



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

UN ANALISIS ECONOMETRICO DE LOS NIVELES DE
GASTO EN MEXICO DURANTE EL PERIODO DE 1984-2000.
SU IMPACTO EN EL BIENESTAR, LAS TRES LEYES DE ENGEL
Y EL CONCEPTO DE ELASTICIDAD.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA
P R E S E N T A :
GERARDO OMAR RODRIGUEZ GONZALEZ



ASESOR: MTRO. JAVIER GUTIERREZ ROJAS

MEXICO, D. F. CIUDAD UNIVERSITARIA,

2004.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE ECONOMÍA

**UN ANÁLISIS ECONOMETRICO DE
LOS NIVELES DE GASTO EN MÉXICO
DURANTE EL PERIODO DE 1984-2000.
SU IMPACTO EN EL BIENESTAR, LAS
TRES LEYES DE ENGEL Y EL
CONCEPTO DE ELASTICIDAD**

Grado: Licenciado en Economía.

Alumno: Gerardo Omar Rodríguez González.

Asesor: Mtro. Javier Gutiérrez Rojas.

México, D.F. Ciudad Universitaria, 2004.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación con todo cariño y respeto a mi señor padre, el Sr. **Ulises Rodríguez Albarrán**, por haberme apoyado hasta el último momento. Muchas gracias donde quiera que esté.

AGRADECIMIENTOS.

A mi mamá Belia González Jiménez y a mi hermana Maria Dalia Rodríguez González:

Por haberme apoyado siempre en la consecución de ésta Tesis y por brindarme su incondicional atención y cariño. Muchas gracias.

A mi abuelita Maria Jiménez, a mis tías, tios, primos y primas:

Por brindarme su apoyo y ánimos; así como, el haber depositado en mí sus esperanzas para lograr mi titulación.

Al Licenciado Manuel García García:

Por apoyarme en la continuación y terminación de mi carrera, ya que de otra forma, hubiera sido muy difícil y tardado haber continuado con mis estudios. A usted y a toda su familia les deseo lo mejor, gracias.

Al Maestro Javier Gutiérrez Rojas:

Por que gracias a sus enseñanzas, pude materializar el proyecto de Tesis que tenía desde el tercer semestre de carrera; así como, el haberme introducido en el campo de la econometría desde una visión crítica, abierta y práctica.

A mi amigo Oscar Mejía Lucena:

Por todos los años que hemos mantenido esta amistad y apoyo mutuo para alcanzar nuestros objetivos profesionales.

A mis amigos: Gabriela Lucio Hernández, Eloy Noé López Carrera, Pedro Mandujano Jiménez, Alaín Ramos García, Leonardo Cornejo González, entre otros.

Por haber contribuido en la elaboración de este trabajo, por medio de sus comentarios y críticas, ya que éstas me sirvieron para ampliar mi visión sobre el método y estructura de la Tesis. De igual manera, agradezco su amistad, su tiempo y su paciencia, ya que no cualquier amigo tiene las vivencias que he pasado con todos ustedes.

INDICE.

	Pág.
- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
- OBJETIVO GENERAL.....	7
- OBJETIVOS PARTICULARES.....	7
- HIPÓTESIS.....	8
- INTRODUCCIÓN.....	9

CAPÍTULO 1.

- <i>1. MARCO TEÓRICO</i>	11
- 1.1. INTRODUCCIÓN AL MARCO TEÓRICO.....	12
- 1.2. TEORÍA PSICOLÓGICA DEL CONSUMIDOR.....	14
- 1.3. TEORÍA SOCIOLÓGICA DEL CONSUMIDOR.....	24
- 1.4. TEORÍA ECONÓMICA DEL CONSUMIDOR.....	33
1.4.1. <i>FUNCIÓN CONSUMO DE KEYNES</i>	33
1.4.2. <i>TEORÍA MARXISTA DEL CONSUMO</i>	41
1.4.3. <i>TEORÍA NEOCLÁSICA DEL CONSUMIDOR</i>	49
1.4.4. <i>CUADRO SINÓPTICO DE CONCLUSIONES</i>	67

CAPÍTULO 2

- <i>2. ESPECIFICACIÓN DEL MARCO TEÓRICO</i>	73
- 2.1. UTILIDAD CARDINAL Y UTILIDAD ORDINAL.....	74
- 2.2. RACIONALIDAD.....	75
- 2.3. CURVAS DE INDIFERENCIA.....	78

- 2.4. RESTRICCIÓN PRESUPUESTARIA	81
- 2.5. ÓPTIMO DEL CONSUMIDOR	83
- 2.6. ELASTICIDADES	84
2.6.1. TIPOS DE ELASTICIDADES	85

CAPÍTULO 3

- <u>3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO</u>	99
- 3.1. NOTA ACLARATORIA	100
- 3.2. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS DE LAS ENIGH ..	101
3.2.1. DESVENTAJAS	101
3.2.2. VENTAJAS	102
- 3.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL INGRESO Y DEL GASTO DE LOS HOGARES (1984-2000)	103
3.3.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO A NIVEL NACIONAL	103
3.3.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO POR ZONAS	114

CAPÍTULO 4

- <u>4. ESPECIFICACIÓN DEL MODELO Y ANÁLISIS INFERENCIAL.</u>	124
- 4.1. ANÁLISIS ECONOMETRICO	125
- 4.2. ANÁLISIS A NIVEL NACIONAL(1984-2000)	127
- 4.3. ANÁLISIS POR ZONAS	132

CAPÍTULO 5

- <u>5. CONCLUSIONES</u>	147
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	159

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El interés por el tema de esta investigación, surge por la percepción de que la puesta en práctica del modelo neoliberal en México ha modificado el curso de la historia. En lugar de conducir a la economía y a la sociedad a una etapa de bienestar general, se observa un deterioro cada vez mayor de los indicadores del bienestar, tales como: alimentación, salud, educación y vivienda, para un amplio sector de la población.

En esa misma tónica, el consumo representa la parte esencial del proceso económico, ya que es el medio por el cual los individuos logran satisfacer sus necesidades de cualquier índole, es también el medio por el cual los hombres en la realidad concretizan su felicidad.

De ahí, que sea necesario identificar los factores que provocan cambios de conducta en el consumo de las familias, de tal manera, que podamos identificar los impactos cuantitativos y cualitativos a nivel individual y a nivel de su entorno social en el que se encuentra inmerso el hombre. Estos factores, ya sean externos o internos, son la base para inferir en los cambios de conducta del consumidor, los cuales nos determinarán el tipo de política que se debe aplicar para mejorar el nivel de consumo y de bienestar social de las familias.

Por esta razón, la investigación no nada más radica en describir los bienes que consumen las familias, sino también en hacer un análisis cuantitativo y cualitativo de lo que se consume y por qué se consume; así como, dar alternativas de política económica que tiendan a mejorar el estado actual. Para lo cual, se medirá el grado de sensibilidad del gasto de los bienes considerados como básicos de la Encuesta Nacional de Ingreso-Gasto de los Hogares (ENIGH), con el fin de relacionar la sensibilidad de gasto con las medidas de política económica que se pretenden implementar como: aumento de impuestos a los alimentos y medicinas, aumentos o disminuciones en el impuesto sobre la renta.

Así, nuestra premisa teórica girará en torno a las tres leyes de Engel, haciendo énfasis en su primera ley, la cual dice: "que si una Familia o Nación destinan mayor proporción de su ingreso al gasto en alimentación, más pobre será esa Familia o Nación"¹. El haber escogido estas leyes obedece en primera instancia al contenido estadístico de la Encuesta Nacional de Ingreso-Gasto de los Hogares (ENIGH), la cual considero de enorme importancia, principalmente por su metodología y conceptualización continua, además de que es una de las recopilaciones estadísticas del INEGI que poco se ha aprovechado y que en esta investigación deseo explicitar. En segundo lugar, se busca también demostrar con éstos datos empíricos la vigencia de estas tres leyes, los cuales de no cumplirse, no será motivo de cierre de la investigación, ya que no se busca demostrar una teoría, sino que se busca analizar, describir e inferir en los cambios de conducta de los hogares en México con las teorías que sean más explicativas del fenómeno y tan sólo mencionaremos a las tres leyes de Engel porque muestran de manera implícita una definición cuantitativa y cualitativa de las condiciones de riqueza y pobreza de una Nación, además anteriores trabajos y los datos que tenemos dan referencias de su aplicación, por lo que en todo

¹ Ferguson, C.E. y J.P. Gould. "Teoría Microeconómica" Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. 1975. Pás. 109.

momento estaremos conscientes de que dicha premisa no nada más puede ser la única; sino que también, pueden existir otras teorías que nos ayuden a mejor explicar y entender los cambios de conducta de los consumidores.

En lo que respecta a los rubros de gasto que vamos a considerar como básicos, la alimentación se tomará como rubro fundamental para explicar las condiciones en las que viven los hogares, debido al grado de sustituibilidad que tenga ésta con respecto a los bienes de lujo, de acuerdo a la premisa teórica de la primera ley de Engel. La salud, porque nos da razón de las condiciones de servicio (institucional y privado) e integridad física y mental de los individuos; así como, para confirmar teóricamente la Tercera Ley de Engel, la cual cataloga a éste bien como de lujo. La educación, por considerarla un instrumento de justicia social que promueve el desarrollo intelectual, productivo e integral del individuo y de una Nación, y que en la Tercera Ley de Engel se cataloga como un bien de lujo. La vivienda, por mostrar las condiciones materiales en las que viven las familias, así como, los servicios con los que cuentan, además de contemplarla en la Segunda Ley de Engel como un bien normal. Para medir la relación que existe entre las políticas neoliberales y los indicadores del bienestar; así como el grado de sensibilidad del gasto en México, se utilizarán técnicas econométricas.

OBJETIVO GENERAL.

Medir, analizar e inferir en los niveles de gasto de la alimentación, salud, educación y vivienda en México para determinar las condiciones de vida de los hogares sobre la base teórica de las tres Leyes de Engel a nivel nacional, por encuestas y por estrato de ingreso, a partir de 1984 mediante la utilización de técnicas econométricas.

OBJETIVOS PARTICULARES.

- Hacer una revisión de las teorías del consumidor.
- Identificar las teorías que complementen la premisa teórica.
- Seleccionar la teoría que cumpla con los datos disponibles.
- Realizar un análisis descriptivo a nivel nacional, por zonas y estratos de ingreso de hogares.
- Determinar la elasticidad de los bienes en estudio de la Encuesta Ingreso-Gasto de los Hogares.
- Determinar la elasticidad a nivel nacional y por estratos de ingreso.
- Determinar la elasticidad de los bienes en estudio a nivel nacional, por zonas y estratos de ingreso de hogares.
- Identificar el efecto de un aumento en el IVA a los alimentos y medicinas y de las variaciones en el ISR.

HIPÓTESIS

1. La política de aumento en los precios a los alimentos y a las medicinas, impactan en diferente proporción a la zonas, ocasionando mayores sacrificios a los hogares rurales, que son los poseedores de menores ingresos.
2. Los rubros de gasto en bienes de alimentación, salud, educación y vivienda son bienes necesarios, debido a que los aumentos en los ingresos de los hogares han sido tan pequeños a lo largo del periodo estudiado que no posibilitaron que las familias accedieran al consumo de bienes de lujo.
3. Existe una relación directa entre los periodos de crisis de la economía mexicana con la proporción de gasto en bienes necesarios, la cual, acentúa su incremento en dichos periodos motivado por la baja en el ingreso de los hogares.
4. Las diferentes teorías del consumidor no necesariamente se excluyen entre sí, sino que más bien, éstas se pueden complementar para obtener conclusiones y análisis más precisos sobre el comportamiento y cambios de conducta de los consumidores.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objeto analizar, describir e inferir en los niveles de gasto de los hogares en México durante el periodo de 1984-2000, mediante el uso de técnicas econométricas. La razón por la que se escogió al gasto como tema de investigación, radica en la importancia que tiene éste en las relaciones económicas elementales, como el principio y fin del sistema económico; así como, la reproducción del mismo. Además, el gasto de los hogares es un tema que se ha tratado en muy pocas ocasiones, por lo regular se relaciona a modo de subtemas y subtítulos de temas relacionados con la pobreza y con la política económica pública y keynesiana, ésta última a modo de cálculo de la propensión a consumir de una nación, pero no se concentra en verificar cuáles son los tipos de bienes que consumen o gastan los hogares a nivel nacional.

De ésta forma, se busca determinar cuales son los bienes que gastan los hogares en el periodo establecido, pero dado que existe una cantidad enorme de bienes, se seleccionaron en ésta ocasión aquellos que tienen que ver con el bienestar de los hogares, como son: la alimentación, salud, educación y vivienda.

Del mismo modo, se escogieron dos premisas para medir cuantitativa y cualitativamente los niveles de gasto, como fueron la elasticidad-ingreso y las Tres Leyes de Engel, la primera obedece a la medición cuantitativa de los gastos y de la determinación de los tipos de bienes que representaron, de acuerdo a su coeficiente de elasticidad. La segunda como complemento de la primera en cuanto a los bienes que resultaron en el cálculo y como, una premisa teórica para establecer los niveles de vida de los hogares.

Por último, el periodo seleccionado obedece a la significancia económica e histórica de la entrada de un nuevo modelo económico, que a partir de su entrada en la década de los ochentas, y a lo largo de los dos sexenios que culminaron la década de los noventas, que fueron las etapas de mayor controversia en materia de política económica, dejaron entrever que los niveles de gasto de los hogares mexicanos, en lugar de aumentar se estancaron.

Por lo anteriormente expuesto, la investigación se dividió en cinco capítulos. En el primero, se realizó una exposición de las teorías del consumidor, sin la menor intención de hacer una crítica de cada una de ellas, ya que la intención no es hacer una propuesta ecléctica del consumo; sino más bien revisar y tener una visión más amplia e integral sobre éste tema, por lo que al final del mismo se elaboró un cuadro sintético de cada una de las teorías trabajadas. En el segundo capítulo se hizo el primer aterrizaje teórico, seleccionando la teoría que cubriera con los objetivos de la investigación y reiterando la importancia que tienen las demás para obtener resultados más completos, pero por carencia de tiempos y objetivos en esta investigación no se hicieron, por lo que se expusieron los puntos más finos de la teoría seleccionada. En el tercer capítulo, se realizó el aterrizaje entre la teoría seleccionada y los datos empíricos proporcionados por las Instituciones Oficiales, en este caso el Instituto de Estadística Geografía e Informática (INEGI) y en específico, su Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), para determinar qué

parte de los principios de la teoría seleccionada se acoplaban a esta encuesta, haciendo en ella la primera aproximación de los datos con las premisas seleccionadas, mediante un análisis descriptivo a nivel nacional y por zonas. En el cuarto capítulo, se estableció y formalizó el modelo econométrico, aplicando en él las premisas establecidas a nivel nacional, por zonas y por tipo de bienes. En el quinto capítulo se elaboraron las conclusiones, exponiendo en primer lugar los resultados obtenidos de la investigación y después se confrontaron las hipótesis formuladas.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1. INTRODUCCIÓN AL MARCO TEÓRICO

El consumo ha sido un tema que ha provocado un sinnúmero de interpretaciones dentro del campo de las ciencias sociales, aunque existe la definición clara sobre el acto inmediato de consumir, es un hecho que la controversia ha radicado esencialmente en los factores, ya sean físicos o mentales, que provocan el comportamiento y los cambios de conducta del consumidor.

Pero el sólo título de la investigación nos lleva a concentrarnos en el campo de la ciencia económica, y muy específicamente en la teoría neoclásica del consumidor, la cual sienta las bases del trabajo econométrico; así como, de los soportes teóricos, bases de una ciencia social. Sin embargo, la diversidad de investigaciones sobre los hábitos, motivaciones y cambios de conducta del consumidor han hecho muy difícil concentrarse en una sola disciplina exacta concerniente a ese tema, ya que pareciera ser que el estudio de cada ciencia de la conducta nos llevara abrir más nuestro campo de conocimiento y no excluirlo parcial o totalmente de cada ciencia social que habla sobre la conducta del consumidor.

Es por eso que en este primer capítulo se elaboró un esbozo muy breve y general sobre algunas disciplinas que se han ocupado de la conducta de los consumidores; así como de algunos de sus representantes que han elaborado trabajos que se relacionan más con la economía, ya que de tomar en cuenta a todos los académicos que existen en el campo del consumo, sería una investigación demasiado exhaustiva, causal de una tesis aparte, por lo que en este trabajo se seleccionó en primer lugar a la psicología y a la sociología como ciencias que se relacionan de forma muy estrecha con la economía, estando conscientes de que existen ciencias como la historia, la filosofía, el derecho, la geografía, la antropología, las matemáticas, etcétera, que son importantes dentro del campo de la economía; pero que por razones de tiempo y de objetivos no se mencionarán. Todo esto, con el fin de tener una concepción introductoria más completa e integral del consumo de las familias y de los individuos, para ver de esta forma si algunas investigaciones nos pueden ayudar a explicar, analizar y pronosticar mejor el consumo de las familias en México.

Este capítulo está dividido en tres apartados. En el primer apartado se describen de forma muy general algunas investigaciones en el campo de la psicología del consumidor, mencionando algunos autores destacados dentro del campo que se relaciona de forma más directa con la ciencia económica. En el segundo apartado también se describen de forma muy breve y general algunos trabajos sobre la sociología del consumidor relacionada con el aspecto económico. En el tercer apartado que le compete a la economía, se divide en tres subapartados. El primero trata sobre la función consumo de Keynes, en la cual se tomó por completo la obra fundamental de éste autor, con el propósito de describir sus conceptos básicos que en muchas ocasiones no aparecen en los libros de macroeconomía y que es importante rescatarlos para el mejor y más claro entendimiento de esta corriente del pensamiento económico. En el segundo subapartado, se hizo un esbozo muy breve sobre el tema del consumo en Carlos Marx, que al igual que el apartado anterior, este trabajo

responde en primer lugar a una inquietud por revisar la obra de éste destacado economista y filósofo; así como, entender los conceptos y la lógica de una parte de su obra, en segundo lugar, para ampliar más el campo de conocimiento del consumo y verificar qué tanto nos puede ayudar para resolver los problemas del mismo en nuestro país. Por último, en el tercer subapartado se hizo una descripción histórica sobre la teoría neoclásica del consumidor, haciendo referencia a cada uno de los autores y sus más importantes aportaciones al tema del consumo.

1.2. TEORIA PSICOLÓGICA DEL CONSUMIDOR

La Psicología es una ciencia que se encarga del estudio del comportamiento del hombre, y es precisamente por esa razón por la que nos enfocamos en primer lugar a su estudio, ya que el hombre es a la vez un consumidor que de acuerdo a ciertas situaciones de su especie lo obligan a comportarse de tal o cual manera, de tal suerte que el campo de la psicología nos ayudará a introducirnos a sus esencias naturales e inducidas de su comportamiento.

Antes de analizar de fondo el comportamiento psicológico del consumidor, es pertinente comprender algunos conceptos que estaremos utilizando a lo largo de la investigación, como son:

Motivación: “Se refiere a un estado de ánimo en el consumidor: es la situación que hace que los consumidores inicien una conducta.”²

El motivo es la situación física o espiritual, que da lugar a una acción que se orienta a la realización de la meta estimulada en la situación.

Necesidad: “Refleja la carencia de algo que beneficiará a la persona, el hueco del estado actual y el deseo del consumidor.”³

La necesidad es un estado de desequilibrio físico y mental, el cual debe ser equilibrado por un bien. El cómo y el por qué se pide tal o cual bien, es resultado de la naturaleza del hombre y del aprendizaje que adquiere éste en su actividad propia y en las relaciones con los demás seres humanos.

La necesidad crea el motivo que impulsa a la acción a una determinada conducta. Las necesidades son el punto nodal de la investigación y para su mayor precisión éstas han sido clasificadas en varias formas, siendo la más concreta y práctica para esta investigación la del fisiólogo **Abraham Maslow**.

Maslow elabora una clasificación sobre las necesidades humanas, comienza desde las más básicas hasta las más elevadas, como se describe a continuación:

1. - Necesidades fisiológicas (alimento, agua, aire, sexo, control de temperatura del cuerpo).

² Zikmund William y Michael D' Amico. “*Mercadotecnia*”. Editorial: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. México, D.F. 1994. Pág. 185.

³ Idem.

2. - Necesidades de seguridad.

3. - Amor y necesidades sociales (afecto y sentimiento de pertenencia).

4. - Necesidades de autoestima (sentimientos de autovalía, necesidad de logro, respeto de los demás, prestigio).

5. - Necesidades de autorrealización (búsqueda de autologro, ser cada vez más como se es capaz de llegar).⁴

Los individuos satisfacen primero sus necesidades fisiológicas y de seguridad, ya que éstas representan el sostén físico y espiritual del hombre, representan su permanencia material.

Una vez que los individuos satisfacen sus dos primeras necesidades, las demás restantes pasan a ser más importantes, y la forma de motivación de éstas puede cambiar de acuerdo al entorno social y natural de los individuos.

La necesidad es la base de la conducta, pero la acción varía de acuerdo a la interacción del hombre con la naturaleza y de acuerdo a las relaciones sociales. *Toda la conducta del consumidor es un conjunto de necesidades físicas, espirituales, sociales y ambientales, que una vez percibidas, interpretadas y aprendidas, las jerarquiza sobre la base de sus necesidades de existencia, para emprender la acción que lo llevará a la meta, la cual comprende la satisfacción de esa necesidad por medio de un bien.*⁵

La definición antes mencionada, engloba a toda una serie de aspectos controversiales para los teóricos de la psicología, esto se debe principalmente a que varios investigadores no les agrada mucho la idea, por ejemplo, de la jerarquización de necesidades, a otros les parece más importante el aspecto social en que viven los individuos y otros tratan al individuo como un ser que consume racionalmente, mientras que otros se enfocan hacia las formas de incentivarlos a consumir para el beneficio del sistema y de su ser. En fin, cada uno trata de dar una explicación coherente sobre el aspecto fundamental de la conducta del consumidor y de encontrar la esencia del cambio de su conducta.

George Katona^{*} hace la puntualización de que la psicología mecanicista debe ser sustituida por una psicología empírica, la cual se adapte a explicar el comportamiento

⁴ Ibídem. Pág. 187.

⁵ Por "bien" se entiende al objeto o producto que satisface una necesidad de cualquier índole. El objeto varía de acuerdo a las características históricas de las relaciones sociales de producción, de tal manera que el objeto puede ser un objeto de la naturaleza, un objeto producto de la interacción del hombre con su medio, un objeto mercantil o un objeto más particular, que comprende la realidad y la sensibilidad del individuo.

* George Katona, Ex profesor de la Universidad de Michigan e investigador de mercado. Ha escrito varios libros sobre la conducta psicológica del consumidor, entre los que destacan: Psicología de la economía, El consumo poderoso, Análisis psicológico de la conducta económica y varios más.

humano de la distribución y reasignación de recursos escasos, ya que la interpretación mecanicista se aferra a la suposición de tratar con un hombre racional.

Pone de manifiesto las dos vertientes que existen en el campo de estudio del comportamiento del consumidor, haciendo notar en ellas la importancia de la psicología y la economía como disciplinas que explican la conducta humana, y que sin embargo, hay críticos que tienden a excluirlas, ya sea nada más a la economía o a la psicología, argumentando que la economía es la ciencia social que mejor explica la conducta del consumidor y que el estudio de los sentimientos y fragilidades humanas sólo entorpecen a los principios económicos, basta tan sólo con relacionar al consumidor con variables básicas como: ingreso, precios, mercancías, etcétera, para comprender sus deseos y necesidades para así satisfacerlas.

La oposición a lo anterior lo expone Katona en su obra, en la cual, demostrará que la psicología es indispensable para explicar mejor la conducta de los consumidores.

En esta misma tónica, Katona diferencia entre la psicología mecanicista y la psicología moderna. La primera se basa en un argumento muy débil del comportamiento del consumidor, ya que considera al mismo como un autómatas, es decir, la conducta está determinada por los mercados y las variables económicas, los estímulos y actitudes del hombre son uniformes y por lo tanto, predecibles, dogmatizadas y manipulables, ya que el desarrollo del entorno económico no modifica los motivos y necesidades de los hombres, por lo que el estudio del hombre no tendría sentido ni razón de ser. En segundo lugar, la psicología moderna se basa en el uso de la economía y la psicología, para no nada más describir la conducta de los consumidores bajo ciertas condiciones; sino que busca también la esencia de esa conducta. La psicología moderna niega el determinismo económico que hace la psicología mecanicista, argumentando que los actos del consumidor están influenciados también por su entorno social y natural.

Dice Katona: “La psicología debe servir para hacer el análisis económico verdaderamente dinámico, al arrojar luz sobre el por qué además del cómo... consiste en descubrir y analizar las fuerzas subyacentes en los procesos económicos, las fuerzas responsables de los actos, decisiones y selecciones económicas.”⁶

El individuo actúa en un doble campo, es decir, como un ser individual y como miembro de un grupo, de tal suerte, que esta doble identidad provoca conflictos y reacciones no automáticas o mecánicas en él, ya que el cambio de conducta se aprende por medio de la memoria y el entendimiento. De aquí surgen las llamadas “decisiones genuinas” y la “conducta habitual”.

Las decisiones genuinas, son aquéllas que se presentan por primera vez, y su solución requiere de una conducta racional bajo ciertos principios establecidos por el problema.

⁶ Boltvinik, Julio. “Teorías del Consumo (Una revisión crítica)” Tesis de Licenciatura de la Facultad de Economía. Pág. 72.

La conducta habitual, es aquélla acción que se realizó anteriormente y que resolveríamos de la misma manera en una situación similar.

Katona asevera que el consumidor es un ser insaciable, por lo cual es imposible la saturación de necesidades, también asegura que las acciones de los individuos dependen de decisiones anteriores y de los hábitos alimenticios, que de acuerdo a ellos el consumidor tiene la opción de consumir o ahorrar.

En el párrafo anterior, pareciera ser que el autor se contradice al señalar que el consumidor es un ser insaciable y a la vez lo limita al tacharlo como un ser calculador y de ciertos hábitos de consumo, por lo que no queda muy claro en el autor la diferencia entre necesidad y deseo.

En cuanto al ahorro, nos dice que este se da por la razón de prevenirse y de gastar más en el futuro. Afirma que la gente común no ahorra por el motivo inversión, son más bien los empresarios los que tienden a ahorrar más que la demás gente por ese motivo.

El autor hace la recomendación de que los indicadores económicos y los indicadores sociales deben ser complementarios, es decir, los indicadores económicos como el PIB, debe estar explicado por la calidad de vida de la población y viceversa.

Dentro de los indicadores económicos, deben estar contemplados datos objetivos como: el número de desempleados, ingreso per cápita, distribución del ingreso, etcétera, así como los datos subjetivos como: nuevos gustos y preferencias, expectativas económicas, planes, etcétera.

En lo que respecta a los indicadores sociales, éstos deben incluir datos objetivos tales como: número de hospitales, de escuelas, de profesores, de médicos, de viviendas, de servicios públicos, etcétera; así como, datos subjetivos como: la eficiencia y satisfacción de los servicios y la autorrealización. “La conducta está influida no sólo por lo que realmente es, sino también por lo que la gente cree que es”.⁷

Por otro lado, Katona determina al consumidor como un ser unidimensional, es decir, dedicado al consumo como su única y exclusiva tarea y que cada vez que la realiza, debe hacerla mejor. De este modo justifica el quehacer de la mercadotecnia y la publicidad, no como creadores de necesidades; sino como generadores de información de cada bien, para de esa forma contribuir al mejor desempeño del consumidor.

Rechaza que la publicidad manipule y cree nuevos deseos en los consumidores, porque “la conducta económica también es conducta aprendida y se desarrolla y cambia con la experiencia... Todas las necesidades se originan a partir de las personas y su entorno; en este contexto, la distancia que crea entre ambas no tiene tanta importancia”.⁸

⁷ Katona, George. “*Psicología de la Economía*” Pág. 12.

⁸ *Ibidem*. Pág. 277.

Sin embargo, acepta que existe mala publicidad y auténtica publicidad, la mala publicidad es excesiva y provocativa; mientras que la auténtica, ofrece buena información; pero es muy escasa. Aun así, Katona concluye: “De todos modos, existe poca justificación para condenar la publicidad sobre la base que ha cambiado a los consumidores o que ha abierto el camino para su control por parte de la industria”.⁹

Por último, Katona no define al consumidor como un ser racional o irracional y tan solo nos dice: “El consumidor es un ser humano influido por su experiencia pasada, normas socioculturales, actitudes y hábitos, así como sus emociones y pertenencia a grupos, todo ello influye en sus decisiones. Es capaz de preferir caminos fáciles... actuar rutinariamente. Pero también es capaz de actuar inteligentemente. Cuando siente que realmente importa, deliberará y escogerá lo mejor que pueda”.¹⁰

Si bien es cierto que Katona no da una respuesta al cambio de conducta del consumidor, y tan solo se concentra en describir la conducta del mismo en una situación determinada por la publicidad, sí ofrece una primera aproximación cuantitativa y cualitativa para analizar el problema del por qué y el cómo se da el cambio de conducta del consumidor; así como, de la importancia de la psicología en el estudio de aspectos económicos que conlleven al antideterminismo y a la solución más consistente de cambios en el consumo.

Vance Packard^{*} se concentró más al estudio del llamado “enfoque profundo de la publicidad”, el cual logra la manipulación de los consumidores mediante la investigación e impulso de sus motivaciones inconscientes.

El atacar las motivaciones inconscientes del consumidor, es determinarlo a la compra de productos que impulsen su personalidad, su imagen, su seguridad y todo aquello que tenga que ver con determinados sentimientos de culpa, ansiedad, soledad; así como demostrar y ostentar deseos y aspiraciones como: creatividad, poder, familiaridad, inmortalidad, sexo, etcétera.

Packard estipula que las mujeres y los niños son presas predilectas de los publicistas, ya que, en el caso de las mujeres y sobre la base de estudios realizados por la Du Pont, se observó que el supermercado es su mundo feliz, dado que ellas al parpadear los ojos mientras realizan sus compras, la frecuencia de parpadeos disminuye por debajo de lo normal, lo cual indica una situación de trance y cuando las consumidoras se dirigen al cajero, el número de parpadeos aumentaba por encima de lo normal, lo cual es un síntoma de tensión. De allí, que los psicólogos trabajen en el diseño y forma de los paquetes; así como, en la posición y lugar de los estantes, para de esta forma lograr un mayor estado hipnótico en las consumidoras.

⁹ Ibidem. Pág. 279.

¹⁰ Ob. Cit Julio Boltvinik. Pág. 77

• Vance Packard, Psicólogo e investigador de mercado en E. U. A., ha realizado varios artículos y libros referentes a la publicidad y las decisiones de los consumidores.

El análisis de la conducta de los niños ha sido un tema primordial para los publicistas y psicólogos, ya que los niños son los pequeños consumidores de ahora y los potenciales consumidores del mañana. Gracias a los programas de televisión y a los anuncios, los niños presionan a sus padres para que les compren cierto juguete o golosina y es a partir de ese entorno en el que se va desarrollando el carácter del niño, el cual aprende más rápido a cantar y a decir nombres de programas o comerciales de la televisión, que a cantar su propio himno o aprender las tablas de multiplicar.

La publicidad abarca todos los campos de acción de los individuos, ya sea desde el trabajo, el ocio, el amor, el sexo, la reproducción, la política, etcétera, se busca a un "hombre hecho a la medida"¹¹, que no replique por su situación, sino al contrario, que demuestre una mayor convivencia y desempeño con sus compañeros de trabajo, con su pareja y con su patrón.

Las investigaciones psicológicas y sus aplicaciones, han llevado a los consumidores a ser cada vez mejores en su actitud, de tal suerte, que la problemática que ahora enfrentan los productores, es la saturación del consumo. Los publicistas, sin embargo, han elaborado nuevas estrategias de consumo como lo menciona Packard:

1. - *Aumentar el número de cada bien en la familia.*

Si antes era suficiente tener un televisor en casa, ahora cada recámara o peor aún, cada individuo debe tener la suya en su propio espacio del hogar. Los artículos se diseñan sobre la base del individualismo y no de la convivencia, además de que la carga publicitaria que llevan, muestran ese egoísmo y egocentrismo.

2.- *Úselo y tírelo (todo es desechable).*

Se une a esto, la obsolescencia planificada de bienes, lo cual implica un consumo de bienes en un lapso regular de tiempo, creando una nueva concepción de calidad del tiempo de duración de cada artículo.

3. - *Obsolescencia de deseabilidad.*

La explotación de los deseos es un bastión infinito de modas y estilos, que al acudir a ellos, los individuos sienten insatisfacción por el artículo que adquirieron anteriormente, siendo éste de buena calidad y de buen funcionamiento, para tacharlo como discontinuado, viejo y fuera de moda. El automóvil, la lavadora y demás electrodomésticos son un ejemplo de esta tendencia.

¹¹Ob. Cit. Julio Boltvinik . Pág. 84.

4. - *Si no es posible, que tiren todo el bien, tiren las partes no las reparen.*

Este principio se dio como resultado de los altos costos de reparación, los cuales en ocasiones resultaban ser casi iguales a la compra de un nuevo artículo y con la agravante de que se volviera a descomponer de nuevo o no se encontraran las piezas.

5. - *Ventas en el nunca nunca.*

Se refiere al endeudamiento de ventas a crédito, las cuales significaban una mayor compra y un mayor negocio para las instituciones que lo otorgan e incluso la misma distribuidora participa en el negocio.

6. - *Generar amor por las posesiones y un gusto en los placeres momentáneos.*

Esta estrategia es necesaria para lograr este consumismo desaforado, ya que acaba con las inhibiciones puritanas, las tradiciones, convencionalismos, la ética y la convivencia humana. Solo es concebible cada una de las anteriores si se encuentran mediadas por los bienes.

7. - *Más niños, más población, más negocios.*

Se trata de aprovechar todo el crecimiento poblacional para producir más, especialmente a los niños, mujeres y jóvenes que son los que más consumen.

Todos los anteriores puntos se sintetizan en la siguiente declaración de Víctor Lebow: “La economía demanda que hagamos del consumo nuestra forma de vida, que convirtamos la compra y uso de bienes en rituales, que busquemos nuestra satisfacción espiritual, nuestra satisfacción del ego, en el consumo...”¹²

Sin embargo, el consumismo también conlleva a la transformación de nuestro medio ambiente; así como de nuestra forma de convivencia, como por ejemplo: un mayor consumo implica la adquisición de mayores materias primas y auxiliares, las cuales obtenemos de nuestro medio ambiente cada vez más contaminado por la industria y por las transformaciones que origina ésta para la comercialización creciente de sus productos (carreteras, puertos marítimos y aéreos), también agota los recursos naturales y la biota que tantos siglos ha estado allí. El consumismo cambia y moldea el carácter de las personas, haciéndolas más individualistas y egocéntricas hacia el materialismo. “El sentimiento de autorespeto y autovalía —como lo señala Duesenberry— está asociado al consumo de bienes y no a las capacidades y logros de la persona”.¹³

Los aportes de Packard son muy importantes en el sentido de investigación de campo y de las repercusiones que se dan a nivel social, ambiental e individual. Los consumidores

¹² Ob. Cit Julio Boltvinik. Pág. 84.

¹³ Ibidem. Pág. 88.

los vuelve al igual que Katona, unidimensionales y enfermos permanentes. La publicidad la trata como si fuera un instrumento divino o salido por generación espontánea, no explota aún más la información que genera, lo que lo hace incapaz de llegar a la esencia del cambio de conducta del consumidor.

Erich Fromm llega a la esencia del cambio y preferencias del consumidor, parte de la concepción materialista de la historia, para de esta forma rechazar la concepción mecánico-biológica de Freud¹⁴, es decir, Fromm elabora y categoriza las conexiones que vinculan a las bases económicas con la superestructura ideológica, entendiendo estas últimas como la filosofía, el arte, la religión, la ciencia, etcétera, como determinadas por las primeras. A la conexión la llama carácter social y “es la banda de transmisión que liga e integra la estructura y superestructura ideológica de una sociedad. La base económica determina el carácter social y este determina la ideología. Las ideas una vez creadas, también influyen al carácter social e indirectamente, a la estructura económica de la sociedad”.¹⁴

Dado que Freud concibe al hombre como un ser puramente social, Fromm le quita a éste su determinismo para con la sociedad y lo dota de dinámica y alternativas de superación y cambio en su conducta.

El carácter social se encarga de canalizar las energías, capacidades y necesidades de los individuos para mantener el buen funcionamiento de la sociedad.

La familia en ese sentido, funciona como mecanismo de transmisión de los requerimientos de la sociedad hacia un niño, un joven y un adulto, ya que ésta contiene la ideología que forma el carácter de cada uno de ellos.

Si la ideología está determinada por la base económica, esto no necesariamente significa que la ideología se desarrolle a la par de la base económica; sino al contrario, la ideología posee cierta independencia y autonomía, gracias a la acumulación histórica de conocimientos y a la independencia del hombre, el cual es la parte dinámica del proceso social.

Las nuevas ideologías cambian el carácter social y de forma indirecta a las bases económicas, pero para que se de este cambio, los individuos deben superar otro eslabón de la estructura social y las ideas, que es el “inconsciente social”, el cual funciona como caparazón natural de los individuos, con el fin de preservar su estado actual, ante el temor y el miedo al fracaso del cambio.

Situados en un escenario de posibles cambios, es natural la represión y descalificación de ideas, ya sea por la vía del lenguaje, signos y códigos que dificulten la concientización

-
- Destaca la importancia de los intentos del hombre por canalizar y expresar sus impulsos instintivos básicos con formas socialmente aceptables. La psique humana (compuesta por el id, ego y superego) debe constantemente equilibrar la satisfacción de necesidades impulsivas con demandas de adhesión de normas sociales. El énfasis del modelo está en motivaciones simbólicas e inconscientes. (ZIKMUND WILLIAM Y MICHAEL D' AMICO. , MERCADOTECNIA (México: Compañía editorial continental, S.A. de C.) PAG. 170.

¹⁴ Ibidem. Pág. 93.

de ideas y contradicciones. El otro medio serían los tabúes sociales, que se encargan de reprimir ideas y emociones que pongan en peligro el orden existente.

Fromm afirma: “Si objetivamente no hay esperanzas de un cambio positivo, lo más probable es que en una sociedad semejante todos los individuos se apeguen a las ficciones, ya que la percepción de la realidad no haría más que sentirse peor”.¹⁵ Y a la inversa, las sociedades que están destinadas a un futuro mejor ofrecen condiciones que hacen que sea más fácil advertir la realidad, sobre todo si esa percepción a de ayudarlos a efectuar los cambios necesarios.

En cuanto al comportamiento del consumidor, Fromm expone las características esenciales del capitalismo, para concluir que la sociedad está subsumida en la enajenación total, la cual parte desde el trabajo del obrero hasta lo que produce y consume. Trabajamos por dinero para adquirir cosas, aunque no sepamos bien a bien como usarlas y qué beneficios concretos nos dan, tan solo sabemos comprar y consumirlas.

La enajenación en el consumo implica, que lo que se consume ya no satisface las necesidades; sino que éste consumo obedece a un sometimiento del sistema capitalista, el cual aparta las necesidades naturales del hombre para conseguir su felicidad, a necesidades ficticias que no logran el disfrute del bien, ya que el hecho de comprar significa en el capital la felicidad. El ansia por consumir es un claro síntoma de insatisfacción, que se ha vuelto irracional y prácticamente religioso, para el consumidor el paraíso sería poder comprar todos los artículos nuevos y de moda que hay en el mercado, aunque no sepa para qué los quiere. “Todo el mundo procura el modo de crear una nueva necesidad en los demás, a fin de someterlos a una nueva dependencia, a una nueva forma de placer, y, en consecuencia, a su ruina económica... Con una multitud de mercancías crece el campo de las cosas ajenas que esclavizan al hombre”.¹⁶

El hombre siempre está hambriento de consumo, aunque no sepa el contenido nutricional de sus alimentos, sólo les interesa ostentar y presumir sus fantasías que le impone el sistema. Ese sistema que es creación de los hombres, se vuelve en contra de ellos para esclavizarlos. Si en la ciencia-ficción son risorjas las narraciones de máquinas que gobiernan al hombre, en la realidad un ente abstracto que parasita en un individuo y luego en una comunidad formando el Estado-Nación, esclaviza la vida, los pensamientos y la felicidad de los hombres, no nos daría tanta risa y tanta incredulidad como lo hacemos con los Best-Sellers.

¹⁵ Ob. Cit Julio Boltvinik. Pág. 95.

¹⁶ Fromm, Erich. “*Psicología de la Sociedad Contemporánea*” Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. 1956. Pág. 116.

• Echeverría, Bolívar. Usa esa palabra para definir al sujeto valorizador de valor, es decir, al sujeto capital.

Nuestro mundo es una enajenación, en la cual, “nuestras propias acciones están incorporadas en las leyes que nos gobiernan, pero esas leyes están por encima de nosotros, y nosotros somos sus esclavos”.¹⁷

“El individuo se mueve por intereses egoístas y por solidaridad con su prójimo o amor hacia él”.¹⁸ El adquirir mejores mercancías y de mayor calidad, lo ayudan a obtener una mejor relación social.

Nuestro consumo satisface deseos estimulados por la mercadotecnia y la publicidad, lo cual provoca una constante insatisfacción y un consumismo masivo y estandarizado, que homogeniza al individuo y le quita identidad, con el fin de que lo que hace uno lo hagan los demás y sean fácilmente manipulables.

En Fromm, los productos poseen ciertos códigos de conducta, que hacen al individuo esclavo de sus deseos y no de sus necesidades. El bien como tal no es analizado por Fromm, pero lo da como implícito en sus reacciones fisiológicas, es decir, no saca a la luz los efectos dañinos o benéficos de los productos. Si por ejemplo, se consume Coca-Cola y se está consciente de los beneficios económicos que el consumidor le da a la multinacional; así como al sometimiento ideológico que representa ésta en los intereses norteamericanos, tenemos entonces un cambio acerca de la percepción ideológica del bien, pero no tenemos la certeza suficiente para saber cuáles son los daños que implica consumir Coca-Cola a nivel de nuestro organismo biológico y a qué individuos perjudica o beneficia más. Si el problema fuera nada más de insatisfacción por un bien, el problema se resolvería con tan solo consumir más de ese bien, sin la necesidad de preocuparnos por si nos puede hacer daño al estomago o a otra parte de nuestro organismo.

¹⁷ *Ibidem*. Pág. 119.

¹⁸ *Ibidem*. Pág. 120.

1.3. TEORÍA SOCIOLOGICA DEL CONSUMIDOR

Como nos pudimos percatar en el apartado anterior, la conducta del consumidor es prácticamente imprescindible sin su relación con instituciones y grupos sociales. De ahí que dediquemos a este apartado el estudio de la conducta social del consumidor y los cambios de ésta en la toma de decisiones.

La sociología como ciencia que se encarga de investigar “la conducta humana a través del estudio de instituciones sociales y sus interrelaciones”¹⁹, nos dará los conceptos clave que influyen a los consumidores en el evento de compra individual.

La definición de conceptos clave en la conducta social, no contribuyen a una idea exacta de la sociología; pero si aportan un campo amplio de investigación y de discusión en la jerarquización de conceptos que pueden dar una idea más precisa sobre los cambios de conducta de los consumidores; así como, una mayor nitidez sobre la toma de decisiones de estos en cuanto a su interpretación cuantitativa y cualitativa.

La **cultura** es un concepto primordial en cualquier sociedad, ya que es, “la suma total de conocimiento, creencias, costumbres, valores y otros patrones de conducta aprendidos y compartidos por los miembros de una sociedad particular”.²⁰ Es un término, producto de la relación entre los hombres y es un proceso que empieza no con el nacimiento de un niño; sino con su crianza, en la cual va aprendiendo formas de comportamiento, de cortesía, de respeto a costumbres y tradiciones, de hábitos higiénicos y alimenticios; así como, el entendimiento de códigos y símbolos lingüísticos que le permitan comunicarse con sus semejantes y desarrollar ideas y conceptos que le permitan una mejor relación humana en su sociedad.

Las culturas en su aspecto interno no son homogéneas; sino que en cada nación existen dentro de las culturas subculturas que poseen sus propias tradiciones y costumbres; así como signos y códigos lingüísticos diversos. Una cultura puede tener un sinnúmero de subculturas que hacen difícil determinar los hábitos de los grupos sociales, y más aún, si esas **subculturas** no logran ser complementarias entre sí y se excluyen mutuamente o una excluye a la otra parcial o totalmente.

