

INTRODUCCIÓN.

La condición humana se diferencia por la naturaleza y volumen de consumo o por las prestaciones de servicios de los cuales se benefician los grupos humanos.

Se pueden distinguir tres niveles económicos:

- El de la economía natural se halla a un nivel muy bajo, ya que en esta economía el consumo es prácticamente inseparable de la producción.
- El de la economía mercantil el consumo se realiza mediante compras reguladas por el dinero que se obtiene de la producción, la renta o el salario.
- El de la economía bancaria, en estructura es una variante del anterior, pero el valor de las compras difiere cada vez más, es decir, donde el valor de los consumos es especialmente costosos.

Paralelos a estos hay tres niveles técnicos:

- El de autoconsumo, cuyas necesidades se satisfacen con productos locales.
- El del inmenso movimiento actual de hombres y circulación de bienes, donde el consumo se realiza a través de un amplio abanico de bienes de consumo que se ofrecen en todo el mundo.
- El de la mecanización y motorización viene representada por la demanda de productos industriales.

Se distingue una separación total de dos tipos de consumo: el de las sociedades subdesarrolladas donde algunos centenares de millones de individuos están a nivel de subconsumo u una élite a nivel de superconsumo.

GEOGRAFÍA DEL CONSUMO.

Salvo pequeñas minorías privilegiadas, todas las poblaciones de los países subdesarrollados viven en una constante situación de subconsumo.

Así, 2500 millones de personas, 75 millones de kilómetros cuadrados, o sea, los dos tercios de la población y los dos tercios de la superficie continental, pero en infinidad de situaciones diferentes. Viven en situación de subconsumo.

LA OBSESION DE LAS NECESIDADES ALIMENTICIAS.

El subconsumo es inseparable de la subproducción, del que es consecuencia, ya que las poblaciones viven en un medio cerrado y no pueden comunicarse con ningún circuito de intercambio que aumente su deficiente consumo.

- El ciclo de la miseria.

En diferentes marcos sociales, el poblado indio, el africano y el sudamericano nos ofrecen imágenes semejantes de lo que se ha llamado el ciclo de la miseria.

La miseria fisiológica, producto de la sobrealimentación, va inseparablemente unida a una resignación previa ante una serie de hechos naturales que se confunden con fuerzas sobrenaturales y frente a fuerzas imaginarias, que, con frecuencia, solo son mitos de conservación social.

El ciclo de la miseria procede también, en gran medida de la falta de invención de necesidades. En las

sociedades subalimentadas no solo se muere de hambre: también se puede ser víctima de los parásitos, insectos, serpientes, cocodrilos; se muere de neumonía y de tuberculosis, sin citar las enfermedades específicas de las zonas tropicales.

- Pruebas de evaluación del subconsumo.

En la común esclavitud ante el hambre, el caso extremo es el de las poblaciones que viven desnudas en refugios de ramas o en chozas de tierra.

En el otro extremo de la cadena, está el obrero agrícola cuya choza o cabaña se construye en pocos días de trabajo, que adquiere al trapero vestidos viejos, y guisa sus alimentos con material rudimentario.

- Intento de clasificación de las causas del subconsumo.

La forma más elemental del subdesarrollo económico es la economía natural.

Se denominan economías naturales a todas aquellas cuyo sector comercial abarca solamente una parte muy reducida, generalmente inferior a la cuarta parte del consumo o de la producción total.

El subconsumo se debe en gran parte a la ineficacia en el trabajo.

Ocupan un incalculable número de horas de trabajo para lograr una mínima satisfacción de las necesidades de consumo.

- Intento de clasificación geográfica de tipos de subconsumo alimenticio.

El conjunto de los países cuyas disponibilidades medias son inferiores a 2500 calorías por día, se divide en grandes grupos que se caracterizan por tener los mismos factores de insuficiencia de disponibilidades.

El primero de estos grupos es el de los países de Extremo Oriente, donde el mayor problema es el de la insuficiencia del espacio productivo.

Un segundo grupo está representado por los diversos países de Asia meridional y occidental, donde también existe insuficiencia de espacio.

El tercer grupo es el de América latina. El suelo está ocupado por la gran propiedad, que lo utiliza con fines especulativos y, con ello, lo degrada.

