sucede con el consumo de pescado, que debido a un aumento considerable del precio, a causa del agotamiento relativo a la pesca, ha convertido este alimento en un producto prácticamente de lujo. Sólo los congelados y las conservas tienen un nivel de precios asequibles que permite aumentos en el consumo.

Francia ha llegado, por otra parte, a un nivel máximo de consumo de leche fresca, siendo uno de los países europeos que consumen menos proporción de leche fresca. Sin embargo, sí aumenta considerablemente la demanda de quesos; en especial los quesos frescos y yogurs.

Respecto a las materias grasas utilizadas para cocinar o para el consumo en general, la más solicitada es la mantequilla. Sin embargo, existen grandes diferencias, según las regiones. En las regiones del Norte y del Oeste se gasta casi el doble en el consumo de grasas que en el Sur y en el Este. Las diferencias existen también en la clase de grasa a utilizar.

En las primeras zonas mencionadas se consume una gran proporción de mantequilla, mientras que en las áreas mediterráneas y del Sudoeste se consumen más aceites vegetales. Aunque podría establecerse una correspondencia entre ambas diferencias, se ha comprobado que no existe una diferencia sustancial entre el coste del aceite y el de la mantequilla, con lo cual la única razón que puede encontrarse a este hecho es la asimilación de las costumbres mediterráneas en cuanto al consumo de aceite y en cuanto a la diferencia del gasto, ésta puede provenir de la que hay en el poder adquisitivo entre las zonas norte y sur de Francia.

El azúcar mantiene un crecimiento débil, estimándose que Francia ha llegado ya a un cierto tope en el consumo «per cápita», que ha ido en aumento en los últimos años gracias a una disminución del precio relativo. En cambio sí han tenido un incremento considerable los productos de confitería.

Finalmente, con respecto a las bebidas cabe señalar que, como norma general, las alcohólicas están estancadas o en lento retroceso, salvo en algunos casos muy concretos. Sin embargo, las no alcohólicas han venido creciendo rápidamente. En el cuadro se evidencia la ascensión en el consumo de aguas minerales (que ha aumentado en 1975 un 128 por 100 con respecto a 1965) y en el de bebidas gaseosas y jugos de frutas (que han aumentado por término medio un 70 por 100 en el mismo período).

En su conjunto, tanto la estructura del consumo de alimentos como su evolución sitúa a Francia en una posición elevada dentro de los países desarrollados y en un estadio avanzado dentro de la evolución tendencial del llamado modelo alimentario occidental.

B) *El caso de Bélgica*

Pasemos a continuación a contemplar la evolución del consumo alimentario en Bélgica partiendo de los datos elaborados por J. Poelmans (1978) en base a las cifras sobre

consumo de alimentos en cantidades físicas obtenidas por L'Institut National de Statistique, de Bélgica.

Como en el caso anterior, en función de un cuadro de las cantidades de productos alimenticios adquiridas en distintos años, (cuadro I-11), trataremos de averiguar la tendencia de la demanda de cada alimento dentro del consumo total. Pero, antes de pasar a comentar dichos datos vamos a hacer algunas precisiones.

Debido a la dificultad para traducir los datos de la Contabilidad Nacional de Bélgica a cantidades físicas para ciertos productos, no se dispone de datos del consumo de repostería, arroz, pescado, legumbres frescas, secas, en conserva y otros productos alimenticios (grasas, hielo, etc.). Sin embargo, se han obtenido datos procedentes de otras fuentes de forma que, si bien presentan problemas de comparación con otros productos, es posible analizar el aumento o la disminución del consumo de dichos artículos durante los años estudiados (1960, 1965 y 1970).

Como sucedía en el caso francés, los datos permiten apreciar una disminución en el consumo de pan y de productos de repostería, seguido de un estancamiento de los demás productos de base cerealícola, salvo los más sofisticados. En cuanto al consumo de carne, el tipo que alcanza mayor nivel de consumo es la de cerdo, seguida de la carne de vaca. El consumo de cerdo, no sólo parte de cantidades consumidas mayores, sino que sigue aumentando su demanda.