En el proceso de desarrollo de las culturas, éstas crean instituciones sociales que sirven para enfrentar mejor las exigencias de la sociedad. La **familia** por ejemplo, es una institución que se encarga de establecer normas y valores dentro de su núcleo; así como, la división y asignación de tareas de cada uno de sus miembros.

¹⁹ Ob. Cit. William Zikmund. Pág. 211.

²⁰ Idem.

Las tareas y papeles de las personas están más relacionados a su posición y marco social, es decir, las tareas y papeles en la familia le dan una posición a las personas, las cuales se exteriorizan en la sociedad en forma de prestigio y posición social.

Es precisamente donde entra en juego la **clase social**, “que es un grupo de personas con niveles similares de prestigio, poder y riqueza, que también comparten un conjunto de creencias, actitudes y valores relacionados con su forma de pensar y su conducta”²¹. Las clases sociales son grupos que representan diversas formas de hábitos alimenticios y de consumo cotidiano. Según la cantidad y calidad de consumo, es la clase que representa una familia, además, el nivel de ingreso de una familia es también un indicador que pronostica las clases de bienes que consumen y que se ven obligados a adquirir para mantener o mejor aún superar su clase social y lograr llegar a la clase superior inmediata.

La conducta del consumidor está influenciada por factores sociológicos como la familia, la cultura y subculturas, las clases sociales que incentivan a los individuos a mantener y a superar su clase social mediante el consumo de bienes. Sin embargo, los conceptos antes definidos han sido motivo de varias interpretaciones y jerarquizaciones que explican desde otras causas la conducta sociológica del consumidor.

Como es el caso de **Duesenberry**, el cual comienza su trabajo haciendo una breve reseña de los postulados de la teoría marginalista del consumidor, describiendo sus principales teoremas y limitantes para explicar el cambio del comportamiento de los consumidores.

La teoría marginalista asevera el intento de los consumidores por maximizar su utilidad total en base a la utilidad marginal de un bien, el cual irá disminuyendo en cuanto más sea consumido éste, de tal suerte que los bienes escasos en primera instancia, poseen una utilidad marginal elevada y una tasa de consumo baja; mientras que los bienes abundantes tendrán una utilidad marginal baja y una tasa de consumo alta.

El consumidor compra bienes que maximicen su índice de utilidad, es decir, su consumo estará determinado por el precio de los bienes y su ingreso, para de esta forma escoger aquéllos bienes que no superen su ingreso y logre una óptima utilidad sobre la base de las variables ingreso y precio.

Las funciones de demanda son homogéneas y de orden cero, ya que, los precios de todos los bienes y el ingreso total no influyen en la demanda de un bien, de tal manera que este principio certifica la subjetividad del consumidor, al conceder cierta importancia y utilidad individualista al hombre. Digo cierta individualidad, porque los consumidores concentran sus compras en aquéllos bienes que ellos consideran útiles para su bienestar, pero al mismo tiempo su apreciación subjetiva los limita por su nivel de ingreso y el precio de los bienes que desea adquirir, por lo que se ve obligado en la mayoría de las ocasiones a desistir de ellos. El campo de preferencias del consumidor está centrado en aquellos bienes

²¹ *Ibidem*. Pág. 218.

que necesita, por lo que el precio de esos artículos son de su incumbencia y no le importan los demás precios de los otros artículos.

Por otro lado, los gustos y preferencias del individuo cambian por dos causas, la primera de índole natural, es decir, el individuo no permanece en la misma situación física y mental, porque va envejeciendo y amplía su horizonte de conocimiento, la segunda se debe a factores exógenos que tienen que ver con su relación con otras personas, cada individuo tiene una idea de lo que otras personas consumen, creándose de esa forma un campo de preferencias de su entorno social, que lo impactan en sus gustos y preferencias individuales con el fin de permanecer y ser aceptado en el sistema social.

El párrafo anterior, de acuerdo al autor, nos muestra que la teoría de la utilidad marginal no explica el cambio de conducta y preferencias del consumidor, ya que esta cree que las preferencias de los consumidores son satisfechas por la adquisición de bienes concretos, los cuales como hemos visto no es posible que se de gracias a la dinámica individual de los hombres y a la dinámica social en la que están inmersos.

Los individuos si bien es cierto que consumen en una primera instancia para satisfacer sus necesidades básicas, también es cierto que consumen para mantener un nivel social, para obtener una comodidad material, para exaltar costumbres y tradiciones culturales o por puro placer. Los consumidores no compran bienes concretos; sino que más bien compran bienes que sirven para ciertas finalidades.

Las finalidades de cada bien también varían según el desarrollo e innovación de sus características técnicas o estéticas, ya que el avance en cada una de sus partes implica una superioridad con respecto a los demás bienes; así como, un mayor precio y mayor accesibilidad hacia las clases pudientes. Si por ejemplo, el bien es un automóvil y a este se le hacen modificaciones estéticas, como un diseño más lujoso, mejores asientos, rines cromados, etcétera, su precio aumentará y su finalidad primaria que era el transporte se convertirá en comodidad o en acceder a un mejor nivel social.

En esencia, “la fuente básica del afán por consumir ha de basarse en el carácter de nuestra cultura. Uno de los objetivos fundamentales de nuestra sociedad es lograr un nivel de vida cada vez más alto”²²

La intención de consumir bienes superiores, está fomentada por la estructura social, que en cada escala de ascenso pide el cumplimiento de ciertas normas de conducta y criterios de aceptabilidad como pueden ser: el nivel de ingreso, nivel de consumo, nivel educativo, etcétera.

La aceptabilidad de un individuo en un determinado estrato social obliga a este a relacionarse cada vez más con personas de su mismo nivel, formando grupos sociales que luchan por mantenerse y que tratan de ascender a un estrato superior más alto. La lucha por

²² Duesenberry S. James, “La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores”, Editorial: Alianza Universidad, México, 1972. Pág. 58.

mantener el nivel social y ascender a niveles superiores del mismo, provoca una constante insatisfacción en los individuos, en cuanto éstos relacionan sus gastos con las demás personas de su clase.

Con respecto a las elecciones intertemporales, el autor señala que el deseo de consumir en el futuro depende del consumo presente, de tal manera, que si el consumo actual no satisface las necesidades del individuo, será muy probable que en el futuro predetermine su insatisfacción ante los viejos y antiguos bienes.

En cuanto a la producción de artículos nuevos, el autor distingue dos tipos de productos: “los que permiten un nuevo campo de actividades y los que representan una mejor manera de realizar cosas que ya se hacían antes”²³. Los primeros productos son por ejemplo artículos de computación, que permiten el desarrollo de nuevas actividades como son los capturistas, programadores, técnicos, etcétera, y los segundos son por ejemplo los artículos electrodomésticos, los cuales facilitan el quehacer del hogar, de tal suerte que también contribuyen al ahorro de servidumbre y a disminuir costos por su contratación.

Duesenberry asevera que las preferencias del consumidor son interdependientes a su entorno social y que por lo tanto, su consumo tan solo posee un mínimo grado de libertad, el cual consiste en la calidad y forma de los bienes que escoge, es decir, una persona puede consumir carne o frijoles, pero dicha elección estará influenciada por el deseo de consumir más a los mismos niveles de ingreso, con una cultura que presiona a la sociedad a ostentar su estatus social.

“El consumidor no planifica sino que forma hábitos y aprende”²⁴ En el entorno social los individuos se relacionan con bienes superiores en calidad, y es precisamente esa superioridad lo que amenaza el patrón de consumo de los individuos, además de las presiones de la sociedad que impone a los individuos lograr alcanzar mejores niveles de vida, mediante la adquisición de bienes de mejor calidad.

Duesenberry realiza varias afirmaciones que no argumenta, por ejemplo; dice que las familias agrícolas tienen una propensión a ahorrar más que las familias urbanas, de acuerdo, pero no dice el porqué de ese ahorro, no dice si ese ahorro es producto de un menor consumo, si es por la casi nula diferenciación de clases sociales, si es por el poco afán de la sociedad agrícola por alcanzar el nivel más alto de vida o por las normas sociales, es decir, no somete su afirmación a sus principales planteamientos y termina diciendo. “Por lo tanto cabe afirmar que una disminución relativa de la población agrícola provocará un descenso de la propensión global a ahorrar”²⁵

La separación que hace Duesenberry sobre su teoría del consumo y el ahorro, radica en que el planteamiento neoclásico de ahorro es aceptado por éste y es totalmente independiente de los niveles de consumo, ya que concluye: “El coeficiente global de ahorro

²³ *Ibidem*. Pág. 99.

²⁴ *Ob. Cit.* Julio Boltvinik. Pág. 24

²⁵ *Ob. Cit.* James S. Duesenberry. Pág. 102.

depende de: a) los tipos de interés; b) la relación entre renta actual y rentas futuras esperadas; c) la distribución de la renta; d) la distribución por edades de la población, y e) la tasa de crecimiento de la renta”²⁶.

La explicación del inciso a) se maneja de una forma muy restrictiva, es decir, muy al estilo neoclásico, el inciso b) lo restringe en el sentido de que los sueldos y salarios son variables difíciles de establecer un ingreso futuro y lo deja insinuado como un ingreso excedente destinado a motivos especulativos, el inciso c) lo declara como poco importante, ya que “no existen pruebas de una tendencia a la variación en la distribución de la renta, si bien existen en cambio, ciertos indicios de que la desigualdad ha permanecido más o menos constante”²⁷, en el inciso d) asevera el autor que las naciones que poseen una población mayoritariamente infantil, es decir, niños menores a quince años, tenderán a reducir su ahorro, ya que éstos no ganan dinero, pero sí requieren gastar. Las naciones con mayor población jubilada también tenderán a reducir sus ahorros, por el hecho de que los ancianos gastan su riqueza o son mantenidos por sus hijos. Las naciones que poseen una mayor población en edad laboral verán incrementados sus ahorros y por último, el inciso e) esta ligado al inciso anterior, porque relaciona el crecimiento de la renta con la abstención de los jubilados por mantener su riqueza acumulada y por el ingreso per cápita de los jóvenes. “Según nuestros supuestos, la tasa neta de ahorro dependerá del incremento porcentual de la renta per cápita de un decenio al siguiente”²⁸.

Por último, no considera el efecto de los medios de comunicación, los cuales interrelacionan a los individuos de altos ingresos con los de bajos ingresos sin necesidad de entrar en contacto directo entre ellos. Y aún partiendo del supuesto de que los medios de comunicación no se han desarrollado lo suficiente, es un hecho que los pobres no viven en un mundo aparte al de los ricos, precisamente las relaciones sociales le dan sentido, forma y sello a cada individuo y los grupos de individuos dentro de su entorno y lo ubican en una determinada escala social. Como diría Boltvinik: “los pobres no viven, ni han vivido nunca, aislados de los ricos. Si bien no participan en sus fiestas, conocen sus autos, sus casas, su ropa, sus lugares de diversión, sus oficinas, son sus obreros, empleados o sirvientes”²⁹.

La aportación de Duesenberry al comportamiento del consumidor es muy interesante desde el punto de vista de la crítica a los neoclásicos, así como, del aporte sociológico del comportamiento del consumidor, el cual lo aborda desde su individualidad hasta la necesidad de pertenecer a grupos que inciden también en otros comportamientos y hábitos de consumo. Pero el punto de partida de Duesenberry puede ser cuestionado y abordado de otras formas, obteniendo resultados similares en algunos puntos y resolviendo algunos otros en los que el autor no pudo concretizar, como es el caso de la investigación del economista **Torstein Veblen**.

²⁶ Ob. Cit. James S. Duesenberry. Pág. 81.

²⁷ Ibidem. Pág. 106.

²⁸ Ibidem. Pág. 107.

²⁹ Ob. Cit. Julio Boltvinik. Pág. 27.

La interpretación del consumo en Veblen, está en primer lugar determinado por la división de clases en las sociedades, en segundo lugar y bajo esa misma tónica, por el desarrollo de una clase ociosa en los distintos estadios de las sociedades, siendo las culturas bárbaras en donde se distingue con mayor facilidad a dicha clase.

Las clases ociosas las define como aquéllas que “están consuetudinariamente exentas o excluidas de las ocupaciones industriales y se reservan para determinadas tareas a las que se adscribe un cierto grado de honor”³⁰. Las ocupaciones de estas clases altas son muy precisas y comprenden los puestos del gobierno, la guerra, la religión y los deportes, aunque este último se vuelve degradante cuando la sociedad alcanza un alto grado de desarrollo. El trabajo manual e industrial y toda aquella actividad que tenga como objetivo producir y conseguir los medios de vida del ser humano, serán consideradas como degradantes y exclusivas de las clases inferiores.

El tipo de actividad de una clase alta y una inferior no es la única forma de distinción entre ellas; sino que también los conceptos de dignidad, valor u honor hacen las veces de catalizador en la conducta de las personas.

A medida que evoluciona la cultura social, “la clase ociosa coincide con el comienzo de la propiedad”³¹, siendo la primera forma de apropiación la de las mujeres de la comunidad por parte de los hombres físicamente más aptos. En los primeros estadios de la cultura las personas adquirirían cosas útiles, sin tener en cuenta el concepto de propiedad, ya que el consumo habitual de bienes personales no es motivo de distinción para con los demás hombres, pero sí es motivo de distinción la apropiación de cosas exteriores y no equitativas como las mujeres, las cuales eran ostentadas como trofeos dentro de la comunidad. De tal suerte que la extensión de la propiedad llega a los productos industriales y a las personas, sin importar sexo, raza o parentesco. Se sostiene entonces que “la propiedad nació y llegó a ser una institución humana por motivos que no tienen relación con el mínimo de subsistencia. El incentivo dominante fue, desde el principio, la distinción valorativa unida a la riqueza y, salvo temporalmente y por excepción, ningún otro motivo le usurpado la primacía en ninguno de los estadios posteriores de su desarrollo”³²

El desarrollo industrial convierte a la riqueza en una forma de posesión que distingue a los hombres de los demás, otorgándoles honor y reputación, de tal suerte que los hombres buscan acumular y adquirir propiedad para mantener en alto su nombre, sin la necesidad de realizar actos heroicos que pongan en riesgo su integridad física.

Los individuos de clases inferiores buscarán satisfacer sus necesidades que se encuentren dentro de su nivel medio de clase, haciéndolos a éstos, seres insatisfechos hasta que hayan obtenido la canasta de bienes de su clase, logrando después otra insatisfacción al

³⁰ Veblen, Thorstein, “*Teoría de la clase ociosa*”. Editorial: Fondo de Cultura Económica, México, 1995. Pág. 9.

³¹ Op. Cit. Thorstein Veblen. Pág. 29.

³² *Ibidem*. Pág. 33.

comparar su consumo con las clases que se encuentran por encima de él. El individuo medio es un ser con insatisfacción crónica, ya que busca en todo momento acumular más bienes que los demás.

En lo que respecta al trabajo, este es exclusivo de las clases inferiores, siempre y cuando este tenga que ver con actividades de mantenimiento de la vida e industriales. El ocio es el fin más deseado por todas las clases, pero las clases altas son las que tienen la mayor posibilidad de gozar y ostentar ese ocio. La cultura moderna a pesar de la multitud de artículos electrodomésticos y los grandes avances en materia de comunicaciones, no ha cambiado radicalmente su servidumbre, la cual ha contribuido también a la conservación de costumbres y tradiciones antiguas, que en estos tiempos su contratación, tan solo conserva las bases del canon de respetabilidad de las clases altas. El empleo de servidumbre por parte de las clases altas, en medio de la tecnología y los bajos costos de ésta, es un ejemplo claro de la ostensibilidad de dicha clase para no nada más consumir bienes superfluos, es decir, la ostentación implica derroche.

El derroche ha llegado a ser para todas las clases sociales un símbolo de decoro y honorabilidad, de tal manera que este se ha transformado en una necesidad para los hombres, pero también en una especie de termómetro emulativo* entre una clase y otra, es decir, “toda clase envidia y trata de emular a la clase situada por encima de ella en la escala social, en tanto que rara vez se compara con las que están por debajo de ella ni con las que se encuentran en una posición mucho más alta que la suya”³³

La clase ociosa superior es la que impone los hábitos de vida decorosos, es la que determina los tipos y clases de bienes que deben estar a la cabeza; así como su cuantía material y monetaria. Esta clase impulsa nuevas costumbres y hábitos alimenticios en la comunidad, pero su revolución ceremonial de honor y prestigio no se realiza de la noche a la mañana, se requiere tiempo, ya que los hábitos populares impuestos por generaciones antiguas de clases ociosas están muy arraigados y además, las clases inferiores se aferran de forma natural a consumos necesarios de subsistencia, por lo que “los hábitos más persistentes e imperativos son los más antiguos y arraigados de los que gobiernan la vida de los individuos, aquellos que afectan a su existencia como organismo”³⁴

Por último, el autor señala que la imposición de costumbres por parte de una clase ociosa, implica la absorción de la producción industrial comunitaria, a una producción eficaz para los grupos de las clases más altas, de tal suerte que el requerimiento individualizado de bienes vuelve a las personas más egoístas en su consumo y en la forma de relacionarse con sus semejantes, después claro está, de que éstas se hayan provisto de sus necesidades físicas elementales.

* **Emulativo:** Se refiere al afán de las personas por querer aventajar a los individuos que se encuentran por encima de su estatus social, mediante la adquisición de más bienes que permitan demostrar derroche y lujo.

³³ *Ibidem.* Pág. 109.

³⁴ *Op. Cit.* Thorstein Veblen. Pág. 113.

La distinción de la clase ociosa en una sociedad, es el ingrediente preponderante en la concepción del consumo en Veblen, las conductas de los consumidores están determinadas por las clases dominantes de una forma homogénea para cada estado de evolución de la sociedad, por lo que el estado activo de las clases inferiores se desvanece para resistirse únicamente a los cambios que se le impongan y que tarde o temprano tendrán que ceder, ya sea de forma parcial o ya sea de forma total, según la conveniencia de los de arriba.

David Riesman no acepta la unicidad en el carácter social, ya que si bien es cierto que los individuos desde su infancia presentan una socialización con respecto a sus seres más inmediatos como lo son sus padres en cuanto a los hábitos de consumo*, también es cierto que en el desarrollo interior, el individuo va presentando cierto rechazo a formalismos y hábitos de consumo impuestos por la sociedad. Dada la estructura social que impere, el hombre no siempre se adapta a todas las condiciones de la estructura social, que por lo tanto, imponen ciertas formas de trabajo y convivencia que deben ser asimilados de manera exacta por los individuos. Afirma que existen ciertos grupos de individuos que no encajan en la estructura social, pero eso no significa que deban ser aislados de la sociedad; sino que dichos grupos reúnen condiciones mínimas de convivencia que no ponen en riesgo a las instituciones. De esta forma, Riesman llega a una tipología de carácter grupal, que es la siguiente: 1) tradición-dirigido; 2) orto-dirigido y 3) hetero-dirigido.

El individuo tradición-dirigido, es aquél que se adapta a las condiciones ya establecidas por las instituciones, su futuro está determinado por la familia y la comunidad, de tal manera, que sus actos individuales no son producto de su voluntad misma, sino más bien son producto de su estrecho acercamiento con la familia y el grupo. Este tipo de sociedad se caracteriza por presentar alto crecimiento poblacional y estar ligada al campo, su trabajo está definido y planificado por la comunidad.

El individuo orto-dirigido se caracteriza por su carácter rígido e individualizado, se aparenta una autogestión, pero ese acto está determinado desde la infancia por la enseñanza de los padres al hijo. Si en un caso excepcional el individuo trata de salir del esquema, actuará en él el llamado "giroscopio-psicológico", el cual se encargará de mantenerlo en el esquema social y si éste se sale entonces lo invadirá el sentimiento de culpa. En este grupo los cambios tecnológicos son más acelerados y la mayor división social del trabajo genera un deseo por la movilidad social, la cual rompe con las tradiciones y costumbres, dejando a un individuo que se adapta más rápido a las condiciones que exija la acumulación de capital. El individuo está dominado por la psicología de la escasez, mientras la población crece rápidamente, bajando la tasa de mortalidad, su ética es protestante y el trabajo es su solución divina, más que el ocio y el placer.

* En el verano de 1954 la Kroger Food Foundation realizó un experimento con varios niños y niñas a los cuales se les permitió escoger veinte cosas sin ningún límite de elección. Los resultados fueron que los niños, además de elegir sandía y bebidas gaseosas para el consumo inmediato, llenaron sus tarjetas con las mismas clases de cosas que sus madres habrían pedido, como bolsas de harina, carne y legumbres. No eligieron las cámaras fotográficas y otros juguetes, no compraron más helados y dulces como se hubiera predicho; sino que compraron aproximadamente la cantidad de dulces que sus padres les hubieran comprado, además que los niños compraron menos cosas que las niñas, pero más caras y detalladas aluciendo al futuro padre de familia, más calculador y preciso en la compra que a las mujeres. (Riesman, David, "Abundancia, ¿ para qué?" Editorial: Fondo de Cultura Económica, México 1965. Pág. 25.)

El individuo hétero-dirigido se distingue por ser más social, se concentra en obtener el mayor gozo en las actividades no productivas para el capital como lo son: la filosofía, la poesía, el arte, la música, etcétera. Las actividades se concentran en el sector terciario de la economía y su psicología es de la abundancia, la cual es alimentada por el mayor desarrollo de los medios de comunicación que entran como mediadores del individuo y del mundo. La forma de controlar al individuo es mediante el sentimiento de la ansiedad, lo que hace que la familia no lo controle y sea el grupo de iguales, los medios de comunicación y la educación formal lo que lo mantenga dentro del esquema.

El consumo del orto-dirigido se enfoca hacia el contenido nutritivo de la comida, el sexo que era inhibido por tabúes y éste era dado mediante la exclusividad de lugares y espacios. La cultura popular se enfoca hacia la soledad, su literatura lo saca de la muchedumbre y regresa de ella de la misma forma.

El consumo del hétero-dirigido toma a la comida como un adorno sofisticado que puede ser gozado. El sexo lo ve como un bien de consumo a la vez que su cultura depende de la sociedad.

Por último, Riesman señala a los agentes de la formación del carácter en el proceso de socialización de los niños, los cuales son:

1. La desaparición de las metas concretas en la vida ha propiciado la disminución y la casi desaparición del papel de la familia en la formación del carácter de los niños.
2. Si la familia ya no cumple su papel, el vacío es llenado por los medios masivos de comunicación, los cuales socializan su contenido hacia el orto y hétero-dirigidos.
3. Los padres presionan a los niños para que la información de los medios sea ajustada a él.
4. Existe una relación recíproca de actualización entre los padres y el niño, una vez que éste último aprende a elegir bienes que coinciden con los del grupo, devuelve a sus padres el favor, enseñándolos a escoger bienes y a educarlos.
5. En el grupo existen líderes que son respaldados por los medios masivos, su popularidad inducida hace de sus bienes también los más populares.
6. “La competitividad desaparece y sus remanentes ideológicos la convierten en una paradoja; ya no se compete para sobresalir sino para ser aprobado, y no se puede ser aprobado si se sobresa excesivamente”³⁵

³⁵ Ob. Cit. Julio Boltvinik. Pág. 119.

1.4. TEORÍA ECONÓMICA DEL CONSUMIDOR

1.4.1. FUNCIÓN CONSUMO DE KEYNES

La teoría general de **Keynes** es precisamente una contestación a los postulados de la teoría clásica, los cuales según él, no alcanzan a explicar los fenómenos económicos de la actualidad, provocando inexactitudes y falacias tanto en el terreno teórico como en el terreno práctico.

De acuerdo a su obra, Keynes logra explicar todos los fenómenos económicos que se están presentando, pero sin descartar por completo los argumentos y conclusiones de la teoría clásica que “sólo son aplicables a un caso especial, y no en general, porque las condiciones que suponen son un caso extremo de todas las posiciones de equilibrio.”³⁶

El punto de partida de Keynes se centra en el nivel de ocupación de la comunidad, ya que el hecho de ser empleado implica la percepción de un ingreso que posibilitará el gasto de una parte de éste en consumo, la otra parte del ingreso se destinará al ahorro, el cual, dependiendo de ciertos factores subjetivos tendrá la posibilidad de convertirse en inversión. De ahí que si el mayor empleo de personas implicara que todo su ingreso se destinara al consumo inmediato y nada se reservara al ahorro, entonces los empresarios, que son los que emplean a la gente, no tendrían incentivo alguno para seguir empleando, ya que si no hay inversión que absorba al nuevo número de personas contratadas, los empresarios obtendrán pérdidas originadas por la diferencia negativa entre sus costos de producción y el importe del producto, de tal suerte que si el importe de sus ventas son menores al nivel de ocupación que ofertó, el empresario se verá obligado a disminuir su oferta de empleo ocasionando mayor desempleo, menor consumo, menor ahorro y menor inversión.

El ciclo reproductivo de Keynes inicia en el nivel de ocupación, el cual depende de la oferta global, de la propensión a consumir y de la inversión. Agregando un poco más la función, el volumen de ocupación está dado por la intersección entre la oferta global y la demanda global, es decir, la oferta es el precio de la producción resultante del empleo de N personas o lo que es lo mismo, el costo de los factores de la producción más la ganancia, mientras la demanda global es el importe de las ventas de los productos ofrecidos por los empresarios para un nivel dado de ocupación.

³⁶ Keynes, John Maynard. “*Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*”. Editorial: Fondo de Cultura Económica, México, 1976. Pág. 15.

Para nuestra investigación nos ocuparemos solamente de la demanda global, ya que es en ella donde se desarrolla una importante parte de la teoría keynesiana y del consumo en general.

En la demanda global tenemos la relación de los niveles de ocupación por los productos que se venden. “Los productos se forman de la suma de dos cantidades – la que se gastará en consumir cuando la ocupación está a cierto nivel y la que se destinará a la inversión.”³⁷ Dado que vamos a determinar la cantidad que se gasta en consumo, la función estará relacionada y medida en unidades de salario; así como el ingreso, que tendrá que corresponder además de las unidades de salario a un nivel dado de ocupación, de manera que:

$$C_s = \chi(Y_s), \text{ ó } C = S. \chi(Y_s)$$

“La suma que la comunidad gasta en consumo depende evidentemente de 1) el monto de su ingreso, 2) otras circunstancias objetivas que lo acompañan y 3) las necesidades subjetivas y las inclinaciones psicológicas y hábitos de los individuos, así como de los principios según los cuáles se divide el ingreso entre ellos.”³⁸

El consumo está en función del ingreso real corriente, pero eso no significa que sea el único factor que condicione al consumo, ya que además de los factores objetivos y subjetivos que señala el autor, también depende del desarrollo histórico de las organizaciones sociales e instituciones públicas, las cuales forman un carácter en los individuos mediante los convencionalismos tradicionales, educativos, religiosos y la forma de distribución de la riqueza entre los grupos dominantes.

Dentro de los factores objetivos que inciden en el monto consumido por las personas, Keynes señala los siguientes:

1) *Un cambio en la unidad de salario.*

Dado que la ocupación implica un nivel de ingreso medido en unidades de salario, el salario dependerá de la ocupación, y el monto del mismo dependerá de las unidades de trabajo que esté dispuesto a ofrecer el individuo. Si varía el salario, el consumo variará en la misma dirección, pero en menor proporción, de esta forma el consumo estará en función del ingreso real, ya que para este caso el ingreso está medido en unidades de salario de acuerdo al nivel de ocupación “aunque, cuando el volumen de la producción cambia, su ingreso real subirá menos que proporcionalmente a su ingreso medido en unidades de salario (debido a la influencia de los rendimientos decrecientes).”³⁹ En esta última cita Keynes cierra el círculo entre oferta y demanda, ya que en un principio el trabajador determina su ingreso en base a sus unidades de trabajo, pero también el empresario

³⁷ Ibidem. Pág. 87.

³⁸ Ob. Cit. John Maynard Keynes. Pág. 88.

³⁹ Ibidem. Pág. 89.

determina mediante el monto producido y sus costos de producción, el ingreso real del trabajador, por lo que el salario no está fijado por el mercado; sino más bien, por las condiciones técnicas y las relaciones sociales que imperan en la economía.

2) *Un cambio en la diferencia entre ingreso e ingreso neto.*

Como hemos visto en el inciso anterior, el ingreso neto es el que verdaderamente se dispone para decidir el volumen de consumo del hombre, ya que “la parte de cualquier modificación del ingreso que no se refleje en el ingreso neto debe desdesharse, pues no tendrá efecto sobre el consumo, y de manera semejante debe ser tomada en cuenta la posibilidad de un cambio en el ingreso neto, no manifestado en el ingreso.”⁴⁰

3) *Cambios imprevistos en el valor de los bienes de capital, no considerados al calcular el ingreso neto.*

Keynes le da mucha importancia a la propensión a consumir de las clases poseedoras de bienes de capital, porque los aumentos o disminuciones en el valor de estos bienes, inciden en el consumo de las clases propietarias, y éstas según Keynes, contribuyen al crecimiento de la riqueza, ya que “lejos de depender de la abstinencia de los ricos, como generalmente se supone, tiene más probabilidades de encontrar en ella un impedimento.”⁴¹

4) *Cambios en la tasa de descuento del futuro, es decir, en la relación de cambio entre los bienes presentes y los futuros.*

Se refiere más que todo a los impactos de los cambios de la tasa de interés sobre el consumo, es decir, ante un aumento o disminución de la tasa de interés, cuánto están dispuestas las familias a sacrificar de su consumo presente para retribuirlo en bienes futuros. Si aumenta la tasa de interés, el poder adquisitivo de la sociedad disminuye, obligándolas al ahorro y a un menor consumo y viceversa; pero Keynes no está del todo de acuerdo con esta postura de la escuela clásica, ya que además de ser muy específica, no toma en cuenta los impactos de corto y largo plazo, además de no incluir factores históricos, sociológicos y psicológicos de los hombres.

Para Keynes, los aumentos o disminuciones de la tasa de interés en el corto plazo, no provocan un impacto significativo en el consumo de la sociedad, sin embargo, en el largo plazo los cambios en la tasa de interés pueden provocar cambios significativos en los hábitos de consumo de la sociedad, los cuales tienen que ver con un proceso de cambio en la propensión subjetiva a gastar. Aunque Keynes no descarta que salvo circunstancias excepcionales en la economía, como pueden ser cambios muy grandes en la tasa de interés, los individuos pueden cambiar sus hábitos de consumo.

De esta forma, Keynes regresa a las consideraciones de las necesidades del hombre, para reprochar a los clásicos sus consideraciones sobre hombres enteramente de negocios,

⁴⁰ Idem.

⁴¹ *Ibidem.* Pág. 329.

corredores de bolsa, banqueros, accionistas, etcétera, porque “no hay mucha gente que altere su modo de vivir porque la tasa de interés baje de 5 a 4%, si su ingreso global es el mismo de antes.”⁴² La realidad de las cosas es hacer al consumo función del ingreso y no de la tasa de interés.

5) *Cambios en la Política fiscal.*

Todos aquellos impuestos que gravan al ingreso, a las ganancias del capital, a las herencias y al consumo, tienen un impacto negativo en la propensión a consumir. El papel de la política fiscal puede estar encaminado a una mejor redistribución del ingreso en la sociedad, lo cual puede llevar a un aumento en la propensión a consumir, mediante un aumento de subsidios a las clases más vulnerables, o a más gasto en proyectos de inversión que posibiliten más empleo, y por lo tanto, más ingresos para gastar en bienes de consumo. Por otro lado, si la política fiscal tiene como objetivo primordial realizar el pago de deuda, entonces el mayor aumento a los impuestos provocará mayores reservas gubernamentales y una contracción en la propensión a consumir.

6) *Cambios en las expectativas acerca de la relación entre el nivel presente y el futuro del ingreso.*

En este inciso Keynes enuncia su famosa **Ley Psicológica Fundamental**, que consiste en que “los hombres están dispuestos, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso.”⁴³

Lo anterior se debe a que las familias destinan primordialmente su ingreso al gasto de necesidades primarias y lo que sobra lo ahorran para tener un fondo de reserva. Los motivos por los que el ahorro no se convierte inmediatamente en inversión, radican en que la premisa de alcanzar una mayor comodidad no necesariamente se logra en el corto plazo; sino que a medida que el ingreso crece, el ahorro será mayor y habiendo alcanzado un cierto grado de comodidad, los motivos para acumular son más importantes.

Si por el otro lado, el ingreso disminuye a causa de un mayor desempleo, esto no necesariamente implica que el consumo disminuya más que el nivel de ingreso, sino todo lo contrario, el consumo excede al ingreso, lo cual se puede dar gracias a que los individuos han venido guardando reservas para periodos difíciles, o simplemente para dejar de trabajar.

La Ley psicológica de Keynes de esta forma natural induce a la economía de un país a la captación de reservas, de tal suerte que estas pueden ser canalizadas para cerrar el ciclo reproductivo, iniciado por la ocupación y revitalizado por el ahorro que se convertirá en

⁴² Ob. Cit. John Maynard Keynes. Pág. 91.

⁴³ Ibidem. Pág. 93.

inversión, a saber que “la ocupación solamente puede aumentar *pari passu* con un crecimiento de la inversión.”⁴⁴

Lo anterior parece solucionar el problema, pero los desfases de inversión de corto y largo plazo nos ponen limitantes que por definición se contradicen, es decir, si el consumo presente y el consumo futuro definen la demanda total, este consumo futuro que puede estar representado con recursos financieros, no arrastra a la producción del futuro; sino que la producción corriente es la que predomina, ya que “no podemos proveer la producción futura con expedientes financieros.”⁴⁵ El consumo corriente se satisface con mercancías producidas en el presente y con mercancías producidas en periodos anteriores, el hecho de existir mercancías anteriores provoca una contracción de la demanda actual y por ende de la producción corriente, de tal suerte, que una parte del ingreso neto corriente no está contemplado por lógica en el gasto presente, ya que el gasto contempla mercancías producidas en el presente que son las que representan al ingreso neto corriente, mientras las mercancías producidas en el pasado no representan nada del ingreso actual neto, son una desinversión. “Las nuevas inversiones de éste sólo pueden realizarse como excedente de la desinversión actual del mismo, si se espera que los gastos futuros en consumo aumenten.”⁴⁶ Las nuevas inversiones tienen un límite, por lo que la última producción está completada por las anteriores y la producción actual ya sobreproduce y ya no tienen más incentivos para seguir produciendo, depende completamente de lo hecho anteriormente, entonces si no produce, ya no invierte, ya no contrata gente, ya no hay ingreso, y desciende la propensión a consumir; pero el consumo sigue siendo mayor al ingreso neto, luego entonces, “el capital no es una entidad por sí misma independiente del consumo”⁴⁷, “el consumo es el único objeto y fin de la actividad económica”⁴⁸, por lo que la ocupación dependerá del nivel de demanda total, la cual encontrará su limitante en el descenso de la propensión a consumir en el período presente para consumir más y mejor en el futuro, sin darse cuenta que esta táctica aparentemente eficiente, en el futuro puede ser más costosa.

La segunda clase de factores que afectan a la propensión a consumir son los **factores subjetivos**, estos factores son: “la precaución, previsión, cálculo, mejoramiento, independencia, empresa, orgullo y avaricia.”⁴⁹ Dichos factores están más asociados a la naturaleza humana y al desarrollo histórico de las instituciones, por lo que, dichos comportamientos y formas de organización no suelen sufrir cambios repentinos en el corto plazo, a menos que se presenten acontecimientos demasiado turbios o revolucionarios.

Las formas en que se consume, varían de acuerdo a las condiciones geográficas, sociales, históricas, psicológicas, religiosas, educacionales, etcétera, que haya

⁴⁴ Ob. Cit. John Maynard Keynes. Pág. 94.

⁴⁵ *Ibidem*. Pág. 100.

⁴⁶ *Idem*.

⁴⁷ *Ibidem*. Pág. 101.

⁴⁸ *Ibidem*. Pág. 99.

⁴⁹ *Ibidem*. Pág. 102.

experimentado cada nación y sociedad, aunque por regla general los factores subjetivos siempre inducen a los individuos a ahorrar y a no consumir todo lo que se gana. En el ámbito institucional existen motivos semejantes al de los individuos, como son: motivo empresa, motivo liquidez, motivo mejoramiento y motivo prudencia financiera.

Retomando de nueva cuenta el problema de la tasa de interés, ya habíamos mencionado que en el corto plazo los aumentos de la tasa no provocan cambios significativos en la propensión a consumir de los individuos, sin embargo, el aumento de la tasa de interés y su impacto en las cantidades que se ahorran provocan un efecto en la inversión en dirección inversa, es decir, cuando aumenta la tasa de interés, se incentiva a los individuos a disminuir su propensión a consumir para obtener un ingreso mayor en el futuro, pero ese sacrificio no logrará en términos absolutos aumentar el ingreso, porque el monto de lo sacrificado o ahorrado dependerá del monto de la inversión, y como sabemos que a medida que aumenta la tasa de interés la inversión disminuye, el sacrificio realizado nos traerá más repercusiones, ya que el monto ahorrado por el atractivo de la tasa de interés no es lo suficientemente significativo para mantener invariable a la inversión y aunque fuera lo contrario, se necesitaría que el ingreso permaneciera invariable, pero el retardo de la inversión por el aumento de la tasa de interés forzosamente provocará el descenso del ingreso y de la propensión al consumo hasta que el ahorro descienda a la misma medida de la inversión. “Después de todo, las tasas reales de ahorro y gasto totales no dependen de la precaución, la previsión, el cálculo, el mejoramiento, la independencia, la empresa, el orgullo o la avaricia. La virtud y el vicio no tienen nada que ver con ellos; depende de hasta que punto sea favorable a la inversión la tasa de interés, después de tener en cuenta la eficiencia marginal del capital.”⁵⁰

Keynes aporta también un concepto muy importante, como es el de la **propensión marginal al consumo**, este concepto sigue el planteamiento original de la ley psicológica de que los incrementos o disminuciones del ingreso real conllevan a incrementos o disminuciones del consumo, pero en menor proporción, de tal manera que $\Delta Y > \Delta C$, y relacionándolo tenemos $\Delta C / \Delta Y$ que es la propensión marginal al consumo. La cantidad lleva implícita al mismo tiempo las variables de inversión y ocupación, en el sentido de que lo que no se consume ante un aumento del ingreso se ahorra y se convierte en inversión por lo que $\Delta Y = \Delta C + \Delta I$ de manera que podemos escribir $\Delta Y = k \Delta I$, en donde $1 - 1/k$ y k es el multiplicador de la inversión, “este nos indica que, cuando existe un incremento en la inversión total, el ingreso aumentará en una cantidad que es k veces el incremento de la inversión.”⁵¹

La propensión marginal al consumo mide la cantidad en que se dividirá el consumo y la inversión ante un aumento del ingreso, tomando en cuenta que ambas variables aumentan y que la inversión sólo puede aumentar si aumenta el ingreso real; pero no disminuyendo el consumo, ya que este último se mueve de forma directa al ingreso real. En ese mismo concepto, el **multiplicador de la inversión** nos dice el monto que debe aumentar la

⁵⁰ Ob. Cit. John Maynard Keynes. Pág. 105.

⁵¹ *Ibidem*. Pág. 108.

inversión para que pueda aumentar el ingreso, dado que la relación directa entre ingreso e inversión está condicionada por el aumento de la ocupación, es decir, si aumenta el ahorro, que bajo las condiciones ya citadas anteriormente éste se convierte en inversión, entonces la inversión incentivará a las industrias a emplear más gente y a que la producción de bienes de consumo aumente, ocasionando un incremento de la ocupación total y en consecuencia del pleno empleo.

Trabajando los conceptos, tenemos que si la propensión a consumir es cercana a uno, lo que significaría que si aumenta el ingreso 10%, el consumo aumentará cerca de 10%, entonces los diminutos incrementos en la inversión provocarán grandes fluctuaciones en la ocupación, por el hecho de que hay incentivos en la industria de bienes de consumo para producir, los cuales completan la ocupación plena. Si la propensión a consumir es cercana a cero entonces los diminutos incrementos de la inversión provocarán pequeñas fluctuaciones en la ocupación, ya que las industrias de bienes de consumo no tienen incentivos para producir ante un menor consumo de bienes y de esta forma el monto de inversión para alcanzar la ocupación plena es mucho mayor y más difícil de lograr.

Como podemos ver, a medida que la propensión marginal a consumir aumenta, el multiplicador de la inversión también aumenta, lo que significa que la ocupación aumentará por efecto del incremento de la inversión. A este punto Keynes argumenta que el multiplicador de la inversión es mayor en las naciones pobres que en las naciones ricas y esto se debe a que en las naciones pobres se padece de subempleo, por lo que un efecto positivo a la propensión a consumir puede traer mayores perturbaciones en la ocupación.

De ahí que para Keynes sea positiva la inversión en obras públicas en tiempos de subempleo y dañina en tiempos en los que se puede alcanzar el pleno empleo. La inversión pública de cualquier índole es justificable para los términos de enorme desocupación, de hecho Keynes dice: “las obras públicas, aún cuando sean de dudosa utilidad, pueden proporcionar una compensación varias veces superior en épocas de grave desocupación, aunque sólo sea por el menor costo de los gastos de asistencia.”⁵²

Keynes deja en claro que no es la abstinencia de los individuos la que saca de la crisis a la economía de una nación, sino que, incentivando a los individuos (mediante la generación de empleos) a consumir es cuando se puede reactivar a la economía, aunque esa incentivación conlleve en una primera instancia al desplazamiento de la inversión privada. El efecto desplazamiento surge por la mayor liquidez en la economía, lo que implica un aumento de precios y de la tasa de interés, esta última hace disminuir la inversión y eleva el costo de los bienes de capital lo que presionará la baja de la tasa de interés hasta alcanzar su equilibrio.

Por otro lado, la Ley Psicológica de Keynes encierra también, la ley de la utilidad marginal decreciente, la cual señala el sometimiento del consumo hacia el hombre, para con sus deseos en vez de sus necesidades, estando éste inmerso en una sociedad rica.

⁵² Ob. Cit. John Maynard Keynes. Pág. 119.

Habiendo señalado este último punto, podemos llegar a la propuesta global de Keynes en la teoría del consumo y señalar que dicha propuesta conjuga de forma sintética los conceptos desarrollados hacia la realidad económica. Su aportación estriba en que los factores subjetivos se imponen dentro de los factores objetivos, y que estos últimos representan la realidad y el desarrollo económico, es decir, las instituciones y el grado de desarrollo histórico de las organizaciones sociales son las que determinan a los individuos, en cuanto a sus actos, motivaciones, ideología y modo de vida. De ahí que el autor resuelva el problema sugiriendo que “en las condiciones existentes, el ahorro por medio de instituciones y fondos de reserva es más que adecuado y que las medidas tendientes a elevar la propensión a consumir puede ser positivamente favorable al crecimiento del capital.”⁵³

El consumo en Keynes está en función de un ingreso nacional y no individual; así como el ahorro lo toma de una doble forma, tanto individual, como el gubernamental y de las instituciones, esta característica le da sustento a su Ley Psicológica y a los factores objetivos y subjetivos que señala.

⁵³ *Ibidem*. Pág. 328.

1.4.2. TEORÍA MARXISTA DEL CONSUMO

La exposición de este apartado no puede ser abordado de forma inmediata hacia el concepto que nos compete en la investigación, ya que la exposición directa del consumo en Marx nos dejaría con muchos vacíos y sobre todo sin un punto de partida del cual el propio autor si posee, de tal manera, que nuestra exposición se iniciará en la descripción de los conceptos y categorías básicas de la crítica de Carlos Marx en la sociedad capitalista.

El punto de partida de la sociedad capitalista en Marx inicia desde el análisis de la mercancía, como la unidad fundamental de la riqueza, la cual se define en primera instancia como: “un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran.”⁵⁴ El hecho de que ese objeto satisfaga necesidades lo convierte inevitablemente en un bien, que será el punto final y de partida del proceso de producción y de consumo, ya que la necesidad, definida como un estado de desequilibrio físico y mental que todo ser humano experimenta y que se siente obligado a reestablecer, es el motivo de la acción y de la interacción del hombre con la naturaleza para crear un satisfactor o el producto que satisface la necesidad, y que una vez satisfecha surge el bien.