Los países africanos al sur del Sahara forman un cuarto grupo. Aquí, la subalimentación va ligada a una subocupación del suelo, a una subocupación de la población: Baja productividad de un trabajo a menudo esporádico.

Además, está siempre latente la amenaza de un fallo en el mecanismo de las condiciones naturales indispensables para que la cosecha se aproxime a la medida indispensable para la supervivencia del grupo...

LOS PROBLEMAS DEL DESARROLLO DEL CONSUMO.

La urbanización crea un mercado accesible en la medida en que, simultáneamente, el aislamiento va desapareciendo y la presencia en la ciudad de un nuevo sector de producción y de empleo provoca una distribución de poder de adquisición.

La urbanización fuerza la ruptura del estrecho círculo de la gran familia y del subconsumo local, ofreciendo

unas posibilidades de consumo desconocidas o inusitadas en el poblado.

A priori podría parecer que basta introducir la circulación monetaria para que se rompan el ciclo de la economía natural cerrada y el de la miseria, y para que la producción estimulada llegue a satisfacer las necesidades, ya sea directamente o bien a través de un sistema de intercambios apropiados.

CIENTO CINCUENTA AÑOS DE DESARROLLO DEL CONSUMO.

En el transcurso del siglo XIX y comienzos del XX la Revolución Industrial convulsionó las condiciones de consumo en los países de Europa occidental y central y en América del Norte.

Se dan unas nuevas condiciones de vida de una parte importante de la población, la urbana, la elevación del nivel de vida medio permite el acceso de mayor número de personas al consumo llamado inicialmente de lujo.

A partir de aquí ya no existe ninguna diferencia en las modalidades de servicio del consumo entre el sector de productos alimenticios y el de productos de fabricación industrial.

Los gastos corresponden, pues, a dos tipos de consumo y de uso: la adquisición de productos y de mercancías, que son consumos concretos, y el pago de servicios, que pueden calificarse como consumos abstractos.

LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ALIMENTICIO.

A comienzos del siglo XIX el consumo alimenticio era un consumo regional que se basaba fundamentalmente en la producción de los principales cereales y en cultivos accesorios variables, según las regiones.

– Progresiva generalización de los sistemas alimenticios urbanos en una economía industrial.

La creación de las redes ferroviarias y el desarrollo de los transportes marítimos determinaron la creación de mercados nacionales o internacionales de los productos alimenticios fundamentales.

Se han creado mercados de productos alimenticios, basados en la adquisición de los productos básicos a los mejores precios. La mayoría de estos mercados tienen un alcance mundial.

Únicamente los productos perecederos permanecen en el marco geográfico de los mercados nacionales o regionales.

Al consumidor urbano, que dispone de poco tiempo para preparar sus comidas y que gusta de una alimentación variada, ha sido fácil persuadirle de las ventajas de la utilización de productos elaborados. La industria alimenticia ofrece una gama cada vez mayor de productos que han sido objeto de una preparación en serie.

LA MULTIPLICACIÓN DE LAS OFERTAS DE PRODUCTOS INDUSTRIALES DE CONSUMO Y USO.

La industrialización y la correspondiente división del trabajo destruye el mito de la autosuficiencia casera. El habitante de la ciudad realiza un trabajo o un servicio.

La creación de un mercado de masa comporta una producción en serie organizada para producir a precios relativamente bajos. La producción industrial entra en las formas de consumo de todas las categorías de la población.

- **Las industrias de medio ambiente.**

Las primeras industrias de bienes de uso son las de la construcción y de la fabricación de muebles. Hasta hace poco lo esencial era producido por el artesanado.

- Las industrias del vestido.

El segundo sector de consumo de productos industriales es el de la industria textil y su principal empleo: el vestido.

- Las industrias del transporte.

Las posibilidades industriales de transporte han suscitado el mayor número de consumos. La ruptura entre el artesanado de transporte a caballo y las industrias de transportes modernos es enorme.

- Las industrias de lujo.

El valor comercial de los objetos buscados depende únicamente del interés del comprador.

- La industria moderna de los bienes domésticos.

El consumo de los productos electrodomésticos es el resultado de la convergencia de dos tendencias: la de las industrias mecánicas con mal mercado y la de una clientela deseosa de tener aparatos mecánicos para simplificar sus tareas cotidianas. , arrastrada también en una competición del consumo.