Sorprende, sin embargo, la poca cantidad de carne de ternera demandada y la disminución que va sufriendo con los años, lo que probablemente se debe al alto precio de la ternera en los mercados belgas y a su escasez en el mercado, dadas las prioridades de producción de la ganadería de carne.

El consumo de pescado ha aumentado muy moderadamente durante el período sometido a estudio. A pesar de que es un bien apetecible, las elevaciones de precios en los últimos años han restringido su posible consumo.

En el apartado que incluye la leche fresca, condensada, en polvo, etc., se observa un fenómeno semejante al que habíamos detectado ya en Francia: su consumo no sólo permanece

CUADRO I-11

Evolución de las cantidades físicas consumidas de productos alimentarios por persona y día. (En gramos salvo para las partidas donde sea indicada otra unidad)

	Partidas	1960	1965	1970
111.	Pan	259,4	246,3	234,4
	Pastelería	13,6	13,0	12,3
112.	Biscuits	13,9	14,4	20,8
113.	Biscottes	1,8	1,7	1,7
	Pastas alimenticias	5,8	5,9	6,2
	Arroz	3,3	3,4	3,6
121.	Carne	152,0	165,0	192,8
	Buey	56,3	58,9	66,3
	Ternera	6,9	8,0	7,1
	Cerdo	69,5	79,1	95,2
	Cordero	0,9	1,75	1,8
	Caballo	8,4	9,5	9,8
	Otras	10,0	7,75	12,7
122.	Aves	17,6	22,6	26,4
	Conejo	2,2	2,1	2,2
	Pollos hervidos	3,0	3,9	6,7
	Pollos asados	12,1	16,3	17,2
	Palomas	0,3	0,3	0,3
	Caza	0,7	0,7	1,1
130.	Pescados (a)	21,0	22,0	23,0
141.	Leche (en l.) (b)	0,3	0,3	0,3
142.	Quesos	—	15,8	19,4
	Quesos frescos	2,4	2,8	4,5
	Quesos duros	—	7,8	7,4
	Quesos semi-duros	—	2,8	3,5
	Queso de Brie	0,14	0,099	0,089
	Queso de Camembert	0,01	0,007	0,089
	Pasta de queso con condimentos	—	0,11	0,25
	Queso fundido	—	1,09	1,05
	Cuajada	—	0,97	1,87
	Varios	—	0,11	0,68
143.	Huevos (en piezas)	0,5	0,47	0,64
151.	Mantequilla	28,1	27,3	26,8
152.1.	Aceite (en 1/10 l.)	0,07	0,09	0,11
152.2.	Margarina	30,1	34,2	34,1

	Partidas	1960	1965	1970
161.	Patatas	—	—	351,1 (a)
162.	<i>Frutas frescas indígenas</i>	—	82,6	125,8
	Manzanas	—	50,3	69,4
	Peras	—	14,9	27,3
	Cerezas	—	0,72	4,5
	Uvas	—	6,4	8,3
	Fresas	—	4,6	7,4
	Ciruelas	—	1,2	2,9
	Melocotón, durazno	—	3,3	4,2
	Baya	—	0,56	1,09
	Frambuesa	—	0,058	0,027
	Albaricoque	—	0,4	0,5
	<i>Frutas exóticas</i>	47,7	51,9	58,7
	Naranjas	27,9	30,1	35,3
	Limones	2,9	3,6	3,7
	Pomelos	1,4	2,1	2,5
	Plátanos	14,7	15,5	16,2
	Piña	0,06	0,06	0,46
	Dátiles	0,31	0,32	0,36
	Higos	0,33	0,34	0,26
163.	Frutas en conserva	—	—	10,14
164. }	Legumbres	208,0	217,0	279,0
165. }				
170.	Café	11,7	11,7	14,12
	Té	3,9	3,3	3,1
	Achicoria	0,1	0,1	0,1
181.	Chocolate (c)	11,3	14,9	14,2
	<i>Confituras</i>	9,1	9,7	11,0
	— Bombonería	1,8	2,5	2,3
	— Pastillas de café con leche ..	2,5	2,5	2,6
	— Gominolas	0,82	2,3	2,5
	— Peladillas	0,45	0,33	0,31
	— Varios	3,55	2,15	3,27
182.	Azúcar (d)	38,8	40,38	41,16
183.	Confituras	4,24	5,15	5,71
	Compotas	1,24	1,12	1,86
210.	Aguas y limonadas (1/10 l.) (e).	1,0	1,5	2,0
220.	Cervezas (1/10 l.) (e)	3,2	3,2	3,6
230.	Bebidas alcohólicas (1/10 l.) (f).	—	0,06	0,07
240.	Vinos, aperitivos (1/10 l.) (f) ...	—	0,3	0,4