En el uso del producto nos damos cuenta de la utilidad, en la cual advertimos el uso que le vamos a dar a las cosas. “El descubrimiento de esos diversos aspectos y, en consecuencia, de los múltiples modos de usar las cosas constituye un hecho histórico.”⁵⁵ De este modo, el valor de uso cambia de generación en generación y de nación en nación, pero en general, de la utilidad surge el valor de uso, que es la capacidad que tiene un objeto para satisfacer una necesidad cualquiera, y reside en sus características naturales, físicas, orgánicas, etcétera, es pues, el contenido material de la mercancía, el cual se efectiviza en el uso ó en el consumo de la misma. Sin embargo, en la sociedad capitalista el valor de uso proporciona el contenido material del valor de cambio, este último “se presenta como una relación cuantitativa, proporción en que se intercambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase, una relación que se modifica constantemente según el tiempo y el lugar.”⁵⁶

El valor de cambio es la expresión del valor de las mercancías, es decir, una mercancía “x” y una mercancía “y” son iguales por el valor y su magnitud de valor. Lo que nos lleva a encontrar qué es esa fuente del valor que sólo hace cuantitativamente comparables las cosas en aquello que de cualitativamente homogéneo tienen. “Ahora bien, si ponemos a un lado el valor de uso del cuerpo de las mercancías, únicamente le restará

⁵⁴ Marx, Carlos. “*El Capital*” Tomo I, Volumen I. Editorial: Siglo XXI. México, D.F. 1999. Pág. 43.

⁵⁵ *Ibidem*. Pág. 44.

⁵⁶ *Ibidem*. Pág. 45.

una propiedad: la de ser productos del trabajo”.⁵⁷ El trabajo es una característica humana, que se define en primera instancia, como el uso de la fuerza de trabajo, y esta última se define como el conjunto de energías físicas e intelectuales que todo ser humano posee y que habrá de poner en acción para producir un valor de uso.

El hombre no produce lo producido, sino los medios con los que produce. El hombre es fabricante de herramientas, las herramientas le dan la especificidad al trabajo realizado, de tal manera, que el empleo de la fuerza de trabajo para crear un bien específico lo concretiza, es decir, realiza un trabajo concreto como el del panadero, el albañil, el carpintero, etcétera, y este trabajo trae consigo, junto con las relaciones sociales de producción de una determinada comunidad, la división del trabajo, que representa una relación y organización natural e histórica.

“Con el carácter útil de los productos del trabajo se desvanece el carácter útil de los trabajos representados en ellos y, por ende, se desvanecen también las diversas formas concretas de esos trabajos; éstos dejan de distinguirse, reduciéndose en su totalidad a trabajo humano diferenciado, a trabajo abstractamente humano”.⁵⁸ El trabajo abstracto es una generalización del trabajo concreto, no toma en cuenta que clase de trabajo sea, es simplemente trabajo y se mide por la duración del tiempo que se requiere para producir un valor de uso. Como todas las fuerzas de trabajo representan a todos los valores de uso del mundo, todos estos en su abstracción individual es la misma fuerza de trabajo significativa en un promedio, por lo que ésta generalización la llama Marx tiempo de trabajo socialmente necesario, y es el tiempo de trabajo “requerido para producir un valor de uso cualquiera, en las condiciones normales de producción vigentes en una sociedad y con el grado social medio de destreza e intensidad del trabajo”.⁵⁹

Por lo tanto, el tiempo de trabajo socialmente necesario es determinante de la magnitud del valor, el tiempo de trabajo socialmente necesario está en relación directa al valor de la mercancía y éste llega como concepto de fuente del valor.

El valor sirve para medir la riqueza social, la cual se logra y se emula en el desgaste humano, pero como el trabajo es parte del continente humano y no podemos abstraer su realización como si lo quisiéramos almacenar en una caja, para entregarlo al capitalista en un tiempo determinado y recogerla como si nada hubiera pasado, éste se tiene que efectivizar en la acción conjunta de cada una de las partes del cuerpo humano. El trabajo implica desgaste físico y mental para el hombre, ya que el trabajo es una actividad que involucra al sistema nervioso, al sistema muscular, al sistema óseo y al sistema reproductivo, todos ellos articulados para la conformación del cuerpo humano.

De este modo podemos decir que la mercancía es la unidad del valor de uso y del valor, éste último no puede existir sin el valor de uso, puesto que es la cristalización de su

⁵⁷ Ibidem. Pág. 46.

⁵⁸ Ob. Cit. Carlos Marx. Pág. 47.

⁵⁹ Ibidem. Pág. 48.

continente. Sin embargo, una cosa puede ser valor de uso y no ser valor, como es el caso del autoconsumo y de todas aquellas cosas que no producimos y que nos proporciona la naturaleza como: el aire, los árboles, la tierra, etcétera. “Para producir una mercancía, no sólo debe producir valor de uso, sino valores de uso para otros, valores de uso sociales”.⁶⁰ El valor de cambio es el que transforma al valor de uso en mercancía, es precisamente este valor de cambio el que permite la expresión del valor de la mercancía y este se debe expresar así porque el valor es invisible, el trabajo abstracto socialmente necesario no es tangible, es tangible su consecuencia, o sea, su producto terminado.

En el mercado los sujetos no se comunican, las cosas son las que se comunican por su valor de uso y ahí se da el valor de cambio. “Para él, sólo tiene directamente el valor de uso de ser portadora del valor de cambio y, de tal modo, medio de cambio. De ahí que quiera enajenarla por una mercancía cuyo valor de uso lo satisfaga”.⁶¹

En el proceso de circulación es donde cambiamos dinero* por mercancía, a esa operación se le llama compra y cuando la mercancía se cambia por dinero se le llama venta. Es precisamente en el proceso de circulación donde encontramos el incremento del dinero, y si así sucediera, equivaldría decir que las mercancías en este proceso aumentan de valor y que la fuente del mismo, el trabajo, lo niegan para convertirse en una conversión mágica que no tiene que ver con la interacción del hombre con la naturaleza, pero no sucede así, no es en este proceso de circulación donde las mercancías adquieren más valor, sino en el proceso de producción.

Todo proceso de producción está formado por: el proceso de trabajo, el proceso creador de valor y el proceso de valorización. En el proceso de trabajo el capitalista adquiere dos mercancías que conformarán sus fuerzas productivas y son: los medios de producción ó capital constante y la fuerza de trabajo ó capital variable. La primera mercancía transfiere su valor de forma constante, no añade más valor al producto para el cual fue programado o creado; mientras que la fuerza de trabajo es una mercancía especial que equivale a los medios de vida y reproducción del obrero para subsistir, y es capital variable porque su valor lo produce en el acto productivo y no nada mas lo produce con lo que está produciendo sino, con mayor valor, es decir, el trabajo como atributo humano es el uso del mismo en interacción con la naturaleza, pero en la sociedad capitalista el trabajo debe representar una mercancía, la cual debe expresar primero un valor de uso y una vez realizado ese valor de uso el trabajo se termina.

Cuando la fuerza de trabajo se convierte en mercancía, recibe su equivalente en dinero. Pero como el precio es la expresión monetaria del valor de las mercancías, entonces la expresión monetaria del valor de la fuerza de trabajo será su precio. Así el precio de la fuerza de trabajo será su salario.

⁶⁰ *Ibidem.* Pág.. 50.

⁶¹ *Ibidem.* Pág. 104.

* Es un medio de compra-venta de mercancías, de circulación, de pago, es fuente de crédito y su morada es el proceso de circulación.

Como podemos apreciar en este primer análisis, el valor de uso se convierte en expresión de su contrario, o sea, del valor, en el cual pareciera haber un sometimiento hacia el valor de uso, ya que sin este primero el segundo no se realiza, siendo que el valor es un ente abstracto, invisible que solo reviste trabajo abstracto y que al mismo tiempo ese trabajo es la expresión contraria al trabajo concreto, el cual en su individualidad productora debe revestir la forma de un trabajo social.

Todas esas contradicciones dan cabida al punto de partida de nuestra investigación, es decir, al consumo, el cual parte de acuerdo con Marx en el trabajo, pero no el trabajo como una actividad característica de los seres humanos, sino como un trabajo ajeno que no le pertenece al individuo que lo realiza. La forma valor es la que le pide a las mercancías la objetividad de valor de trabajo humano abstracto que se mide por la cantidad de desgaste de un objeto con respecto a otro. De ahí que ahora analicemos más a fondo la fuente del valor, que es el trabajo, y deducir cuál es la relación que guarda éste con las formas y hábitos de consumo de las personas.

Para Marx, el producto que crea el obrero mediante su trabajo se vuelve en contra de él, como un objeto independiente que no tiene que ver nada con su realización. La realización del producto es concebible gracias al desgaste del hombre y su interacción de éste con la naturaleza, pero al momento de terminar su producto éste lo niega como si el hombre que lo objetivó nunca hubiera tenido nada que ver con él. “La apropiación del objeto aparece como enajenación que mientras más objetos produce el obrero, menos puede poseer y más cae bajo el dominio de lo que produce: del capital”.⁶²

En el momento en que el objeto del obrero se vuelve ajeno a él, también su actividad se vuelve ajena, o sea, su trabajo, y no nada más su trabajo, sino también sus medios de subsistencia, los cuales lo apartan cada vez más de su mundo exterior y de su condición como ser civilizado. “El trabajo produce cosas maravillosas para los ricos; pero para los obreros produce privación. Produce palacios; para el obrero tugurios. Produce belleza; más para el obrero deformidad”.⁶³ En las características materiales del producto, éste impone al mismo tiempo de su consumo la forma y el modo en que habrá de consumirse, no se produce un objeto general; sino un objeto específico y determinado, un producto que en su objetivación determina su subjetivación, porque “el hambre que se satisface con carne guisada, comida con cuchillo y tenedor, es un hambre muy distinta del que devora carne cruda con ayuda de manos, uñas y dientes”.⁶⁴ De esta forma la producción crea un objeto para el sujeto, y dadas las características del objeto éste también crea un sujeto para su objeto, originando el impulso de los consumidores a obtener más productos. El producto convierte al consumo en necesidad y no en medio para satisfacer una necesidad, la necesidad de consumir se vuelve un aliciente para la producción, de tal suerte, que el consumo se establece como principio y fin del proceso productivo que tiende a repetirse.

⁶² Ob. Cit. Carlos Marx. Pág. 69.

⁶³ Ibidem. Pág. 71.

⁶⁴ Marx, Carlos. “Elementos Fundamentales para la Crítica de la Economía Política” Editorial: Siglo XXI. México, D.F. 1989. Pág.12.

El trabajo se vuelve externo al trabajador porque este le es recibido por el capitalista y también es solicitado por el trabajador, la actividad que desempeña es forzada y no voluntaria, el trabajo que realiza no tiene nada que ver con la satisfacción de sus necesidades, ya que éstas han sido transformadas en un medio, por lo que su trabajo tiene que ver con la adquisición de dinero que será intercambiado para adquirir los medios para satisfacer las necesidades más elementales del trabajador y de sus congéneres, fuera del trabajo. “Su carácter extraño se evidencia claramente con el hecho de que tan pronto como no existe una coacción física o de cualquier otro tipo se huye del trabajo como de la peste”.⁶⁵ El trabajador se siente libre fuera del trabajo, pero no significa que en realidad sea libre, ya que el mundo de mercancías creadas y consumidas por él también lo niegan en su mundo exterior, porque en el momento de enajenar la actividad humana a condición de medio para la existencia física, sus energías físicas e intelectuales ya no actúan de forma libre y sin ningún sentido inmediato, calculador y natural, se le es despojado de su cuerpo, de su actividad y de su entorno genérico.

La consecuencia de que la actividad humana este enajenada, así como su producto y su medio natural, trae consigo la enajenación de las relaciones entre los hombres. Las relaciones humanas se consideran graduadas bajo la forma y tipos de actividad que realiza cada persona, de tal suerte, que el producto del obrero hace posible la identificación del dueño del mismo, el cual no es otro obrero de su condición o de otras condiciones; sino más bien, se trata de una persona que no realiza la misma actividad que el trabajador, es un hombre que no trabaja pero que disfruta y se deleita del producto del trabajador, este hombre no trabajador es un ser externo y ajeno al trabajador, esta persona que es la dueña del trabajo, es el capitalista, es el dueño de los medios de producción y del trabajo, pero como ya habíamos visto anteriormente el trabajo sólo se puede adquirir mediante la compra de la fuerza de trabajo, que es en sí la compra del hombre. Sin embargo, el trabajo enajenado por sí solo no produce esas relaciones aisladas de sojuzgamiento, debe existir una forma que legitime y le dé derecho al capitalista de enajenar las relaciones externas e internas del trabajador. Esa forma es resultado del trabajo enajenado, y es la propiedad privada: “como expresión resumida, material, del trabajo enajenado abarca ambas relaciones, la relación del trabajador con el trabajo, con el producto de su trabajo y con el no trabajador, y la relación del no trabajador con el trabajador y con el producto de su trabajo”.⁶⁶

La negación del producto del trabajo del obrero lo lleva a la búsqueda del poder del dinero, para de esa forma combatir las hostilidades de la superproducción de objetos enajenados, sin darse cuenta que a medida que aumentan sus necesidades, aumenta el poder del dinero, convirtiendo al ser humano en un ser antinatural, caprichoso, imaginario e irracional, ya que “la propiedad privada no sabe hacer de la necesidad bruta necesidad humana”.⁶⁷ La propiedad privada es capaz de realizar las peores bajezas humanas con tal de

⁶⁵ Marx, Carlos. “*Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844*”. Editorial: Ediciones de Cultura Popular. México, D.F. 1977. Pág.73.

⁶⁶ *Ibidem*. Pág.83.

⁶⁷ *Ibidem*. Pág.117.

obtener el preciado metal dorado, mientras que los individuos o compradores tratarán por todos los medios de conservar ese preciado tesoro, de tal suerte, que la economía política se contradice al estimular la riqueza sobre la base de la privación de las necesidades más básicas del ser humano y a la vez fomenta el lujo y el capricho del consumo.

A este respecto, Marx cita a las dos escuelas de la economía política dedicadas a tratar de resolver la contradicción entre gasto y ahorro, una de ellas, la escuela de Lauderdale, Malthus, etcétera, y la otra la escuela de Say, Ricardo, etcétera, “el primero admite que es necesario el lujo para producir trabajo... tiene la romántica ilusión de que la avaricia sola no debiera determinar el consumo de los ricos, y contradice sus propias leyes aconsejando el despilfarro como medio directo de enriquecimiento. La escuela de Say, Ricardo... olvida que no habría producción sin consumo; olvida que, como resultado de la competencia, la producción sólo puede ser más extensa y suntuosa... Quiere producir sólo cosas útiles, pero olvida que la producción de muchísimas cosas útiles produce una población inútil y numerosa. Ambos olvidan que la prodigalidad y el despilfarro, el lujo y la privación, la riqueza y la pobreza son iguales”.⁶⁸

“La producción es también inmediatamente consumo”.⁶⁹ Se produce para consumir y para consumir se necesita producir, ambos conceptos son mediadores el uno para el otro, porque la producción proporciona el elemento material que dará las características específicas al objeto, y el consumo proporcionará al individuo para el cual están elaborados los productos.

El producto se realiza y se consolida en el consumo, es decir, su efectivización llega en el momento en que el objeto es utilizado y son explotadas y usufructuadas sus características físicas, orgánicas, estéticas, etcétera, es pues, en el consumo donde se concretiza el fin de la actividad económica del producto. Pero al mismo tiempo, el consumo expresa la imagen ideal de la necesidad que deberá ser concretizada en el nuevo producto, por lo que el consumo impulsa a la nueva producción.

Bajo estas características citadas en los párrafos anteriores se comprueba por un lado, que las privaciones de las personas obedecen al despilfarro de otras, que la riqueza es concebible con la pobreza y que el cálculo utilitario y preciso de la adquisición de bienes conlleva a la producción de mercancías inútiles y superfluas. Si es beneficioso para el hombre privarse de sus necesidades básicas y de los lujos que proporcionan las cosas, también es beneficioso despojarse de todo interés social, de todo trato comunitario, debe entonces el trabajador concentrarse en su interés particular y venderse y vender lo suyo en algo útil.

Como acabamos de describir, el modo de producción capitalista es al igual que los demás modos de producción (esclavismo, feudalismo, mercantilismo, etcétera.) un modo de ver las cosas, un modo de producir, un modo de relacionarse con las personas, en síntesis, es un modo de vida. El capitalismo abarca todos los espacios del ser, ya sean físicos (objetos

⁶⁸ Ob. Cit. Carlos Marx. “*Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844*”. Pág.121.

⁶⁹ Ob. Cit. Carlos Marx. “*Elementos Fundamentales para la Crítica de la Economía Política*” . Pág.10.

tecnológicos u objetos de consumo) ó ya sean mentales (sus ideas, sus sentimientos, su carácter), es un modo de vida aparentemente unilateral, es decir, llevada acabo bajo una forma histórico-natural. Esta forma histórico-natural obedece a la producción y reproducción de las necesidades de los seres humanos, sin embargo el Prof. Bolívar Echeverría hace puntualizaciones sobre otra forma de vida del modo de producción, esa otra forma es la forma valor, que es la causante del sometimiento de la forma histórico-natural. De esta manera, estamos hablando en esta segunda vida de una forma transhistórica, la forma valor, la cual soluciona un problema; pero crea otros, la forma valor al igual que el Estado y la Iglesia, funcionan como mecanismos conciliadores de los conflictos creados dentro de la sociedad, producto de la escasez; pero dichos mecanismos al mismo tiempo generan otros conflictos de índole institucional.

La forma valor se construye al modo de la teoría de las cosas, por lo tanto es una teoría sesgada de la sociedad. Lo antes dicho se debe a que el trabajo enajenado es la madre de la enajenación de la sociedad capitalista, todo lo que emane de ella está enajenado y no nada más la enajenación en sí; sino también la forma, el cuerpo y la satisfacción que produce ese valor de uso, ese valor de uso somete los gustos y las preferencias de las personas, los condiciona a su consumo, siendo este consumo vacío y sin pleno goce, y el cual nos lleva al consumo de otro bien complementario al anterior, igual de vacío y sin satisfacción plena, que termina por orillarnos al consumismo desahogado.

Por eso es que la competencia entre capitalistas conlleva al deterioro del valor de uso, y por lo tanto al deterioro de la calidad de vida de la población trabajadora, ya que lo primero por lo que compete el capitalista en el mercado es por la realización de sus mercancías sobre la base de un mecanismo cuantitativo de costos de producción, y como el capital iguala en el proceso de producción al capital constante y al capital variable, quedando de esta forma mutilada la plusvalía que emerge del capital variable, su costo de producción (igualación del capital variable y constante) llevará un incremento de beneficio que asignará el capitalista a su mercancía de forma autónoma, el cual creerá que la obtuvo gracias a su eficiente organización dentro del proceso productivo, y en el ámbito externo (competencia) creerá que la obtuvo gracias a su sagacidad e inteligencia en los negocios, sin haberse dado cuenta que el producto de su ganancia transfigurada ya estaba en cada mercancía y no en el eficiente hombre de negocios.

La transfiguración mutila el salario del obrero, ya que siendo este parte del costo de producción el capital, siempre intentará disminuir este gasto para de esta forma reducir sus costos y ser más competitivo en el mercado. El capital homogeniza al obrero a una simple máquina, a la cual puede manipular su remuneración y acoplarla a valores de uso menos costosos y más perjudiciales a su reproducción. El capital determina el contenido reproductivo del obrero y es enajenado en primera instancia por la restricción monetaria y luego por la calidad de lo que consume. Es tal la necesidad del obrero de consumir, que en un momento determinado se enajena aún más con el medio (dinero) con el que los puede adquirir las mercancías, que por su necesidad de satisfacer sus necesidades básicas, elevándolo a un grado de fetiche. Esto significa que lo que en un momento fue un medio para adquirir bienes, se convirtió por obra y gracia en un fin.

Dado que la propiedad privada tiene como esencia al trabajo enajenado, el punto de partida para la superación de la enajenación es desajenar ese trabajo, ya que como vimos, todo lo que produce ese trabajo está enajenado de una forma material, y como dice el Doctor Jorge Veraza: “la enajenación es material, por lo tanto, ella misma es el camino para la desajenación, pues en tanto que enajena duele y en tanto que duele, el sujeto humano se rebela en contra de ella”. La propiedad privada puede ser superada -dice Marx- en la realidad, bajo una acción comunista real que comienza por la producción de un valor de uso estratégico y él más a la mano y simple a producir: la comunidad de los hombres libres.

El paso de medio a fin es un objetivo político, pero si éste es social- dice Jorge Veraza- este pierde su carácter enajenado. Lo político y lo social se fusionan desajenadamente para producir una riqueza material con valores de uso no nocivos para el crecimiento y desarrollo de la humanidad.

1.4.3. TEORÍA NEOCLÁSICA DEL CONSUMIDOR

Una de las corrientes económicas que mayor difusión ha tenido desde su fundación hasta nuestra actualidad es sin duda alguna la teoría neoclásica. Esta nueva perspectiva económica tuvo en sus orígenes a representantes de diversas nacionalidades, como fueron: Carl Menger en Austria, William Stanley Jevons en Inglaterra y Léon Walras en Suiza, por mencionar algunos, pero la producción de trabajos pertenecientes a esta corriente se diversificó por toda Europa teniendo un éxito tal que se volvió la escuela dominante hasta el nacimiento de la escuela Keynesiana, que sin embargo, vió su nueva revalorización en las Universidades Ortodoxas de Estados Unidos, teniendo como principal representante a la Universidad de Chicago con Milton Friedman.

Los orígenes del neoclasicismo se remontan desde las publicaciones marginalistas de **Arsène Jules Etienne Juvénal Dupuit (1804-1866)**, este ingeniero fue el primero en aplicar los conceptos marginalistas a las decisiones de la demanda de los consumidores, y aseveraba: "Veremos que la utilidad de un trozo de pan puede crecer para el mismo individuo desde cero hasta el importe de su fortuna"(Dupuit, De l'influence des peages, etc. 1849, pág. 185)⁷⁰. En estos párrafos Dupuit deja en claro la concepción subjetiva de la utilidad de los bienes, de tal manera, que la utilidad de un bien reside en lo que cada individuo le otorgue a ese objeto para satisfacer sus necesidades, dependiendo de las variaciones de las circunstancias que imperen y del nivel de fortuna que esté dispuesto a sacrificar por la obtención de ese bien.

De esta forma Dupuit describe sus principios más importantes de la teoría subjetiva del valor y son los siguientes:

- a) "Un mismo bien posee para cada consumidor una utilidad diferente según la cantidad que puede consumir"⁷¹. Una persona que desea adquirir sal y la obtiene solo por 10 Kg a \$50.00, esta persona que sólo requiere de ese producto para condimentar sus alimentos no requerirá de una cantidad tan grande de sal, sino que consumirá la cantidad de 2 Kg por \$60.00 a pesar de que la cantidad es menor y el precio es mayor al ya ofertado. Lo mismo sucederá si esa persona desea consumir leche y la encuentra a 10 litros por \$100.00, si tan sólo va a consumir leche para acompañar un pedazo de pastel, entonces no tiene caso comprar tanta leche si no la va a consumir, él preferirá comprar 2 litros a \$50.00 demostrándonos que la utilidad de cada bien esta medida por las cantidades que puede consumir un individuo, en las cuales tiene una noción empírica y fisiológica de la cantidad que va adquirir.

⁷⁰ Shneider Erich. "Teoría Económica" Tomo III. Editorial: Aguilar. Madrid, 1967. Pág. 164.

⁷¹ Ibidem. Pág. 165.

- b) “Cada uno de los bienes de consumo tiene distinta utilidad, no solo para cada consumidor, sino también para cada necesidad en cuya satisfacción puede emplearse”⁷². De acuerdo a la necesidad que requiera satisfacer el consumidor, será el grado de utilidad que le otorgue al bien para emplearlo en la satisfacción de esa necesidad, es decir, si el consumidor tiene la necesidad del hambre, no será un carro deportivo el que le satisfaga esa necesidad; sino más bien, un pedazo de carne será el bien que le otorgará la satisfacción y un mayor grado de utilidad con respecto al carro deportivo.
- c) “La utilidad de un bien no solo es diferente para cada consumidor, sino también para el mismo consumidor...”⁷³. La utilidad que le otorga el consumidor a un bien puede variar de acuerdo a las circunstancias que imperen en cada individuo, por lo que si un campesino tiene la opción de dos bienes, por ejemplo: Una televisión y un caballo, es muy probable que el campesino le otorgue una utilidad de cero hasta el importe de su fortuna por el caballo que por la televisión, y de hecho, a la televisión no le otorgará ningún grado de utilidad, ya sea porque no está acostumbrado a usarla, no le gusta verla, ya tiene una, no le convence la marca, no es parte de su rutina diaria, etcétera; mientras que el caballo puede estar asociado a su ambiente y quehacer diario, a su complemento obligado como campesino, a sus costumbres, etcétera.
- d) “El precio de venta de un bien no sirve para medir su utilidad”⁷⁴. Para una persona analfabeta el grado de utilidad que le puede otorgar a un libro que cuesta \$200.00 puede ser de cero y parecerle de hecho un robo el precio ofrecido; mientras que una persona culta y bien preparada puede asignarle un grado de utilidad superior a cero y el precio del libro le puede parecer barato e inclusive puede estar dispuesto a pagar más por el precio ofrecido.

Para Dupuit, el precio de los bienes es un indicador, que si bien es cierto no reflejan el valor subjetivo de cada individuo, si refleja los cambios de conducta del consumidor, de tal suerte, que la obtención de un bien será el grado máximo de sacrificio que puede realizar un consumidor para adquirir el bien deseado. De ahí que introduzca el autor el concepto de renta del consumidor, que “es la diferencia entre la utilidad subjetiva y el precio a pagar por el bien”⁷⁵. Por ejemplo, si tenemos un libro de economía que tiene un precio de \$200.00 y la utilidad subjetiva para los estudiantes de economía es de: \$320.00, \$300.00, \$280.00, \$250.00 y \$200.00, entonces la renta del consumidor será: \$120.00, \$100.00, \$80.00, \$50.00 y \$0.00, por lo que el precio mínimo que estaría dispuesto a sacrificar un estudiante de economía por la adquisición de ese libro sería de \$0.00 y el precio máximo sería de \$120.00. De esta forma vemos que a medida que aumenta el precio del libro la renta o utilidad del consumidor disminuye, concluyendo Dupuit “que todo aumento o disminución del precio provoca una disminución o aumento de la renta del consumidor para los compradores que quedan por un importe igual a la variación del precio”⁷⁶.

⁷² Idem.

⁷³ Idem.

⁷⁴ Ob. Cit. Erich.Shneider. Pág. 165.

⁷⁵ Idem.

⁷⁶ Ibidem. Pág. 167.

Las conclusiones e investigaciones de Dupuit ya anticipan el trabajo de los austríacos, pero no nada más Dupuit posee ese mérito; sino también otro investigador que no tuvo al principio y después de su muerte el orgullo de ser tomado en cuenta en la discusión de su única obra y fue **Hermann Heinrich Gossen (1810-1858)**, que publicó su obra en Braunschweig en 1854 y se titula: “Exposición de las Leyes del intercambio y de las reglas derivadas para el comportamiento humano”.⁷⁷

Gossen efectivamente describe de una forma revolucionaria los principios del placer y el gozo de las personas, reivindicando en ello la teoría subjetiva del valor. De ahí que recomendará a los hombres la procuración del placer tomando en cuenta el desgaste que se produciría por alcanzar el mayor placer, ya que si el desgaste y las privaciones que surgen por alcanzar un determinado placer no son retribuidos por el gozo alcanzado, entonces ese gozo se convierte en un obstáculo de cualquier índole: ya sea físico o intelectual, por eso “debe ordenarse el goce de tal manera que la suma de los placeres de toda la vida sea máxima”.⁷⁸

El goce es el medio para la convivencia armoniosa entre los hombres, que se logra sobre la base de su esfuerzo individual y de su goce personal, el cual llevará a la vez el bien colectivo, por lo tanto, el goce es el motivo que fomenta el intercambio entre los hombres para el bienestar social. Todas estas relaciones ya están dadas por dictados del Creador, y nuestra tarea es la de exponerlas y llevarlas a su buena ejecución, por lo que el Creador nos dice: “¡Hombre, investiga las leyes de mi creación y obra conforme a ellas!”.⁷⁹

La investigación de las leyes del goce nos permiten identificar algunas características comunes del mismo:

- a) “La magnitud de uno y un mismo placer disminuye progresivamente cuando se procede sin interrupción a su satisfacción, hasta llegar a la saciedad”.⁸⁰ El reiterado consumo de un mismo bien, va disminuyendo constantemente el goce que experimenta el individuo, provocando en cada repetición un menor placer y un mayor desagrado hacia ese bien. Una persona de posición acomodada que come diariamente carne se puede sentir poco gustosa por repetir constantemente el mismo guiso, mientras que otra persona de posición humilde que tan sólo en días festivos o en ocasiones especiales para él o su familia llega a consumir carne, se puede sentir muy gustosa por saciarse de ese bien en repetidas ocasiones.
- b) “Análoga disminución de la magnitud del placer se produce cuando repetimos el goce anteriormente habido, y esto no solo de forma que cada repetición produzca la misma disminución, sino que la intensidad del placer es menor que la primera vez, y el período de duración del placer va acortándose con la repetición, se produce antes la saciedad y ambas, magnitud inicial y duración, son tanto menores cuanto más seguida es la repetición”.⁸¹ En el ejemplo anterior, la persona de posición

⁷⁷ Idem.

⁷⁸ Ibidem. Pág. 172.

⁷⁹ Ibidem. Pág. 174.

⁸⁰ Ob. Cit. Erich Shneider. Pág. 174.

⁸¹ Idem.

acomodada al repetir el segundo bocado de carne la duración del placer se va haciendo cada vez menor que la anterior, y cuanto más repita ese guiso menor placer obtendrá y menor duración del goce tendrá cada pedazo que ingiera de carne, siendo cada pedazo cada vez menos placentero que el anterior. Para la persona de posición humilde, el primer guiso de carne le puede hacer sentir mucho placer, sin embargo, a medida que fue ingiriendo cada bocado ésta experimentó en la saciedad una mayor disminución del placer, lo cual se asemeja a la actitud de la persona de posición acomodada. La reflexión sobre la similitud en la actitud de las personas se debe a un goce distinto de cada una de ellas, es decir, si bien es cierto que en un momento determinado ambas personas tienden a una disminución del placer al repetir cada bocado del mismo guiso, también es cierto que la diferencia en el hábito del consumo de las personas determinan el tiempo de duración del placer de las mismas, de tal suerte, que la persona de posición acomodada que acostumbra comer carne, llega el momento en que el consumo de ese bien le provoca un obstáculo para lograr el goce del mismo y a medida que sigue repitiendo el bocado de carne la duración del placer es cada vez menor hasta hacerse nula, recuperando el goce cuando éste empieza a consumir menos de ese guiso; mientras que la persona humilde que consume en ocasiones especiales carne gozará más saciándose de ese bien, y la repetición que realice de cada bocado le proporcionará una menor duración del placer, pero no tan grande como el de la persona que consume diariamente carne.

Gossen considera también el tiempo de vida de las personas, las cuales si no alcanzaran a procurarse el consumo de todos los bienes para poder alcanzar el máximo placer, hay que “procurárselos todos parcialmente, y precisamente en proporción tal que la magnitud de cada placer singular en el momento en que queda interrumpida la satisfacción del mismo sea igual a la de los demás”.⁸²

Los placeres que experimentamos por la naturaleza son al igual que los demás bienes, una manera particular de goce, ya que el goce que experimenta un campesino por sus bellos paisajes rurales no es tan placentero que el que experimenta una persona de la ciudad que ha recorrido varios kilómetros para encontrar y disfrutar tal espectáculo.

De este forma, llegamos a las dos leyes de Gossen:

Primera Ley: “En el caso de un bien arbitrariamente divisible, la utilidad marginal disminuye al aumentar la cantidad”.⁸³

Segunda Ley: “Dada una determinada cantidad de un bien aplicable a distintos fines, para alcanzar el máximo de utilidad debe distribirse entre sus aplicaciones alternativas de modo que sean iguales para todas ellas las utilidades marginales ponderadas”.⁸⁴

⁸² *Ibidem*. Pág. 181.

⁸³ *Idem*.

⁸⁴ *Idem*.

La primera ley tan solo confirma los ejemplos anteriores de los decrecimientos del placer; sin embargo, la segunda ley además de hablar de la procuración máxima de los placeres parciales, los cuales ya describimos, también engloba el concepto de bienes de segunda, tercera, cuarta clase, etcétera, es decir, materias primas, materiales auxiliares, máquinas, herramientas y otros, que solo tienen valor porque sirven para la elaboración de objetos de consumo. Esta clasificación será mejor estudiada posteriormente por Menger en sus *Principios de Economía Política*.

Por último, Gossen concluye su obra llegando al ámbito del intercambio y recomendando que esta actividad además de armonizar las relaciones entre los hombres, también ayuda a obtener el máximo de placer entre ellos, “de tal manera que el último átomo de cada objeto en poder de cada sujeto le procure el mismo placer que procura a cada uno de los demás el último átomo del mismo objeto.”⁸⁵

Uno de los economistas de la corriente marginalista que estudió y dió seguimiento exhaustivo a la esencia y las características de los bienes que dejó un tanto inacabada Gossen fue **Carl Menger (1840-1921)**. Considerado el fundador de la escuela austriaca de economía, sus estudios versaron sobre la teoría subjetiva del valor.

Aseveraba que “aquellas cosas que tienen la virtud de poder entrar en relación causal con la satisfacción de las necesidades humanas, las llamamos utilidades, cosas útiles”.⁸⁶ La utilidad de un objeto solo es adquirible si este entra en el requerimiento de la satisfacción de las necesidades, es en ese momento que adquiere esa cosa útil la cualidad de bien, pero esa cualidad no la pueden poseer todos los objetos, deben de cumplir cuatro condiciones siguientes:

1. “Una necesidad humana.” Si el objeto no tiene la capacidad causal de satisfacer una necesidad humana, entonces no puede ser bien. Si por un momento determinado del tiempo un objeto a servido como bien y en la actualidad, por los cambios en los hábitos de las personas las necesidades se modifican, entonces ese objeto que ya no puede responder a ese cambio de necesidades, dejará de ser bien.
2. “Que la cosa tenga tales cualidades que la capaciten para mantener una relación o conexión causal con la satisfacción de dicha necesidad.” El objeto debe poseer las propiedades físicas, químicas, biológicas, etcétera, que requiere el ser humano para satisfacer sus necesidades, o en otras palabras, el cuerpo del objeto debe estar acorde a los requerimientos humanos.
3. “Conocimiento, por parte del hombre, de esta relación causal.” Si el hombre no ve en el objeto una utilidad en ese momento o si no sabe para qué le sirve, entonces desaparece la cualidad de bien.

⁸⁵ Ob. Cit. Erich Shneider. Pág. 185.

⁸⁶ Menger, Carl. “*Principios de Economía Política*” Editorial: Orbis, S.A. Barcelona, 1986. Pág.47.

4. "Poder de disposición sobre la cosa, de tal modo que pueda ser utilizada de hecho para la satisfacción de la mencionada necesidad."⁸⁷ Si el hombre no sabe emplear el objeto para satisfacer sus necesidades o no tiene los medios para emplearlo, entonces pierde su cualidad de bien.

El punto culminante de la cualidad de los bienes está estrechamente vinculado con la relación causal inmediata de las necesidades del hombre, sin embargo, hay que distinguir a otros tipos de bienes, que si bien es cierto no entran en contacto inmediato con las necesidades del hombre, son indispensables para la consecución del bien de consumo, y por lo tanto, no pierden su cualidad de bien.

Los productos que tienen una relación causal mediata con la satisfacción de las necesidades los llamamos bienes de segundo orden, estos bienes como el aceite, la sal, los combustibles, etcétera, son los medios para la realización del bien de consumo. Todos aquellos bienes que sirven como medios para la realización de bienes inmediatos, los llamaremos bienes de orden superior, como son: los molinos, los cereales, los campos, las fábricas, el trabajo, entre otros, todos estos bienes pueden variar de acuerdo al proceso de que se trate, por ejemplo: para la producción de pan, el trabajo y los cereales pueden ser bienes de tercer orden; los campos, las fábricas pueden ser bienes de cuarto orden y así sucesivamente. Pero la cualidad de bienes de orden superior depende muy específicamente de poseer los bienes complementarios de ese mismo orden superior, y no nada más los bienes de ese orden, sino también, deben poseer los bienes complementarios del orden inferior que le sigue y así sucesivamente hasta llegar al bien de primer orden ó bien de consumo. De ahí el planteamiento de la primera ley de la cualidad de los bienes de orden superior: "La cualidad de bien de los bienes de orden superior está condicionada por el hecho de que debemos disponer también de sus correspondientes bienes complementarios",⁸⁸ y de paso se cubre la segunda ley: "La cualidad de bien de los bienes de un orden superior está condicionada por la cualidad de los correspondientes bienes del orden inferior".⁸⁹

Para ver de mejor forma estas dos leyes hagamos un ejemplo que nos permita corroborarlas. Supongamos que una modificación de los hábitos alimenticios en nuestro país ocasiona una eliminación del consumo del chile, la consecuencia abarcaría a los bienes de orden superior desde los campos chileros, el trabajo de campesinos, la maquinaria de recolección, el procesamiento de fábricas, la mercadotecnia y la publicidad, los distribuidores, los locatarios y el chile en sí perdería su cualidad de bien, provocando un desmantelamiento de toda la cadena productiva.

"Los bienes de orden superior piden y afirman su cualidad de bienes no con referencia a necesidades del presente inmediato, sino únicamente respecto a necesidades que a tenor de las expectativas humanas, sólo aparecerán en unos momentos en los que ya habrá llegado a su fin el proceso de producción del que hemos hablado en las líneas

⁸⁷ Ibidem. Pág. 48.

⁸⁸ Ob. Cit. Carl Menger. Pág.54.

⁸⁹ Ibidem. Pág. 58.

precedentes.”⁹⁰ La demanda de bienes del primer orden resulta ser bien determinada en cuanto a su calidad y su cantidad, pero la posesión de bienes de orden superior provoca incertidumbre en cuanto a su afirmación como tales, ya que, en cuanto se organizan estos bienes en el proceso de producción, su resultado final (bienes de consumo) es incierto en cuanto al tiempo de terminación de su calidad y de su cantidad, es decir, los bienes de orden superior se realizan como tales en el tiempo en que logran realizar los bienes del primer orden.

Menger asocia su teoría de los bienes con la división del trabajo de Adam Smith, pero la vinculación que hace es resultado de la introducción de más bienes por la división del trabajo, de tal suerte, que a medida que avanza la división del trabajo, la sociedad tiende a producir cada vez más bienes de orden superior, esta producción trae consigo el bienestar general, que inclusive logra llegar hasta los estratos más humildes de la sociedad. Por el otro lado, toda sociedad que se dedica exclusivamente a la recolección de bienes alimenticios y su división del trabajo es producto de la inmediatez de la naturaleza, menos diversificación de bienes lograrán y se alejarán cada vez más del progreso y bienestar económico.

La economía cuando ha alcanzado un cierto grado de desarrollo, adquiere también un sistema de previsiones de producción de bienes, es decir, cuando los niños salen de vacaciones los empresarios ya están produciendo los útiles escolares del próximo periodo escolar, del mismo modo, cuando estamos en temporada de verano y utilizamos ropa ligera y fresca, los empresarios ya están produciendo la ropa de otoño-invierno. De esta forma, la previsión nos garantiza el constante bienestar tanto en la cantidad de bienes que requeriremos, como la necesidad que tienen que satisfacer.

En base a la investigación anterior, Menger hace la distinción entre los bienes económicos y los bienes no económicos. Los primeros son aquellos en donde la necesidad es mayor que la cantidad disponible, estos representan la riqueza de una sociedad y determinan el orden y estructura jerárquica de esa misma, ya que, la relación cuantitativa de estos bienes obliga a que determinados grupos sean sacrificadores y sacrificados. Los poseedores de los bienes (o sacrificadores) legitiman en la sociedad su derecho y protección de los bienes, que es la base de la propiedad. “Por consiguiente, la propiedad, al igual que la economía humana, no es una invención caprichosa, sino más bien la única solución práctica posible del problema con que nos enfrenta la naturaleza misma de las cosas”.⁹¹

Los bienes no económicos son aquellos en donde la necesidad es menor que la cantidad disponible, por lo que éstos no son motivo del estudio de la economía humana, estos bienes abundan y son parte de la naturaleza como: el agua, el aire, los ríos, los mares, las selvas, etcétera, por lo que la relación de éstos con los hombres revisten la antítesis de la propiedad, que es el comunismo, “ porque los hombres son comunistas dondequiera ello es posible, atendidos siempre los actuales fundamentos naturales”.⁹²

⁹⁰ Ibidem. Pág. 62.

⁹¹ Ob. Cit. Carl Menger. Pág.87.

⁹² Ibidem. Pág. 89.

La experiencia ha enseñado que en momentos determinados de una sociedad los bienes no económicos se pueden convertir en bienes económicos, esto suele suceder cuando se da un aumento de la población, lo que acarrearía a una mayor explotación de los recursos naturales haciéndolos escasos y necesarios; también la elevación de la cultura podría llevar a un desarrollo de las necesidades como puede ser en el transporte, el cuál, de ser impulsado por animales, ha pasado a máquinas de combustión interna que emplean grandes cantidades de leña de los extensos bosques y selvas, que antaño eran bienes no económicos y ahora su empleo y nueva utilización los ha convertido en bienes económicos.

Por último, Menger entra al controvertido tema del valor de los bienes y los define de la forma siguiente: “Por tanto, aquel fenómeno vital que llamamos valor de los bienes brota de la misma fuente que el carácter económico de estos últimos, es decir, de la antes descrita relación entre necesidad y masa de bienes disponibles”.⁹³ Siendo consecuente con sus postulados, el autor iguala sus conceptos de bienes económicos y no económicos con el de valor y no-valor, es decir, si por ejemplo una comunidad que requiere satisfacer su necesidad de sed e higiene, les sobra y basta 1500 cántaros de agua diarios y tienen un pozo que produce 3000 cántaros diarios, entonces el valor de un cántaro no tendría ningún valor. Sin embargo, por motivos del aumento de la población o de una extensa sequía, la producción de agua del pozo disminuye de 3000 cántaros a 1200 cántaros diarios, el valor de un cántaro ahora tendría mucho valor por el hecho de que la cantidad disponible del bien sería menor a la necesidad requerida.

La diferencia esencial de los bienes económicos y los no económicos no radica en la utilidad, o lo que es lo mismo, en la capacidad de satisfacer necesidades humanas, sino que más bien, radica en la disposición cuantitativa de los bienes, ya que los bienes no económicos también satisfacen necesidades, pero su abundancia les quita la cualidad del valor; mientras que los bienes económicos además de útiles su escasez les da la cualidad de valor.

El seguimiento de los postulados de la escuela austriaca recaerían en un personaje muy cercano a Menger y que incluso llegó a ser su yerno y fue **Friedrich von Wieser (1851-1926)**, investigó sobre la atribución que tienen los bienes de producción en el valor de los bienes de consumo, así como, el valor correspondiente de cada uno de los factores de la producción (tierra, trabajo y capital) que entran en la elaboración de bienes de consumo.

La aseveración de que el valor de los productos tiene cierta influencia en el costo de su elaboración, entra en contradicción con la teoría subjetiva del valor de sus predecesores, sosteniendo “que la economía no se ocupaba tanto de la satisfacción de las necesidades como de procurar los medios con los cuales pudieran satisfacerse aquellas”,⁹⁴ el objetivo de la economía es el de maximizar la utilidad de los productos consumidos.

Wieser no era un opositor del intervencionismo estatal, al contrario, él defendía la intervención del Estado en la economía como un impulsor de la riqueza y como eficiente

⁹³ *Ibidem*. Pág. 104.

⁹⁴ Ferguson, John M. “*Historia de la Economía*” Editorial: Fondo de Cultura Económica. México, 1979. Pág. 159.

reductor de las enormes desigualdades sociales. De esta forma, sus propuestas en el ámbito industrial contenían reformas hacia una eficiente competencia que desembocara en una racionalidad económica.

Aunque los trabajos de Wieser no son muy reconocidos, sus posturas políticas que incluso tendieron hacia el socialismo, son una de las rarezas del paradigma de su escuela. Pero uno de los economistas que siguieron al pie de la letra el paradigma de la escuela austriaca y subjetiva del valor, se llamó **Eugen von Böhm-Bawerk (1815-1914)**, que es considerado como el último economista del triunvirato austriaco, sus trabajos van desde una más completa teoría del valor hasta la crítica del socialismo, sin embargo, su base teórica sigue siendo la de sus predecesores paisanos.