- Las industrias del papel, el cine, la radio, industrias de persuasión.

En principio, las industrias del libro y de la prensa satisfacen una necesidad de cultura y de información. Además, permiten la expresión de ideas y, por ello, el desarrollo del pensamiento literario, artístico y científico. Pero realmente tienen, en algunos casos, como misión la persuasión del consumidor.

El consumo está cada vez más guiado por un condicionamiento que moviliza los más refinados mecanismos de la técnica publicitaria.

El consumidor cada vez tiene menos iniciativa.

CONSUMO Y PRESTACIONES DE SERVICIO DESTINADOS A LA PROTECCIÓN Y A LA PROMOCIÓN INDIVIDUALES.

El conjunto de las necesidades de orden personal se divide en dos grupos, que se contradicen lógicamente: el primero comprende la adquisición de los medios de producción ejerciendo un trabajo de acuerdo con las aptitudes de cada individuo, la instrucción y la salud. El segundo, la garantía de poder compensar el trabajo por medio de diversas formas de relajación y de recuperación.

- El consumo y prestaciones de servicio de cuidado corporal.

El hombre civilizado tiene un gran cuidado en la conservación del cuerpo. Hay que distinguir dos tipos de gastos: el de la vigilancia médica y de los cuidados de belleza.

La adquisición de los productos y el uso e los servicios procede, en su mayor parte, de la iniciativa y del gasto individuales.

- La enseñanza.

En este aspecto la problemática es doble: por un lado la adquisición de los conocimientos y de las técnicas necesarias para ejercer el oficio exige un tiempo relativamente largo, un tiempo de inactividad en el sentido económico, ya que no hay producción ni remuneración; por otra parte requiere la movilización de un personal, la disposición de locales y de material, que suponen inversión y tratamientos.

- El aumento de los ocios, fuente del consumo.

El reconocimiento del derecho del trabajador al ocio y su deseo de disfrutarlo es un extraordinario estimulante del consumo.

LA INFLUENCIA DE LA COYUNTURA Y DE LAS ESTRUCTURAS ECONÓMICAS, DEMOGRÁFICAS Y SOCIALES.

El consumo sufre los efectos de las variaciones de la coyuntura política y económica, estando, pues, condicionado por las posibilidades de acceso a los mercados de venta de los productos de consumo y de uso. A nivel estatal, estas posibilidades dependen de situaciones económicas y políticas; a nivel familiar dependen de las relaciones numéricas entre precios e ingresos familiares.

- Autarquía, tarifas aduaneras, impuestos al consumo y acuerdos comerciales.

La economía liberal dispone de múltiples medios para adaptar el consumo a la coyuntura económica, aumentando gracias a tarifas aduaneras y a impuestos al consumo el precio de productos cuya importación es costosa para la economía nacional.

Los acuerdos comerciales, que frecuentemente acompañan a los acuerdos políticos, pueden abrir al consumo nuevas perspectivas.

Independientemente de cualquier procedimiento, un estado rico, en expansión económica, se beneficia de un aumento global de una diversificación de su consumo.

- Políticas económicas.

Una economía comprometida se ve inducida a reservar una parte importante de su renta nacional para inversiones productivas, ya sea directamente –medios de producción–, o bien indirectamente –auxiliares de los medios de producción–, como son los medios de transporte y comunicación.

- Renta familiar, renta individual y consumo.

En general, las sociedades con familias numerosas dan preferencia al consumo alimenticio, de indumentaria y a gastos de alojamiento. Las sociedades con familias reducidas tienen un mayor pliegue de gastos de diversiones, confort o lujo.

Para un cociente dado de renta per cápita, una sociedad de alta natalidad, en la que el número de consumidores es elevado con relación al de los productores, tiene una demanda mayor de productos alimenticios que una sociedad con familias poco numerosas.

GEOGRAFÍA Y SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO EN LOS PAISES MAS DESARROLLADOS.

- El consumo rural.

El autoconsumo integral es específico de las economías subdesarrolladas.

En los países de economía industrial está en vías de desaparición, pero lo hace de manera desigual según las regiones y según los tipos de explotaciones.

En países de policultivo, la familia campesina permanece con frecuencia ligada a la tradición vinícola: hace su vino.