Notas:

(a) Cifras calculadas a partir de datos de la FAO para los años 1962 a 1965.

(b) El total de esta partida resulta poco importante, no se ha juzgado oportuno descomponer en leche cruda, leche descemada, leche condensada y leche en polvo.

(c) Indica toda la confitura a base de chocolate.

(d) Indica únicamente el azúcar consumido como tal en las casas y no el que forma parte de otros alimentos: confituras, mermeladas, chocolates y confiterías, entre otras cosas; este método permite evitar los dobles empleos.

(e) Cifras facilitadas por las aduanas y servicios fiscales.

(f) Cifras facilitadas por el Instituto Agrícola, las recibidas del INS fueron consideradas excesivamente elevadas.

constante en los 10 años estudiados, sino que su nivel es bajo. Esta falta de leche en la alimentación se compensa con el consumo de queso, donde la tendencia en el consumo es similar a la francesa: el nivel de consumo es bastante superior al de la leche y predominan los quesos frescos y semiduros sobre los más curados; la razón más determinante parece ser el hecho de que estos quesos son menos ricos en calorías que los más curados y, por tanto, engordan menos, además de ser más digestivos.

El consumo de huevos tiende a permanecer estacionario a causa de una cierta saturación del mercado. Se produce un ligero incremento en los gramos consumidos por cada individuo al día, que puede provenir del aumento de peso por unidad registrado últimamente, pero el aumento en cuanto al número de huevos consumidos es prácticamente nulo.

En relación con el consumo de mantequilla hay que señalar que va disminuyendo con el tiempo. En los países desarrollados existe una tendencia a consumir menos grasas y, sobre todo, grasas animales —como ya ha quedado de manifiesto en el apartado anterior— por el peligro al exceso de colesterol en la sangre, enfermedad muy de actualidad, y por el deseo por parte de los individuos de tomar dietas pobres en calorías. Por contra, los aceites vegetales han aumentado su demanda, favoreciendo la disminución en la venta de mantequilla. En los últimos años de nuestro estudio, el consumo de margarina permanece estable; entre los años 1960 a 1965 hubo un aumento de un 13 por 100.

Referente a las patatas, con las cifras del cuadro no podemos calcular la tendencia; sin embargo, apenas precisamos el apoyo de los datos para poder asegurar que su consumo va disminuyendo año tras año.

El nivel de consumo de fruta fresca por parte de la población belga es muy alto, aunque ligeramente inferior al francés. Esta fuerte incidencia de los frutícolas en la dieta de los ciudadanos belgas es un indicador de su nivel de vida; su consumo se intensifica en un porcentaje muy fuerte, a pesar de que los precios de la fruta han aumentado considerablemente. La participación de la fruta de importación dentro de la dieta alimenticia de los belgas es bastante alta, con una cierta tendencia a aumentar. Aún cuando no se tienen datos para poder comparar la adquisición de la fruta en conserva en los años 1960 a 1965, se estima que se ha registrado cierto aumento en su demanda, siguiendo la tendencia de la fruta fresca por un lado, y por el ascenso que están teniendo las conservas en los últimos años debido a su abaratamiento relativo y su fácil consumo y conservación.

En el apartado legumbres no se distingue entre la adquisición —por parte de los consumidores— de legumbres frescas y de legumbres secas y conservadas. La experiencia que nos proporciona lo estudiado hasta ahora permite deducir que el crecimiento que ha experimentado el consumo de legumbres se ha dirigido, básicamente, a las verdes y a las conservas vegetales, con un cierto retroceso en las legumbres secas. Este hecho lo habíamos detectado ya en el caso francés y además parece verosímil que un aumento de un 28 por 100 entre 1965 y 1970 no se haya realizado en el capítulo de legumbres secas, cuya demanda tiende a disminuir en los países medianamente desarrollados.