La transformación de valores a precios la resuelve de una forma muy sencilla, estableciendo que el valor en cambio objetivo era igual al precio y su cuantía estaba determinada por las valoraciones subjetivas de cada individuo. Con el empleo de sus llamados pares marginales estableció el precio de mercado, el cual se determinaría entre un límite superior e inferior, que serían estos últimos dados por las valoraciones subjetivas de los consumidores y vendedores marginales. “De aquí su conclusión de que el precio de mercado es marginal y es el resultado de las valoraciones subjetivas”.⁹⁵

Uno de los temas favoritos de Böhm-Bawerk fue el de la tasa de interés, como un premio a la abstinencia, es decir, la gente por lo regular prefiere consumir hoy a consumir más y mejor en el futuro, de tal suerte, que los que se abstienen hoy reciben su recompensa en el futuro. De igual forma aseveraba que los medios de producción actuales poseían un valor relativamente bajo porque no se consumen inmediatamente, por lo que en el futuro éstos productos aumentaban de valor debido a su utilización en la elaboración de productos de consumo.

No obstante, de los trabajos de Böhm-Bawerk, una de las grandes contribuciones a las teorías del consumo de aquellas épocas y paralelamente a la escuela austriaca no provendrían de un economista; sino más bien, de un estadístico alemán llamado **Ernest Engel** quien en el año de 1857 formularía sus tres famosas leyes que llevan su nombre y que tratan sobre la evolución y cambios en el consumo de las familias, y las cuales citamos a continuación:

- a) Primera Ley: “La parte del presupuesto familiar destinada a los gastos alimentarios disminuye según aumentan los ingresos”.⁹⁶ Esta ley al igual que las otras dos que veremos hace referencia a los porcentajes que destinan las personas a cada uno de los rubros del gasto, por lo que una familia pobre destinará mayor porcentaje de su ingreso a la alimentación que una familia rica. Esto se debe a que la familia pobre percibe una remuneración mucho más pequeña que el de la familia rica, el menor ingreso obliga a la familia pobre a gastar un mayor porcentaje de su ingreso en

⁹⁵ Ob. Cit. John M. Ferguson. Pág. 161.

⁹⁶ Gracia, Diego. “El momento Teleológico: La asignación de recursos.” Bolsa Médica II Epoca. Edición No. 16. file: //A: \Las Tres leyes de Engel. htm. Pág. 2.

bienes de primera necesidad, mientras que la familia rica, si bien es cierto que una parte de su ingreso lo destina en bienes necesarios y de mejor calidad, el quantum de su ingreso es tan grande que le permite gastar en artículos suntuarios. Por ejemplo, una familia pobre que percibe al mes \$3,000.00 y la cantidad que destina a la alimentación es de \$2,000.00; mientras que una familia rica que percibe \$16,000.00 al mes gasta en alimentación \$6,000.00, la proporción de gasto en la alimentación de la familia pobre es del 66.6% y de la familia rica es del 37.5%. A pesar de que la familia pobre destina más de su ingreso a la alimentación esto no garantiza que coma más y mejor que la familia rica, sino todo lo contrario, es más probable que la familia pobre coma peor que la rica. “Así, en Francia, estos gastos representaron 64.2% del presupuesto familiar en 1950”.⁹⁷

- b) Segunda Ley: “El porcentaje del presupuesto familiar reservado para la adquisición de bienes de confort (ropa, muebles, alquileres, etcétera.) tiende a permanecer estable. Estos gastos evolucionan proporcionalmente a los ingresos”.⁹⁸ Como vemos con la familia rica, la cantidad sobrante de su ingreso es de \$10,000.00, del cual pudiera utilizar \$7,000.00 a ese rubro del gasto, el cual representaría el 43.75%. Si su ingreso aumentara a \$20,000.00 y siguiera conservando \$6,000.00 para la alimentación, entonces destinaría \$8,750.00 a los bienes de confort, ya que al aumentar el ingreso aumentó en la misma proporción el gasto en bienes de confort a un 25%, teniendo entonces una disminución de la proporción del gasto alimenticio de 37.5% a 30% y la proporción destinada a bienes de confort se mantendría constante, pero la cantidad aumenta de \$7,000.00 a \$8,750.00. “Así, en Francia constituyeron 27.1% del presupuesto familiar en 1950; 29.4% en 1960; 31% en 1970 y 1975; y a 30% en 1985”.⁹⁹
- c) Tercera Ley: “La fracción del presupuesto familiar utilizada para pagar los servicios, los bienes culturales y el ocio (higiene y salud, cultura, enseñanza, vacaciones, transportes, comunicaciones y telecomunicaciones, seguros, etcétera.) tiende a crecer a medida que aumentan los ingresos”.¹⁰⁰ Siguiendo con el ejemplo anterior, la familia rica con un ingreso de \$16,000.00 y un gasto alimentario de \$6,000.00; un gasto en bienes de confort de \$7,000.00; gastará \$3,000.00 en servicios, lo que en proporción serían 18.75%. Si su ingreso aumentara a \$24,000.00 entonces la proporción del gasto en alimentos bajaría de 37.5% a 25%; la proporción en bienes de confort permanecería estable en un 43.75% y la proporción en servicios aumentaría de 18.75% a 31.25%, lo que nos llevaría a corroborar que a medida que aumenta el ingreso, más proporción de éste se destina a otros bienes que no tengan que ver con la alimentación. “En Francia, estos gastos

⁹⁷ Idem.

⁹⁸ Ob. Cit. Gracia, Diego. Pág. 3.

⁹⁹ Idem.

¹⁰⁰ Idem.

se estimaron en 26.7% en 1950; 34.5% en 1960; 41.1% en 1970; 43.2% en 1975; y en 1985 a 52.8%”.¹⁰¹

El estudio de Engel ha sido considerado hasta la actualidad como un excelente instrumento de medida del comportamiento del consumidor, sobre todo por la escuela neoclásica, a tal grado, que se han llegado a perfeccionar sus leyes en base a curvas y gráficas, de tal manera, que ha contribuido a mejorar los mecanismos y métodos de información de los presupuestos familiares.

La diversificación de la escuela marginalista alcanzaría a influenciar a los economistas ingleses, uno de ellos fue **William Stanley Jevons (1835-1882)**, el cual conjuntaría la teoría subjetiva del valor, con los criterios del *laissez faire*, argumentando que la intervención del Estado en la economía sólo debe darse en el ámbito privado de la siguiente forma: “a) cuando la mejor coordinación de numerosas operaciones diseminadas puede conseguirse sólo por ese medio; b) cuando los procesos a realizar son rutinarios; c) cuando el trabajo se realiza a la vista del público; d) cuando se necesita poco capital.”¹⁰²

El punto de partida de Jevons fue sobre la base de las teorías del dolor y el placer de Bentham, aunque no adoptó toda la teoría de éste investigador porque se concentró mas en el aspecto psicológico de la misma, si diferenció las nociones que no se podían calcular, como fue el caso del dolor y el placer, que a juicio del autor eran condiciones que los propios seres humanos pueden decidir sin la ayuda de alguna magnitud, ya que el individuo sabe por si mismo cuándo el dolor excede al placer y viceversa.

Uno de los problemas principales de la economía es el cálculo del valor en cambio, ya que de éste se deriva la utilidad marginal de dos o más productos, es decir, la utilidad surge del placer por el uso de un producto, por lo que al igual que Dupuit y Gossen, la utilidad con respecto a un producto será inversamente proporcional a la mayor cantidad usada de ese producto. La reiteración de la utilidad marginal es para Jevons el determinante básico de los valores en cambio de los productos, aunque no le gustaba utilizar la palabra valor y la cambio por “proporción de cambio” y la definía como: “la inversa a la proporción del grado final de utilidad de las cantidades de artículos disponibles después de realizar el cambio”.¹⁰³ El grado final de utilidad establecido por los consumidores de los artículos son los determinantes del valor o la proporción de cambio de los productos cambiados.

La conjunción de trabajos entre marginalistas se dio precisamente entre Jevons y **Léon Walras (1834-1910)**, ambos mantuvieron correspondencia referente a las posiciones y cálculos del valor, sin embargo, Jevons no trabajó el otro aspecto de la teoría económica, el de la oferta y por lo tanto, no desarrollo una teoría del equilibrio general. Es Walras el que se encargaría de desarrollar el equilibrio general, llegando a ser uno de los pilares más notables de la escuela marginalista, que contribuiría además, junto con su amigo Jevons de redescubrir e instaurar en un lugar en la historia económica a Gossen.

¹⁰¹ Idem.

¹⁰² Ob. Cit. John M. Ferguson. Pág. 152.

¹⁰³ *Ibidem*. Pág. 154.

El punto de partida de Walras inicia en la definición de la riqueza social, como el conjunto de cosas materiales e inmateriales que son escasas y que satisfacen las necesidades humanas. El que las cosas sean escasas también las hacen limitadas, pero si las cosas son útiles e ilimitadas como: el aire, el agua, etcétera, entonces esas cosas no son objeto de estudio, ni de la riqueza social.

La utilidad y la escasez de las cosas las hacen apropiables, ya que el hecho de apropiarse de cosas abundantes deja sin sentido la problemática social, la limitación de cosas útiles obliga a algunos hombres o algunos grupos a controlar esas cosas, dejándolas desposeídas del dominio público. Los hombres que controlan y se apropian de los bienes tienen dos ventajas sobre ese dominio. Primero, tienen una abundante provisión de bienes para satisfacer sus necesidades y deseos. Segundo, la abundancia de bienes les permite intercambiarlos por otros bienes escasos, esto sólo en el momento en que ya hayan cubierto sus necesidades, es decir, solo se intercambiará el producto excedentario. “Baste, por el momento, constatar que la apropiación (y en consecuencia la propiedad que no es más que la apropiación legítima o conforme a la justicia) se ejercita sobre toda la riqueza social, y nada más que sobre la misma”.¹⁰⁴

La apropiación al permitir el intercambio posibilita el valor de cambio, porque si las cosas se intercambian se debe a la existencia de una proporción determinada de cambio de una cosa con otra, si no existe la necesidad de obtener una cosa y dar a cambio otra, entonces no hay valor de cambio y éste “al igual que el fenómeno de la propiedad, se aplica a toda la riqueza social y nada más que a ella”.¹⁰⁵

Walras en su investigación llega a un punto de mucho interés para cerrar el círculo de su teoría y es el de la industria, en la cual las cosas limitadas son industrialmente producibles y multiplicables, por lo que el problema de la escasez debe ser resuelto por medio de ésta al tratar de producir al máximo la cantidad de cosas útiles. De esta forma, la propiedad, el valor de cambio y la industria son los mecanismos que generan la solución del fenómeno de la escasez de las cosas.

La escasez genera la propiedad, que es un fenómeno de carácter general y que provoca otros fenómenos generales como el intercambio, éste establece cambios en el modo de relacionarse entre los hombres y las cosas, como la compra y venta de productos específicos como pueden ser: horas de trabajo a cambio de dinero con el cual se pueden adquirir cosas útiles. “Los intercambios se realizan en el mercado. Se considera como mercado específico el lugar donde se llevan a cabo ciertos intercambios específicos”.¹⁰⁶

En el mercado es donde vemos representado en forma natural el valor de cambio, el cual establece la función en que se intercambiarán las cosas útiles y escasas. Por ejemplo, un campesino que va al mercado a ofrecer queso que vale \$50.00 el kilo; ese valor del

¹⁰⁴ Walras, Léon. “*Elementos de Economía Política Pura, (o teoría de la riqueza social)*.” Editorial: Alianza, S.A. Madrid, 1987. Pág. 157.

¹⁰⁵ *Ibidem*. Pág. 158.

¹⁰⁶ *Ibidem*. Pág. 159.

queso no es establecido por el vendedor, en este caso el campesino, ya que éste desearía vender su producto más caro, pero de hacerlo así se arriesgaría a que el comprador encontrara a uno o más vendedores ofreciendo el queso al precio ya establecido, y de esta forma le dejarán de comprar su producto. Si por el otro lado, el comprador desea pagar menos por el queso, entonces el vendedor podría encontrar a uno o más compradores dispuestos a adquirir su queso al precio ya establecido. “El valor de cambio, una vez que se ha determinado, posee el carácter de un fenómeno natural, natural en su origen, natural en su manifestación y natural en su esencia”.¹⁰⁷

El fenómeno de la industria precisa su objeto natural en la producción de cosas útiles y escasas; así como, en la transformación de cosas indirectamente útiles a directamente útiles.

La transformación de cosas indirectamente útiles se logra gracias a la interacción del hombre con las cosas, el hombre logra la multiplicación de sus bienes por medio de la división del trabajo y ésta permite en base a la especialización la transformación y multiplicación de las cosas útiles, que de forma individual costarían más trabajo y tiempo producirlas, ya que, “los destinos de todos los hombres son solidarios entre sí desde el punto de vista de la satisfacción de sus necesidades.”¹⁰⁸

La generación de riqueza social sobre la base de la producción industrial crea problemas de abundancia no proporcionada, como puede ser el caso de la producción de maíz, el cual puede llegar a ser abundante, pero su manufacturación en cereales, tortilla, aceites, etcétera, puede llegar a ser escaso, lo mismo sucede con el trigo, que de ser abundante en grano es escaso en pan, en harina, en tortilla, y en otros derivados más, y así sucedería en cada uno de los procesos de transformación de cosas, ya que por un lado la transformación de cosas indirectamente útiles es abundante y por el otro lado, la transformación de cosas directamente útiles es escasa, provocando una medida insuficiente de satisfacción social.

También la generación de la riqueza social sobre la base de la producción industrial crea el problema de la equidad, porque los que producen mucho a veces consumen poco y viceversa, es un aspecto de justicia económica y social.

Walras regresa al aspecto de la apropiación de las cosas, aseverando que solo los más intrépidos, fuertes e inteligentes, son los más capaces para apropiarse de las cosas útiles y esta apropiación es resultado de la relación entre los hombres, porque la naturaleza hace a las cosas apropiables y los hombres se las apropian. “La propiedad es la apropiación equitativa y racional, la apropiación legítima. La apropiación es un fenómeno puro y simple, la propiedad, que es un fenómeno legítimo, es un derecho”.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Ob. Cit. Léon Walras. Pág. 160.

¹⁰⁸ *Ibidem*. Pág. 166.

¹⁰⁹ *Ibidem*. Pág. 170.

La escuela marginalista veía en Léon Walras a una de las últimas figuras más sólidas de la investigación en esa época, sin embargo, también veía al mismo tiempo a uno de los primeros economistas que inició la crítica sobre el comportamiento del consumidor sobre la base de la utilidad marginal y fue **Wilfredo Pareto (1848-1923)**. Este economista italiano parte en un principio con la defensa de la utilidad marginal, como una magnitud mensurable capaz de medir mediante la observación los fenómenos económicos que se presentan, al igual que la medición de los astros y los planetas, que aunque en algunas ocasiones imperfectas son capaces de darnos una idea del comportamiento del fenómeno, y en base a eso sacar algunas conclusiones.

Es a partir de 1891 y 1892 cuando Pareto empieza a cuestionarse y a reflexionar sobre la sustentabilidad de la utilidad marginal, a ese respecto le escribe a su colega M. Pantaleoni: "No consigo verme libre de dudas sobre este alabado concepto de utilidad, cuya medición no alcanzo a ver".¹¹⁰ En 1899 empieza a escribir un libro en donde establece su separación con los utilitaristas y el planteamiento de su teoría de la elección, la cual está basada en el empleo de las curvas de indiferencia de Edgeworth, que es de hecho la única novedad en su teoría y tiene como fin explicar el comportamiento del consumidor en base a resultados empíricos inmediatos.

A modo de sintetizar la exposición de Pareto realizaremos el ejemplo que hemos venido utilizando en los anteriores economistas.

Supongamos que la persona de posición acomodada tiene 2 kilos de carne y 2 kilos de frijoles, dado que esta persona ha mostrado su disposición de recibir más frijoles y menos carne, lo que sería en una de tantas opciones tener 1 kilo de carne con tal de recibir 3 kilos de frijoles, por lo que le da lo mismo tener 2 kilos de carne y 2 kilos de frijoles o 1 kilo de carne y 3 kilos de frijoles, o 1.5 kilos de carne y 2.5 kilos de frijoles, o bien 0.5 kilos de carne y 3.5 kilos de frijoles, etcétera, es decir, las combinaciones le son indiferentes, para lo cual se les debe de asignar un índice que cumpla dos condiciones: "1. - Dos combinaciones cuya elección sea indiferente poseen el mismo índice; 2. - Entre dos combinaciones cualesquiera es preferida aquella que tiene un índice más elevado. Obtenemos así índices de la ofelimity* o de la satisfacción que le reporta al sujeto la combinación correspondiente a cada índice".¹¹¹

Mediante el uso de las curvas de indiferencia obtenemos el mapa de los gustos del consumidor, el cual refleja las combinaciones que le son indiferentes y las combinaciones que prefiere. La asignación de valores aleatorios a cada uno de los bienes que se desean consumir a lo largo de la curva de indiferencia, la cual es de pendiente negativa y convexa con respecto al origen, nos permite medir el grado de sustituibilidad de los bienes; así como, el punto óptimo que maximiza la satisfacción del individuo. Esta nueva visión de

¹¹⁰ Ob. Cit. Erich Shneider. Pág. 270.

• Se emplea como sinónimo de satisfacción, apaciguar, gusto, júbilo, etc.

¹¹¹ *Ibidem*. Pág. 273.

Pareto, no es más que el inicio de una nueva corriente dentro del campo de la investigación de la teoría neoclásica, que sería llamada como *la teoría ordinal del consumidor*.

A partir de Pareto vendrían más trabajos sobre la teoría ordinal, pero la conjunción de las herramientas de medición de la elección del consumidor serían trabajadas por uno de los cinco economistas ingleses más destacados **Alfred Marshall (1842-1924)**, considerado como el rehabilitador de la economía neoclásica, consideró a esta disciplina desde dos puntos de vista. La primera, como una esencia del estudio de la riqueza, la cual la define como el total de la producción externa que requieren los individuos y que se puede medir en magnitudes monetarias. La segunda, como el estudio del comportamiento del hombre, para la cual “la economía política o la economía es un estudio de la humanidad en los asuntos ordinarios de la vida”.¹¹²

En lo que respecta al valor, lo estableció en base al resultado del equilibrio entre la oferta y la demanda, de tal manera que el valor era una magnitud monetaria de equilibrio entre ambas fuerzas.

En el estudio del consumo, Marshall lanza un concepto original que llamó “excedente del consumidor” y se define como: “la satisfacción excedente sentida por el comprador de un artículo o servicio por menos de lo que piensa que vale para él”.¹¹³ Un poco retomando a Dupuit, el excedente del consumidor reitera la desigualdad del valor subjetivo y el precio de mercado, ya que, el consumidor al dirigirse al mercado a comprar, por ejemplo carne, que está a un precio de \$50.00 el kilo, el deseo de consumir ese bien por parte del individuo puede ser muy grande para él, por lo que está dispuesto, antes de llegar al mercado, a pagar hasta \$80.00 por el kilo, sin embargo, al entrar en contacto con el precio de mercado, su excedente de lo pagado a lo deseado es de \$30.00, de esta forma el consumidor obtiene un beneficio monetario.

El tema de la demanda lo abordó de una forma más psicológica, a tal grado que llegó a postular que la demanda era el conjunto de las apetencias y deseos de los seres humanos, que se cristalizaban en la adquisición de objetos bien definidos como lo son: los alimentos, las bebidas, los servicios, etcétera. También estuvo consciente de que la demanda podía cambiar de la misma forma en que se fomentaban las necesidades imaginarias, por medio de la moda, la mercadotecnia y la publicidad.

Por último, Marshall contribuyó a la teoría de la formación del precio, argumentando que en un mercado cualquiera los compradores y vendedores contribuían a la formación del precio y que un solo comprador o vendedor no era capaz de imponer su propio precio; pero la pequeña contribución de cada comprador y vendedor no lograría establecer el precio que es en el colectivo.

La tradición neoclásica llegó a su punto de inflexión durante la gran depresión de principios de siglo, la cual dejó a la gran mayoría de los investigadores de esta escuela en

¹¹² Ob. Cit. John M. Ferguson. Pág. 168.

¹¹³ *Ibidem*. Pág. 170.

jaque. Pero no fue sino hasta la aparición de la Teoría General de Keynes que se aborda de una manera más crítica una gran parte de la insuficiencia de los postulados neoclásicos, también es verdad que no fue la intención de Keynes la de hacer una crítica total de esa escuela, ya que él mismo acepta que los postulados neoclásicos son aplicables en casos muy específicos. Sin embargo, la nueva oleada de economistas de los 70's, principalmente de las escuelas norteamericanas, adoptó por motivos necesarios los postulados de ésta escuela, siendo su principal representante teórico y político Milton Friedman.

Milton Friedman, uno de los economistas más influyentes y destacados en la actualidad, realizó un estudio sobre los cambios de conducta y el comportamiento del consumidor, en la cual intenta dar al traste con los planteamientos keynesianos, para ofrecer una nueva visión controvertida sobre el consumo.

Su investigación inicia con la exposición de los supuestos básicos de toma de decisiones del consumidor y son los siguientes:

a) "Certeza absoluta."

La unidad consumidora conoce la cantidad que percibirá en un periodo determinado de tiempo, conoce el precio de los bienes de cada periodo de tiempo y el tipo de interés, el cual determinará la conveniencia de prestar o pedir prestado. Si la unidad consumidora tiene la certeza de su ingreso, entonces sus gastos permanecerán estables aún cuando varíe su ingreso en un periodo de tiempo determinado. La tasa de interés puede ayudar al consumidor a aumentar su ingreso por préstamos si la tasa es positiva o pedir prestado si es negativa.

b) "El efecto de la incertidumbre."

Es un motivo que implica la interpretación del comportamiento del consumidor de un periodo a otro de tiempo, ya que si la incertidumbre esta presente, ésta provoca un mayor deseo de mantener riqueza, pero no riqueza permanente, sino más bien, riqueza no humana que es el fondo de reserva destinada a sucesos inesperados. La diferencia entre el ingreso permanente y la riqueza no humana es la que determina el aumento o disminución del consumo planeado. "Un incremento proporcional de la riqueza no humana y el ingreso permanente aumenta tanto la reserva disponible como el nivel de consumo que quiere protegerse; es como un cambio de escala."¹⁴

c) "La relación entre la función de consumo individual y la agregada."

La función de consumo individual se define como sigue:

$$C_p = k(i, w, u) * Y_p = k(i, w, u) * iw$$

Donde: C_p = Consumo permanente

¹⁴ Friedman, Milton. "Una teoría de la Función de Consumo". Editorial: Alianza. Madrid, 1975. Pág. 33.

k= Es la porción del ingreso permanente, la tasa de interés, la diferencia entre la riqueza no humana y el ingreso permanente y los factores de utilidad.

i= Tasa de interés

w= Diferencia entre la riqueza no humana y el ingreso permanente.

u= Factor de utilidad.

iw= Ingreso.

“Por tanto, el consumo agregado depende no sólo de la forma concreta de esta ecuación, sino también de la distribución de las unidades de consumo con arreglo a estas variables. Sean:”¹¹⁵

$$f(i, w, u, Y_p) \delta i \delta w \delta u \delta Y_p$$

donde: δi , δw , δu y δY_p son las distribuciones de las unidades de consumo, por lo que el tipo de interés está comprendido entre i e $i + \delta i$ y así sucesivamente. Entonces, tenemos que el consumo agregado es:

$$C_p = \int \int \int \int f(i, w, u, Y_p) k(i, w, u) Y_p \delta i \delta w \delta u \delta Y_p$$

$i \quad w \quad u \quad Y_p$

Tenemos entonces que el consumo permanente en unidades de consumo individuales está en función de una fracción del ingreso permanente, que si bien es cierto no depende de la magnitud de éste, si depende de la tasa de interés, la diferencia de riqueza no humana y el ingreso permanente y los factores de utilidad, como pueden ser las razas, la educación, la cultura, la edad, el sexo, la distribución de la renta, etcétera.

La relación entre el consumo individual y el consumo agregado radica en la distribución de las unidades consumidoras, porque en lo demás son iguales. Para completar la exposición solo falta definir al consumo y al ingreso. El consumo se compone de unidades de consumo permanente y de consumo transitorio, este último refleja la influencia de condiciones causales como pueden ser: la época de cuaresma, la Navidad, etcétera, en la cual las condiciones determinan cierto tipo de consumo. Para el ingreso, este se compone del ingreso permanente y del ingreso transitorio, éste último al igual que el anterior depende de factores causales, tales como: una herencia, el haberse sacado la lotería, entre otros, que caen como imprevisto en el ingreso.

Como acabamos de describir, un elemento fundamental en el análisis de Friedman es el ingreso permanente, como una unidad dada y certera con la que cuenta el consumidor. Al aterrizar su teoría a los datos observados de encuestas de los Estados Unidos, el autor empieza a contrastar las hipótesis keynesianas con su nueva teoría, llegando a las siguientes conclusiones:

¹¹⁵ Ob. Cit. Milton Friedman. Pág. 35.

1. - De acuerdo con los keynesianos, el ingreso será con el tiempo cada vez más desigual al consumo, ya que para ingresos bajos el consumo excederá al ingreso, mientras que para ingresos altos el consumo será menor al ingreso. De acuerdo con los datos, la desigualdad del ingreso con el consumo ha ido disminuyendo con el tiempo en Estados Unidos.

2. - Se dice que el ahorro no puede aumentar si antes no aumenta el ingreso. Pero se observó que “el ahorro ha sido una fracción constante del ingreso a lo largo del tiempo en Estados Unidos.”¹¹⁶

3. - Las regresiones calculadas para periodos largos de presupuestos familiares no cambiarán sistemáticamente. Sin embargo, “las regresiones han sido siempre más altas cuanto más tardía es la fecha del estudio sobre presupuestos familiares.”¹¹⁷

Los datos sobre presupuestos familiares confirman la hipótesis del ingreso permanente y de sus variables independientes como: la tasa de interés, la diferencia entre la riqueza no humana y el ingreso permanente, los factores de utilidad, el consumo transitorio y el ingreso transitorio. El estudio de Friedman trata de explicar con todo lo anterior los aspectos específicos de las diferentes unidades consumidoras como son: los empresarios, los agricultores y los no agricultores. Concluyendo lo siguiente:

“La diferencia entre los grupos empresariales y los no empresariales respecto de la magnitud de k parece mayor y más firme que ninguna otra de las que hemos analizado”.¹¹⁸ Una parte de la explicación de ésta mayor brecha entre los grupos se debe a que k es inferior en los empresarios porque no tienen buenas perspectivas sobre los ingresos, lo que provoca una mayor necesidad por reservar ingresos en caso de emergencias, mientras que los no empresarios poseen una mejor perspectiva sobre sus ingresos permanentes, y sus ingresos transitorios son poco significativos de alrededor de un 20 y un 25% de su ingreso medio.

Los grupos empresariales tienen una mayor dependencia de los ingresos transitorios que es de alrededor del 40 y 50% de su ingreso medio, lo que significa que tienen una mayor tasa de rendimiento sobre su capital acumulado; mientras que la tasa de rendimiento de los grupos no empresariales es muy baja.

Dentro del rubro de los grupos empresariales, esta el de los empresarios agrícolas y no agrícolas, los segundos poseen una k más pequeña que los primeros, lo que significa que los empresarios agrícolas dependen más de sus ingresos permanentes, que inclusive posee una dispersión del 60 y 70%; mientras que los no agrícolas llegan a ser del 80 y 90%.

¹¹⁶ *Ibidem*. Pág. 276.

¹¹⁷ *Idem*.

¹¹⁸ *Ob. Cit.* Milton Friedman. Pág. 278.

Todo lo anterior confirma que los consumidores adoptan sus gastos al ingreso de largo plazo, basado en el ingreso permanente y no por el ingreso del momento.

Por último, la investigación según Friedman confirma su hipótesis y los errores de la función consumo de Keynes, la cual establecía un consumo en función del ingreso, y que además era una función muy estable del mismo. El establecimiento de la nueva modelación económica del autor, lo ha llevado a recomendar a los investigadores a no emplear muchas variables en sus modelaciones, ya que, “es signo de fracaso y no de buen éxito; significa que el analista no ha encontrado un modo verdaderamente fecundo de interpretar o entender lo que es objeto de su estudio; porque la esencia de una teoría fecunda es su sencillez”.¹¹⁹

CUADRO SINÓPTICO DE CONCLUSIONES		
DISCIPLINA	CONTRIBUYENTES	CONCLUSIONES
Psicología	Abraham Maslow	Ordena las necesidades de los hombres de acuerdo a su nivel básico de importancia, la cual llamó, “Jerarquización de Necesidades” y las dividió en cuatro grupos: Necesidades fisiológicas y de seguridad, Amor y necesidades sociales, Necesidades de autoestima y Necesidades de autorrealización. Según Maslow, los individuos satisfacen primero sus necesidades fisiológicas y de seguridad, una vez cubiertas éstas, se concentra en satisfacer las demás restantes, las cuales cambian de acuerdo al entorno social y natural en que se encuentran inmersos los hombres.
	George Katona	Evidencia la importancia de adoptar a la Psicología moderna sobre la Psicología mecanicista, ya que ésta última trata al hombre como un autómeta, al cual le basta para predecir su comportamiento, el empleo de unas cuantas variables macroeconómicas; mientras que la moderna usa a la economía y a la psicología para mejor describir la esencia de la conducta de los consumidores, fusionando las variables económicas con variables sociales.
	Vance Packard	Sus investigaciones se centran en el “Enfoque Profundo de la Publicidad”, el cual tiene como propósito atacar las motivaciones inconscientes del consumidor por medio de la publicidad, para hacer del consumo de los hombres el fin último de su felicidad.
	Erich Fromm	Parte de la Concepción Materialista de la Historia, aseverando que lo que se consume ya no satisface las necesidades naturales de los hombres, se consume por el sometimiento del sistema capitalista que provoca un ansia e insatisfacción constante, irracional y religiosa, ya que lo que se busca como felicidad es el consumir el mayor número de productos posibles, aunque no sepamos para qué nos sirven.

¹¹⁹ Ibidem. Pág. 283.

Sociología	James Duesenberry	Hace una crítica a los postulados de la teoría neoclásica, partiendo de ella para dar su aporte sociológico, comenzando desde los comportamientos individualistas de las personas hasta la necesidad de pertenecer a grupos para obtener artículos de mejor calidad que ayuden al logro de un nivel de vida más alto.
	Torstein Veblen	El consumo en las sociedades está determinado por la división de clases. Las clases ociosas son las que marcan la pauta del consumo, y además son el punto de referencia para etiquetar los comportamientos de las clases inferiores, debido a que cada clase tendrá sus pautas y hábitos de consumo, por el cual los grupos de personas intentarán mantener y emular para alcanzar la clase superior inmediata.
	David Riesman	“Los hombres no siempre se adaptan a la estructura social.” Existen grupos sociales que si bien es cierto no se aíslan de la sociedad establecida, mantiene ciertos comportamientos que los diferencian entre los demás. Por ejemplo, los individuos los agrupa Riesman en tres tipologías de carácter y son: el tradición-dirigido, el orto-dirigido y el hétero-dirigido. El primero es el que se adapta a las condiciones ya establecidas por la comunidad y la familia, todas sus acciones y formas de consumo giran en torno a las instituciones tradicionalistas caracterizadas por la vida en el campo y el alto crecimiento poblacional. El segundo, es más individualista y se adapta a las condiciones que exija la acumulación de capital, su consumo se enfoca hacia el contenido nutritivo de la comida. El tercero es más social y se concentra por obtener el mayor gozo de las actividades no productivas, su consumo lo toma como un adorno sofisticado que ser gozado.
Economía	Función Consumo de Keynes	John Maynard Keynes. Se centra en el nivel de ocupación de la comunidad. Iniciando el ciclo reproductivo de éste en el nivel de ocupación, el cual depende de la oferta global que se define como el costo de los factores de la producción más la ganancia, y de la demanda global, que es el importe de las ventas de los productos ofrecidos por los empresarios para un nivel dado de ocupación. Es importante el nivel de ocupación, ya que el hecho de ser empleado implica la percepción de un ingreso que posibilitará el gasto de una parte de éste en consumo, la otra parte del ingreso se destinará al ahorro, el cual, dependiendo de ciertos factores subjetivos tendrá la posibilidad de convertirse en inversión. Es decir, una vez satisfechas las necesidades más apremiantes de la comunidad, éstas, bajo ciertas circunstancias subjetivas y objetivas tenderán al ahorro, ya que cuando aumenta el ingreso real nacional, los individuos aumentan también su consumo, pero no en la misma proporción de lo que aumentó el primero, posibilitando que la parte sobrante se destine al ahorro por motivos de preocupación, especulación, cálculo, avaricia, etcétera, que en el corto plazo no sufren modificaciones, salvo circunstancias coyunturales extraordinarias. Lo mismo sucede con la tasa de interés, debido a que un aumento de la misma no necesariamente incentivará a los individuos a dejar de consumir, ya que esto dependerá de hasta qué punto tienen satisfechas sus necesidades y que motivos los pueden impulsar al ahorro, aunque las tasas reales de ahorro no dependen de factores subjetivos, sino más bien de hasta que punto sea favorable a la inversión la tasa de interés, después de tomar en cuenta la eficiencia marginal del capital.

Teoría Marxista del Consumo	Carlos Marx.	<p>El punto de partida de éste autor inicia desde el trabajo, concebido éste en la sociedad capitalista como un trabajo enajenado, como una actividad que niega al hombre a pesar de que es el medio material y espiritual de ella, es decir, su fuerza de trabajo, su ser mismo, puesto en actividad es la creadora del trabajo. En la sociedad capitalista el hombre ya no trabaja para satisfacer sus necesidades; sino que éste trabaja para satisfacer las necesidades de acumulación capitalista, en la apariencia trabaja para satisfacer las necesidades del mercado, las cuales no necesariamente satisfacen las necesidades de éste.</p> <p>El producto que crea el obrero mediante su trabajo se vuelve en contra de él, como un objeto independiente que no tiene nada que ver con su realización; sin embargo, éste fue concebido una y exclusivamente gracias al desgaste humano y a la interacción de éste con la naturaleza. De esta forma, en el momento en que el trabajo ya no le pertenece al obrero y los bienes que produce tampoco, también sus medios de subsistencia lo niegan, ya que éstos en sus características físicas llevan implícita la forma y el modo en que éstos se habrán de consumir; así como, aquellos individuos específicos que los van a consumir, de ahí que se cree un objeto para el sujeto, pero del mismo modo, el objeto exige un sujeto determinado para sí mismo.</p> <p>La razón por la que el obrero enajena su trabajo, se debe a que el capitalista ofrece el trabajo al obrero y también lo solicita éste, de tal manera que la actividad que realiza es forzada y no voluntaria, la satisfacción de sus necesidades naturales son transformadas en un medio para adquirir dinero para conseguir sus satisfactores más elementales. Es por eso que los obreros en cuanto no exista una barrera para mantenerlos en sus centros de trabajo, huyen lo más pronto posible. El que los trabajadores huyan de sus centros de trabajos no los hace libres, ya que con el dinero que obtuvieron por la paga de su trabajo, buscan disminuir las hostilidades de objetos enajenados, sin darse cuenta que el mayor consumo de éstos los vuelve más caprichosos e irracionales, siendo la propiedad privada la causante de éstas bajezas, ya que resume las relaciones del trabajador con su producto enajenado al hecho de no poseer medios de producción y al no trabajador con el trabajador, al poseer éste los medios de producción.</p>
Teoría Neoclásica del Consumidor	Arsene Etienne Juvenal Dupuit	<p>Uno de los pioneros en aplicar los conceptos marginalistas a las decisiones de demanda de los consumidores, dejando en claro los primeros esbozos de la teoría subjetiva de la utilidad de los bienes, la cual reside en la utilidad que le otorgue cada individuo a cada bien para satisfacer sus necesidades, de acuerdo a la cantidad de bien que puede consumir, a la necesidad que deba cubrir en ese instante y a las circunstancias que imperen a su alrededor.</p>

		Hermann Heinrich Gossen	<p>Investigador que no tuvo al principio y después de su muerte el orgullo de ser tomado en cuenta en las discusiones de su única obra, publicada en Braunschweig en el año de 1854 y titulada: "Exposición de las Leyes del Intercambio y de las Reglas derivadas del Comportamiento Humano".</p> <p>Gossen al igual que Dupuit reivindica la teoría subjetiva del valor y además, describe los principios del placer y el gozo de las personas, recomendando en ello que la procuración de los placeres sea por demás retribuido al desgaste que surge para alcanzarlos, ya que de lo contrario, el placer se convierte en un obstáculo para alcanzar el gozo.</p> <p>En cuanto a la medición de la utilidad de los bienes, éste llega a establecer que la utilidad de un bien va disminuyendo a medida que se consume más cantidad del mismo y que los bienes auxiliares son útiles en cuanto ayudan a elaborar los bienes de consumo. Por último, concluye su obra recomendando que el intercambio de bienes es benéfico en cuanto permite armonizar las relaciones entre los hombres y ayuda a obtener el máximo placer entre ellos.</p>
		Carl Menger.	<p>Considerado el fundador de la escuela austriaca de economía, sus estudios versaron sobre el mayor y exhaustivo análisis de la utilidad de las cosas, llevándolas hasta un desarrollo y clasificación sin igual.</p> <p>Además de concretar y tipificar la utilidad de los bienes sobre la base de la teoría subjetiva del valor, también estableció una definición más concreta de los bienes complementarios e instrumentales que sirven para la elaboración de los bienes de consumo, llamándolos bienes de primer orden, segundo, tercero y de orden superior.</p> <p>Uniéndose a los escritos de Adam Smith, Menger vincula su teoría con la división del trabajo de éste, aseverando que a medida que avanza la división del trabajo la sociedad tiende a producir más bienes de orden superior, provocando el bienestar general de una economía.</p> <p>Hizo la diferenciación entre los bienes económicos y no económicos, los primeros son aquellos en los cuales la necesidad es mayor a la cantidad disponible; mientras que los segundos son lo contrario a los primeros, por lo que los bienes económicos representan la riqueza social dado que su necesidad y escasez los vuelve valiosos y los bienes no económicos, a pesar de que satisfacen necesidades, su abundancia les quita valor.</p>
		Friedrich Von Wieser.	<p>Aseveraba que el objetivo de la economía es el de maximizar la utilidad de los productos consumidos.</p> <p>Era un impulsor de la intervención estatal, como medio para acrecentar y redistribuir la riqueza. De esta forma, sus políticas tendían hacia el socialismo, lo cual es una de las rarezas del paradigma de la escuela austriaca.</p>
		Eugen Von Bohm-Bawerk	<p>Es considerado el último economista del triunvirato austriaco, al contrario de Von Wieser, sus trabajos se concentraron hacia la crítica del socialismo y una más completa teoría del valor. En ésta última estableció que el valor en cambio objetivo era igual al precio y su cuantía estaba determinada por las valoraciones subjetivas de cada individuo.</p> <p>Uno de sus temas favoritos era el de la tasa de interés, como un premio a la abstinencia.</p>

		<p>Ernest Engel. Este estadista alemán formuló en 1857 sus famosas Tres Leyes de Engel, las cuales son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La parte del presupuesto familiar destinada a los gastos alimenticios disminuye según aumentan los ingresos. 2.- El porcentaje del presupuesto familiar reservado para la adquisición de bienes de confort (ropa, muebles, alquileres, etcétera) tiende a permanecer estable. Estos gastos evolucionan proporcionalmente a los ingresos. 3.- La fracción del presupuesto familiar utilizada para pagar los servicios, los bienes culturales y el ocio (higiene, salud, cultura, enseñanza, vacaciones, transportes, comunicaciones y telecomunicaciones, seguros, etcétera) tiende a crecer a medida que crecen los ingresos. <p>La formulación de éstas Tres Leyes es muy importante, debido a que se logra la determinación no nada del porcentaje de bienes consumidos en general ante el aumento o disminución del ingreso; sino también se pueden identificar los tipos de bienes que consumen los individuos, para de ésta forma establecer su nivel económico, ya que una familia o nación entre mayor porcentaje de su ingreso lo destinen a los gasto en alimentos, más pobre será esa familia o nación.</p>
		<p>William Stanley Jevons Adoptó las teorías del dolor y el placer de Bentham, argumentando que los individuos saben con seguridad y sin el auxilio de una magnitud cuantificable cuándo un dolor excede a un placer. Al igual que Dupuit y Gossen, aceptó la definición subjetiva del valor de las cosas. Además de estar en contra de la intervención estatal en la economía y ser un ferviente defensor del laissez-faire.</p>
		<p>Léon Walras. El punto de partida lo inicia desde la definición de la riqueza social, como el conjunto de cosas materiales e inmateriales que son escasas y que satisfacen las necesidades humanas. La utilidad y escasez de las cosas las hacen apropiables, lo cual obliga a los hombres a controlarlas, emanando de esta apropiación la riqueza social que permite el intercambio. De tal manera que la propiedad es un fenómeno natural realizado por los más aptos, fuertes e inteligentes.</p>
		<p>Wilfred o Pareto Es el primero en cuestionar y separarse de la escuela subjetiva del valor, debido a que ésta no ofrecía una magnitud concreta sobre la medición del místico útil, creando sobre la base de las curvas de indiferencia de Edgeworth, la teoría ordinal del consumidor, en donde los individuos ya no asignan un valor útil determinado a cada bien de forma cardinal, como puede ser 1, 5, 7 ó 1000; sino que ahora éste los jerarquiza por su orden de importancia, como son: primero, segundo, tercero, etcétera, lo cual facilita la determinación de una canasta de bienes que cada individuo va ordenando de acuerdo a sus gustos y preferencias; así como disponibilidad económica.</p>
		<p>Alfred Marshall Lanzó un concepto original que llamó "excedente del consumidor", que se define como la ganancia del consumidor ante la expectativa subjetiva del valor de un bien y el precio real de mercado.</p> <p>Argumentaba que la formación de los precios se establecía por la contribución de los compradores y vendedores en su conjunto y que uno solo de éstos era incapaz de determinar la formación del precio.</p>

		<p>Milton Friedman</p>	<p>Uno de los economistas más influyentes y destacados en la actualidad, realizó un estudio sobre los cambios de conducta y el comportamiento del consumidor, en el cual intenta dar al traste con los planteamientos keynesianos.</p> <p>El elemento fundamental en el análisis de éste autor, es la composición del ingreso de los consumidores, el cual se divide en ingreso transitorio y permanente, siendo éste último el determinante de las decisiones de las personas, ya que el ingreso del momento no es el indicador propicio por el cual se gasta parte del ingreso en consumo, ya que es el ingreso permanente el que los consumidores disponen con mayor regularidad debido a la certeza con la que lo tienen disponible.</p>
--	--	------------------------	--

CAPÍTULO 2

ESPECIFICACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Una vez hecho el balance del Capítulo 1, nos percatamos que las distintas teorías del consumidor son indispensables para construir un marco teórico más completo e integral, que nos ayude a explicar los cambios de conducta y de elección del consumidor. Sin embargo, las distintas disciplinas han empleado métodos, herramientas y paradigmas diversos para explicar de forma más empírica y concreta las elecciones, hábitos y preferencias del consumidor, lo cual hace muy difícil emplear en ésta primera investigación un método y herramienta sintética, que además de integrar a todas y cada una de las disciplinas descritas, abarque la metodología estadística que se nos ofrece por parte de las instituciones públicas vigentes, no obstante, que las diversas disciplinas y autores que abordamos contribuyen con mayor frecuencia en el aspecto cualitativo de los consumidores, por lo que dichos aspectos no serán ignorados a lo largo de toda la investigación, ya que siempre se tratará en la medida de lo posible de conjuntarlos con la interpretación cuantitativa que vamos a desarrollar. Sin embargo, se encontró dentro de la función consumo de Keynes aspectos conceptuales que nos pueden ayudar, desde una perspectiva macroeconómica, a describir y analizar el consumo de las familias, tomando en consideración que sólo nos explicaría la propensión a consumir a nivel nacional que está en función del ingreso real nacional, por lo que no se obtendría información acerca de qué tipo de bienes consumen las familias a nivel nacional cuando aumenta su ingreso, sin embargo, se tomará en cuenta esta teoría de acuerdo a los datos que nos proporcione la Encuesta Nacional de Ingreso-Gasto de los Hogares hasta el capítulo 4, debido a la prioridad de describir y conocer los bienes que consumen las familias al cambiar el ingreso, los precios, los precios de sustitutos y los gustos y preferencias. De tal suerte, que en ésta investigación nos abocaremos a desarrollar con mayor detenimiento el tema del consumo en la teoría neoclásica ordinal, por el hecho de ofrecer un método y herramienta que se aboca al estudio de los tipos de bienes que consumen las familias ante el cambio de las variables que lo determinan, como lo son: el ingreso, precio del propio bien, el precio de sustitutos y los gustos y preferencias.

En éste capítulo, describiremos y analizaremos de una forma general; pero más detenida, los conceptos fundamentales de la elección del consumidor. Esbozando un poco lo que ya habíamos descrito en el apartado 1.3.3. referente a la teoría de la utilidad cardinal y ordinal del consumidor.