La concentración de explotaciones y la especialización de los productos han acabado, en muchos casos, con la economía de subsistencia rural.

Se distinguen diversos tipos de mercado, según la naturaleza del consumo, en cualquier caso la forma de distribución del producto es decisiva e indispensable para su venta.

En las zonas rurales el consumo reviste varias formas:

- Consumo alimenticio, de vestido y de productos de uso corriente.
- Consumo de productos y de material de equipo doméstico.
- Gastos de conservación y renovación de la vivienda.

Además, allí donde subsiste un sector de autoconsumo, no pueden ser satisfechas todas las necesidades de la familia campesina.

Principalmente, el campesino de los países de economía industrial se ha convertido en cliente de la industria para un número creciente de consumos y de necesidades de servicios.

La organización del mercado rural de consumo.

La distribución espacial de la población rural hace que su mercado de consumo sea difuso. Según la naturaleza del consumo hay que distinguir diversos tipos de mercado.

La distribución comercial se basa en dos sistemas principales:

- La presencia de tiendas o almacenes de las cadenas de distribución en los núcleos de población.
- Los centros comarcales y la organización de circuitos ambulantes de distribución. En éste caso, la clientela tiene la ventaja de poder elegir a su proveedor, pero el coste de la distribución se eleva y se opone al efecto de una verdadera competencia.

– El consumo urbano.

El solo hecho de vivir en la ciudad implica una serie de consumos y de uso de unos servicios que son específicos.

La primera forma de integración en la sociedad urbana es la adquisición de una vivienda, pero esto puede ser complejo, ya que exige un alto porcentaje del sueldo dedicado a este fin, además la ocupación de una vivienda urbana genera unos gastos específicos (en el caso de una vivienda nueva) como su acondicionamiento y amueblado.

Así pues, el ciudadano tiene múltiples ocasiones para gastar, específicos de su modo de residencia y de las formas de vida que de él derivan.

El consumo alimenticio urbano ha perdido relativa importancia. Las nuevas disponibilidades han sido absorbidas por otras formas de consumo.

El consumo alimenticio urbano se diferencia del rural por su diversidad, cubre toda una gama de precios. Con el paso del tiempo cambian las costumbres alimenticias, tanto el tipo de alimentos, como la forma de tomarlos, con la familia, con los amigos, o como se hace actualmente en muchos casos, en solitario.

Con relación al campo, la ciudad es un lugar de elegancia y de diversidad de indumentaria, –se gasta mucho mas en acicalarse–.

La importancia de las compras de lencería, cosméticos y de vestidos en los presupuestos familiares es mayor, aunque la mayoría de los oficios urbanos implican mucho menos desgaste de ropa que las ocupaciones agrícolas.

Sólo las ciudades tienen una clientela bastante numerosa y diversa para las ediciones literarias y científicas y para cualquier actividad cultural de alta calidad.

OJEADA A LA DIVERSIDAD GEOGRÁFICA DEL CONSUMO EN LOS PAISES INDUSTRIALES.

El nivel social medio y la orientación de los gustos del consumo son bastante diferentes en el conjunto geográfico.

Los más complejos son los tipos europeos.

Por el contrario, las actitudes de los usuarios ante la vivienda son mucho más conocidas.

A largo plazo es posible que el éxodo de la población hacia la capital y las grandes ciudades se vea frenado.

La tasa de ocupación de los locales va unida, por una parte, al contexto demográfico. En éste sentido, las viviendas holandesas están mucho más densamente ocupadas que las viviendas suecas o alemanas, por ej.

Todavía existe otro tema de la geografía del consumo: el estudio de la distribución de las formas de satisfacción de las necesidades. En una economía natural, el suelo de la comunidad ofrece directamente los productos indispensables a la pequeña o a la gran familia.

En el límite de la economía natural y de la economía comercial naciente, el mercado local pone en contacto directo al productor con el consumidor.

BIBLIOGRAFÍA.

TITULO: GEOGRAFÍA DEL CONSUMO

Presses Universitaires de France, 1972.

AUTOR: Pierre George.

EDITORIAL: Oikos–tau, S. A.

Impreso por Industrias Gráficas García. Barcelona.

Geografía

Del

Consumo