Respecto al café, el té y la achicoria, la única partida que ha aumentado su consumo es el café, que de 1965 a 1970 lo ha hecho un 21 por 100. Por lo que se refiere al té, y la achicoria se ha mantenido, e incluso ha disminuido, su consumo.

El chocolate tuvo un sensible aumento en el consumo entre 1960 y 1965, pero en la actualidad su consumo se halla estancado. Y por lo que respecta al azúcar, su consumo ha aumentado ligeramente debido —principalmente— a una baja en el precio internacional.

Las confituras y compotas no han registrado ningún movimiento sensible y parece que se ha llegado a una saturación del mercado.

Como hecho relevante hay que señalar que en el caso de las aguas y limonadas, su consumo ha aumentado un 50 por 100 entre 1960 y 1965 y un 33,3 por 100 entre 1965 y 1970, lo cual se debe a la profusión de variedades y marcas en el mercado, con una gran publicidad que ha desarrollado mucho el mercado, además de confirmar las tendencias de consumo de las zonas urbanizadas.

Por último, y en lo referente a cervezas, alcoholes, vinos y aperitivos, señalemos que la adquisición de estos productos por parte de los consumidores parece que está estacionada; el nivel de consumo es bastante bajo en todas las bebidas alcohólicas y en los aperitivos. Destaca el consumo de cerveza sobre todos los demás, pero sin alcanzar cifras de consideración ni comparables a otros países europeos. La causa de este bajo consumo es, sin duda alguna, su alto precio, lo que puede explicarse por el hecho de que Bélgica se ve obligada a la importación tanto de algunos productos básicos: cereales, alimentos para el ganado bovino, frutas, etc., como de vinos.

En resumen, tras este rápido repaso de los productos alimenticios consumidos por la población belga podemos concluir diciendo que su estructura de consumo es ya la que corresponde a un país desarrollado. La demanda se dirige hacia artículos ricos en proteínas (carne) y vitaminas (frutas y legumbres), sin que los niveles y calidades lleguen a alcanzar el nivel francés. Un ejemplo de ello es la alta proporción del consumo de carne porcina.

A pesar de que no tenemos la amplitud de datos suficientes, nos atrevemos a apuntar que, en Bélgica, la dieta está

muy condicionada por los altos precios de los alimentos. Hay que tener en cuenta que este país no tiene una agricultura rica, debido a sus condiciones geográficas y climatológicas, lo que obliga a importar grandes partidas de productos alimenticios.

En el trabajo ya mencionado de Jacqueline Poelmans se realizan algunas previsiones de consumo para el año 1980. Tales previsiones se llevaron a cabo bajo la hipótesis económica anual medio en términos reales del 4,1 por 100, tasa que no se ha podido alcanzar. Señalemos, con todo que, según estos datos, productos tales como la carne (sobre todo, de cerdo), la leche, las frutas frescas de producción propia y las legumbres verdes, deberían sufrir un aumento considerable en su consumo. El consumo de otros productos crecería más moderadamente, como ocurre con la volatería, los quesos, las margarinas (en detrimento de la mantequilla) y el azúcar. Los demás productos debían mantener estacionario su consumo, salvo el pan, repostería y las patatas que se reducirán sustancialmente.

C) *El caso portugués*

De los tres países estudiados, Portugal es el menos desarrollado, por lo que cabe ya suponer que su nivel medio alimenticio será inferior al de los dos anteriores. Dado que las posibilidades adquisitivas de los portugueses, o lo que es lo mismo, su renta per cápita, está por debajo de la de Francia, Bélgica e incluso España, es lógico que ello se refleje en la estructura de su consumo.

Para realizar el análisis del problema partimos de un trabajo aparecido en «Planeamiento», confeccionado por el Centro de Consumo de Servicios de Planificación Global del Departamento Central de Planificación.