2.1. UTILIDAD CARDINAL Y UTILIDAD ORDINAL.

Como ya habíamos descrito anteriormente, la utilidad es el nombre que por muchos años los economistas de la escuela marginalista adoptaron como medida de satisfacción y bienestar del consumidor.

Los útiles según éstos economistas, eran la medida ideal de satisfacción que proporcionaban las cosas de acuerdo a la necesidad de cada individuo. El individuo es el que determina los útiles que le proporciona un bien, es decir, para un consumidor urbano una televisión le puede proporcionar 700 útiles; mientras que para un consumidor rural esa televisión le puede proporcionar 200 útiles, de tal suerte, que el parámetro de más o menos útiles es subjetivo y la medida de útil queda totalmente mistificada. A este tipo de medición

llevada por medio de números cardinales como 1, 2, 3, etcétera, se le llamó utilidad cardinal, y no fue sino hasta Pareto que se evidenció de manera más latente la imposibilidad de medir el místico útil. Ésta abstracción provocó que fuera abandonado el concepto de utilidad cardinal y se adoptara el de utilidad ordinal que “deriva su nombre de los números ordinales que expresan un orden jerárquico; por ejemplo, primero, segundo y tercero.”¹¹⁹

La jerarquización de bienes aterriza un poco más el problema de la elección, ya que, ésta nos muestra un diagrama de los bienes que requiere el individuo y que en base a sus necesidades va ordenando de mayor a menor, siendo éstos de elección más directa en el momento de su compra.

El qué paquete o combinación de bienes le proporcionan al individuo mayor satisfacción, es una de las tareas que se proponen analizar, describir e inferir en la teoría ordinal.

Con el fin de sintetizar y ordenar la teoría, acudiremos a la formulación de los supuestos del comportamiento del consumidor, para de esta forma poder predecir y llevar a prueba cada uno de sus axiomas.

2.2. RACIONALIDAD

La racionalidad en el comportamiento del consumidor es un concepto fundamental que sintetiza y facilita más el trabajo del economista, ya que, el hecho de que el individuo se comporte conforme a un orden sistemático de preferencias de bienes, posibilita la simplificación de su conducta en axiomas y corolarios matemáticos que ayuden de una forma metodológica a estudiar el conjunto de sus elecciones.

El conjunto de preferencias del consumidor puede ser representado por la letra S , y en ella se encuentran los elementos que satisfacen las necesidades del consumidor. Estos elementos son los diferentes pares o canastas de bienes (x, x', x'' , . . .) que se pueden comprar de acuerdo a los precios de cada uno de esos bienes y al ingreso del individuo.

La elección del consumidor se lleva a cabo de una forma binaria, es decir, ya sea que el individuo prefiera el bien “ x ” sobre el bien “ y ” ó viceversa, prefiera el bien “ y ” sobre el bien “ x ”, o es indiferente entre ellos. De esta forma se elabora el primer axioma del consumidor.

1. - Axioma 1. *Jerarquiza los paquetes de bienes.*

“Para todas las x, x' que están en S , se da que xRx' o $x'Rx$ o bien ambas.”¹²⁰ Esto quiere decir, que para todos los bienes x, x' que están en el conjunto S , el bien x se prefiere sobre el bien x' o el bien x' se prefiere sobre el bien x o se prefieren ambos bienes. La letra

¹¹⁹ T. Call, Steven y William L. Holahan. “*Microeconomía*”. Editorial: Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., México, 1985. Pág. 57.

¹²⁰ Green, John H. A. “*La teoría del consumo*” Editorial: Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1982. Pág. 25.

R significa que “se prefiere” un elemento del par de bienes. Esta relación nos lleva a determinar cuatro posibilidades lógicas que tienen que ser de acuerdo a la elección verdadera o falsa. Si xRx' es verdadera y $x'Rx$ es también verdadera, entonces ambas x y x' son indiferentes para el consumidor y lo representamos así: xIx' . Si es verdad que xRx' y $x'Rx$ es falsa, entonces el bien x se tiene que preferir a x' y lo abreviamos xPx' , donde P significa “que se tiene que preferir”. Si es falso que xRx' y es verdad que $x'Rx$, entonces $x'Px$. Por último, si es falso que xRx' y también es falso que $x'Rx$, entonces queda excluido el axioma, porque si x y x' no son preferibles ni comparables en la elección del consumidor, rompe las tres posibilidades de preferencia y debe ser descartado.

Más específicamente, los consumidores comparan los paquetes de bienes para después jerarquizarlos de acuerdo a sus preferencias, de tal suerte, que de dos paquetes de bienes, frijol y tortilla, el consumidor prefiere 1 kilo de tortilla y $\frac{3}{4}$ de frijol a $\frac{3}{4}$ de tortilla y un kilo de frijol o viceversa, o ambos paquetes le son indiferentes. “El consumidor individual, al enfrentarse a la escogencia entre ciertas cantidades de artículos de consumo, puede decidir sobre cuál opción prefiere o puede declararse indiferente.”¹²¹ Para llevarse a cabo esta elección, el consumidor ya posee un conocimiento previo y empírico sobre los bienes que necesita dentro de un universo de mercancías, por lo que sabe determinar el grado de satisfacción que le otorga cada bien, además de saber cuales tipos de bienes le proporcionan igual grado de satisfacción.

2. - Axioma 2. *Transitividad.*

“Para todos los x, x', x'' en S : si xRx' y $x'Rx''$ ” (escritos como $xRx'Rx''$) entonces xRx'' ”¹²² Se refiere a que los consumidores son consistentes y consecuentes con la elección de los paquetes de bienes que prefieren. La elección de combinaciones preferidas serán más estables sobre otras substitutas, hasta el momento en que las combinaciones preferidas no brinden la misma o mayor satisfacción que otro grupo de combinaciones. De esta forma, si el consumidor prefiere más la carne de res que la carne de pollo y la carne de pollo se prefiere más a las lentejas, luego entonces, la carne de res es preferible a las lentejas.

3. - Axioma 3. *Insaciabilidad.*

“Para todos los x, x' en el conjunto de consumo C , si $x \succ x'$, entonces xPx' ”¹²³ Esto significa que si x contiene más o igual cantidad de mercancía que el bien x' y si x tiene por lo menos una unidad más que x' , entonces el bien x es preferido sobre el bien x' . Los consumidores siempre van a preferir aquéllos paquetes que contengan más cantidad de bienes, que aquéllos que siendo del mismo producto contengan menor cantidad. Por lo tanto, los consumidores son insaciables porque prefieren más a menos. Por ejemplo: es más preferible la combinación de un kilo de tortillas y $\frac{3}{4}$ de kilo de frijol que $\frac{1}{2}$ de kilo de tortillas y $\frac{3}{4}$ de kilo de frijol.

¹²¹ Miller, Roger Le Roy. “*Microeconomía*” Editorial: Mc Graw-Hill, México, 1985. Pág. 18.

¹²² Ob. Cit. John H. A.Green Pág. 26.

¹²³ Ob. Cit. John H. A.Green. Pág. 38.

4. - Axioma 4. *Las necesidades del consumidor son estables en el tiempo.*

Las necesidades no cambian repentinamente de un periodo a otro, sino que, se mantienen en un rango de preferencias muy estable, el cual, va cambiando poco a poco a medida que se van desarrollando nuevos hábitos, costumbres, tecnologías, etcétera.

5. - Axioma 5. *El ingreso del consumidor es limitado.*

El consumidor tiene que planear bien sus compras entre bienes alternativos, ya que, como no posee altos ingresos y no puede comprar todos los bienes que satisfacen sus necesidades, éste maximizará su ingreso fijo en la compra de algunos bienes que más desee, y prescindirá de otros que no desea mucho, pero que estaría dispuesto a comprar si su ingreso se lo permitiera.

6. - Axioma 6. *Sus compras no inciden dentro del mar de consumidores que lo rodean.*

Su situación de abundancia o escasez no tiene ninguna incidencia en el cambio de precios en los productos.

7. - Axioma 7. *“Conoce el precio de todos los bienes y, además, cada uno de estos bienes es homogéneo.”¹²⁴*

El consumidor posee información suficiente y perfecta sobre los precios de los bienes y sobre la cualidad y cantidad de los mismos, la cual por cierto, es igual entre los vendedores, lo que hace que sea sólo el precio el indicador del valor de las satisfacciones de las necesidades de los individuos.

8. - Axioma 8. *“El consumidor puede- si así lo desea- gastar el dinero en cantidades muy pequeñas.”¹²⁵*

Dado que el ingreso es limitado, el consumidor buscará comprar lo más que se pueda de bienes con menor gasto de dinero.

Estos son tan sólo algunos de los supuestos que son más comunes dentro del análisis del comportamiento del consumidor, es muy probable que haya más o que unos estén más desagregados que los que hemos enunciado; pero éstos que tenemos nos dan la base para construir modelos que nos ayuden a establecer nuevas teorías y predicciones. Es muy probable que al momento de leerlos y volviéndolos a releer, no estemos del todo de acuerdo con sus afirmaciones, lo cual es muy válido, sin embargo, los supuestos son un punto de partida para abordar un determinado problema, los cuáles si en una primera instancia no nos ayudan a resolverlo y nos damos cuenta de sus carencias, entonces los

¹²⁴ Stoiner, Alfred, W. y Hague, Douglas. "Manual de Teoría Económica". Editorial: Aguilar S.A. Madrid, 1968. Pág.35.

¹²⁵ Idem.

supuestos nos brindaron el primer paso del análisis de la investigación para después mejorarla y aterrizarla adecuadamente.

2.3. CURVAS DE INDIFERENCIA.

Los axiomas que acabamos de definir, dan lugar a la formación de las curvas de indiferencia. Una curva de indiferencia muestra todo un conjunto de combinaciones de bienes que le son indiferentes al consumidor o que le provocan la misma satisfacción. Un consumidor construye en primera instancia sus escalas de bienes que le satisfacen, ordenándolos de acuerdo a aquellos que le brinden mayor satisfacción, independientemente de los precios de cada uno de los bienes.

Estas curvas son una derivación de los axiomas del consumidor, por lo que su forma, da lugar a las siguientes propiedades que justifican su origen.

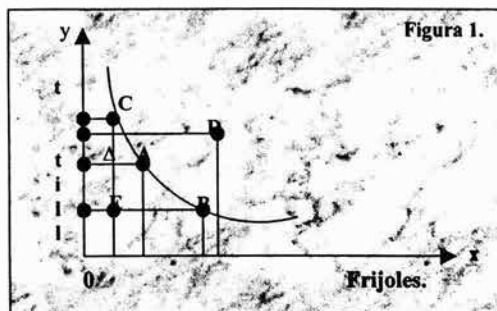
Propiedad 1. Las curvas de indiferencia tienen pendiente negativa con inclinación hacia la derecha y abajo.

Esto se debe, a que para consumir más de un bien, se debe dejar de consumir una parte del otro, de tal suerte, que ésta compensación mantenga al consumidor indiferente.

Si la curva tiene pendiente positiva, esto implica que cuando el consumidor se desplace a lo largo de la curva hacia la derecha y hacia arriba obtendrá más cantidad de cada bien y viceversa, cuando se desplace hacia la izquierda y abajo se obtiene menos de cada bien, por lo que se viola el axioma de insaciabilidad, de que los consumidores prefieren más a menos combinaciones de bienes, además anula la definición de la curva de indiferencia.

Si la curva fuera horizontal, entonces el consumidor estaría satisfecho con una cantidad constante del bien “y” y con cantidades infinitamente variables del bien “x”, lo cual es poco probable que suceda, dado el axioma de que el consumidor posee un ingreso limitado y existe escasez.

Para que nos quede más claro, observemos la figura 1, es una curva de indiferencia que muestra el conjunto de combinaciones de tortillas (eje “y”) y frijoles (eje “x”), que son indiferentes para el consumidor. Su indiferencia se debe a que si nos situamos en el punto **D**, éste sería preferido sobre el punto **A** que esta sobre la curva de indiferencia, ya que el axioma de insaciabilidad nos dice que se prefiere mas cantidad de cada bien y en el punto **D** sucede precisamente eso. Pero si se sitúa en el punto **E** éste sería rechazado por contener menos de cada bien. De tal manera, que los únicos puntos en donde el consumidor es indiferente, son los puntos **A**, **B** y **C** que es donde un desplazamiento hacia abajo del punto **A** sobre la curva al otro punto **B** contiene más de frijoles y menos de tortillas o más tortillas y menos de frijoles si nos movemos de **A** hacia **C**. Este intercambio es el que da lugar a que la curva de indiferencia tenga pendiente negativa.



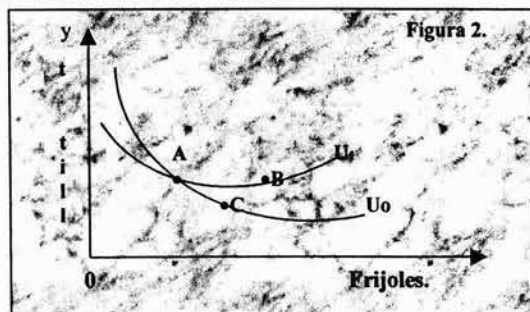
La pendiente de la curva de indiferencia arroja un concepto muy importante llamado **Tasa Marginal de Sustitución**, y es “la tasa a la cual el consumidor está dispuesto a intercambiar un bien por otro y quedar sobre la misma curva de indiferencia.”¹²⁰ En los puntos C y A el movimiento de estos puntos es muy diminuto, pero el consumidor para mantenerse en la misma curva de indiferencia tiene que ceder una parte de tortillas (C y Δ) para obtener más unidades de frijoles (Δ y A), siendo los decrementos de tortillas compensados por los incrementos en la cantidad de frijoles. De esta forma,

$$TMS = \Delta Y (\text{tortillas}) / \Delta X (\text{frijoles}) = U_0 = \text{pendiente de la curva de indiferencia.}$$

Dada la relación inversa entre los dos bienes que definen la pendiente negativa de la curva de indiferencia, los signos de ambos bienes tienen que ser opuestos.

Propiedad 2. Las curvas de indiferencia no se cortan.

En la figura 2 vemos trazadas dos curvas de indiferencia, en la curva U_0 el punto A y el punto C producen la misma satisfacción, mientras en la curva U_1 el punto A y el punto B también producen la misma satisfacción. Aplicando el axioma de transitividad, los puntos B y C son iguales, ya que proporcionan la misma utilidad, pero el axioma de insaciabilidad catalogaría al punto B como el que brinda mayor satisfacción, porque contiene mayor cantidad de tortillas y mayor cantidad de frijoles, es decir, se prefiere más que menos. Afirmar entonces que B es igual a C, siendo que B tiene más de cada bien, contradice a los dos axiomas y por lo tanto la curva debe anularse.



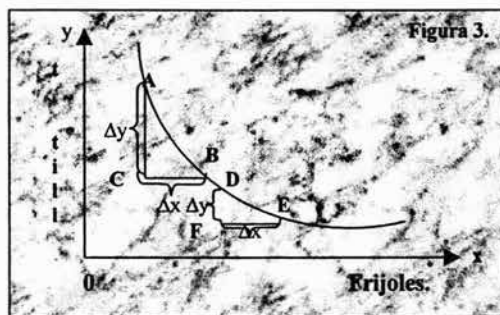
¹²⁰ Ob. Cit. T. Call, Steven y William L. Holahan. Pág. 60.

Propiedad 3. Las curvas de indiferencia son densas.

Cualquier punto dentro de una combinación de bienes es una curva de indiferencia, es por eso que al espacio de todas las curvas de indiferencia se le llama mapa de indiferencia del consumidor. Sin embargo, esta propiedad puede tener algunos inconvenientes en lo que se refiere a bienes que no son divisibles, como pueden ser: una casa, un automóvil, un avión, una alberca, un par de zapatos, etcétera. No es lógico ni concebible adquirir transacciones de $1\frac{1}{2}$ avión, $\frac{1}{4}$ de casa, un zapato, etcétera, pero “este problema se resuelve... midiendo los bienes indivisibles en términos más adecuados. Esto es, no podemos pensar en $2\frac{1}{2}$ automóviles, pero sí en cinco automóviles en dos años o $2\frac{1}{2}$ automóviles por año.”¹²¹

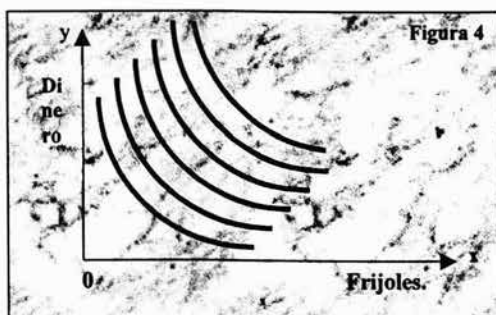
Propiedad 4. Las curvas de indiferencia son convexas al origen.

Son convexas porque se encuentran por encima de su tangente. Esta generalización se deriva de la diversificación del consumo en bienes diferentes, ya que por regla general los consumidores compran productos heterogéneos y no se especializan en el consumo de un solo bien para satisfacer sus necesidades. En esta propiedad regresamos de nueva cuenta al concepto de Tasa Marginal de Sustitución, que se deriva del supuesto de los economistas marginales, los cuales aseveraban que mientras más se consumiera de un bien, menor valor le daría el consumidor a una unidad adicional del mismo y más deseoso estaría por intercambiar ciertas unidades del bien que posee por alguna unidad de otro bien que le brindara mayor satisfacción. De esta forma la convexidad garantiza el intercambio entre los bienes, ya que lo que se debe de dar de un bien se verá compensado por la adquisición de otro. Además, cuando se adquiere más de un bien, en nuestro ejemplo tortillas, la curva de indiferencia se hace más vertical y viceversa, si se desea adquirir más frijoles la curva se hace más horizontal. Cuando las tortillas se vuelven escasas, es decir, cuando nos ubicamos en el punto D de la figura 3, el consumidor está dispuesto a ceder la cantidad DF de tortillas para obtener EF de frijoles, de tal manera, que cuando las tortillas están escasas se sacrifica poca cantidad de ellas para obtener más cantidad de frijoles. Lo contrario sucederá cuando haya abundancia de tortillas en el punto A, en ese punto se sacrifica una cantidad más que proporcional de tortillas para obtener frijoles. Hay que hacer notar, que en ambos casos nos estamos moviendo a lo largo de la curva y que por lo tanto, la convexidad se refiere a la Tasa Marginal de Sustitución.



¹²¹ *Ibidem*. Pág. 62.

Por último, cabe señalar que en el mapa de indiferencias siempre serán preferibles las curvas que se encuentran hacia la derecha y arriba de las demás. Por ejemplo, en la figura 4 podemos ver el mapa de indiferencia que relaciona en el eje de las abscisas a los frijoles y en el eje de las ordenadas al dinero (pesos), en la cual la curva de indiferencia 1 nos dice que el consumidor se encuentra satisfecho a lo largo de esa curva y que las combinaciones de dinero y frijoles le son indiferentes, mientras que las curvas 2, 3, 4, 5 y 6 muestran un mayor nivel de satisfacción, por el hecho de que se encuentran más hacia la derecha y arriba de las anteriores, esto significa que el consumidor adquirirá en cada una de las curvas más altas, mayor cantidad de cada bien sin importar su restricción de ingreso y de precio de cada bien.



2.4. RESTRICCIÓN PRESUPUESTAL.

Hasta ahora se ha supuesto que las curvas de indiferencia son el diagrama de combinaciones infinitas de bienes que el consumidor puede adquirir sin importar los precios de cada bien y el ingreso del consumidor. Pero dado que en la economía existe escasez por definición fundamental, el consumidor no puede comprar todo; sino que tiene impuesta una restricción presupuestal, la cual comprende el monto de su ingreso monetario corriente o el ingreso que se obtiene durante un periodo de tiempo determinado. Esta restricción además de poner un límite en las preferencias del consumidor, también nos ayuda a aterrizar algunas cuestiones sobre el nivel de vida de los consumidores. Como el ingreso de los consumidores es monetario, el precio de los bienes que va a comprar también lo es, de tal manera, que la unidad de cada bien estará representada por la expresión en monetario de dicho bien, siendo este producto igual al gasto de bienes, es decir, $P * Q = \text{gasto del bien}$. Haciendo el supuesto de que todo el ingreso se utiliza para la compra de bienes y nada se ahorra, entonces el ingreso será igual al gasto, lo que nos da la siguiente ecuación.

$$Y = y. Py + x. Px + z. Pz + \dots + n. Pn.$$

De ésta forma, el ingreso o restricción presupuestal está en función de aquéllos bienes que va a gastar el consumidor para satisfacer sus necesidades, siempre y cuando no rebase el límite de su ingreso. Por ejemplo: el precio del kilo de frijol es de \$ 8.00 y el de la tortilla

es de \$4.50, teniendo un ingreso mensual para la compra de éstos dos productos de \$90.00. Si el individuo decide consumir todo en tortilla y nada en frijoles y viceversa, tenemos:

Si se consume todo en tortilla:

$$Y = y \cdot P_y + x \cdot P_x$$

$$90.00 = y \cdot 4.50 + x \cdot 8.00$$

$$90.00 = 4.50y + 0$$

$$y = 90.00 / 4.50 = 20.00$$

Si se consume todo en frijol:

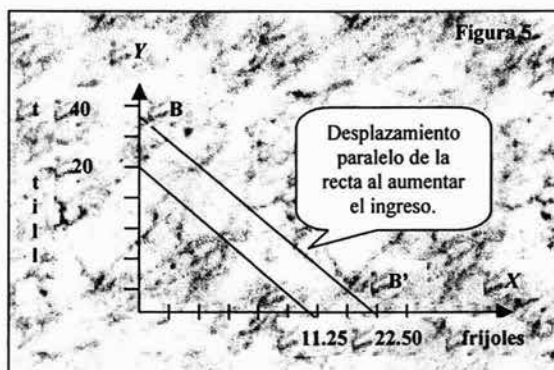
$$Y = y \cdot P_y + x \cdot P_x$$

$$90.00 = y \cdot 4.50 + x \cdot 8.00$$

$$90.00 = 0 + 8x$$

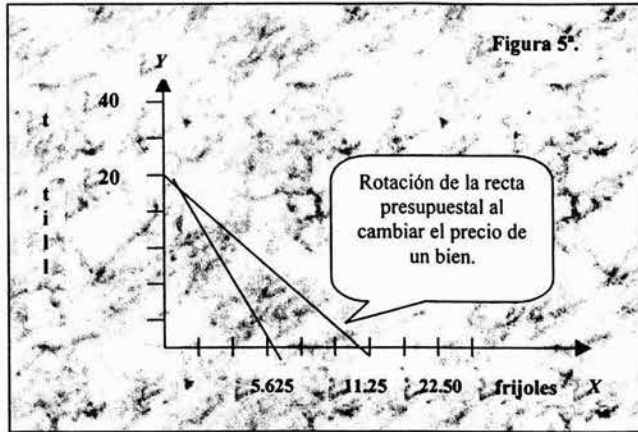
$$x = 90.00 / 8 = 11.25$$

La cantidad máxima de tortilla que consumirá el individuo en el mes de estudio son 20 kilos; mientras que la cantidad máxima consumida de frijol será de 11.25 kilos. Esto está representado para la tortilla en el punto B del eje de las ordenadas y el frijol en el punto B' del eje de las abscisas de la figura 5. Si unimos los puntos extremos de cada eje obtenemos la recta del presupuesto, la cual tendrá una pendiente igual a la razón de precios de los bienes $P_x / P_y = 8 / 4.50$, y el triángulo formado representará las combinaciones preferidas de tortillas y frijoles para un ingreso monetario dado, en nuestro caso \$ 90.00.



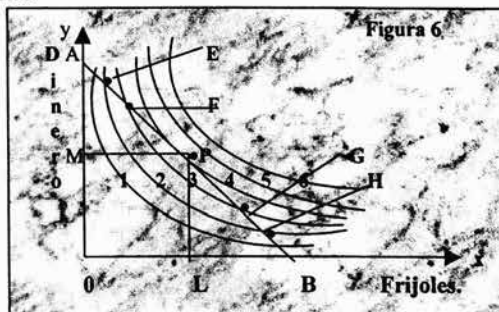
Si suponemos que se duplica el ingreso del consumidor de \$ 90.00 a \$180.00 y el precio de la tortilla y el frijol permanece inalterado, nuestra recta del presupuesto se desplazará paralelamente hacia la derecha y hacia arriba de la línea de restricción anterior, lo mismo sucederá pero de forma inversa si disminuye el ingreso del consumidor. El incremento del ingreso ocasiona que el nuevo triángulo formado, además de ser más grande, mejorará la situación del consumidor, porque ahora podrá adquirir más cantidades de cada bien.

Si por el otro lado, el ingreso monetario no aumenta pero el precio de los frijoles aumenta y el precio de las tortillas permanece inalterado, entonces la recta del presupuesto va a rotar como muestra la figura 5ª, en donde el precio del frijol se duplica ocasionando un desplazamiento de 11.25 a 5.625; mientras que el eje donde representamos a las tortillas permanece en el mismo punto. El nivel de vida disminuyó porque el triángulo de elección es más pequeño y la cantidad demandada de frijoles disminuyó por aumento de su precio, de tal suerte que ahora tiene el consumidor menos de un bien.



2.5. OPTIMO DEL CONSUMIDOR.

Relacionando ahora el concepto de curva de indiferencia y línea de presupuesto, tenemos en la figura 6 que la cantidad fija de dinero es **OA** y el precio de mercado de los frijoles es **OB**, lo que nos da por resultado nuestra línea de presupuesto, pero además de eso agregamos el mapa de indiferencias del consumidor. Si en base a éste mapa de indiferencias el consumidor se sitúa en el punto **E**, el consumidor gastará la mayor parte de su ingreso en frijoles y se establecerá en la curva de indiferencia número 2. Si ahora se mueve hacia **F** el consumidor de igual forma gastará una parte considerable de su dinero en frijoles, pero será menor su gasto en comparación con la combinación anterior y obtendrá también mayor cantidad de frijoles porque ahora se colocará en una curva de indiferencia más hacia la derecha y arriba, es decir, se encontrará en la curva de indiferencia número 3, lo cual indica que mejoró su situación. Pero si el consumidor se coloca ahora en el punto **P**, éste habrá llegado a su curva de indiferencia más alta de acuerdo a su línea de presupuesto, ya que las demás curvas que se encuentran por encima de la curva número 4 no pueden ser satisfechas por el consumidor, porque éste no tiene dinero para comprar más de ese bien. Si el consumidor se siguiera desplazando hacia la derecha de su línea presupuestal llegaría a los puntos **G** y **H**, lo cual traería una disminución de su nivel de satisfacción, porque se colocaría en las curvas 3 y 2 respectivamente. Gráficamente concluimos que el punto **P** de la curva de indiferencia número 4 es el óptimo del consumidor. Además, este óptimo será el punto donde se alcance la curva de indiferencia más alta que haga tangente con la línea de restricción presupuestal.



Este óptimo no es más que la igualdad entre la Tasa Marginal de Sustitución (TMS) y la relación de precios del dinero y el frijol. La igualdad significa que “la tasa a la cual el consumidor está dispuesto a substituir “x” por “y”, es igual a la tasa a la cual los precios del mercado lo obligan a llevar a cabo dichas sustituciones.”¹²² Más específicamente, la razón de cambio entre la cantidad de dinero y frijoles o TMS debe ser igual a la restricción presupuestaria del consumidor (razón de precios) para que pueda llevar a cabo dicho intercambio.

2.6 ELASTICIDADES.

En términos generales, la elasticidad “mide el grado de respuesta de la variable dependiente a cambios en una variable independiente.”¹²³ La fórmula más general es:

$$\xi = \Delta\% \text{ variable dependiente} / \Delta\% \text{ variable independiente}$$

Existen cuatro puntos que requieren explicación sobre las características e interpretación de la elasticidad:

- a) La elasticidad mide cambios porcentuales de la variable dependiente por la razón de las bases, es decir,:

$$\xi = \Delta\%x / \Delta\%p = \Delta x / x \bigg/ \Delta p / p = \Delta x / \Delta p \cdot p / x \quad ^{124}$$

El término $\Delta x / \Delta p$ es la inversa de la pendiente de la curva de demanda y p / x es la razón de las bases.

- b) La pendiente de la elasticidad no puede medir los cambios de respuesta de una variable dependiente, porque las unidades en las que se mide pueden variar, ya sea que éstas se midan de dólares a pesos, etcétera; pero el uso de los cambios porcentuales en cada variable no repercute en el resultado de la elasticidad, tómese la unidad de medición que se tome.
- c) Los coeficientes de cada tipo de elasticidad son muy importantes, ya que, si por ejemplo la elasticidad precio tiene signo negativo, esto se debe a la razón inversa de precios y cantidades. El coeficiente de elasticidad ingreso es positivo para bienes normales y negativo para bienes inferiores. El coeficiente de la elasticidad

¹²² Ob. Cit. T. Call, Steven y William L. Holahan. Pág. 70.

¹²³ *Ibidem*. Pág. 83.

¹²⁴ *Ibidem*. Pág. 84.

* Existe un tipo de bien muy especial llamado bien Giffen y debe su nombre a Sir Robert Giffen, que se dice que mantuvo durante el siglo XIX que una subida en el precio del pan frecuentemente producía una baja muy acentuada en el ingreso real de las clases trabajadoras más pobres, de tal forma que se veían obligadas a restringir su consumo de carne y otros alimentos más caros. Como el pan continuaba siendo todavía el bien más barato, consumían mayor cantidad de éste y no menos, aunque el precio hubiera subido. De igual forma, si el precio del bien bajaba, la gente compraría menos cantidad de pan, ya que habiendo aumentado por ello su ingreso real podría obtener una dieta más variada. (Stoiner, Alfred, W. y Hague, Douglas. “Manual de Teoría Económica”. Editorial: Aguilar S.A. Madrid, 1968. Pág.66-67.)

de precio cruzada es positivo cuando los bienes son sustitutos y negativo cuando los bienes son complementarios. Más adelante analizaremos con mayor detenimiento el comportamiento de cada tipo de elasticidad.

- d) La elasticidad puede utilizarse para cualquier tipo de variables dependientes e independientes, como pueden ser: la elasticidad de la población nacional con respecto a los métodos anticonceptivos, la elasticidad del robo de autos con respecto al nuevo sistema de alarmas satelitales, etcétera. En el caso de la economía, ya habíamos citado unos tipos muy importantes de elasticidades que a continuación vamos a describir.

2.6.1. Tipos de elasticidades.

1. - Elasticidad ingreso de la demanda.

Indica el grado de sensibilidad de las cantidades demandadas de un bien ante el cambio del ingreso del consumidor de ese bien. La fórmula para definir ésta elasticidad es:

$$\xi_y = \text{variación porcentual en la compra del bien } x / \text{variación porcentual en el ingreso.}^{125}$$

En donde: y es el ingreso destinado al consumo del bien x

$$\text{Matemáticamente: } E_y = \delta q / q / \delta y / y = \delta q / \delta y \cdot y / q$$

En donde: q es la cantidad de bien

Los valores numéricos más importantes de las elasticidades ingreso son:

- a) Cuando la elasticidad ingreso es igual a cero y está entre cero y uno. Para el primer caso esto sucede cuando un aumento en el ingreso no provoca ningún aumento o disminución en la compra del bien calculado. Dentro de éste rubro entran los cálculos de elasticidades ingreso de bienes inferiores, en donde un aumento del ingreso provoca una disminución de la compra del bien calculado. En este caso la elasticidad ingreso será negativa. De modo contrario, en el segundo caso se llamarán bienes necesarios aquellos que presenten un aumento en su cantidad comprada cuando aumenta el ingreso del consumidor.
- b) Cuando la elasticidad ingreso es igual a uno. Significa que la cantidad del ingreso gastado en un bien, será exactamente la misma proporción que se gastará ante un incremento del ingreso. Este tipo de comportamiento en la demanda es característico de los bienes normales.

¹²⁵ Ob. Cit. Stoiner, Alfred, W. y Hague, Douglas. Pág. 73.

- c) Cuando la elasticidad es mayor a uno. Quiere decir que a medida que aumenta el ingreso del consumidor, la cantidad gastada en el bien calculado será mayor a los incrementos en el ingreso. En ésta definición se han clasificado a los bienes de lujo.

Determinantes de la elasticidad ingreso.

I.- “La naturaleza de la necesidad que satisface la mercancía; el porcentaje de ingreso gastado en alimentación declina a medida que aumenta el ingreso. (Esto se conoce como la Ley de Engel, y es utilizada a veces como medida del bienestar y del estado de desarrollo en que se encuentra una economía).”¹²⁶

II.- Los bienes difieren según el nivel de ingreso de una sociedad y de un país. Para una clase social, un bien le puede parecer necesario si su ingreso es bajo; mientras a otras les puede parecer un bien inferior si su ingreso es alto.

III.- Existe un desfase temporal en el momento en que el consumo se ajusta a los cambios en el ingreso. Los consumidores no son autómatas para reaccionar inmediatamente a los aumentos o disminuciones de su ingreso, ya que regularmente el consumidor posee ciertos hábitos alimenticios que no le permiten por ejemplo, de comer siempre tacos en la calle a comer al otro día en un restaurante francés, por el solo hecho de que ese mismo día aumento su ingreso.

La Curva de Ingreso-Consumo y la Curva de Engel.

A partir de la elasticidad ingreso de la demanda podemos ver gráficamente el primer determinante de dicho concepto que son las curvas de Engel, las cuales se definen como “una función que relaciona la cantidad que se compra de un bien con el nivel de ingreso, cuando se logra el equilibrio.”¹²⁷ Según el tipo de bien de que se trate, la curva de Engel puede mostrar diversos tipos de pendiente, es decir, cuando se habla de un bien en el cual los cambios en el ingreso no ejercen un efecto sustancial sobre la demanda del mismo, entonces se nos presenta una curva con una pendiente poco pronunciada y suavizada. Por ejemplo, un aumento en el ingreso de 5% provoca un aumento en la cantidad de alimentos en 2%. De tal manera, que se da una relación directa entre el bien demandado y el ingreso; pero la relación resulta ser menos que proporcional con el incremento del bien demandado. Por otro lado, cuando se habla de un bien en el cual los cambios en el ingreso ejercen un efecto sustancial sobre los cambios en la cantidad demandada del mismo, entonces se nos presenta una curva con una pendiente pronunciada, la cual nos dice que un aumento en el ingreso del 5% provoca un aumento en la cantidad demandada del bien en 6%. Este tipo de relación es directa; pero los aumentos de una son más que proporcionales sobre la cantidad demandada del bien. Para ambos casos estamos hablando de bienes necesarios y bienes superiores respectivamente.

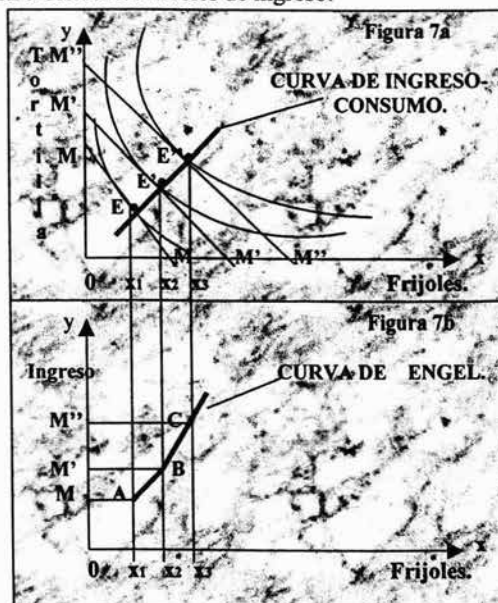
¹²⁶ Koutsoyiannis. A. Pág. 64.

¹²⁷ C. E. Ferguson y J. P. Gould. “Teoría microeconómica”. Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. 1987. Pág. 45.

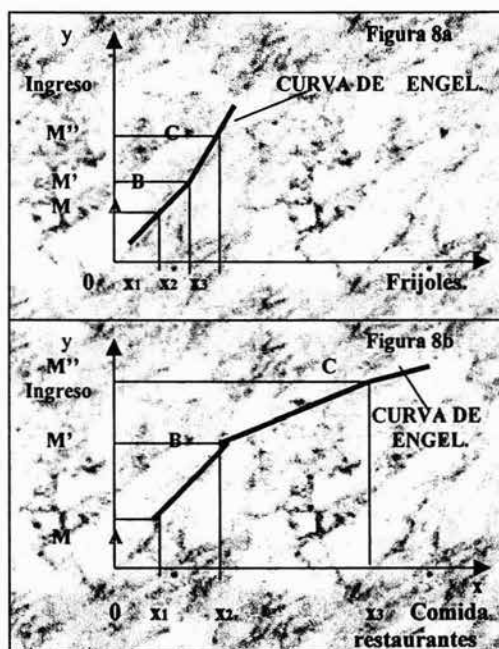
La curva de Engel tiene, como definimos primeramente, su origen en el equilibrio del consumidor, lo cual nos lleva a las curvas de indiferencia y a la línea de presupuesto, que como podemos ver en nuestra figura 7^a, tenemos que el punto E es el óptimo del consumidor, es decir, es el punto donde alcanza el máximo nivel de satisfacción dada su restricción presupuestal. Si el ingreso aumenta de M a M', la recta del presupuesto se desplazará paralelamente hacia arriba y hacia la derecha, obteniendo el punto E' como nuevo óptimo del consumidor y alcanzando la curva de indiferencia número 2. Hay que hacer notar que la recta del presupuesto no cambia de pendiente porque los precios de los bienes continúan inalterados. Suponiendo que ahora se vuelve a incrementar el ingreso del consumidor de M' a M'', el nuevo óptimo será el punto E'' y se alcanzará una curva aún más alta que las anteriores, logrando un mejor nivel de vida.

Si unimos con una línea los tres puntos de equilibrio del consumidor, obtenemos la curva de ingreso consumo, la cual define los puntos de equilibrio del consumidor de los bienes "x" y "y" cuando aumenta o disminuye su ingreso, permaneciendo inalterados los precios de los bienes.

La curva de ingreso-consumo nos lleva a la derivación de la curva de Engel. Esta derivación la obtenemos trasladando los puntos de ingreso de la figura 7a al eje de las ordenadas de la figura 7b y mantenemos en la misma posición del eje a los frijoles, y del mismo modo obtenemos la curva de Engel para el caso de las tortillas, ya que tan solo pasamos las cantidades de tortillas del eje de las ordenadas en nuestra figura 7^a al eje de las abscisas de la figura 7b e invirtiendo el ingreso del eje de las abscisas al de las ordenadas respectivamente. Así en el punto A tenemos relacionado un nivel de ingreso M con una cantidad óptima de frijoles comprados x1, en el punto B y C sucede lo mismo con ingreso M' y M'', así como cantidades compradas x2 y x3 respectivamente. Cuando conectamos los puntos A, B y C construimos la curva de Engel, que relaciona las cantidades óptimas compradas de un bien a diferentes niveles de ingreso.



La forma de la curva de Engel como ya habíamos explicado puede variar de acuerdo al tipo de bien de que se trate. Por ejemplo: en la figura 8ª muestra una curva con pendiente positiva, pero que a medida que se empieza a incrementar hacia la derecha tiende a una vertical, y si observamos las cantidades adquiridas con respecto al ingreso, vemos que a medida que aumenta el ingreso las cantidades compradas de frijol van disminuyendo a una tasa decreciente. Esto suele suceder cuando se compran bienes necesarios, los cuales dado su nombramiento, el consumidor trata de asegurarlos primeramente antes de adquirir algún bien de lujo. Un bien como el que se representa en la figura 8b, como la comida de restaurantes, vemos que la pendiente de la curva es positiva, pero los incrementos en la curva no tienden a uno o a la vertical; sino que se mantienen constantes hacia la derecha y arriba en una tasa creciente. Este tipo de curvas es representativo de los bienes de lujo, ya que a medida que aumenta el ingreso aumenta la cantidad comprada del bien en una razón más que proporcional. De esta manera, a un ingreso M el consumidor probablemente no frecuenta los restaurantes de alta cocina, pero si su ingreso aumentara a M' , probablemente consumiría comidas más costosas de forma más regular.



2. – Elasticidad-precio de la demanda.

Para el caso de la definición de la elasticidad precio, ésta se define como la relación de la cantidad demandada de un bien (variable dependiente) ante un cambio en el precio del propio bien (variable independiente).

La elasticidad-precio se mide dividiendo el cambio porcentual del bien bajo estudio sobre el cambio porcentual en su precio, de tal suerte que tenemos:

$$\Delta q / q \div \Delta p / p, \text{ lo cual obviamente es igual a } p / q \cdot \Delta q / \Delta p$$

En donde: p es el precio de la cantidad q del bien demandado

“Cuanto menor sea numéricamente la elasticidad-precio, tanto menor será la responsividad de la demanda a los cambios en los precios relativos.”¹²⁸

En lo que se refiere a los precios relativos, que es una prioridad en el concepto de la elasticidad, éstos garantizan el cumplimiento de la ley de la demanda, la cual establece la relación inversa entre cantidades y precios relativos. De esta forma, la elasticidad-precio será negativa y su valor numérico nos dará un resultado consecuente con la ley de la demanda.

Si se dice que un producto tiene demanda elástica, entonces la elasticidad-precio tendrá un valor numérico mayor que uno. Por lo que un cambio de 1% en el precio originará un cambio en la respuesta de la demanda del bien mayor que 1%.

Si la elasticidad es unitaria, en este caso, el valor numérico será igual a uno y un cambio de 1% en el precio del bien originará un cambio en la respuesta de exactamente 1% en la cantidad demandada.

Por último, cuando la demanda es inelástica el valor numérico es menor a uno y el cambio en el precio del bien de 1% producirá un cambio menor al 1% en la cantidad demandada.

Tradicionalmente se considera que un aumento de los precios provoca para el productor un incremento en sus ingresos. Sin embargo esto no siempre es así, ya que si partimos del supuesto de los precios relativos, dicha conclusión no sería congruente con la ley de la demanda y las acotaciones de los diversos tipos de elasticidades no tendría sentido alguno. De ahí la importancia de la elasticidad-precio para los empresarios, ya que, en la medida en que conozcan la reacción de los consumidores ante el cambio en el precio de sus productos, podrán pronosticar mejor sus ingresos. En ese mismo sentido, también es importante conocer el gasto de los consumidores y agregar un supuesto importante en esta investigación, y es el de que los ingresos totales de las empresas deben ser iguales a los gastos totales de los consumidores. Es por eso que el ingreso y el gasto son partes sustanciales de una misma transacción, ya que lo que compra el consumidor de bienes es ingreso de las empresas, por la venta de sus mercancías y viceversa, lo que venden las empresas es el gasto que contraerán los consumidores por la transacción de un bien.

La relación que se da entre la elasticidad, el gasto y el ingreso total se puede clasificar de la siguiente manera:

¹²⁸ Ob.cit. Miller Roger, Le Roy. Pág. 147.

- a) Demanda elástica en precio. “Si se reduce el precio, se elevarán los ingresos totales cuando la empresa se enfrenta a la demanda que es elástica en precio. Y si se eleva el precio, se reducirán los ingresos totales.”¹²⁹ Vamos a suponer que una disminución en el precio de los frijoles del 5% ocasiona un aumento en su demanda del 18%, esto significa que la elasticidad es mayor que uno y que el ingreso total de las empresas aumenta, porque la caída en el precio del frijol provoca un aumento más que proporcional en las ventas de ese bien, además de que el gasto total de los consumidores aumenta en la misma proporción que el ingreso total.
- b) Demanda inelástica en precio. “Cuando la empresa enfrenta una demanda inelástica en precio, si se eleva el precio, los ingresos aumentan; si se reduce el precio, disminuyen los ingresos totales.”¹³⁰ Si ahora se da una reducción en el precio de la tortilla de un 15% generando un aumento de las ventas de 3%, entonces la elasticidad-precio será menor a uno y el ingreso total disminuirá. La respuesta ante una baja en el precio en la tortilla es menos que proporcional a la cantidad demandada del bien, esto quiere decir, que las ventas de tortillas no generarán un aumento significativo en el ingreso total que rebasará la proporción de baja en el precio de la tortilla. La demanda de tortillas es considerada inelástica con respecto al precio y el ingreso total sufre un cambio en la misma dirección al precio. El gasto total de los consumidores disminuye porque sus compras son menos que proporcionales a la baja en el precio de la tortilla.
- c) Demanda elástica unitaria en precio. “Los pequeños cambios en el precio no alteran los ingresos totales.”¹³¹ Por último, si tenemos una reducción en el precio de la carne de 5% y aumenta la demanda de la misma en 5%, en este caso, la elasticidad-precio es igual a uno y el ingreso total permanece inalterado. El aumento de la venta de carne es proporcional a la baja de su precio, por lo que el ingreso total permanece igual y el gasto total de los consumidores también se mantiene inalterado.

Determinantes de la elasticidad-precio de la demanda.

I.- La existencia y semejanza de los sustitutos: “Cuanto más semejantes sean los sustitutos de un bien en particular, tanto mayor será la elasticidad-precio de la demanda.”¹³² Por ejemplo, el caso de los refrescos de cola, si aumenta el precio de la coca-cola disminuirá la demanda de la misma y aumentará la demanda de la pepsi-cola a una razón más que proporcional al aumento del precio de la coca-cola, y lo mismo sucederá de forma inversa si baja el precio de la coca-cola. Los consumidores cambian de bienes siempre y cuando éstos sean muy semejantes entre sí, por lo que el cambio en los precios será el determinante esencial de su cantidad demandada.

¹²⁹ *Ibidem*. Pág. 153.

¹³⁰ *Ob.cit.* Miller Roger, Le Roy. Pág. 153.

¹³¹ *Ídem*.

¹³² *Ibidem*. Pág. 159.

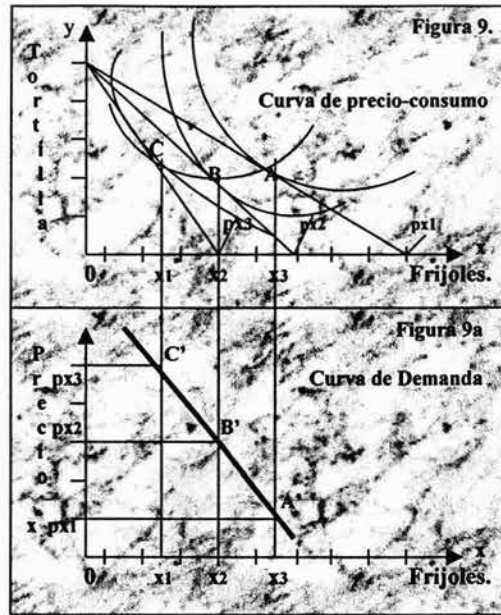
II.- Importancia del producto en el presupuesto del consumidor: Se denota así, cuando un bien en particular tiene un peso mayor en el presupuesto total gastado, de esa forma su elasticidad-precio de la demanda será mayor por la compra de ese producto. Por ejemplo, la demanda de sal se considera muy inelástica por el hecho de que las personas consumen muy poco de ella con respecto a su presupuesto total de gasto. En contraste, la demanda de alimentos consumidos fuera del hogar es más elástica, ya que representa una gran parte del presupuesto de los obreros. También existen bienes que teóricamente no tienen un gran peso en el presupuesto del consumidor, pero que en la realidad algunos son elásticos independientemente de su poco peso en el presupuesto del consumidor, como pueden ser: los rastrillos, las pilas, los spray, etcétera.

III.- Periodo de ajuste en la tasa de compra. "Cuanto más persista cualquier cambio en el precio, mayor será la elasticidad-precio de la demanda."¹³³ Es decir, la disminución del precio de un bien provocará un incremento de la demanda del mismo en el corto plazo; mientras que un aumento provocará la misma demanda, por lo que los consumidores con toda seguridad se desfaldarán en su gasto, ya que los cambios en los precios no provocan un ajuste inmediato en la cantidad demandada del bien. Los consumidores no reaccionan de forma automática a los cambios de precios y les toma tiempo ajustarse a dicho cambio. Es por eso que en el corto plazo la demanda es menos elástica y en el largo plazo la demanda es más elástica porque los consumidores ya ajustaron su ingreso a los nuevos paquetes de bienes sustitutos.

La Curva de Precio-Consumo y la Elasticidad-Precio de la Demanda.

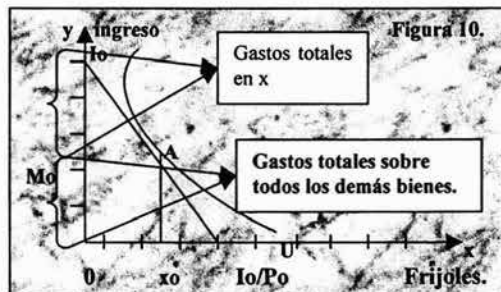
En la figura 9 tenemos de nueva cuenta tres puntos de equilibrio del consumidor, pero a diferencia de la elasticidad-ingreso de la demanda el ingreso monetario no se mueve, ya que ahora los cambios se dan en los precios de los bienes, en este caso el precio del frijón se incrementa y el de la tortilla permanece inalterado, el precio del frijón se incrementa de P_x2 a P_x3 , como ya habíamos visto que un cambio en el precio de un bien provoca una rotación en la recta del presupuesto, para éste caso los tres cambios en el precio del frijón nos dan tres rotaciones en la recta del presupuesto hacia la izquierda, dándose en cada uno de ellos sus respectivos equilibrios en **A**, **B** y **C**. Uniendo estos puntos obtenemos la curva de precio-consumo que nos muestra las combinaciones de frijoles y tortillas que el consumidor comprará al cambiar el precio del frijón manteniendo constante tanto el ingreso como el precio de la tortilla.

¹³³ Ibidem. Pág. 160.

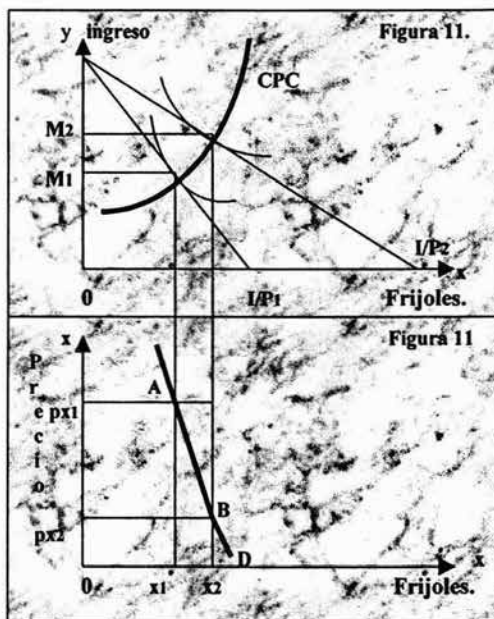


La curva de precio-consumo tiene forma parabólica y de ella se deriva la curva de demanda (fig. 9ª), que representará las cantidades demandadas de “x” (frijoles) a distintos precios manteniendo constante el ingreso y el precio de “y” (tortillas). De esta forma la curva de demanda tendrá pendiente negativa, debido a la relación inversa entre precios y cantidades. Como en este caso el precio de los frijoles aumentaba hasta px_3 , la cantidad demandada fue disminuyendo.

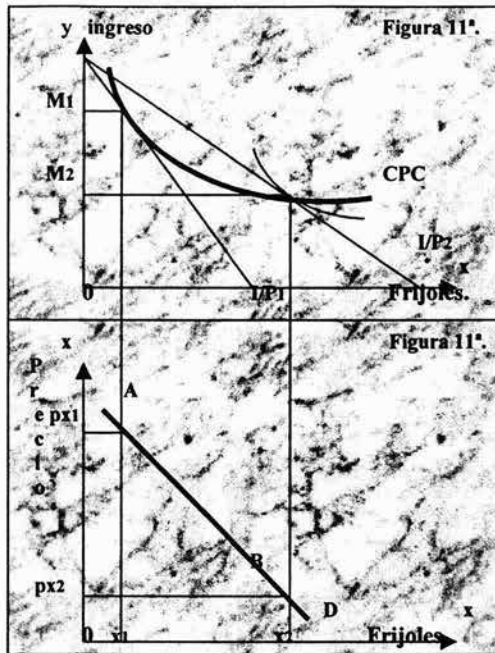
Antes de describir la forma en que la curva de precio-consumo y la elasticidad-precio de la demanda se relacionan, es pertinente finiquitar la cuestión del gasto e ingreso del consumidor, ya que ésta complementará la relación entre la curva de precio-consumo con la elasticidad. Es por eso que en la figura 10, donde tenemos de nueva cuenta en el eje de las abscisas a los frijoles y en el eje de las ordenadas al ingreso monetario del consumidor, siendo M el ingreso monetario gastado en otros bienes a excepción de los frijoles, por lo que nuestra recta del presupuesto será: $I = M + (Px \cdot x)$; en donde $I =$ ingreso total y $(Px \cdot x)$ es igual al gasto del bien x (frijoles); pero estandarizando la ecuación para obtener M tenemos: $M = I - Px \cdot x$. De esta forma en la figura tenemos que el punto de equilibrio es A, donde se compra x_0 de frijoles gastando $I_0 - M_0$ para su adquisición; mientras que M_0 se gasta en otros bienes.



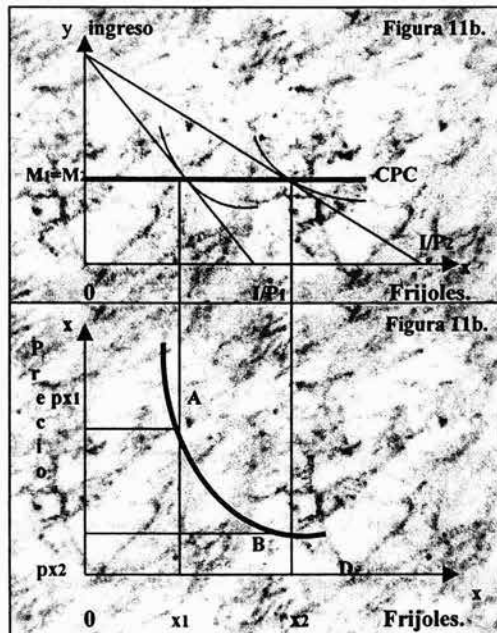
Con esta aclaración, los grados de respuesta de la elasticidad-precio los podemos apreciar fácilmente en la curva de precio-consumo de la figura 11, en donde vemos que cuando se reduce el precio de los frijoles de P_1 a P_2 , nuestra recta de presupuesto rota a P_2 y uniendo los dos puntos de equilibrio obtenemos una curva de precio-consumo (CPC) positiva. En ésta CPC la curva de demanda tiene una pendiente negativa muy inclinada tendiendo a 1, por lo que el gasto en frijoles a un precio menor P_2 es menor que el gasto a un precio mayor P_1 , es decir, $I-M_2 < I-M_1$. Es por eso, que cuando la CPC tiene pendiente positiva, la curva de demanda es inelástica.



En la figura 11^a el precio del frijol disminuyó de P_1 a P_2 dando como resultado una CPC con pendiente negativa. El decremento del precio del frijol incrementó el gasto de éste: $(I-M_1) < (I-M_2)$, de tal suerte, que la curva de demanda tiene de nueva cuenta una pendiente negativa; pero más acostada y tendiendo a cero, por lo que la podemos definir como una demanda elástica, ya que una disminución en el precio del frijol provocó un incremento en el gasto total de ese bien.



Por último en la figura 11b tenemos una CPC horizontal, en la cual una caída del precio no provocó ningún aumento o disminución del gasto: $(I-M2) = (I-M1)$. La curva de demanda es de pendiente negativa y en forma de una hipérbola, en donde la elasticidad es unitaria, de tal forma que una disminución del precio del frijol no provocó ningún movimiento del gasto total de ese bien.



3.- Elasticidad Cruzada de la demanda.

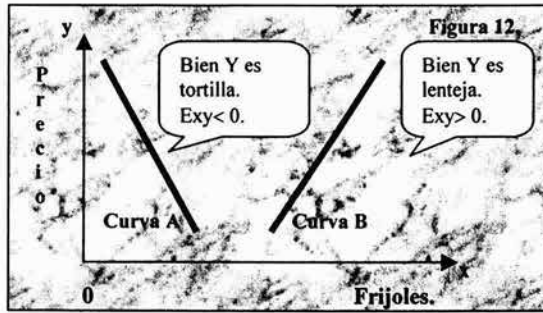
La elasticidad cruzada mide el grado de sensibilidad porcentual de las unidades demandadas del bien "x", ante cambios porcentuales en el precio del bien "y". Matemáticamente se representa:

$$\xi_{xy} = dq_x/q_x / dp_y/p_y = dq_x/dp_y \cdot p_y/q_y$$

El determinante principal de éste tipo de elasticidad es que si ambos bienes pueden satisfacer la misma necesidad, su elasticidad cruzada será alta y viceversa. De ahí que introduzcamos al mismo tiempo el concepto de bienes sustitutos y bienes complementarios, para el caso del primero, éste se da cuando el coeficiente de elasticidad es positivo; mientras que el segundo se presenta cuando la elasticidad es negativa. De esta forma, la cantidad demandada de un bien "x" no depende tan solo de su precio; sino también del precio de otros bienes relacionados al bien en estudio, lo cual indica que la elasticidad cruzada es un instrumento práctico para dar referencia del nivel de demanda entre bienes relacionados en el mercado, sin tomar en cuenta los gustos y preferencias de los individuos ante un aumento de su ingreso real.

A grosso modo, podemos ejemplificar a los bienes sustitutos como la carne de res y la carne de pollo, en este sentido un aumento del precio de la carne de pollo provocará un incremento en la cantidad demandada de la carne de res, y en forma directa, una baja en el precio de la carne de pollo disminuirá la cantidad comprada de carne de res. Cumpliendo con la ley de la demanda, al aumentar el precio del pollo la gente optará por sustituirlo por carne de res y viceversa si baja el precio del pollo. En el caso de los bienes complementarios, un aumento del precio del atún provocará una disminución de la cantidad demandada de la mayonesa ocasionado por la consecuente baja en la cantidad demanda de atún y viceversa, una disminución del precio del atún provocará un aumento en la cantidad demandada de la mayonesa.

Esto lo podemos apreciar gráficamente en la figura 12, donde volviendo a nuestro clásico ejemplo de dos bienes: tortillas y frijoles, si suponemos que la tortilla dentro de los hábitos y costumbres alimenticias de los mexicanos puede ser considerado como un cubierto para los alimentos como el frijol, entonces un incremento en el precio de las tortillas reducirá la venta de frijol y la pendiente de la curva será negativa como el punto **A** indicándonos que los bienes son complementarios. Sin embargo, si ahora suponemos que dejamos a un lado las tortillas y ahora son lentejas, entonces las lentejas pueden hacer las veces de frijoles, pero no de tortillas porque éstas no entran en los hábitos y costumbres del mexicano como un cubierto de los demás bienes, por lo tanto, al aumentar el precio de las lentejas, aumentará la venta de frijoles, obteniendo una curva con pendiente positiva como la curva **B** de nuestra figura 12, siendo entonces ambos bienes sustitutos.



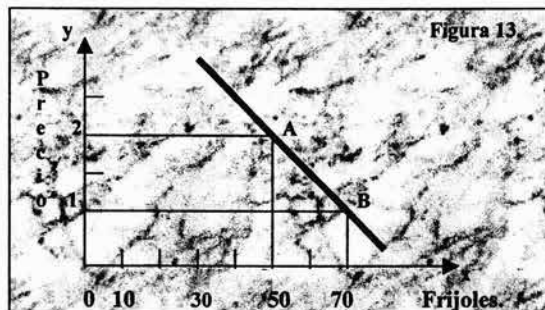
De este modo, las elasticidades cruzadas de precios para productos estrechamente relacionados entre sí serán iguales o mayores a uno; mientras que la elasticidad “para productos muy poco relacionados entre sí serán muy cercanos a cero.”¹³⁴

4. - Elasticidad arco y Elasticidad punto de la demanda.

La elasticidad arco mide el grado de respuesta de una parte del segmento de la curva de demanda y es utilizada cuando el cambio en el precio es distintivamente alto o bajo. Simbólicamente tenemos:

$$\xi_{ar} = dq/q / dp/p = dq/dp \cdot p/q$$

En la figura 13 tenemos una curva de demanda en donde el precio de los frijoles baja de \$2.00 a \$1.00, es decir, nos movemos del punto A hacia el punto B.



Y usando la fórmula tenemos:

$$\xi_{ar} = 20/50 / -1/2 = 20/-1.2/50 = -4/5$$

¹³⁴ Ob. Cit. T. Call, Steven y William L. Holahan. Pág. 98.

Pero si nos movemos de **B** hacia **A** nos da:

$$\xi_{ar} = -20/70 / 1/1 = -20/1.1/70 = -2/7$$

Los coeficientes de elasticidad entre **A** y **B** y **B** y **A** son distintos por el cambio de bases, pero el grado de respuesta de la cantidad de frijoles demandada es la misma ante un aumento o disminución en el precio entre el punto **A** y **B**. Para solucionar éste problema se debe calcular una base promedio entre precios y cantidades para luego entonces no tener problemas con la dirección del movimiento de los puntos de la curva de demanda, la cual se expresa de la siguiente forma:

$$\xi_{ar} = \delta x / \delta p \cdot (p_1 + p_2) / 2 / (x_1 + x_2) / 2$$

Haciendo el cálculo obtenemos: $\xi_{ar} = 20 / -1.3 / 2 / 120 = -20.3 / 2 / 60 = -1/2$

De esta forma, el coeficiente de elasticidad arco entre los puntos **A** y **B** es $-1/2$ y además añaden que la elasticidad arco no nada más se encarga de medir el grado de respuesta de una parte del segmento de una curva de demanda, sino también, mide la elasticidad promedio de ese segmento al cual se tiene interés.

Por otro lado **la elasticidad punto** mide el grado de respuesta de un punto en específico de la curva de demanda cuando los cambios en el precio son muy pequeños. Su fórmula es:

$$\xi_{pto} = \delta q / \delta p \cdot p / q$$

En base a todo este análisis, tenemos la capacidad de sintetizar esta parte de la demanda del consumidor, la cual comprende la siguiente ecuación:

$$Q_x = f(P_x, P_y, M, G.P.)$$

En donde:

***Q_x** = Cantidad demandada del bien x*

***P_x** = Precio del bien x*

***P_y** = Precio del bien y ó sustitutos*

***G.P.** = Gustos y Preferencias del consumidor*

De tal suerte, que cada uno de los elementos independientes nos ayuden a determinar los grados de sensibilidad de la demanda del consumidor, teniendo entonces:

***Q_x = f(P_x)** Para la elasticidad-precio $\xi_p = \Delta q_x / q_x \div \Delta p_x / p_x$, lo cual obviamente es igual a $p_x / q_x \cdot \Delta q_x / \Delta p_x$*

***Q_x = f(P_y)** Para la elasticidad-cruzada $\xi_{xy} = dq_x / q_x \div dp_y / p_y = dq_x / dp_y \cdot p_y / q_y$*

$Q_x = f(m)$ Para la elasticidad-ingreso $\xi_m = \delta q_x / q_x / \delta m_x / m_x = \delta q_x / \delta m_x \cdot m_x / q_x$

De esta forma: $Q_x = f(\xi P_x, \xi P_y, \xi M, \xi G.P.)$

En el siguiente capítulo, veremos si esta ecuación de demanda cumple con los requerimientos de nuestros datos empíricos, o si al menos una parte de la misma puede servirnos para desarrollar la esencia de nuestra investigación.

CAPÍTULO 3
ANÁLISIS DESCRIPTIVO

3.1. Nota metodológica.

A partir del análisis más minucioso de la teoría neoclásica del consumidor, se lograron resumir los elementos más importantes de esta teoría, los cuales se pueden expresar en la siguiente función de demanda:

$$Q_x = f(\xi P_x, \xi P_y, \xi M, \xi G.P.)$$

donde:

- Q_x* = Cantidad demandada del bien *x*
- ξP_x* = Elasticidad del Precio del bien *x*
- ξP_y* = Elasticidad del Precio del bien *y* ó sustitutos
- ξM* = Elasticidad del Ingreso del consumidor
- ξG.P.* = Elasticidad de los Gustos y Preferencias del consumidor

Dado los datos que tenemos con la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH), es evidente por definición que la función de demanda no puede ser satisfecha completamente. En primer lugar, la ENIGH no tiene precios y cantidades, por lo que la elasticidad precio y cruzada de la demanda no pueden ser aplicadas. En segundo lugar, los gustos y preferencias no vienen dados, tan solo es una canasta de bienes creada por consejos de la “ONU, Organización Internacional del Trabajo y está articulado al Sistema de Cuentas Nacionales y a las encuestas de hogares que levanta el INEGI”¹³⁵, que pretende aproximar el destino del gasto de cada hogar.

Sin embargo, la ENIGH nos da el gasto y el ingreso corriente de cada rubro de bienes, ofreciéndonos la posibilidad de aplicar la elasticidad ingreso de la demanda con respecto al gasto, para de esta manera expresar al ingreso como un elemento primordial en la elección del consumidor y quedar formalmente nuestra función de demanda reducida a lo siguiente:

$$Q_x = f(\xi M)$$

donde:

- Q_x* = Cantidad demandada del bien *x*
- ξM* = Elasticidad del Ingreso de las familias

Hay que hacer notar que la cantidad demandada del bien se transformará en gasto del bien en estudio, es decir, *p.q* = *gasto* y éste estará expresado en términos monetarios corrientes tal y como lo sugiere la teoría, de tal suerte, que la clasificación de elasticidades-ingreso que estudiamos en el Capítulo 2 sólo variará en cuanto a la sustitución del concepto de cantidad por el de gasto, quedando los grados y tipos de elasticidades iguales.

Otro concepto fundamental que deriva de la elasticidad-ingreso, es el de la Ley de Engel, este concepto que es de capital importancia para todo nuestro estudio, ya ha sido

¹³⁵ “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares: 2000.” Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. México, D. F. 2000. Pág. 9.

trabajado tanto en el Capítulo 1 como en el Capítulo 2, siendo su primera y más importante Ley la que se refiere: a que si una Familia o Nación destinan mayor proporción de su ingreso al gasto en alimentación, más pobre será esa Familia o Nación. Siempre tomando en cuenta que esa situación puede cambiar en cuanto los hogares empiecen a captar menos proporción de su ingreso a la alimentación por motivo de los aumentos de su ingreso.

Sobre la base de lo anterior, podemos aplicar la elasticidad-ingreso y las Tres Leyes de Engel, haciendo énfasis en la primera Ley, por ser la que de alguna manera nos define las situaciones de riqueza y pobreza de una nación, por lo que nos permitirán analizar, describir e inferir en las pautas de gasto de los hogares a partir de 1984 hasta el 2000, sin olvidar que la interpretación y manejo de dichos conceptos son producto de una función de demanda y lo que estamos trabajando es una función de gasto, que posee sus raíces desde la teoría marginalista, pasando por la teoría ordinal y representándose desde las curvas de indiferencia hasta el óptimo y equilibrios parciales del consumidor.

3.2. Consideraciones Metodológicas de las ENIGH.

A continuación se puntualizarán las ventajas y desventajas de las ENIGH para explicar los posibles problemas de conceptualización y modelación de las elasticidades-ingreso de la demanda.

3.2.1. Desventajas

- 1) En términos generales, el acervo estadístico en México es además de pobre, muy impreciso y poco cuidadoso para la interpretación de conceptos y obtención de datos empíricos que representen a una determinada teoría.
- 2) La mayoría de los datos empíricos no poseen una continuidad en el tiempo, por lo que algunos estudios se tienen que limitar a cierto periodo de años, y los años faltantes deben ser elaborados de forma individual y aproximados a la agregación original.
- 3) En lo que se refiere a las Encuestas de Ingreso y Gasto, los hogares tienen una tendencia a subvalorar y sobrevalorar los gastos e ingresos que tienen, por lo que: "a) las estimaciones totales de los ingresos personales obtenidas de los datos de la encuesta son inferiores a las estimadas sobre la renta nacional procedentes de las cuentas nacionales. 2) En la mayoría de las ocasiones, el ingreso total resulta inferior al gasto total."¹³⁶
- 4) La sumatoria de las encuestas de 1984 y 1989 tienen errores en su total. Por ejemplo, en 1984 el gasto corriente monetario total no coincide con el gasto

¹³⁶ Gutiérrez Rojas, Javier. "Estimación de la elasticidad-ingreso de la demanda de alimentos, bebidas, y de leche y sus derivados." Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Subsecretaría de Planeación. Dirección General de Ciencia y Tecnología. México, 1994. Pág. 5.

corriente monetario total por la composición de sus grandes rubros, siendo que todas las demás encuestas poseen esa coincidencia.

- 5) La agregación de rubros de gasto marca una tendencia hacia la desagregación de los mismos a partir de 1984 hasta 1998, lo cual beneficia el aprovechamiento más preciso de la información. Sin embargo, la ENIGH del 2000 regresa un poco al formato de la ENIGH de 1984, volviendo a agregar rubros de cierta importancia como el gasto en educación superior y los servicios de vivienda, por mencionar algunos.

3.2.2. *Ventajas.*

- 1) Las ENIGH son encuestas que poseen una metodología y conceptualización similar, por lo que desde la primera de 1984 hasta la última del 2000, no han sufrido modificaciones metodológicas y de muestreo, de tal suerte que esta característica nos permitirá hacer un análisis comparativo entre años de cada encuesta, las cuales se vuelven periódicas a partir de 1992, realizándose cada dos años.
- 2) La muestra agrupa hogares en localidades de 2500 y más habitantes y localidades de menos de 2500 habitantes, los cuales sumados nos dan el total nacional. En base a trabajos empíricos denominaremos a las primeras localidades como de zonas urbanas y a las segundas como de zonas rurales. Esta división nos ayudará a comparar la participación en el gasto de los hogares de ambas zonas; así como, el gasto que destinan las familias de cada zona a los rubros de alimentación, salud, educación y vivienda.
- 3) “La encuesta reconoce implícitamente al autoconsumo.”¹³⁷ Lo cual le ofrece mayor realismo a la recopilación de datos, ya que existen familias que sin percibir ingresos realizan alguna clase de gastos.
- 4) Se divide el nivel de ingreso de los hogares en deciles, de tal forma que el 10% de hogares que se sitúan en el primer decil, son los hogares con el ingreso más bajo, mientras que el 10% de hogares que se sitúan en el décimo decil son los hogares de mayor ingreso. Esta división permite clasificar por estrato de ingreso a las familias más ricas y a las más pobres, lo cual nos ayudará a verificar el destino y pautas de gasto de cada estrato social.

A pesar de las desventajas que poseen las ENIGH, estos datos son perfectos para realizar una adecuada y confiable investigación, “ya que es poco probable que los resultados sean seriamente afectados por errores de subestimación del ingreso.”¹³⁸

¹³⁷ Ob. Cit. Javier Gutiérrez Rojas. Pág. 5.

¹³⁸ Idem.

3.3. Análisis Descriptivo del Ingreso y del Gasto de los Hogares (1984-2000)

Introducción.

En este Capítulo nos dedicaremos a realizar un análisis descriptivo de la relación que guardan el ingreso y el gasto total de los hogares en el ámbito nacional, por zonas y estratos sociales; así como, la participación que tienen éstos en los rubros de nuestro interés, como son: alimentación, salud, educación y vivienda.

A modo de tener presente en todo momento la Ley de Engel, utilizaremos tan solo porcentajes para representar de forma más aproximada la definición de dicha Ley.

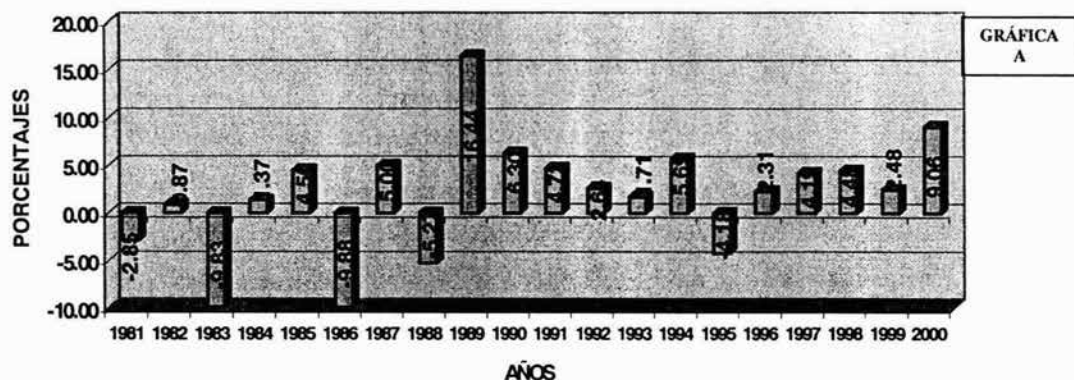
De esta forma, en la primera parte se analizará la composición y el balance del gasto corriente monetario en el ámbito nacional, haciendo énfasis en la participación que tiene el gasto en alimentación por años encuestados y por estratos sociales. Esto con el fin de aproximarnos a la Ley de Engel. En la segunda parte, se hará un análisis comparativo de los niveles de gasto de las zonas urbanas y rurales por encuestas y estratos, verificando en ellas los niveles de gasto en alimentación.

3.3.1. Análisis Descriptivo a Nivel Nacional (1984-2000)

A modo de bosquejo general, se hará un análisis macroeconómico de la situación que guarda la economía en el periodo estudiado, con el propósito de vincular los indicadores macroeconómicos con los datos microeconómicos, identificando el impacto de los aspectos generales con los particulares.

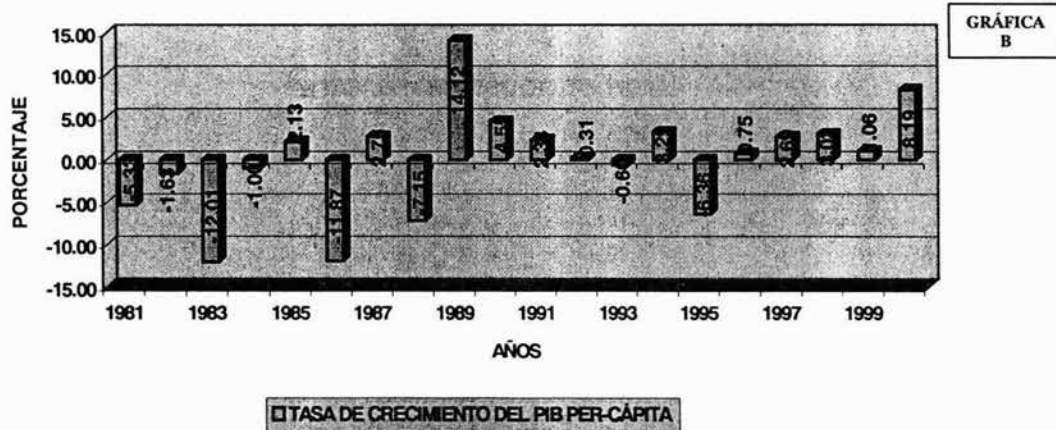
Al respecto, se tiene que para las décadas de los ochentas y noventas, el PIB real creció a una tasa promedio del 1.99%, siendo este promedio poco significativo debido a que las crisis de esas décadas manifestaron caídas del -2.85 en 1981, -9.83 en 1982, -9.88 en 1986, -5.27 en 1988 y -4.18% en 1995, recordando en ellas la crisis de los ochentas, caracterizada por la caída del precio del petróleo, el incremento de la tasa de interés en los Estados Unidos que provocó la fuga de capitales hacia ese país y la famosa crisis de la deuda, la cual daría paso a la entrada en vigor de las políticas de privatización, desregulación, apertura comercial y control monetario por parte de los Organismos Internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional; continuando en los noventas con dichas políticas, desembocando en la crisis de 1995. (Ver Gráfica A)

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB A PRECIOS DE 1994

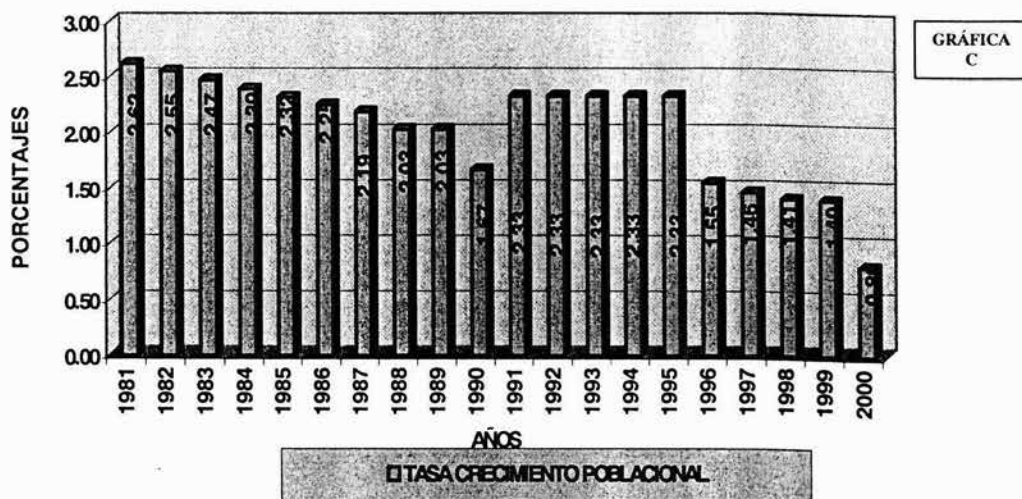


Dichas crisis han mermado el nivel de participación de los mexicanos en la actividad productiva, ocasionando en estas dos décadas que el PIB per-cápita en promedio no creciera a pesar de que la tasa poblacional promedio se mantuvo en 2.04% y es significativa de todo el periodo, dado que la tasa de crecimiento máxima fue en 1981 de 2.62% y la mínima de 0.80% en el 2000, teniendo en estas dos décadas una clara tendencia hacia la baja, con excepción de los años de 1991 a 1995 en donde la tasa permaneció constante en un 2.33%, lo cual da razón de las pocas repercusiones favorables que han tenido los 14 años de crecimiento de la actividad económica, indicando por el contrario, que dichos crecimientos no han sido lo suficientemente altos como para mejorar la participación de la población mexicana, aunado a que ésta se ha mantenido muy estable. (Ver Gráfica B y C)

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB PER-CÁPITA A PRECIOS DE 1994



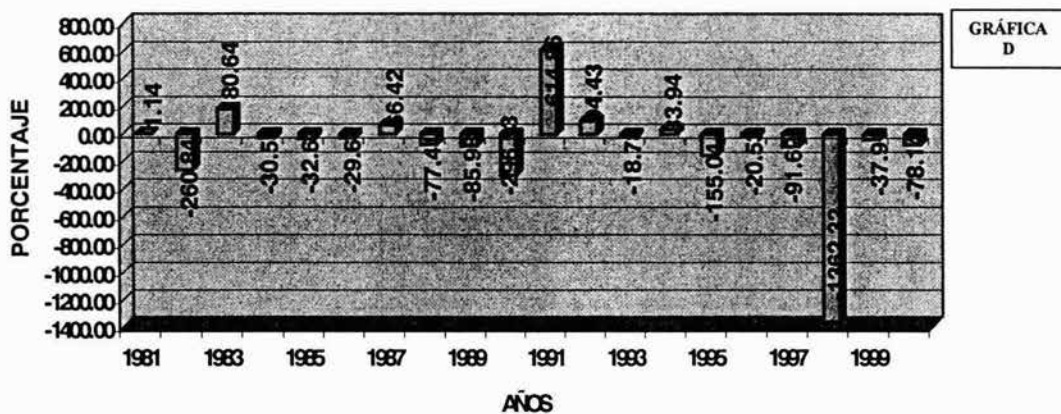
TASA CRECIMIENTO POBLACIONAL



A nivel externo, la Balanza Comercial termina decreciendo en promedio con un -79.33%, manifestando en ella 14 años de déficit comercial, para el cual el más alto fue en 1998 de -1,362.32%, manteniendo al mismo tiempo un tipo de cambio creciente que denota en el periodo salinista de 1988 a 1994 un tipo de cambio que no rebasa la banda del 20%, cortando esa racha en la crisis de 1995 con un crecimiento de más del 90% para volverse estable e inclusive negativa al término del sexenio zedillista de 1994 al 2000 con una banda de flotación que de igual forma que en el sexenio anterior no rebasó el 20%. En esa misma tónica, el índice nacional de precios al consumidor manifiesta en esos sexenios la tendencia de mantener los precios en una banda inferior al 30%, alcanzando para los últimos dos años del sexenio salinista tasas de precios inferiores a un dígito y en el último año del sexenio zedillista también logró dicha cifra. Conjuntando estas tres variables, tenemos que uno de los objetivos de ambos sexenios fue la de combatir la inflación, teniendo como meta bajarla a un dígito; así como mantener estable el tipo de cambio, que en el primer sexenio se controló con reservas; mientras en el segundo aunque se dijo de que no intervendría Banxico, se aprecia que siempre se mantuvo una banda de flotación inferior al 20%. En lo referente a los déficit comercial, se nota la clara política de apertura comercial, en donde los superávits del sexenio salinista se soportan por los ingresos de la venta de empresas gubernamentales*; mientras en el segundo sexenio siempre se mantuvo la balanza en déficit, obteniendo en 1998 el más grande de su historia. (Ver Gráficas D, E y F

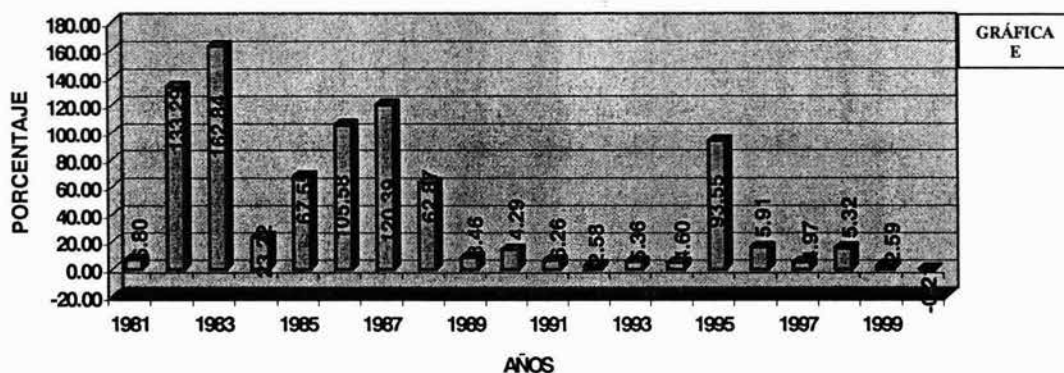
* De acuerdo al Quinto Informe de Gobierno del Presidente Salinas, "se dan a conocer los ingresos obtenidos por el gobierno federal de 1989 a noviembre de 1993 por la venta de unas 150 empresas de participación estatal mayoritaria asciende a \$67,000 millones de nuevos pesos (equivalentes a 22,000 millones de dólares), los cuales han sido empleados principalmente en amortización de deuda interna y externa para reducir el peso que representaban los intereses de ambas en el presupuesto total de gastos de la federación." (Martínez Escamilla, Ramón; Manrique Campos, Irma y Jaime Bautista Romero. "Crisis económica: ¿Fin del Intervencionismo Estatal?", Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, Editorial: Ediciones el Caballito S.A., México, D.F. 1996.)

TASA DE CRECIMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL A PRECIOS DE 1994



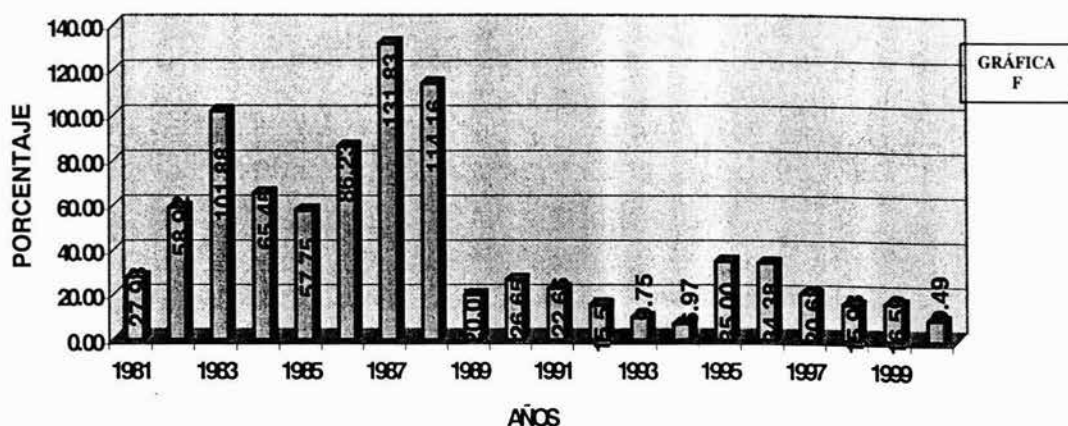
TASA DE CRECIMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL

TASA DE CRECIMIENTO DEL TIPO DE CAMBIO



TASA DE CRECIMIENTO DEL TIPO DE CAMBIO

TASA DE CRECIMIENTO DEL INPC DE 1984



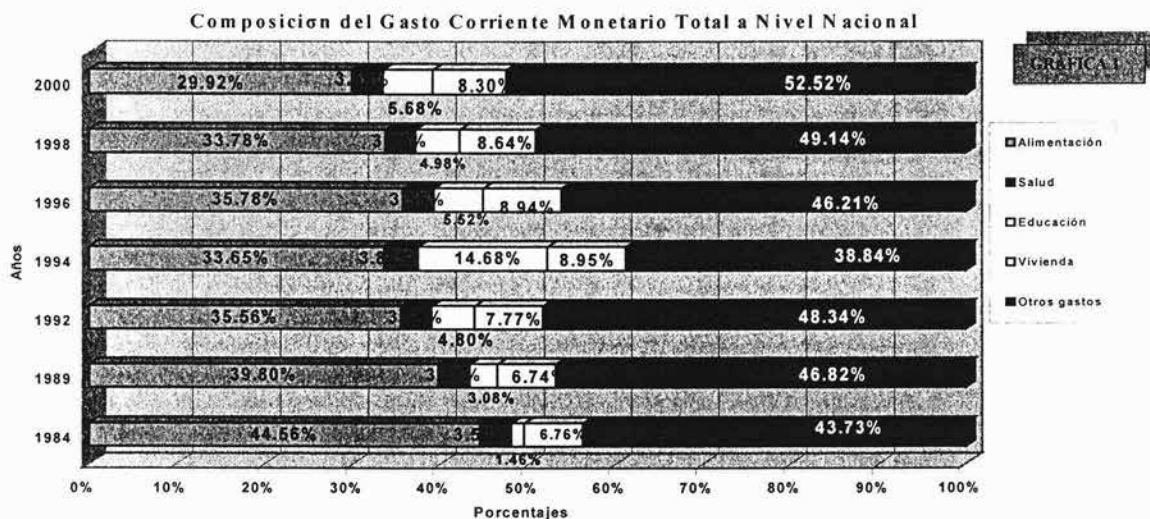
TASA DE CRECIMIENTO DEL INPC DE 1984

Lo anterior explica de una forma muy general las condiciones en que se encontraba inmersa la economía mexicana, destacando en ella los periodos de crisis de los años de 1981, 1983, 1986, 1988 y 1995, los cuales recuerdan el sexenio de crecimiento cero de los ochentas que contempló cuatro años de decrecimiento del PIB, tasas de tipo de cambio e índice de precios muy erráticos que se llegaban a disparar a más del 100%. El sexenio salinista, que mantuvo en su periodo un PIB positivo al igual que el tipo de cambio y el índice de precios, al final terminó con una de las crisis más recordadas de los últimos años. Por último, el sexenio zedillista también actuó bajo la lógica del sexenio anterior, solo que éste tuvo que afrontar la crisis de inicios del periodo presidencial para terminar su periodo con un crecimiento en el PIB. De esta forma, la economía mexicana ha pasado por periodos muy fuertes de crisis, los cuales en primera instancia nos indicarían un golpe negativo en los niveles de ingreso y gasto de los hogares, comportándose éstos de forma directa con los periodos de crisis y auge de la economía, por lo que a continuación se describe el aspecto microeconómico de la economía en esos periodos, para poder comparar e identificar las incidencias de las variables macroeconómicas con las microeconómicas, sobre la base de la Ley de Engel.