Como en los demás casos, vamos a partir de un cuadro sintético, esta vez de tasas de crecimiento, para los que se indican las tasas de valor, volumen y precios para los gran-

des grupos de productos alimenticios (ver cuadros I-12, I-13 y I-14):

A partir de estos datos trataremos de señalar cuál es la estructura de consumo del país, y no sólo la situación presente sino también la tendencia previsible de la demanda.

Dado que la cantidad de artículos alimenticios es bastante extensa y la serie cronológica abarca 18 años, podemos espe-

CUADRO I-12

Evolución cuantitativa de la consumición alimentaria de 1960 a 1970. Variación en cantidades físicas y en precios constantes

Partidas	Iq 1970 precios constantes	IQ 1970 cantidades físicas	Diferencias en % de 1960
	1960=100		
Pan, pastelería	95,0	94,9	0,0
Biscottes, pastas alimenticias, arroz	107,9	109,0	+ 1,8
Carne	144,0	127,0	-11,8
Aves, caza	138,4	157,7	+12,9
Pescado	119,4	109,4	- 8,4
Leche	108,6	101,9	- 6,2
Quesos	152,6	124,7	-28,3
Huevos	97,1	131,3	+35,2
Mantequilla	100,0	100,2	0,0
1. Aceite	140,8	139,3	- 1,1
2. Margarina	122,4	119,3	- 2,5
Frutos indígenas	147,5	154,8	+ 4,9
Frutos exóticos	125,9	129,4	+ 2,8
Legumbres	129,6	134,2	+ 4,6
Café, té, achicoria	124,2	116,3	- 6,3
Chocolate, confitería	127,3	129,9	+ 2,0
Azúcar	108,0	111,5	+ 3,2
Confituras, mermeladas	146,3	145,2	- 0,1
Bebidas	152,5	136,3	-10,6

Fuente: Centro de Consumo. Departamento Central de Planificación. Portugal.

rar que las conclusiones que saquemos, tanto a nivel general, como por productos, sean interesantes.

El primer aspecto que llama la atención en el caso portugués es el hecho de que los productos alimenticios tratados globalmente hayan aumentado su valor y, sin embargo, no ha aumentado su volumen en la misma proporción. Esto puede tener dos causas fundamentales, que son excluyentes: 1.º) el proceso inflacionario que ha incidido considerablemente sobre los productos alimenticios; y 2.º) lo que podríamos llamar un «efecto calidad», consistente en el aumento de valor de los productos por haber aumentado el valor añadido incorporado en algunos artículos.

Este hecho lo hemos expuesto ya a nivel teórico y no vamos a extendernos en ello de nuevo. En la actualidad, se tiende a transformar y manipular más los alimentos para presentarlos al público más atractivos y con «cualidades» adicionales. Ejemplo de ello pueden ser los productos vitaminados artificialmente, precocinados o con unas condiciones de empaquetado y conservación que provocan su encarecimiento.

Este proceso ha influido mucho en los productos alimenticios y ha sido la causa de su aumento de precios. En ocasiones este «efecto calidad» no es tal; la calidad del producto no se modifica en sí, sino únicamente su presentación; este es un medio del que se valen los fabricantes para subir su precio.

Pasando a pormenorizar lo que ha venido ocurriendo en Portugal en cuanto al consumo por grupos de artículos, señalemos, en primer lugar, que en el capítulo de «pan y productos a base de cereales» se ha producido un ligero descenso en volumen, pero no en valor. Probablemente será el pan el que habrá descendido en cantidad adquirida, pero no en otros productos de panadería. En Portugal el pan ha pasado a representar un 8,7 por 100 de la estructura del consumo total en 1958 a un 5,4 por 100 en 1975.

El consumo de carne en el período 1968-75 ha aumentado, a pesar del aumento de los precios relativos. De hecho, es la partida que más ha incrementado su consumo en Portugal durante el período estudiado. Los autores del trabajo citado encuentran dos causas posibles a este hecho: 1.º) un aumento del consumo de carne por parte de la población como consecuencia de una mejoría en la distribución de la renta; y 2.º) un cambio en la estructura de consumo producida por la disminución de oferta de pescado.