De acuerdo a los datos que arrojan las ENIGH de 1984 hasta el 2000, tenemos que los hogares en el ámbito nacional destinaron en promedio, alrededor de una tercera parte de su ingreso a la adquisición de bienes relacionados con la alimentación, mientras que en los rubros de salud, educación, vivienda y otros gastos, los hogares canalizaron en promedio un 3.58%, 4.47%, 8.01% y 47.79% respectivamente. Estas proporciones de gasto nos revelan que los hogares destinan poco más de la mitad de su ingreso al gasto de bienes y servicios

que consideramos desde el principio de nuestra investigación como básicos (alimentación, salud, educación y vivienda), lo cual significa que poco más de la mitad de las percepciones monetarias que poseen los hogares son erogadas en necesidades inmediatas, cotidianas, de seguridad y de formación social. (Cuadro 1)

Con referencia a la composición de los gastos por años encuestados, el año de 1984 fue en el que más ingreso se destinó al gasto en alimentación, con un 44.56%; en tanto que en el año 2000 esta proporción bajó a 29.92%, siendo ésta última la más baja de todos los años. Esto nos indica a primera vista que el nivel de vida de los hogares tuvo una mejoría del 14.64% en un periodo de 16 años. Este lento crecimiento se debió a que de 1984 a 1994 se empezó a gestar una baja muy sensible pero sostenida del gasto alimenticio, lo cual llevó al incremento de los gastos en otros bienes y por tanto, un aumento en nivel de vida de los hogares, siendo el gasto en salud y vivienda más o menos constantes en ese periodo, inclusive continuaron con variaciones poco significativas a lo largo de todo el periodo estudiado. No fue sino hasta 1996, un año después de la crisis de 1995, cuando la proporción gastada en alimentos volvió a crecer de 33.65% en 1994 a 35.78% en 1996, provocando una caída principalmente en el gasto educativo, que permaneció con pocas variaciones de recuperación hasta el año del 2000, en donde el gasto alimenticio alcanzó su nivel más bajo, pero la educación no llegó a tener la proporción de aumento que alcanzó en 1994, que fue del 14.68%; mientras en éste último año la proporción de gasto en otros bienes rebasó la línea media del ingreso, ocasionándose un incremento en el nivel de vida de los hogares. (Gráfica 1)

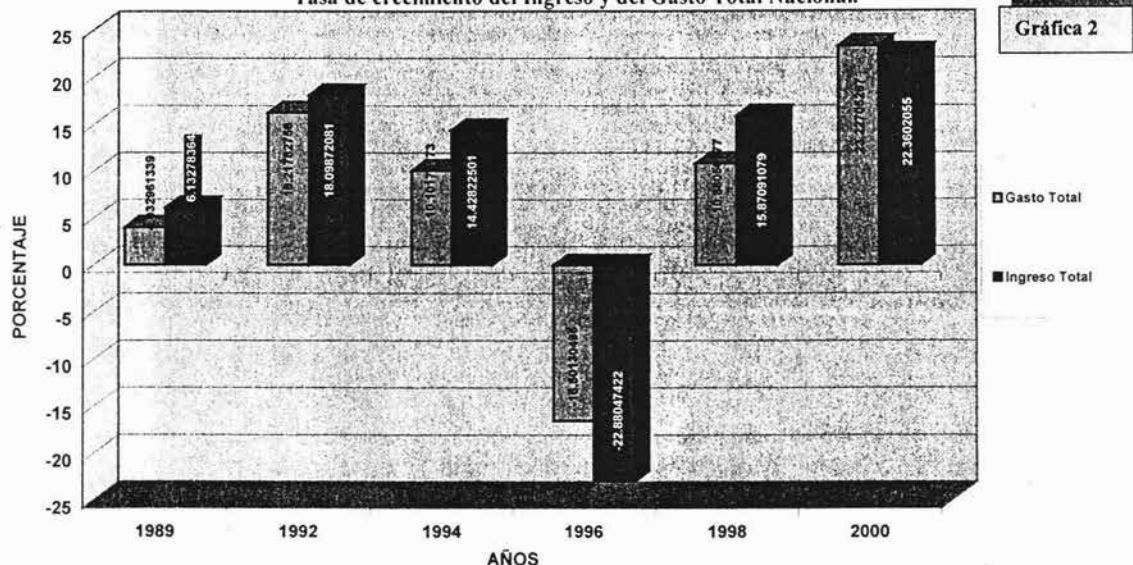


De este análisis se pueden argumentar datos muy importantes, en primer lugar, vemos que a medida que los hogares destinan menor proporción de su ingreso al gasto en alimentos, los gastos en educación y en otros bienes, a excepción del gasto en salud y en vivienda, aumentan, esto se debe a que después de la crisis de 1982 hasta 1994, los hogares experimentaron un incremento de su ingreso, lo cual llevó a que los hogares, una vez asegurados sus bienes básicos, destinaran parte de su ingreso sobrante al gasto educativo y

a otros bienes, mejorando de esta forma su nivel de vida en 10.91% en un periodo de 10 años, es decir, mejoró el nivel en 1.09% anual promedio. Sin embargo, el año de 1996, un año después de la crisis de 1995, el ingreso de los hogares bajó, por lo que la proporción de gasto en alimentos subió y el gasto en educación bajó junto con el gasto en otros bienes, ocasionándose un decremento en el nivel de vida de los hogares hasta el año de 1998, en donde la mejoría fue hasta el 2000 de 3.86% en dos años. (Gráfica 1)

Se puede percibir en primera instancia, que la proporción de gasto educativo que destinan los hogares es un bien de lujo, ya que en tiempos de recuperación y prosperidad económica, éste tiende a incrementarse y en tiempos de crisis tiende a reducirse, de tal suerte, que este bien obedece al incremento del ingreso de los hogares, el cual se da en tiempos de prosperidad y viceversa cuando el ingreso de los hogares disminuye en tiempos de crisis económica. Así, los hogares ante un aumento de su ingreso canalizan menor proporción del mismo a necesidades básicas, dado que éstas ya están aseguradas; mientras que el sobrante lo destinan a otros gastos como pueden ser la educación y otros bienes de

Tasa de crecimiento del Ingreso y del Gasto Total Nacional.



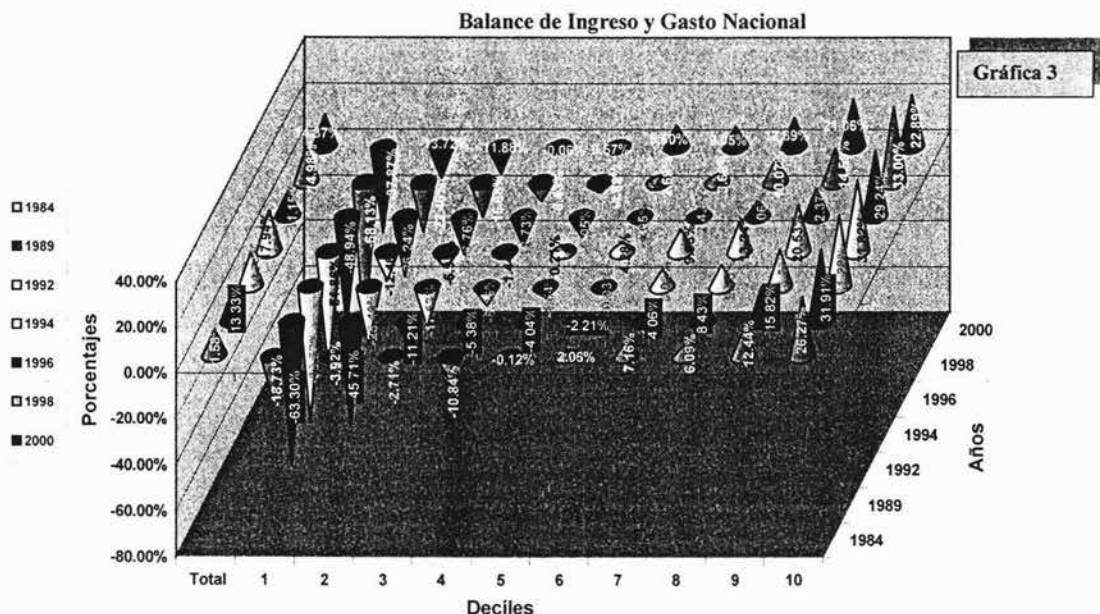
lujo. Esto de acuerdo a la Ley de Engel, es síntoma de una mejor condición de vida de los hogares.

Para comprobar esta relación de crisis y gasto, es pertinente analizar el crecimiento que se ha venido registrando en el ingreso y en el gasto total en el ámbito nacional en el periodo de 1984 al 2000. En la gráfica 2, podemos ver la brutal caída que tuvieron el ingreso y el gasto en el año de 1996, anterior a ese año, se registraron en los años de 1989, 1992 y 1994 tasas de crecimiento del gasto que se habían mantenido positivas, aunque algo erráticas, con altas y bajas, pero en 1996 la caída superó en ambos rubros a las alzas en los periodos anteriores, quedando para el año 2000 un crecimiento del ingreso y del gasto del 22.36% y

del 23.22% respectivamente, apenas compensable a la gran caída del año de 1996 que sólo se registro compensable en los niveles de gasto y no en los de ingreso.

Si hacemos un balance entre lo que percibieron y lo que gastaron los hogares, podemos comprobar en la gráfica 3, que el año de 1996 fue el peor año del periodo estudiado, ya que si bien es cierto que en los totales de cada año tenemos superávit doméstico, es decir, los hogares gastaron menos de lo que percibieron como ingreso monetario, también es cierto que ese crecimiento superavitario se acaba en 1996 con un superávit del 11.15%, inferior al superávit de 1992 y 1994 que fueron de 14.71% y 17.94% respectivamente, para iniciar la recuperación en 1998 hasta el año 2000 con un superávit del 14.98% y del 14.37%. En lo que se refiere a la estratificación de los hogares de acuerdo a su nivel de ingreso, vemos que en general alrededor del 60% de los hogares viven en déficit presupuestal, mientras que el resto de los hogares de los ingresos más altos viven en superávit. (Gráfica 3) Esto nos da una idea de quiénes son los sectores de la sociedad que tienen la posibilidad de participar en la inversión y ahorro de los sectores productivos de la nación; así como, el grado de peso político y social que conlleva su nivel de ingreso. Por otro lado, se evidencia que más de la mitad de los hogares no tienen expectativas fijas o confiables de ahorro, lo cual les permita tener una reserva monetaria o física (un bien inmueble) para casos de emergencia, de tal manera, que a primera vista los hogares tienen o se ven obligados a contraer algún tipo de deuda o ha obtener otro tipo de ingresos que le procuren satisfacer sus necesidades más apremiantes.

Todo lo anterior nos da cuenta de una enorme concentración del ingreso en tan sólo el 40% de los hogares, los cuales desvirtúan los superávits de los totales nacionales, ya que éste 40% de hogares de más alto ingreso, concentra en promedio el 75.81% del ingreso total, siendo el último 10% de hogares de más alto ingreso (décimo decil) el que concentra el 39.10% promedio del total de ingreso, en tanto que el primer 10% de hogares de menor



ingreso (primer decil) participa apenas con un 1.16% promedio del periodo en estudio. (Cuadro 2)

Por si esto fuera poco, el desglose estratificado del gasto de los hogares apunta a que el 70% de los hogares en el ámbito nacional destinan aproximadamente la mitad de su ingreso al gasto en alimentación, mientras que el resto de los hogares de mayor ingreso destinan alrededor de una tercera parte de su ingreso al gasto de ese rubro. (Cuadro 1) De nueva cuenta se constata la desigualdad en la distribución del ingreso, pero ahora desde el gasto, ya que mientras el primer 10% de hogares con más bajo ingreso (primer decil) destinan más de la mitad de su ingreso al gasto alimenticio, el último 10% de hogares de más alto ingreso (décimo decil) canalizan alrededor del 20% de su ingreso al gasto en alimentos. Conjuntando los valores, tenemos que el 10% de los hogares con ingreso más bajo (primer decil) que participan en el ingreso total en un 1.16% promedio, gastan más de la mitad de ese ingreso en alimentos; mientras que el último 10% de hogares con más alto ingreso (décimo decil) que tienen una participación promedio en el ingreso total del 39.10%, gastan menos de una cuarta parte de su ingreso en alimentos. De esta forma, vemos que a mayor ingreso menor proporción de gasto se capta a la alimentación y a menor ingreso mayor proporción de gasto en alimentación. (Cuadro 1 y 2) También se corrobora que la educación es un bien de lujo, ya que a medida que aumenta el ingreso en cada 10% de los hogares (deciles), el gasto en este bien se va incrementado, de ser en el primer 10% de los hogares (primer decil) de 1.08%, en el segundo 10% de hogares (segundo decil) de 1.40%, pasa en el último 10% de hogares (décimo decil) a 7.3% promedio. Esto comprueba una vez más la vigencia de la Ley de Engel y la enorme brecha de desigualdad y pobreza en que vive el país desde 1984 hasta el año 2000.

Cuadro 1

COMPOSICIÓN DEL GASTO CORRIENTE MONETARIO TOTAL POR DECILES DE SU INGRESO A NIVEL NACIONAL																
	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1984	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	44.56x	55.89x	56.81x	58.27x	56.43x	56.19x	56.16x	49.11x	45.39x	43.79x	31.59x	58.19x	0.68x	0.22x	58.27x	31.59x
Salud	3.58x	7.75x	3.58x	3.26x	2.45x	2.24x	3.72x	3.11x	3.29x	3.06x	4.13x	3.76x	0.82x	0.66x	7.75x	2.39x
Educación	1.46x	0.46x	0.32x	0.68x	0.52x	0.83x	0.73x	1.16x	1.23x	1.85x	2.08x	0.93x	0.89x	0.87x	2.79x	0.32x
Vivienda	0.76x	0.27x	0.53x	0.75x	0.53x	0.72x	0.83x	0.73x	0.38x	0.28x	0.33x	7.17x	0.81x	0.93x	0.27x	0.28x
Otros gastos	43.73x	27.41x	32.34x	31.16x	32.67x	33.48x	37.79x	39.31x	43.81x	46.28x	58.38x	37.94x	0.63x	0.31x	35.38x	27.41x
1989	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	39.88x	63.97x	54.96x	52.59x	58.29x	58.28x	46.63x	44.73x	41.62x	37.82x	27.78x	45.98x	0.73x	0.57x	54.96x	27.78x
Salud	3.58x	6.67x	3.92x	3.57x	3.05x	2.76x	3.12x	3.11x	3.04x	3.78x	3.86x	3.93x	0.81x	0.81x	6.67x	2.78x
Educación	3.88x	0.79x	1.82x	1.25x	2.06x	2.26x	1.78x	2.18x	2.71x	3.51x	4.88x	2.22x	0.81x	1.21x	1.98x	0.75x
Vivienda	0.74x	7.98x	0.18x	7.41x	1.29x	7.97x	7.12x	0.96x	7.83x	7.41x	2.82x	0.69x	0.69x	0.36x	7.98x	0.82x
Otros gastos	46.82x	32.84x	33.31x	35.22x	36.61x	37.81x	41.34x	43.16x	45.68x	48.28x	57.82x	41.19x	0.82x	7.86x	37.82x	32.84x
1992	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	35.56x	54.25x	52.47x	49.36x	54.41x	46.91x	43.31x	41.12x	40.19x	34.88x	22.15x	43.28x	0.97x	0.83x	54.25x	22.15x
Salud	3.53x	4.06x	3.68x	5.83x	3.83x	3.46x	2.96x	3.29x	3.42x	2.75x	1.69x	3.62x	0.86x	0.85x	5.83x	2.75x
Educación	4.88x	1.82x	1.68x	2.73x	2.87x	3.14x	2.96x	3.76x	3.98x	4.34x	7.88x	3.38x	0.84x	1.98x	7.88x	1.82x
Vivienda	7.77x	7.85x	0.26x	7.96x	7.99x	7.79x	0.94x	0.22x	7.94x	7.58x	7.49x	7.49x	0.86x	0.35x	0.54x	7.49x
Otros gastos	48.34x	32.81x	34.87x	35.88x	36.14x	38.73x	41.73x	43.68x	46.36x	51.31x	58.63x	41.38x	0.78x	0.38x	36.63x	32.81x
1994	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	33.65x	52.12x	48.12x	47.76x	49.27x	44.98x	41.81x	38.62x	36.88x	32.95x	21.88x	41.86x	0.82x	0.63x	52.12x	21.88x
Salud	3.88x	4.48x	4.18x	4.87x	3.95x	3.63x	3.32x	3.26x	3.34x	3.67x	4.62x	3.72x	0.86x	0.85x	4.48x	3.63x
Educación	5.74x	1.31x	1.58x	2.17x	2.35x	2.37x	2.69x	2.44x	2.23x	4.57x	10.37x	3.98x	0.87x	2.64x	10.37x	1.31x
Vivienda	0.95x	0.97x	0.72x	0.62x	0.78x	10.89x	0.97x	10.82x	0.96x	0.31x	0.13x	0.36x	0.86x	0.68x	10.89x	0.13x
Otros gastos	47.73x	33.29x	35.98x	36.38x	39.25x	44.82x	42.61x	43.86x	46.79x	50.68x	55.23x	42.36x	0.46x	0.95x	35.29x	33.29x
1996	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	35.78x	54.87x	51.21x	49.28x	47.86x	44.82x	43.37x	41.82x	37.71x	33.26x	22.99x	42.72x	0.89x	0.41x	54.87x	22.99x
Salud	3.59x	3.23x	3.61x	4.68x	4.43x	3.28x	2.68x	2.93x	3.32x	3.85x	3.68x	3.93x	0.88x	0.62x	4.68x	2.68x
Educación	6.52x	1.39x	1.79x	2.88x	2.65x	2.96x	3.26x	3.99x	4.29x	6.79x	8.38x	3.74x	0.86x	2.95x	8.38x	1.39x
Vivienda	0.94x	0.58x	0.76x	0.38x	0.81x	0.62x	0.90x	0.17x	0.67x	0.22x	0.43x	0.18x	0.86x	0.56x	0.76x	0.22x
Otros gastos	46.21x	31.93x	33.61x	34.85x	36.95x	39.83x	41.26x	41.95x	45.81x	49.88x	55.68x	48.81x	0.36x	7.65x	33.61x	31.93x
1998	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	33.78x	53.78x	52.85x	49.63x	46.89x	43.25x	41.15x	39.31x	36.87x	31.12x	28.17x	41.89x	1.87x	0.36x	53.78x	28.17x
Salud	3.48x	0.83x	0.21x	0.36x	2.72x	2.26x	2.24x	3.81x	2.67x	3.11x	3.68x	3.71x	0.81x	1.86x	0.83x	2.67x
Educación	4.98x	1.27x	1.51x	1.32x	2.68x	2.94x	2.99x	2.71x	3.32x	4.88x	7.78x	3.37x	0.89x	2.12x	7.78x	1.27x
Vivienda	0.64x	0.56x	0.32x	10.88x	0.80x	0.22x	0.19x	0.32x	0.94x	0.12x	7.83x	0.88x	0.81x	0.72x	10.88x	7.83x
Otros gastos	48.14x	38.58x	32.72x	35.68x	37.91x	39.49x	41.97x	44.64x	47.61x	51.95x	58.53x	42.23x	0.94x	0.14x	38.53x	38.58x
2000	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	29.82x	66.44x	68.13x	66.88x	64.68x	61.78x	58.34x	56.94x	53.25x	49.81x	37.82x	68.77x	1.89x	0.32x	66.44x	37.82x
Salud	2.59x	5.28x	0.83x	4.32x	3.29x	3.12x	3.72x	3.86x	3.11x	2.75x	2.15x	43.88x	0.98x	0.89x	5.28x	2.15x
Educación	6.68x	1.33x	1.96x	2.23x	2.72x	2.98x	3.87x	3.76x	4.19x	5.63x	8.88x	3.76x	0.85x	2.46x	8.88x	1.33x
Vivienda	0.38x	0.44x	0.28x	0.88x	0.97x	0.67x	0.32x	0.56x	0.55x	0.79x	0.36x	0.95x	0.81x	0.85x	0.44x	0.36x
Otros gastos	62.82x	34.31x	34.88x	37.19x	40.84x	42.16x	44.74x	47.84x	49.79x	53.81x	63.83x	44.32x	0.85x	0.29x	34.31x	34.31x
MEDIA	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	100.00x	
Alimentación	36.15x	53.49x	52.39x	50.98x	48.77x	46.83x	43.98x	41.61x	38.45x	34.44x	23.32x					
Salud	3.58x	5.16x	3.63x	4.83x	3.45x	3.17x	3.23x	3.25x	3.16x	3.13x	3.98x					
Educación	4.47x	1.89x	1.88x	1.78x	2.13x	2.47x	2.89x	3.12x	3.44x	4.51x	7.38x					
Vivienda	0.81x	0.49x	0.52x	0.63x	0.94x	0.63x	0.75x	0.67x	0.65x	0.69x	7.29x					
Otros gastos	47.79x	31.76x	33.89x	35.86x	37.12x	38.71x	41.67x	43.26x	46.51x	49.97x	58.12x					

CUADRO2

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DEL INGRESO POR DECILES A NIVEL NACIONAL

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1984	1.38%	2.70%	3.77%	4.94%	6.21%	7.84%	9.80%	12.75%	16.33%	23.68%	100.00%
1989	1.19%	2.50%	3.53%	4.56%	5.76%	7.21%	9.02%	11.41%	15.90%	26.91%	100.00%
1992	1.03%	2.29%	3.36%	4.39%	5.45%	6.77%	8.62%	11.22%	16.07%	24.80%	100.00%
1994	1.06%	2.29%	3.28%	4.27%	5.35%	6.67%	8.43%	11.19%	16.26%	24.16%	100.00%
1996	1.29%	2.58%	3.57%	4.60%	5.67%	6.96%	8.77%	11.26%	16.13%	25.07%	100.00%
1998	1.00%	2.25%	3.27%	4.34%	5.47%	6.86%	8.76%	11.57%	16.33%	24.83%	100.00%
2000	1.17%	2.43%	3.34%	4.33%	5.48%	6.92%	8.84%	11.28%	16.45%	25.97%	100.00%
Promedios	1.16%	2.43%	3.45%	4.49%	5.63%	7.04%	8.86%	11.54%	16.31%	25.10%	

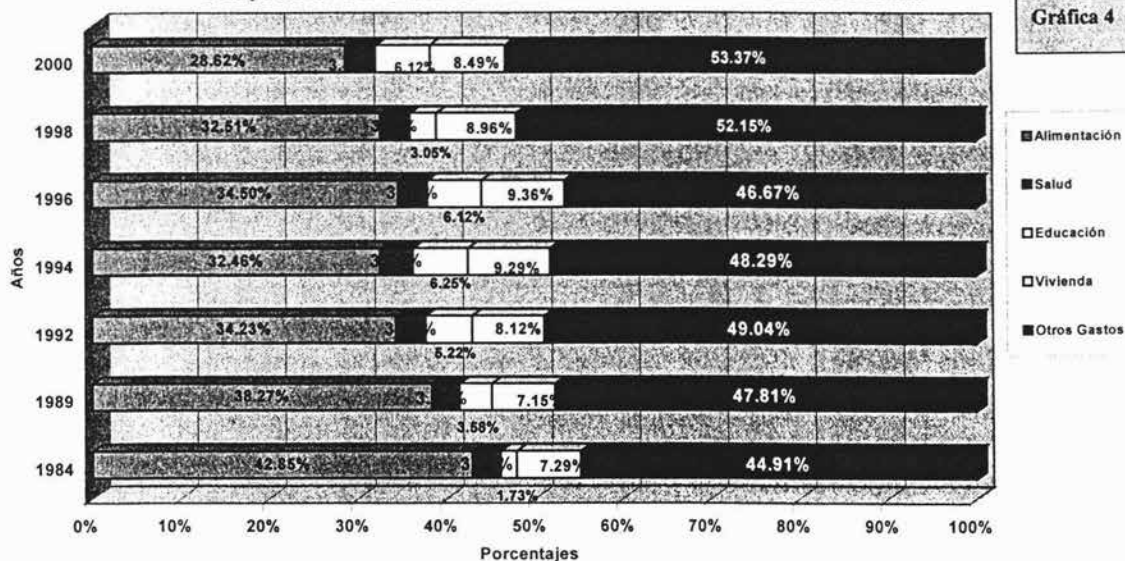
3.3.2. Análisis Descriptivo por zonas.

Con referencia a los datos que posee la ENIGH en la zona urbana y en la zona rural, la composición del gasto total apunta a una mayor proporción de gasto en alimentación en la zona rural que en la zona urbana, con una proporción de gasto promedio del 44.74% y del 34.78% respectivamente, por lo que la zona rural posee sobre la base de la Ley de Engel, un nivel de vida menor al de la zona urbana, esto se debe, a que esta primera zona canaliza más de la mitad de su ingreso a la adquisición de bienes y servicios básicos, por lo que el resto de su ingreso apenas y le alcanza para otros gastos que tienen que ver con bienes y servicios considerados de lujo. (Cuadro 3 y 4) En esa misma tónica, la mejora que se ha venido gestando a lo largo de 16 años en el nivel de vida de la zona urbana es muy similar al análisis que se efectuó en el ámbito nacional, ya que este fue del 14.64%, en tanto que en la zona urbana fue de 14.23%; mientras la zona rural tuvo poco más de la mitad de mejoría que la zona urbana con un 8.77%. (Gráfico 4 y 5) Esto nos da una idea de que la zona rural a tenido un serio estancamiento en sus niveles de ingreso y gasto, ya que a lo largo de 1984 hasta el 2000 la proporción destinada al gasto alimenticio fue bajando muy poco, por lo que la proporción adquirida en otros gastos apenas ha subido en un 5.18% en todo el periodo estudiado. (Gráfico 4 y 5) Todo lo contrario ha manifestado la zona urbana que de iniciar en 1984 con una proporción de gasto alimenticio de alrededor del 40%, termina el estudio del 2000 en alrededor del 30% destinada a la adquisición de dicho rubro, lo cual provocó un incremento en el gasto de otros bienes que fueron a lo largo del periodo de 8.46%, tomando en cuenta también, que el gasto educativo terminó en tasas del 6%, mientras que en la zona rural no alcanzó ni el 2% al final del periodo en estudio. (Gráfico 4 y 5)

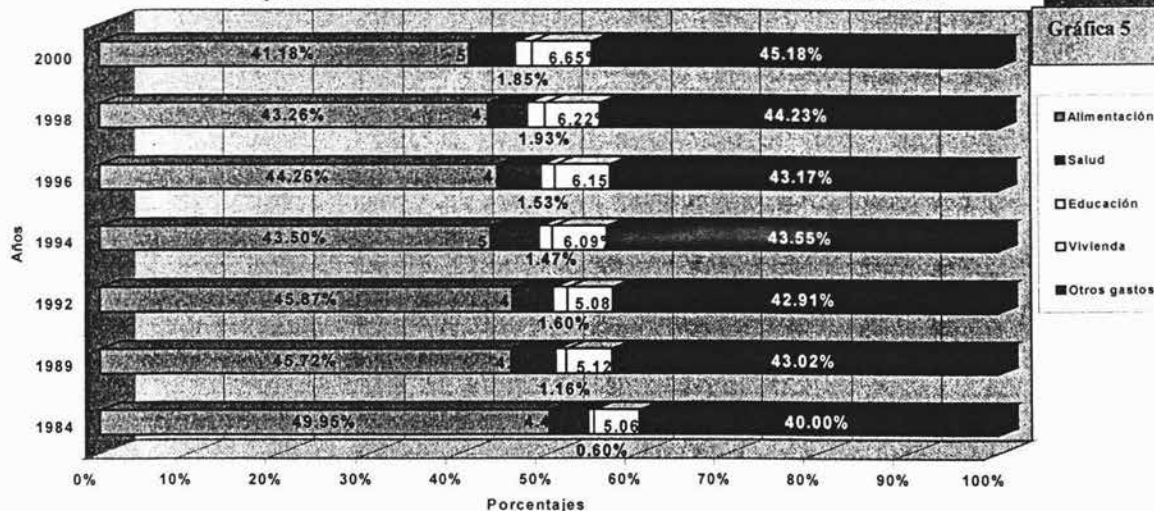
De esta forma, los gastos en educación y en alimentación son un indicador comparativo para determinar la desigualdad en proporciones de gasto de las zonas urbanas y rurales, ya que los rubros de salud y vivienda se mantienen con variaciones poco significativas a lo largo del periodo estudiado para ambas zonas. (Gráfico 4 y 5)

Si relacionamos las altas y bajas en el gasto en alimentación y en el gasto educativo, tenemos en primer lugar que el gasto en educación para la zona urbana obedece a los periodos de crisis y auge de la economía mexicana, dado que en 1996 el crecimiento de este gasto cesa de 6.25% en 1994 a 6.12% en 1996, siendo esta proporción igual para el año 2000, en tanto la zona rural no obedece a esta lógica, ya que la proporción de gasto en educación continua creciendo a tasas muy diminutas, que son tan bajas que apenas y se pueden comparar con la tasa más baja en el primer año de estudio de la zona urbana que fue del 1.73%, siendo la más alta en la zona rural la del año de 1998 con un 1.93%. (Gráfico 4 y 5)

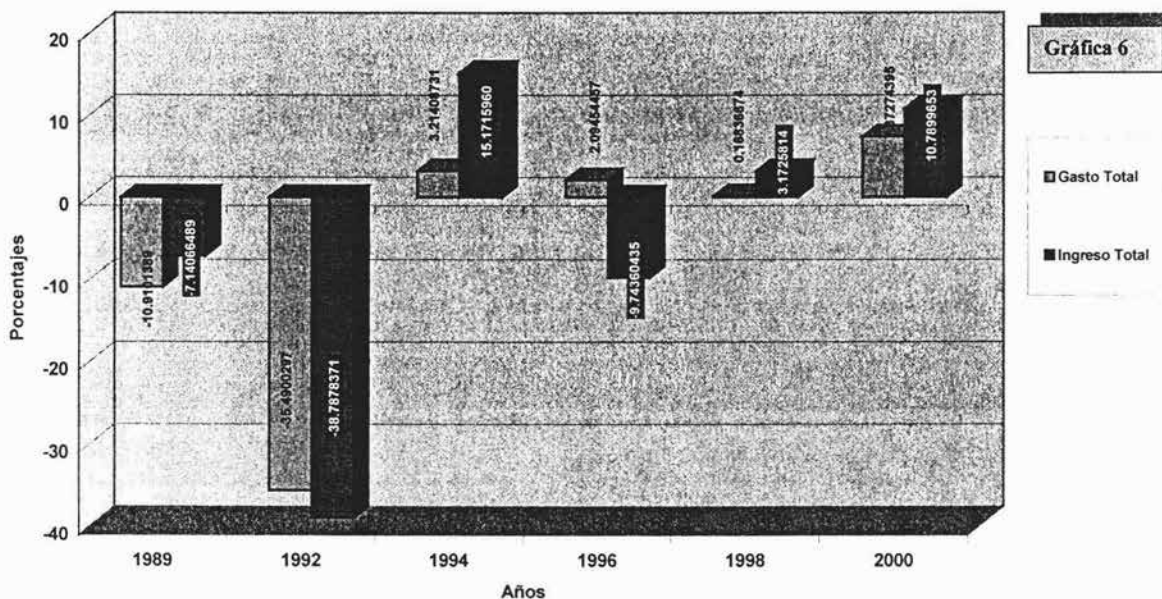
Composición del Gasto Corriente Monetario Total en la Zona Urbana



Composición del Gasto corriente monetario total en la Zona Rural



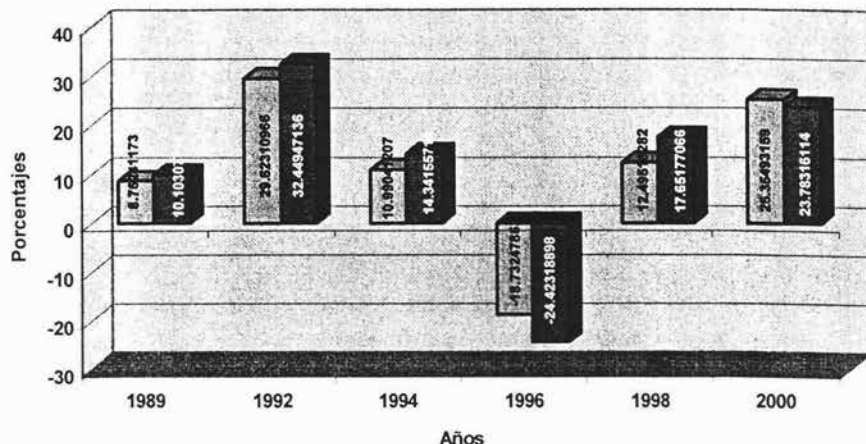
Tasa de Crecimiento del Ingreso y del Gasto en la Zona Rural



La discrepancia de la zona rural con el gasto educativo y la crisis, la podemos ver más claramente en la gráfica 6, donde la tasa de crecimiento del ingreso y del gasto en el año de 1992 cayó brutalmente a tasas negativas del -38.78% y del -35.49% respectivamente, siendo esta caída la más fuerte en todo el periodo que se está estudiando, ya que no se ha podido recuperar hasta en la actualidad. En 1996 el gasto es positivo; mientras que el ingreso sufrió su segunda más alta caída en un periodo de cuatro años, esta relación nos indica que los hogares de esta zona tuvieron forzosamente que realizar algún tipo de gasto que tuviera que ver con la adquisición de bienes básicos, ya que de otra forma no puede ser explicado dicho comportamiento. Y en efecto, si regresamos a la gráfica 5, vemos que la proporción de gasto alimenticio subió de 43.50% en 1994 a 44.26% en 1996, lo cual justifica la crisis de 1996 y deja en claro que la relación de ingreso-gasto de aquel año tiene sus límites, ya que por mucho que baje el ingreso, los hogares deben encontrar la forma de sobrevivir, ya sea en el subempleo, por medio de programas de apoyo, robando, etcétera, lo cual en vez de alabar las formas estoicas de sobrevivencia de esa población, nos deja al descubierto la enorme desigualdad y nivel de pobreza en que están inmersos estos hogares.

En lo que respecta a la zona urbana, esta continua con las pautas de consumo que se analizaron en el ámbito nacional, por lo que en la Gráfica 6, el año de 1996 se sigue confirmando como el peor, ya que de la misma forma en que cae el ingreso, también cae el gasto, pero no en la misma proporción que el primero, pero de todas maneras esta crisis

Tasa de Crecimiento del Ingreso y del Gasto Total en la Zona Urbana



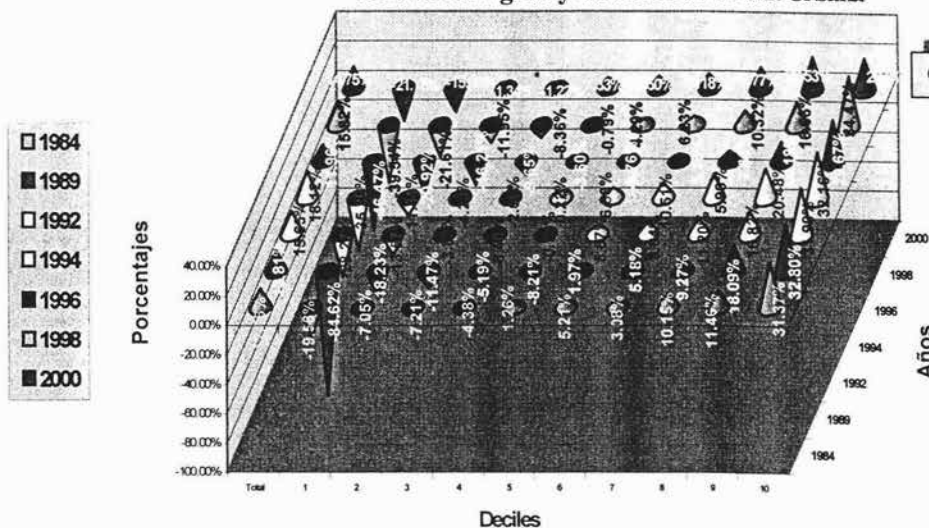
Gráfica 7



justifica la caída en el crecimiento del gasto educativo y por consiguiente el alza en el gasto alimenticio, comportándose la relación ingreso-gasto de forma positiva, es decir, a medida que aumenta el ingreso aumenta también el gasto y si disminuye el ingreso disminuye el gasto.

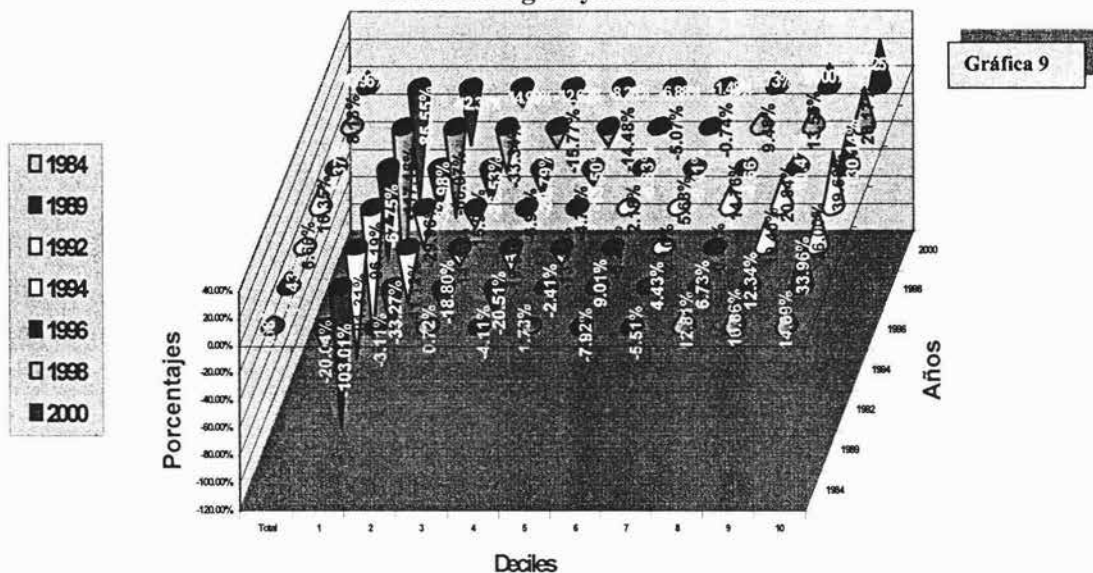
Haciendo el balance comparativo de las zonas, podemos ver que aproximadamente la mitad de los hogares urbanos viven en déficit presupuestal, mientras que en la zona rural alrededor del 60% de los hogares vive en déficit. Estos datos a pesar de que no muestran a primera vista una gran desigualdad como lo hemos venido demostrando, si muestran un acentuado déficit en la zona rural que llega a ser en el primer 10% de los hogares (primer decil) superior al 100%, en tanto que en la zona urbana la misma cantidad de hogares no

Balance del Ingreso y del Gasto en la Zona Urbana



Gráfica 8

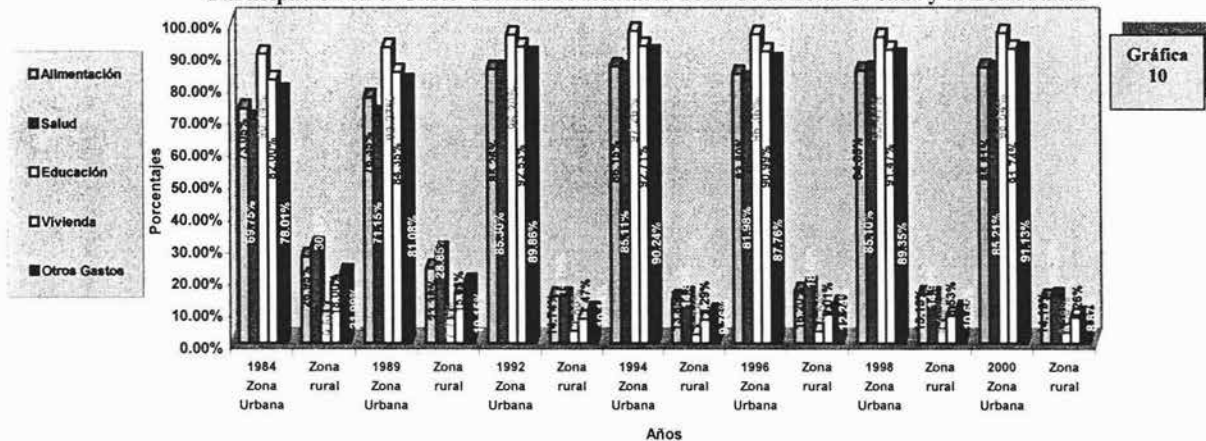
Balance del Ingreso y del Gasto en la Zona Rural



sobrepasan el 85% de déficit doméstico presupuestal. (Gráfica 8 y 9)

Los déficit en la zona rural no pueden ser más bajos, dado que la participación que tienen las zonas en el total del gasto nacional muestran de manera por demás insultante la enorme desigualdad de la zona rural con respecto a la zona urbana, tal es así, que aproximadamente más del 70% del gasto total que se realiza en el ámbito nacional lo canalizan los hogares ubicados en las zonas urbanas, mientras el resto, menos o alrededor del 30% del gasto lo realizan los hogares rurales, siendo de hecho el rubro educativo, en el que más participa la zona urbana, con un gasto de alrededor del 90%, en tanto que la zona rural apenas destina a este rubro alrededor de entre un 2% y un 9%, catalogándose este

Participación en el Gasto Corriente Monetario Total de la Zona Urbana y la Zona Rural



rubro como el que menor proporción destinan los hogares del total de su gasto. (Gráfica 10)

A pesar de las enormes desigualdades en el gasto de los hogares de cada zona, en la distribución del ingreso por estrato social la situación posee ciertas similitudes. Por ejemplo, el primer 10% de los hogares de más bajo ingreso (primer decil) participa con un 1.57% promedio en el ingreso total en la zona urbana y el último 10% de los hogares de más alto ingreso (décimo decil) participa con un 37.35% promedio, en tanto que las proporciones de ingreso de la zona rural no varían mucho en comparación con la urbana, y del mismo modo sucede con la concentración del ingreso por sus estratos, ya que ambas zonas concentran en el 40% de los hogares de más altos ingresos aproximadamente las tres cuartas partes del ingreso total. (Cuadro 3 y 4). Esto da razón de la enorme concentración del ingreso en las zonas, lo cual nos deja mostrar la desigualdad en el gasto y en el tipo de gasto que se realiza.

Por último, cabe mencionar que la desigualdad de gastos en las zonas urbana y rural (Gráfica 10), que son producto de la desigualdad del ingreso, también se hace patente en los estratos de ingreso de cada zona. Por ejemplo, en la zona urbana aproximadamente la mitad de los hogares destinaron alrededor del 50% de su ingreso a la alimentación, mientras en la zona rural el 80% de los hogares destinó alrededor del 50% de su ingreso a la adquisición de dicho bien, de tal suerte, que la acentuación de mayor desigualdad socioeconómica se sigue justificando en esta última zona. Corroboramos también, que si en la zona urbana la educación es un bien de lujo, porque a medida que aumenta el ingreso de cada decil de hogar, aumenta el gasto de ese bien en una proporción mayor al decil anterior, en la zona rural, el gasto en educación no nada mas debe ser considerado como un bien de lujo; sino más bien como un bien ultra superior, en el sentido de que las condiciones tan austeras de ésta zona apenas y les permiten a los hogares destinar una proporción diminuta de su ingreso al gasto de éste bien, ya que a medida que aumenta el ingreso de los hogares aumenta en una proporción poco perceptible la proporción de gasto educativo, el cual muestra una tendencia ascendente a medida que se va acercando hacia los hogares de ingresos más altos. (Cuadros 5 y 6)

De este primer análisis podemos concluir, que si bien es cierto en el ámbito nacional las dos zonas muestran serias desigualdades en sus pautas de gasto, motivadas por una enorme desigualdad en el ingreso, es un hecho que la peor situación la presenta la zona rural, la cual se ha venido estancando a partir de 1984, siendo su mejoría poco significativa y caracterizándose por la insuficiente satisfacción de necesidades básicas que dan muestra del poco desarrollo de sus condiciones socioeconómicas, condiciones que contribuyen a una mejor formación y satisfacción no nada más en sus necesidades básicas; sino también en necesidades que tengan que ver con su formación personal y auto valorativa como pueden ser: la educación, el esparcimiento, conservación personal, etcétera.