En cuanto a la cantidad de peces, crustáceos y moluscos consumida los datos indican que ha permanecido estancada a pesar del aumento demográfico y de la renta. En el intervalo 1958/67 hubo un ligero aumento, probablemente debido al mantenimiento de los precios, pero en los últimos años del período estudiado (1968-1975), el alza de los precios ha sido tal que ha desviado el consumo hacia otros productos, como la carne, cosa que ya habíamos señalado.

En cuanto al consumo de leche, queso y huevos, los datos recogidos muestran que los consumidores han dedicado cada vez más sus ingresos hacia estos productos, pero incluso así, y a pesar de que la subida de los precios fue poco significativa, los aumentos en las cantidades adquiridas no han sido muy cuantiosos, lo que pone de manifiesto —como ya adelantábamos al principio— que Portugal no es un país avanzado en cuanto a estructura de consumo se refiere; de hecho, el nivel de consumo de la población portuguesa es tres veces inferior a la media de Europa Occidental.

Para profundizar más en el tema sería preciso obtener datos pormenorizados por productos para saber hacia qué artículos en concreto se ha dirigido progresivamente la demanda; en el caso francés observábamos ya que el público se interesa cada vez menos por la leche cruda, lo que indica una saturación de este producto, y, sin embargo, la demanda se expandía hacia los quesos frescos.

El consumo de aceites y grasas en los dos subperíodos ha sido, en Portugal, muy semejante en cuanto a las cantidades

consumidas. Sin embargo, los precios han sufrido un alza considerable (superior al 32 por 100 en el período). Se ha experimentado una pérdida de la importancia de estos productos en relación con el consumo total de alimentos, lo cual es positivo, porque en años anteriores se había puesto de manifiesto un uso excesivo de las grasas. Cara al futuro, cabe esperar que la demanda se dirija hacia las grasas vegetales en detrimento de las animales; de ahí que, al ser las primeras más caras proporcionalmente que las segundas, el valor de lo consumido sea en los últimos años del estudio muy superior al primer subperíodo.

Por lo que se refiere a las frutas y legumbres, el aumento de precios ha sido muy considerable (3,5 veces superior al año base), produciendo una disminución del consumo en cifras absolutas. Parece ser que la tendencia de la demanda hace prever una reducción todavía mayor en el futuro. Pero, hay que tener en cuenta qué productos se incluyen en esta partida del cuadro. El consumo de frutas tiende a aumentar proporcionalmente con el consumo global de productos alimenticios, contrariamente a lo que sucede con las legumbres. También aquí sería deseable poder desglosar los datos, ya que normalmente no tendrán la misma tendencia la demanda de legumbres verdes que la de leguminosas secas, siendo esta última regresiva en los países en desarrollo o desarrollados.

La adquisición y consumo de patatas se ha visto reducida, por su parte, en un 5 por 100 en 1975 si lo comparamos con el consumo correspondiente al año 1958. Sin embargo, el valor de lo consumido no ha disminuido, sino al contrario, debido a la fuerte subida de precios de este producto, que entre los años 1960-75 aumentaron un 15 por 100 y cuya subida se elevó al 25 por 100 en los tres últimos años estudiados.

La causa principal de la disminución del consumo de tubérculos parece clara. Aunque el aumento del precio ha sido bastante considerable, hay que suponer que éste no ha sido decisivo en la tendencia de la demanda. Las patatas son un alimento básico en cualquier dieta alimenticia elemental

y el hecho de que aumente su precio no implica que los consumidores con rentas bajas vayan a sustituirlo por otro bien. La explicación más convincente de este fenómeno radica en el propio proceso de desarrollo en que se encuentra el país, por lo cual la demanda se comportará como la típica de un bien inferior, aspecto que ya hemos estudiado anteriormente.

El consumo del azúcar ha permanecido estacionario. La explicación se deduce del mismo cuadro al observar la subida de los precios en los últimos años y, sobre todo, a partir de 1973, como consecuencia de la pérdida de los mercados tradicionales y de las altas cotizaciones en el mercado internacional. Esta situación no ha podido ser superada por el aumento de las rentas de los consumidores y, a pesar de que el azúcar es un bien apreciado y con tendencia ascendente en el consumo de los países desarrollados, el consumo en Portugal se ha mantenido con un crecimiento muy moderado.

Por lo que se refiere al café, el té y el cacao, su situación es similar a la del azúcar, por el hecho de que ambos proceden de los mercados coloniales. Los precios han subido considerablemente también para estos productos, pero, la disminución relativa del consumo se está produciendo con un cierto retraso respecto al azúcar.

Teniendo en cuenta la cifra obtenida por la elasticidad de demanda de estos artículos y la disminución del consumo a partir de 1973, podemos llegar a la conclusión de que la adquisición de estos productos tiende a permanecer estacionaria.

En el grupo de «otros productos alimenticios» se incluyen los alimentos precocinados, las harinas lacteadas, los productos dietéticos, yogures, etc. Su consumo ha aumentado mucho en Portugal debido, en gran parte, a lo bajo de las cifras de partida en el año 1958. Aún así, hay que tener presente que son artículos de consumo ascendente en todos los países y que, al no haber aumentado sus precios en demasía, han sido bien aceptados por el público portugués. En conse-

CUADRO I-13
Portugal: tasas de incremento del consumo alimentario

Partidas	Valor			Volumen		
	1968/75	1968/67	1968/75	1968/75	1968/67	1968/75
1. Alimentación, bebidas y tabaco	9,7	6,6	15,7	4,3	4,0	5,0
1.1. Productos alimenticios	9,0	6,7	14,4	3,7	3,9	3,7
1.1.1. Pan y productos a base de cereales	5,2	4,2	9,7	2,3	2,8	2,1
1.1.2. Carnes	11,8	9,1	18,3	5,8	4,2	8,0
1.1.3. Pescado, crustáceos y moluscos	11,3	6,6	19,0	4,0	4,4	4,0
1.1.4. Leche, queso y huevos	8,6	7,7	11,0	4,4	4,9	3,4
1.1.5. Aceites y grasas	8,0	5,3	74,3	3,7	3,0	3,6
1.1.6. Frutas y legumbres	9,0	8,0	72,4	2,3	4,9	0,1
1.1.7. Patatas	6,7	5,6	74,3	0,8	0,5	0,6
1.1.8. Azúcar	6,2	4,2	11,6	2,6	2,6	1,2
1.1.9. Café, té y cacao	7,7	4,1	12,6	4,6	4,1	5,5
1.1.10. Otros productos alimenticios	12,7	8,2	16,5	9,5	6,6	9,8
1.2. Bebidas	12,5	5,9	20,7	6,5	4,3	9,5
1.2.1. Bebidas no alcohólicas	17,0	10,6	21,9	13,8	7,6	16,5
1.2.2. Bebidas alcohólicas	12,0	5,5	20,5	5,6	4,0	8,2
1.3. Tabaco	9,1	7,4	14,2	5,3	5,1	6,6
Consumo total	70,5	7,7	16,1	5,7	5,4	6,1

CUADRO I-14

Portugal: estructura del consumo alimentario y propensión a consumir

Partidas	Precios corrientes					Precios corrientes				
	Estructura		Propens. a consumir			Estructura		Propensión a consumir		
	1958	1968	1975	1958/75	1958/67	1968/75	1958	1968	1975	1958/75 1958/75 1968/75
1. Alimentación, bebidas y tabaco.	52,2	47,9	47,5	0,159	0,129	0,168	52,8	46,8	43,2	0,363 0,367 0,367
1.1 Productos alimenticios.	41,9	37,2	35,8	0,324	0,351	0,330	42,4	36,6	31,7	0,237 0,282 0,208
1.1.1. Pan y productos a base de cereales ...	9,1	6,5	4,7	0,033	0,018	0,036	8,7	6,8	5,4	0,027 0,041 0,021
1.1.2. Carnes	7,4	7,7	9,1	0,092	0,088	0,095	7,7	7,0	8,2	0,080 0,055 0,095
1.1.3. Pescados, crustáceos y moluscos	4,5	3,7	4,6	0,016	0,037	0,047	4,3	3,6	2,9	0,025 0,034 0,023
1.1.4. Leche, queso y huevos.	2,8	2,7	1,9	0,018	0,027	0,015	2,9	2,7	2,2	0,019 0,025 0,013
1.1.5. Aceites y grasas ...	3,3	3,0	2,6	0,023	0,020	0,025	3,3	3,0	2,5	0,018 0,017 0,016
1.1.6. Frutas y legumbres.	8,4	8,7	7,7	0,068	0,093	0,066	8,6	8,1	5,5	0,027 0,078 0,004
1.1.7. Patatas	2,3	1,3	1,3	0,011	0,016	0,012	2,9	1,7	1,1	0,002 0,003 0,001
1.1.8. Azúcar	1,4	1,1	1,1	0,007	0,006	0,009	1,3	1,1	0,8	0,005 0,005 0,002
1.1.9. Café, té y cacao ...	1,7	1,3	1,2	0,010	0,008	0,008	1,6	1,4	1,3	0,012 0,012 0,012
1.1.10. Otros productos alimenticios	1,1	1,2	1,6	0,016	0,013	0,015	1,1	1,2	1,8	0,023 0,014 0,023
1.2. Bebidas	8,6	8,9	10,2	0,121	0,063	0,123	8,6	8,3	9,6	0,109 0,067 0,139
1.2.1. Bebidas no alcohólicas	0,5	0,9	1,4	0,016	0,009	0,015	0,6	1,0	2,0	0,029 0,040 0,038
1.2.2. Bebidas alcohólicas.	8,1	8,0	8,8	0,105	0,054	0,108	8,0	7,3	7,6	0,080 0,057 0,102
1.3. Tabaco	1,6	1,8	1,5	0,014	0,015	0,015	1,8	1,9	1,9	0,017 0,017 0,20
Total consumo	100,0	100,0	100,0	1,000	1,000	1,000	100,0	100,0	100,0	1,000 1,000 1,000

Nota: Valores con algunas reservas debido a la calidad de los ajustes.

cuencia, cabe esperar una tendencia positiva en el futuro consumo de este tipo de productos, aumentando su importancia en la estructura de consumo del pueblo portugués.

En el caso de las bebidas no alcohólicas, las características de estos productos son similares a las anteriores. Se trata de productos con una elasticidad de demanda muy alta y con unos precios relativos situados un 30 por 100 por debajo del conjunto de los bienes de consumo. Son, pues, artículos con una demanda futura muy prometedora.

En el terreno de las conclusiones, lo primero que hay que señalar es que estamos ante un país cuya estructura de consumo y su evolución corresponden al esquema que habíamos anticipado anteriormente. Es decir, Portugal es un ejemplo-tipo bastante adecuado de un país en desarrollo, que avanza hacia un modelo de consumo alimenticio de tipo «occidental», pero que se encuentra todavía en su estado intermedio.

Varios productos estudiados muestran tendencias divergentes. En algunos casos, el consumo ha aumentado sensiblemente a pesar de las subidas de los precios, como sucede con la carne, el café, el té, el cacao, las bebidas no alcohólicas, etc., lo que nos muestra que se produce un despegue en el desarrollo económico del país con aumento de la renta per cápita. Pero, este proceso no es suficientemente pronunciado todavía como para determinar una tendencia de la demanda similar a la de otros países europeos más desarrollados, hecho que demuestra el bajo nivel de consumo de otros alimentos básicos como pueden ser la leche y derivados.

De cualquier modo, lo que sí se evidencia es que tras un punto de partida con unos niveles de consumo muy bajos y con una estructura atrasada, se ha producido un claro cambio de tendencia que pone de relieve la transformación del nivel económico y social que se está realizando en el país.

En este cambio de la estructura de consumo han influido no sólo el nivel de renta «per cápita», la distribución de la renta, la mejoría en el nivel cultural del país y el proceso urbanizador, sino también otros factores externos, como son

la pérdida de las colonias, que han provocado una disminución de la oferta de los productos típicamente coloniales, acompañado de un alza muy fuerte de los precios en el mercado internacional. Este último hecho, en el caso portugués, ha modificado sensiblemente el consumo de este tipo de productos.