CUADRO 3

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DEL INGRESO POR DECILES EN LA ZONA URBANA

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1984	1.55%	3.21%	4.41%	5.55%	6.74%	8.10%	10.05%	12.50%	16.42%	31.48%	100.00%
1989	1.62%	2.96%	3.88%	4.86%	5.97%	7.24%	8.81%	11.28%	15.22%	38.15%	100.00%
1992	1.81%	3.06%	4.03%	4.74%	5.90%	7.10%	8.88%	10.78%	15.70%	38.01%	100.00%
1994	1.41%	2.72%	3.62%	4.50%	5.49%	6.73%	8.54%	11.19%	16.17%	39.61%	100.00%
1996	1.56%	2.89%	3.88%	4.78%	5.84%	7.12%	8.81%	11.33%	15.81%	37.98%	100.00%
1998	1.46%	2.76%	3.73%	4.67%	5.74%	7.11%	8.88%	11.43%	16.03%	38.20%	100.00%
2000	1.58%	2.81%	3.72%	4.67%	5.80%	7.01%	8.71%	11.15%	16.55%	38.08%	100.00%
Promedios	1.57%	2.92%	3.90%	4.83%	5.93%	7.20%	8.96%	11.38%	15.98%	37.35%	

CUADRO 4

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DEL INGRESO POR DECILES EN LA ZONA RURAL

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1984	1.72%	3.22%	4.24%	5.23%	6.27%	7.66%	9.24%	12.06%	17.10%	33.20%	100.00%
1989	1.31%	2.77%	3.88%	4.90%	6.19%	7.71%	9.73%	12.56%	17.10%	33.86%	100.00%
1992	1.70%	3.00%	4.02%	5.18%	6.43%	7.91%	9.87%	11.57%	16.58%	33.75%	100.00%
1994	1.36%	2.76%	3.83%	4.91%	6.20%	7.68%	9.47%	12.32%	17.11%	34.37%	100.00%
1996	1.49%	2.99%	4.07%	5.13%	6.27%	7.63%	9.39%	11.72%	15.91%	35.41%	100.00%
1998	1.09%	2.34%	3.52%	4.62%	5.77%	7.22%	9.12%	11.72%	16.16%	38.42%	100.00%
2000	1.45%	2.83%	3.99%	5.03%	6.16%	7.42%	9.08%	11.59%	16.06%	36.37%	100.00%
Promedios	1.44%	2.84%	3.94%	5.00%	6.19%	7.60%	9.41%	11.93%	16.59%	35.05%	

Cuadro 5

COMPOSICION DEL GASTO CORRIENTE MONETARIO TOTAL POR DECILES DE ACUERDO SU INGRESO EN LA ZONA URBANA

	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1984	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	42.85%	55.60%	57.77%	54.44%	51.43%	50.70%	49.27%	47.27%	42.53%	40.75%	29.41%	47.93%	0.72%	0.46%	57.77%	29.41%
Salud	3.21%	6.59%	2.91%	1.74%	2.76%	3.14%	2.75%	3.33%	2.36%	2.97%	4.33%	3.24%	0.82%	1.37%	6.59%	1.74%
Educación	1.73%	0.49%	0.73%	0.79%	0.84%	0.90%	1.29%	1.33%	1.64%	2.12%	2.82%	1.29%	0.01%	0.72%	2.82%	0.49%
Vivienda	7.29%	9.21%	7.63%	8.48%	7.68%	8.72%	8.26%	7.13%	6.30%	7.10%	6.65%	7.72%	0.01%	0.94%	9.21%	6.30%
Otros gastos	44.91%	28.10%	30.90%	34.57%	37.29%	36.46%	38.98%	40.94%	47.12%	47.06%	56.80%	39.82%	0.73%	0.95%	56.80%	28.10%
1989	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	38.27%	53.93%	51.58%	50.42%	50.70%	45.05%	46.49%	42.40%	36.83%	36.44%	26.22%	44.01%	0.75%	0.67%	53.93%	26.22%
Salud	3.19%	2.61%	2.84%	2.54%	2.40%	3.06%	2.80%	3.00%	3.19%	2.97%	3.87%	2.93%	0.00%	0.41%	3.87%	2.40%
Educación	3.58%	1.34%	1.61%	2.49%	2.92%	1.70%	2.93%	2.58%	3.36%	4.07%	5.35%	2.80%	0.01%	1.21%	5.35%	1.34%
Vivienda	7.15%	8.48%	8.84%	8.37%	8.55%	7.62%	7.38%	7.65%	7.82%	7.04%	5.73%	7.75%	0.01%	0.91%	8.94%	5.73%
Otros gastos	47.81%	33.64%	35.13%	36.10%	35.43%	42.44%	44.78%	44.35%	48.00%	49.47%	58.84%	42.51%	0.65%	0.86%	58.84%	33.64%
1992	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	34.23%	46.11%	50.10%	47.84%	45.76%	43.82%	40.89%	38.56%	37.69%	31.54%	21.24%	40.37%	0.75%	0.68%	50.10%	21.24%
Salud	3.40%	3.31%	5.18%	3.31%	3.14%	3.82%	2.72%	3.58%	3.01%	3.16%	3.73%	3.41%	0.00%	0.68%	5.18%	2.72%
Educación	5.22%	1.93%	2.35%	2.51%	2.60%	3.44%	4.00%	3.19%	4.50%	5.63%	9.22%	3.06%	0.04%	1.90%	9.22%	1.93%
Vivienda	8.12%	8.82%	8.83%	8.01%	7.77%	8.33%	8.86%	8.29%	8.52%	7.33%	7.68%	8.44%	0.01%	0.76%	8.82%	7.33%
Otros gastos	49.04%	38.76%	33.54%	38.33%	40.73%	40.40%	43.45%	46.48%	46.00%	52.28%	59.13%	43.92%	0.56%	0.74%	59.13%	33.54%
1994	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	32.46%	48.82%	47.66%	45.19%	44.13%	42.77%	39.72%	37.76%	34.64%	38.42%	20.71%	39.10%	0.76%	0.63%	48.82%	20.71%
Salud	3.70%	4.40%	4.09%	2.96%	2.81%	2.91%	3.07%	3.02%	4.00%	3.24%	4.47%	3.49%	0.00%	0.66%	4.47%	2.81%
Educación	6.25%	1.98%	2.34%	2.61%	2.60%	2.79%	3.58%	3.56%	4.62%	5.34%	11.24%	4.07%	0.07%	2.73%	11.24%	1.98%
Vivienda	9.29%	12.30%	10.66%	11.00%	10.91%	9.91%	11.37%	9.28%	10.01%	8.30%	8.03%	10.10%	0.02%	1.35%	12.30%	8.03%
Otros gastos	48.29%	32.50%	35.25%	38.24%	39.55%	41.62%	42.26%	46.39%	46.73%	52.70%	55.56%	43.00%	0.54%	0.74%	55.56%	32.50%
1996	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	34.50%	50.82%	48.72%	47.80%	45.55%	44.67%	41.42%	39.05%	36.07%	32.25%	21.83%	40.72%	0.77%	0.76%	50.82%	21.83%
Salud	3.35%	3.13%	3.92%	4.51%	2.81%	2.95%	2.82%	2.69%	2.96%	3.96%	3.56%	3.29%	0.00%	0.67%	4.51%	2.69%
Educación	6.12%	1.59%	2.79%	2.77%	3.54%	3.37%	4.04%	4.50%	4.91%	6.24%	10.14%	4.39%	0.06%	2.40%	10.14%	1.59%
Vivienda	9.36%	11.80%	11.31%	10.44%	10.27%	10.54%	9.47%	9.81%	9.23%	8.30%	8.63%	10.00%	0.01%	1.12%	11.80%	8.30%
Otros gastos	46.67%	33.38%	33.26%	34.70%	37.82%	39.06%	42.24%	43.74%	46.82%	49.17%	55.94%	41.60%	0.95%	0.74%	55.94%	33.26%
1998	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	32.51%	52.51%	48.59%	45.68%	42.65%	43.11%	40.86%	37.45%	33.75%	29.77%	19.07%	39.34%	0.96%	0.80%	52.51%	19.07%
Salud	3.34%	5.68%	2.73%	2.44%	5.65%	3.16%	2.44%	2.58%	2.76%	3.30%	3.72%	3.44%	0.82%	1.24%	5.68%	2.44%
Educación	5.39%	1.62%	1.66%	2.77%	3.82%	2.78%	3.40%	4.42%	4.31%	7.95%	7.99%	3.93%	0.05%	2.16%	7.99%	1.62%
Vivienda	8.96%	10.61%	11.25%	10.63%	9.73%	9.94%	10.26%	8.72%	8.43%	8.21%	7.80%	9.66%	0.01%	1.12%	11.25%	7.80%
Otros gastos	49.80%	29.50%	36.77%	38.51%	38.94%	41.01%	43.83%	46.91%	49.74%	51.37%	61.42%	43.62%	0.92%	0.86%	61.42%	29.50%
2000	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTANDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	28.62%	50.09%	46.72%	44.57%	41.86%	37.70%	36.27%	34.58%	31.96%	27.22%	15.95%	36.63%	1.05%	0.10%	50.09%	15.95%
Salud	3.41%	4.39%	3.73%	2.93%	3.25%	3.25%	3.39%	3.17%	3.05%	4.69%	3.05%	3.49%	0.00%	0.60%	4.69%	2.93%
Educación	6.12%	2.21%	2.32%	3.37%	3.06%	3.89%	4.30%	3.64%	4.96%	6.80%	9.11%	4.30%	0.05%	2.14%	9.11%	2.21%
Vivienda	8.49%	11.89%	10.66%	9.61%	10.40%	9.74%	9.82%	10.24%	9.27%	7.67%	6.67%	9.63%	0.02%	1.51%	11.89%	6.67%
Otros gastos	53.37%	31.42%	36.38%	39.51%	41.33%	45.43%	46.22%	48.37%	51.30%	53.54%	65.22%	45.67%	0.92%	0.90%	65.22%	31.42%
MEDIA	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%					
Alimentación	34.78%	51.01%	50.16%	47.96%	46.01%	43.99%	42.13%	39.50%	36.16%	32.63%	22.86%					
Salud	3.37%	4.30%	3.63%	2.92%	3.26%	3.28%	3.27%	3.06%	3.05%	3.47%	3.82%					
Educación	4.92%	1.60%	1.97%	2.47%	2.66%	2.71%	3.32%	3.32%	4.04%	5.90%	7.04%					
Vivienda	8.38%	10.60%	9.92%	9.51%	9.34%	9.40%	9.35%	8.73%	8.65%	7.72%	7.31%					
Otros gastos	48.55%	32.48%	34.32%	37.15%	38.73%	40.92%	42.42%	45.31%	48.09%	50.80%	58.97%					

Cuadro b

COMPOSICION DEL GASTO CORRIENTE MONETARIO TOTAL POR DECILES DE ACUERDO A SU INGRESO EN LA ZONA RURAL																
	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1984	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	49.95%	54.06%	54.70%	58.20%	54.26%	59.37%	61.74%	58.73%	51.06%	47.42%	39.38%	53.89%	0.44%	6.83%	61.74%	39.38%
Salud	4.40%	4.14%	4.62%	4.12%	6.05%	2.79%	3.04%	3.48%	4.26%	5.38%	4.77%	4.26%	0.01%	1.00%	6.95%	2.79%
Educación	0.60%	0.38%	0.31%	0.23%	0.34%	0.44%	0.36%	0.44%	0.56%	0.56%	0.94%	0.46%	0.00%	0.20%	0.94%	0.23%
Vivienda	5.06%	3.95%	0.78%	6.44%	7.24%	5.45%	4.33%	5.87%	5.18%	4.12%	3.76%	6.14%	0.04%	1.92%	3.95%	3.76%
Otros gastos	40.00%	31.76%	31.95%	31.01%	32.12%	31.95%	29.93%	31.47%	36.92%	32.60%	51.15%	35.25%	0.47%	6.89%	51.15%	29.93%
1989	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	45.19%	59.20%	53.23%	56.04%	53.73%	52.79%	53.53%	48.67%	47.97%	42.22%	34.45%	50.16%	0.54%	7.34%	59.20%	34.45%
Salud	4.96%	3.84%	0.44%	4.89%	6.20%	4.74%	5.45%	4.11%	3.83%	4.43%	5.77%	5.07%	0.02%	1.46%	8.44%	3.83%
Educación	1.16%	0.31%	0.36%	0.31%	0.82%	0.92%	0.96%	0.95%	1.04%	1.72%	0.93%	0.96%	0.00%	0.42%	1.72%	0.31%
Vivienda	5.12%	5.45%	5.65%	5.29%	5.05%	5.20%	4.89%	5.89%	5.04%	4.47%	5.51%	5.17%	0.00%	0.34%	5.65%	4.47%
Otros gastos	43.95%	31.21%	32.31%	33.11%	34.20%	36.35%	35.17%	41.18%	42.86%	47.83%	52.55%	38.68%	0.52%	7.19%	52.55%	31.21%
1992	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	45.87%	51.89%	47.77%	53.92%	49.18%	51.94%	52.77%	57.94%	44.63%	45.16%	34.85%	48.91%	0.48%	6.36%	57.94%	34.85%
Salud	4.54%	3.72%	3.00%	6.22%	3.19%	4.36%	5.83%	4.28%	3.66%	3.88%	5.07%	4.22%	0.01%	0.92%	5.87%	3.00%
Educación	1.68%	0.37%	0.31%	1.04%	0.61%	1.09%	2.23%	1.95%	2.32%	1.96%	1.24%	1.41%	0.01%	0.94%	3.23%	0.31%
Vivienda	5.88%	6.21%	4.86%	6.75%	5.79%	5.67%	5.24%	5.70%	5.34%	4.94%	3.97%	6.45%	0.01%	0.77%	6.75%	3.97%
Otros gastos	42.31%	38.61%	44.07%	33.08%	41.31%	36.94%	33.72%	38.15%	44.85%	44.85%	54.04%	40.00%	0.49%	7.02%	54.04%	38.15%
1994	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	43.58%	53.34%	55.57%	49.83%	51.56%	48.22%	48.63%	45.34%	45.51%	41.53%	32.61%	47.28%	0.43%	6.95%	55.57%	32.61%
Salud	5.39%	4.25%	2.81%	6.34%	4.08%	3.94%	3.59%	6.64%	4.66%	4.05%	8.77%	6.71%	0.03%	1.89%	8.77%	2.81%
Educación	1.47%	0.47%	0.53%	1.40%	1.71%	0.93%	1.37%	1.37%	1.87%	1.68%	1.49%	1.31%	0.00%	0.46%	1.87%	0.47%
Vivienda	6.89%	7.48%	6.32%	6.89%	7.45%	6.51%	6.87%	5.64%	5.89%	5.95%	5.41%	6.43%	0.01%	0.74%	7.48%	5.41%
Otros gastos	43.95%	34.46%	34.68%	35.49%	35.17%	40.34%	39.54%	42.41%	42.86%	48.77%	51.72%	48.26%	0.33%	5.73%	51.72%	34.46%
1996	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	44.26%	58.16%	57.07%	56.89%	52.76%	52.63%	50.34%	44.75%	45.29%	45.29%	38.44%	49.29%	0.69%	8.29%	58.16%	38.44%
Salud	4.89%	3.69%	2.98%	5.06%	4.09%	5.51%	4.95%	2.73%	5.70%	4.18%	5.96%	4.53%	0.01%	0.98%	5.96%	2.98%
Educación	1.53%	0.74%	1.39%	0.94%	1.16%	0.85%	1.58%	1.01%	2.06%	1.56%	1.98%	1.33%	0.00%	0.46%	2.06%	0.74%
Vivienda	6.15%	7.16%	6.88%	6.44%	6.25%	6.15%	6.16%	6.29%	6.26%	6.16%	5.52%	6.38%	0.00%	0.44%	7.16%	5.52%
Otros gastos	43.17%	30.25%	31.68%	31.53%	35.17%	34.81%	37.06%	44.13%	48.58%	42.89%	56.11%	38.47%	0.61%	7.83%	56.11%	30.25%
1998	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	43.26%	60.21%	53.54%	54.95%	53.93%	53.89%	50.67%	50.18%	47.94%	48.41%	29.41%	49.34%	0.75%	8.66%	60.21%	29.41%
Salud	4.35%	3.58%	3.39%	3.70%	5.41%	5.13%	4.75%	2.73%	2.93%	4.43%	4.50%	4.25%	0.00%	0.85%	5.41%	3.39%
Educación	1.93%	0.92%	1.22%	0.73%	1.06%	1.36%	0.76%	2.31%	1.87%	2.64%	2.66%	1.51%	0.01%	0.76%	2.66%	0.73%
Vivienda	6.22%	8.02%	6.16%	6.32%	7.97%	5.89%	7.44%	6.96%	6.48%	6.82%	5.16%	6.74%	0.01%	1.13%	8.02%	5.16%
Otros gastos	44.23%	26.25%	35.66%	35.28%	31.65%	34.53%	36.38%	36.88%	40.28%	46.45%	58.27%	38.16%	0.77%	8.79%	58.27%	26.25%
2000	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	MEDIA	VARIANZA	DESVESTÁNDAR	MÁXIMO	MÍNIMO
Alimentación	41.18%	47.80%	52.01%	51.99%	51.95%	49.26%	47.18%	43.25%	43.53%	39.86%	28.90%	45.54%	0.51%	7.14%	52.01%	28.90%
Salud	5.14%	6.02%	5.73%	4.22%	3.95%	4.58%	5.47%	4.26%	4.99%	6.96%	5.41%	5.02%	0.01%	0.95%	6.96%	3.95%
Educación	1.85%	0.45%	1.89%	0.71%	1.42%	1.74%	2.36%	1.67%	1.96%	1.83%	2.41%	1.58%	0.00%	0.62%	2.41%	0.45%
Vivienda	6.85%	7.11%	6.06%	6.44%	6.90%	6.42%	6.54%	7.09%	6.06%	6.44%	6.96%	6.60%	0.00%	0.99%	7.11%	6.06%
Otros gastos	45.18%	38.62%	34.98%	36.63%	36.96%	38.01%	38.45%	43.61%	44.16%	45.32%	56.32%	41.25%	0.42%	6.44%	56.32%	34.98%
MEDIA	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%					
Alimentación	44.74%	54.94%	53.41%	54.39%	52.42%	52.48%	52.13%	49.92%	46.43%	43.17%	32.97%					
Salud	4.81%	4.18%	4.43%	4.67%	4.65%	4.44%	4.56%	4.04%	4.32%	4.68%	5.86%					
Educación	1.45%	0.52%	0.94%	0.85%	1.02%	1.06%	1.51%	1.39%	1.93%	1.63%	1.78%					
Vivienda	5.77%	7.44%	6.39%	6.37%	6.66%	5.90%	6.06%	6.11%	5.77%	5.43%	5.19%					
Otros gastos	43.23%	33.82%	34.93%	33.72%	35.25%	36.13%	35.75%	38.95%	41.89%	45.13%	54.31%					

CAPÍTULO 4

***ANÁLISIS
ECONOMÉTRICO E
INFERENCIAL.***

4.1. Análisis econométrico

Una vez hecha la primera aproximación al análisis de los niveles de gasto de los hogares en México, empleando los datos de las Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), nos percatamos de las siguientes consideraciones:

1. Los resultados obtenidos en el ámbito general nos dan una muy buena referencia acerca del comportamiento del ingreso y del gasto de los hogares a lo largo del periodo estudiado. Además, se pudo corroborar de una forma confiable la vigencia de la primera Ley de Engel, la cual se refiere, a que una familia o Nación serán más pobres cuanto más porcentaje de su ingreso lo canalicen al gasto en alimentación.
2. El análisis de los rubros de gasto estudiados tanto en el ámbito nacional como por zonas, solo nos permiten hacer aproximaciones acerca de los tipos de bienes que pueden ser, a excepción de la alimentación, que se mantiene a lo largo del periodo como un bien necesario y sirve como soporte práctico para el análisis teórico de las tres Leyes de Engel, pero en los demás rubros no es posible dar por sentado que la salud, educación y vivienda son unos tipos muy determinados de bienes, debido a que al final del capítulo anterior externamos la imposibilidad de definir el tipo de bien que representa la salud y la vivienda, por el hecho de que ambas se mantuvieron a lo largo del periodo estudiado con variaciones poco significativas, lo mismo se puede decir de la salud, la cual si bien es cierto manifestó un crecimiento casi ininterrumpido en todo el periodo, también es cierto que la participación que tuvo este bien en el presupuesto de los hogares fue diminuta, por lo que no nos queda del todo claro determinar si se trata de un bien de lujo, ya que no sabemos si los incrementos en el ingreso de los hogares provocaron un incremento en el gasto en educación. Del mismo modo, no es posible identificar de forma plena los impactos de las variaciones en el ingreso de los hogares en el nivel de gasto de los mismos; así como, hacer inferencia en ellos para medir el impacto que provocan en algunas determinaciones de Política Económica.

Es por ello, que en este capítulo se dedicará al análisis de la elasticidad-ingreso de la demanda, la cual nos ayudará en primer lugar, a identificar los tipos de bienes que hemos estado estudiando y en segundo lugar, para medir los impactos de las variaciones porcentuales del gasto (variable dependiente) ante variaciones porcentuales en el ingreso (variable independiente). Para lo cual, se empleará el diseño de un modelo econométrico que nos ayude a estimar las elasticidades requeridas; así como, el análisis y descripción de los niveles de gasto en los hogares mexicanos.

El modelo parte de la relación que habíamos formalizado en el Capítulo 3, en base a las elasticidades-ingreso, la Ley de Engel y las ENIGH, esto nos llevó al final a la siguiente expresión:

$$Gx = f(\xi M)$$

Donde:

Gx = Gasto destinado a la compra del bien x

ξM = Elasticidad Ingreso de las familias

Recordando también que la fórmula de la elasticidad-ingreso de la demanda se define simbólicamente como:

$$\xi = (\delta Gx / \delta M) (M/Gx)^{139}$$

donde:

$(\delta Gx / \delta M)$ = Variación porcentual del gasto ante la variación porcentual en el ingreso

(M/Gx) = Relación promedio del ingreso con respecto al gasto

Y que además, tomamos logaritmos para linealizar la función y sacar de forma directa la elasticidad-ingreso de la demanda sin necesidad de sacar uno por uno los incrementos y los promedios del ingreso y del gasto, por lo que tenemos:

$$\xi = (\log Gx / \log M)^{140}$$

Teniendo entonces el modelo definido de la siguiente forma:

$$\text{Log}Gx = \log\alpha + \beta \log M + u^{141}$$

Donde:

LogGx = Logaritmo del gasto destinado a la compra del bien x

BlogM = Logaritmo del ingreso de los hogares que gastan en el bien x

Logα = Logaritmo del término constante o gasto promedio

u = Término de perturbación estocástica o innovación del modelo

De esta forma, la función de demanda del gasto de los hogares se define como una función loglineal, por ser ésta la forma más representativa en que se comportan los datos de las ENIGH, además de estar sustentado por el marco teórico que ya especificamos anteriormente. De tal manera, que el siguiente trabajo consistirá en estimar con la función planteada una serie de modelos econométricos con datos de corte transversal de la ENIGH, para determinar las elasticidades-ingreso de la demanda en el ámbito nacional, por zonas y por encuestas.

¹³⁹ Ob. Cit. Javier Gutiérrez Rojas. Pág. 8.

¹⁴⁰ Ob. Cit. Javier Gutiérrez Rojas. Pág. 8.

¹⁴¹ Idem.

De forma similar que en el capítulo 3, este capítulo se divide en dos subapartados, en el primero se hará un análisis en el ámbito nacional y por encuestas de los niveles de gasto de los hogares; así como la verificación de las elasticidades-ingreso de cada uno de los rubros de gasto que se consideraron como básicos. En el segundo subapartado se realizará un análisis por zonas en el ámbito general y por encuestas de cada uno de los rubros de gasto considerados, haciendo énfasis en un análisis comparativo de las elasticidades obtenidas de cada zona. En estos dos subapartados se correrán dos tipos de modelos, el primero se estimará con todos los años encuestados de las ENIGH y el segundo se estimará con cada uno de los años encuestados que son siete, esto con el fin de analizar de forma general y particular los resultados; así como, verificar lo representativo que resulta sacar una estimación con todos los años y contrastarla con las estimaciones de cada año encuestado. En todo momento se trabajará con la premisa teórica de las tres Leyes de Engel, pero en esta ocasión se le otorgarán a las tres leyes el mismo valor y no como sucedió en el capítulo anterior en donde se le privilegió a la primera ley, por razón de la consistencia y explicabilidad del método al que fueron sometidos los datos.

4.2. Análisis a Nivel Nacional (1984-2000)

Los resultados obtenidos de las estimaciones en el ámbito nacional y por años encuestados, confirman el trabajo realizado en el análisis descriptivo de los rubros de gasto de la alimentación, salud, educación y vivienda, ya que por ejemplo, en la estimación hecha en el ámbito general en el rubro alimenticio se obtuvo lo siguiente:

$$\text{LogGalimento} = 6.142 + 0.555\log M + u$$

Como se puede ver, la elasticidad-ingreso de la demanda para la alimentación (0.555) es positiva, lo cual significa que este bien está catalogado dentro del rango de los bienes normales, pero siendo más precisos, el coeficiente de elasticidad (0.555) garantiza que es un bien necesario, ya que un incremento en el ingreso del 1% provoca un incremento en el gasto en alimentación del 0.555%, es decir, los incrementos en el gasto serán menos que proporcionales al incremento en el ingreso, esto nos lleva a clasificar a este rubro de gasto como inelástico con respecto al ingreso, por el hecho de que el gasto varía en menor proporción de lo que varía el ingreso. En esa misma tónica, dicho coeficiente fue representativo a lo largo de todo el periodo estudiado, ya que las estimaciones por años encuestados se mantuvieron alrededor de ese valor, a excepción del año de 1984, en donde el coeficiente llegó a ser de 0.708, siendo éste el más alto de todo el periodo en estudio. (Cuadro 8)

Estos resultados dan razón del poco o nulo progreso en las pautas de gasto de los hogares en un periodo de 16 años, debido a que las familias ante un aumento porcentual de su ingreso siguieron gastando casi la misma proporción del gasto en la misma clase de bienes, revelándonos también, que los incrementos en el ingreso de los hogares a lo largo del periodo estudiado no han provocado una mejoría en el porcentaje de gasto en los hogares, es decir, los incrementos porcentuales en el ingreso han sido tan bajos o tal vez en algunos casos nulos, que las familias no han visto una reducción en la proporción de gasto

en alimentos, lo cual, según la primera ley de Engel¹⁴² es representativo de una Nación que vive en la pobreza. Esto se debe, a que los incrementos del ingreso deben de conducir a las familias a un mayor gasto, pero una vez que se aseguran los bienes de primera necesidad como la alimentación, éstos van disminuyendo su participación en el presupuesto para canalizar los demás recursos hacia la adquisición de bienes de confort, es por eso que en Naciones que poseen altos ingresos los coeficientes de elasticidad de los alimentos son muy pequeños, casi cercanos a cero; mientras en los países que tienen una población con bajos ingresos, los coeficientes de alimentación son altos y muy cercanos a uno, en nuestro caso éstos se mantienen con pocas variaciones a lo largo de 1984 hasta el 2000 sin mostrar una tendencia hacia la baja, y el resultado obtenido en 1984 (0.708) es muestra de que en ese año las familias no vieron un incremento significativo del ingreso que las llevara a una menor demanda de alimentos y por lo tanto, a una transferencia de recursos hacia bienes de lujo, esto es síntoma de que no se cubren al cien por ciento las necesidades más básicas de las familias.

En lo concerniente al término constante (6.142), éste es representativo de todos los años encuestados y nos proporciona información acerca del gasto promedio que realizan los hogares en el rubro de la alimentación. (Cuadro 8) Así, un aumento del ingreso del 1% provoca un aumento en el gasto promedio de alimentos en 6.142%, lo cual corrobora el poco impacto que ha tenido el ingreso en los cambios en el gasto y confirma además, el diminuto progreso del gasto en el bienestar de los hogares, de acuerdo a la primera ley de Engel.

Cabe destacar también, que los gastos nacionales y por zonas se comportaron de acuerdo a lo estipulado en la teoría de Keynes, ya que al aumentar el ingreso de los hogares, aumentaron su gasto en una proporción menor a la unidad, lo cual demuestra la vigencia de la ley psicológica fundamental de éste autor. (Cuadro 7)

El resultado obtenido de las estimaciones del rubro de la salud, pone en evidencia el poco impacto que tuvieron las variaciones del ingreso en el gasto de este bien y que a continuación presentamos:

$$\text{LogGsalud} = 4.770 + 0.815\log M + u$$

De acuerdo a la tercera Ley de Engel¹⁴³, el porcentaje de gasto destinado a la salud debe ser más que proporcional a los aumentos en el ingreso, por lo que el coeficiente de elasticidad de dicho bien debe ser mayor a uno y la demanda elástica, clásica de un bien de lujo. Sin embargo, el coeficiente de elasticidad obtenido (0.815) es menor a uno, de tal manera que la salud está clasificada como un bien necesario y además dicho coeficiente no

¹⁴² “Una Familia o Nación será más pobre cuanto mayor proporción de su ingreso lo destinen al gasto en alimentación”.

¹⁴³ “La fracción del presupuesto familiar utilizada para pagar los servicios, los bienes culturales y el ocio (higiene y salud, cultura, enseñanza, vacaciones, transportes, comunicaciones y telecomunicaciones, seguros, etc.) tiende a crecer a medida que aumentan los ingresos.” Gracia, Diego. “El momento Teleológico: La asignación de recursos.” Bolsa Médica II Epoca. Edición No. 16. file://A:\Las Tres leyes de Engel. htm. Pág. 3.

sufre modificaciones a lo largo de todo el periodo encuestado, siendo entonces los incrementos en el ingreso poco significativos como para hacer a éste rubro un bien de lujo. (Cuadro 8)

También se puede ver que el término constante o gasto promedio en salud (4.770) se mantiene con variaciones poco significativas en todos los años encuestados. (Cuadro 8) Con ello se puede argumentar que las familias efectivamente no vieron aumentos significativos en su ingreso para el gasto en salud o éste lo destinaron a la adquisición de otros tipos de bienes. De la forma que sea, se aprecia que el gasto en salud no cumple con la tercera ley de Engel, lo cual da pauta al planteamiento de dos reflexiones, la primera, se debe a que el porcentaje de gasto en alimentos no ha disminuido y se mantiene constante gracias a que los aumentos del ingreso han sido muy pequeños, lo cual no posibilita la transferencia de una parte del ingreso hacia bienes de lujo, ya que el ingreso obtenido no satisface del todo la adquisición de bienes alimenticios, desplazando de esta forma a la salud hacia un bien necesario, típico de hogares con ingresos bajos. La segunda reflexión viene dada por algún sacrificio que realizan los hogares para canalizarlo hacia otro bien que sea de lujo, esto explica el nulo retroceso del porcentaje de gasto en alimentación y el desplazamiento del porcentaje de gasto en salud hacia un bien necesario que se mantiene constante durante todo el periodo estudiado. De ahí resulta importante ver que si aumenta el ingreso de los hogares en 1% la demanda de salud aumenta en 0.815% y al igual que la alimentación, éstos son bienes necesarios.

En lo que respecta a la educación, puede ser este bien es el que nos pueda explicar el comportamiento de los dos rubros anteriores, ya que los resultados que se obtuvieron en la regresión general fueron los siguientes:

$$\text{LogEducación} = 3.375 + 1.684 \log M + u$$

De esta manera, el coeficiente de elasticidad (1.684) es mayor a la unidad, indicándonos que la demanda en educación es elástica y se trata de un bien de lujo. Se dice que es un bien de lujo porque las variaciones porcentuales en el gasto educativo resultan ser más que proporcionales a las variaciones porcentuales en el ingreso, es decir, si el ingreso de las familias aumenta en un 10%, el gasto que realizarán en educación será de 16.84%, mayor al del aumento del ingreso. Este resultado coincide con la tercera ley de Engel; pero aún no explica el comportamiento de los dos rubros de gasto anteriores, además, el coeficiente obtenido de la estimación general no es representativo de los años encuestados, ya que todos ellos son mayores a dos, por lo cual, un incremento en el ingreso del 10% impactará en la demanda de educación en más de un 20.00%. Aún así, este rubro conserva su característica de ser un bien de lujo, el cual sólo se puede explicar basándonos en la segunda reflexión que se hizo en el análisis de la salud, ya que dicha reflexión sí admite incrementos en el ingreso de los hogares y si regresamos a observar la gráfica 2 del capítulo 3, tenemos incrementos en el ingreso y en el gasto en los años de 1989 hasta 1994, siendo el año de 1996 el que registró la caída más fuerte de ambos rubros en todo el periodo estudiado, ya que para el año 2000 las tasas de crecimiento más altas en ingreso y gasto e inclusive, el gasto fue mayor al ingreso.

Lo anterior da pauta para afirmar una tercera reflexión sintética a las dos anteriores, en donde si bien es cierto hubo a lo largo del periodo estudiado incrementos en el ingreso de los hogares, a excepción del año de 1996, dichos incrementos no fueron lo suficientemente altos como para que las familias transfirieran parte de su nuevo ingreso a la salud y a la educación; sino que más bien las familias optaron por “sacrificar” parte de su gasto en alimentación y salud para canalizarlo hacia la educación. Es pertinente recordar que este sacrificio solo lo pudieron haber efectuado el grueso de los hogares encuestados, ya que en nuestro cuadro 2 del capítulo 3, concluimos que la desigualdad en el gasto es producto de la desigualdad en el ingreso, el cual concentraba en el 40% de los hogares el 75.81 % del ingreso total; mientras que más de la mitad de los hogares no participa ni con una cuarta parte del ingreso total.

En cuanto a la revisión del gasto promedio educativo (3.375), éste no es del todo representativo de los años encuestados, debido a que éstos se van incrementando hasta 1996, un año después de la crisis, y en 1998 baja para después subir el año 2000, pero siempre mostrando una tendencia ascendente, aunque lo que llama la atención, es que el gasto promedio ante aumentos en el ingreso parta de 1.340 y termine en 3.189, lo cual denota, que si en 1984 el ingreso de las familias aumento en 1%, su gasto promedio en educación fue de 1.340%; mientras en el año 2000 con el mismo incremento en el ingreso de las familias, éstas demandaron en promedio 3.189% del mismo bien, este crecimiento sostenido del gasto promedio en educación deja en claro la preferencia de los hogares por sacrificar alimento y salud con tal de que sus hijos se eduquen para alcanzar una nueva posición social y por tanto un mejor nivel de ingresos en la sociedad. (Cuadro 8) Si todo esto es cierto, entonces en nuestro último rubro de gasto que es la vivienda, la segunda ley de Engel¹⁴⁴ no debe cumplirse, por la razón de que también de este rubro los hogares sacrificaron gasto para destinarlo a la educación, y es más, también deben permanecer los coeficientes de elasticidad con pocos cambios a lo largo de todo el periodo estudiado.

Y como se había anticipado, el gasto en vivienda arrojó los resultados que se esperaban y que a continuación se presentan:

$$\text{LogGvivienda} = 5.313 + 0.763\log M + u$$

En esta estimación tenemos de nueva cuenta a un bien necesario, por el hecho de que la elasticidad (0.763) es menor a la unidad y la demanda del bien en cuestión es inelástica. Tanto la elasticidad como el gasto promedio (5.313) son representativos de todos los años encuestados, de tal suerte, que los hogares mantuvieron el mismo gasto en vivienda durante 16 años, y se dice de tal suerte, porque a pesar de que la segunda ley de Engel cataloga a este bien como normal, es decir, que las variaciones en su gasto son proporcionales a las variaciones porcentuales en el ingreso, teniendo entonces un coeficiente igual a uno y una demanda unitariamente elástica, dicho resultado justifica el comportamiento de la

¹⁴⁴ “El porcentaje del presupuesto familiar reservado para la adquisición de bienes de confort (ropa, muebles, alquileres, etc.) tiende a permanecer estable. Estos gastos evolucionan proporcionalmente a los ingresos.”¹⁴⁴ (Segunda Ley de Engel). Gracia, Diego. “El momento Teleológico: La asignación de recursos.” Bolsa Médica II Época. Edición No. 16. file://A:\Las Tres leyes de Engel. htm. Pág. 3.

alimentación y la salud como bienes necesarios y sobre todo el gasto en salud, que de ser catalogado en la ley de Engel como bien de lujo pasa a ser en México un bien necesario.

Los resultados que arrojan las estimaciones, dan razón y soporte a la tercera reflexión hecha en el gasto educativo, en donde si bien es cierto hubo a lo largo del periodo estudiado incrementos en el ingreso de los hogares, a excepción del año de 1996, dichos incrementos no fueron lo suficientemente altos como para que las familias transfirieran parte de su nuevo ingreso a la salud, la educación y la vivienda; sino que más bien, las familias optaron por “sacrificar” parte de su gasto en alimentación, salud y vivienda para canalizarlo hacia la educación, dándole las familias a este último bien una importancia mayor, debido a que se puede considerar ésta como una vía de movilidad social, laboral, de nivel de ingreso, etcétera. En esta reflexión las tres leyes de Engel no se pueden cumplir de forma textual, lo cual no significa de ninguna manera que ya no sirvan o ya no se cumplan en México; sino todo lo contrario, funcionan como una base teórica analítica para una explicación de la realidad, ya que de haberse cumplido de forma textual estas tres leyes, entonces estaríamos hablando de que los incrementos porcentuales en el ingreso de los hogares mexicanos fueron lo suficientemente altos como para que en un periodo de 16 años las familias disminuyeran su porcentaje de gasto alimentario y de esa forma transferir recursos a bienes de lujo, confort y de desarrollo personal, pero la realidad no fue así.

En lo que respecta a los estadísticos obtenidos, se puede observar en los cuadros 7 y 8 que el estadístico “t” de Student que está en color rojo y debajo de cada coeficiente, es significativo para todas las estimaciones que se sacaron en el ámbito nacional, lo cual nos ofrece un error de estimación del 5% que es el más bajo que se puede sacar.

Se observa también, que la “bondad de ajuste”¹⁴⁵ o el coeficiente de determinación (R^2) y de determinación ajustada (\tilde{R}^2) son en la gran mayoría de las estimaciones muy altas, a excepción de la estimación general de la educación que tiene un coeficiente de 0.495 y 0.488 respectivamente, lo cual de hecho es aceptable si se toma en cuenta que los modelos se corrieron con datos de corte transversal y además el rubro de la educación fue el único que no se tomó completo, sólo se contemplaron los gastos en pago de colegiaturas desde guarderías hasta nivel superior, posgrados, maestrías y doctorados; así como, el gasto en educación especial, material escolar, prendas de vestir, transporte, libros, enseñanza adicional y otros gastos educativos. Estos coeficientes de determinación permiten mostrar que la variable independiente, en este caso el ingreso, explica en más del 80% las variaciones en la variable dependiente o el gasto de los hogares en los rubros de alimentación, salud, educación y vivienda.

Con relación a la funcionalidad del modelo, se rechaza la hipótesis nula de linealidad para aceptar la hipótesis de no linealidad, por lo que queda especificado lo dicho en un principio, que estos modelos son loglineales.

¹⁴⁵ Ob. Cit. Javier Gutiérrez Rojas. Pág. 10.

4.3. Análisis por Zonas

Las estimaciones realizadas en la zona urbana y en la zona rural en el ámbito general (70 observaciones) y por cada año encuestado para el caso del rubro alimenticio, arrojan los siguientes resultados:

$$\text{LogGalimento} = 6.045 + 0.508\log M + u \quad \text{Zona urbana}$$

$$\text{LogGalimento} = 5.521 + 0.603\log M + u \quad \text{Zona rural}$$

En estas dos estimaciones se puede observar que ambas elasticidades-ingreso (0.508 y 0.603) son positivas y menores a uno, por lo que dichos coeficientes nos dan razón de que la zona urbana y la zona rural tienen catalogado el gasto en alimentación como un bien necesario, ya que si aumenta el ingreso de los hogares de ambas zonas en 1%, esto repercutirá en la demanda de alimentos en 0.508% y 0.603% respectivamente, siendo entonces su demanda hacia este bien inelástica con respecto al ingreso.

La elasticidad de la zona urbana (0.508) es representativa de la mayoría de los años encuestados, con excepción de los años de 1984 y 1998 en donde el coeficiente se ubicó en 0.621 y 0.471, que de hecho fueron los valores máximos y mínimos respectivamente. (Cuadro 9) Mientras que en la zona rural, la elasticidad (0.603) no es del todo representativa, ya que la mayoría de los años ubican su coeficiente alrededor del 0.500 y los valores máximos y mínimos fueron de 0.816 y 0.517 para los años 1984 y 1998, que son los mismos años de la zona urbana solo que éstos últimos valores, y de hecho, todos los coeficientes de la zona rural son mayores a los de la zona urbana. (Cuadro 9) Esto es un indicio de que cuando aumenta el ingreso de los hogares en ambas zonas, los hogares rurales canalizan mayor porcentaje de ese incremento en alimentos, en comparación con las familias urbanas, revelando que los niveles de gasto de la zona rural han sido decadentes, de tal manera que los incrementos porcentuales en el ingreso de estas familias no repercutieron hacia la disminución porcentual de la alimentación y de acuerdo a la primera ley de Engel, el nivel de vida no mejoró y permaneció estancado a lo largo de 16 años.

Por el otro lado y de acuerdo a nuestra tercera reflexión hecha en el ámbito nacional, es probable que la constancia en el gasto alimenticio de la zona urbana se deba a un sacrificio de ésta hacia un bien de lujo y que las elasticidades más altas en la zona rural sean consecuencia de un menor o nulo sacrificio de las familias para transferir gasto hacia bienes de lujo, por lo cual, si esto es así, la proporción de gasto en bienes de lujo debe ser para la zona rural mucho menor o nula en comparación a la de la zona urbana.

En lo referente al término constante o gasto promedio en alimentos, éste además de ser representativo en ambas zonas para todos los años (6.045 y 5.521), también es mayor para la zona urbana que para la zona rural. (Cuadro 9) Esto da sustento a lo ya antes expuesto con las elasticidades, es decir, cuando se incrementa el ingreso de los hogares en 1% ambas zonas gastan en promedio en alimentos 6.045% y 5.521%, el que gaste la zona urbana en promedio más que la zona rural, es síntoma de que los incrementos en el ingreso de los hogares urbanos han provocado un mayor y mejor gasto de éste rubro con un menor

porcentaje de su ingreso (0.508%); mientras en la zona rural los hogares gastan en promedio menos, pero ante aumentos de su ingreso canalizan mayor porcentaje del mismo al gasto de éste bien (0.603%). Todo esto de acuerdo a la primera ley de Engel, es representativo de que la zona rural está en peores condiciones económicas que la zona urbana.

En lo que respecta a la salud, los resultados son los siguientes:

$$\text{LogGsalud} = 4.558 + 0.858\log M + u \quad \text{Zona urbana}$$

$$\text{LogGsalud} = 4.366 + 0.691\log M + u \quad \text{Zona rural}$$

Como sucedió con la alimentación, el rubro de la salud resultó ser un bien necesario, ya que los coeficientes de ambas zonas (0.858 y 0.691) son positivos y menores a la unidad. Sin embargo, el coeficiente de elasticidad de la zona rural (0.691) no es representativo de todos los años encuestados, éste presenta en los años de 1984, 1992 y 1996 coeficientes característicos de bienes de lujo, es decir, valores mayores a uno; mientras en los años de 1994 y 1998 la salud es un bien necesario y en los años de 1989 y 2000 dicho rubro también es un bien necesario, pero el valor es menor a los de la zona urbana. (Cuadro 10)

En el caso de los años en que salen bienes de lujo (1.027, 1.083 y 1.084), son precisamente esos años en que el coeficiente de elasticidad en alimentación fue el más alto, por lo que permite pensar que en dicho años los hogares no vieron un aumento significativo de su ingreso y esto se puede corroborar si se regresa a observar la gráfica 7 del capítulo 3, en donde las tasas negativas del ingreso se registraron en los años de 1992 y 1996, el año de 1984 no se tiene por ser éste el año de inicio de las tasas de crecimiento. Lo anterior da razón del cumplimiento de la tercera ley de Engel, sobre considerar los incrementos en los gastos en salud más que proporcionales a los incrementos en el ingreso, pero en este caso no a habido en estos tres años encuestados incrementos en el ingreso y además el porcentaje de gasto en alimentos no disminuyó; sino que al contrario, dicho porcentaje aumentó. La explicación a este fenómeno se puede deber a que los hogares rurales se vieron obligados a cubrir de cualquier forma sus necesidades más apremiantes, como pueden ser la alimentación y salud, ésta última como un gasto derivado de las malas condiciones económicas en que viven las familias, de tal suerte, que dichas condiciones en que logran cubrir sus necesidades alimentarias se ven reflejadas en la proporción que deben destinar a la salud, revelándonos entonces que una parte del diminuto ingreso que tienen las familias lo destinan a la salud, sacrificando parte de su alimentación y de otros bienes para poder cubrirlo, de hecho, teniendo un ingreso negativo como lo muestra la gráfica 7 del capítulo 3, en el año de 1996 los hogares realizaron algún tipo de gasto que les permitiera sobrevivir, en este caso la alimentación y la salud, lo cual demuestra que ante condiciones tan adversas los decrementos en el ingreso poseen un límite y ese es el de la conservación de las condiciones físicas y mentales de los individuos.

En lo concerniente a los años de 1994 y 1998 donde la salud es un bien necesario, los coeficientes de elasticidad son los más altos en todo el periodo estudiado (0.976 y 0.869), llegando inclusive a ser superiores a los que se registraron en la zona urbana. (Cuadro 9) El que los coeficientes de estos años sean muy cercanos a uno y el porcentaje de gasto

destinado a la alimentación se haya reducido en comparación con los años en que se obtienen bienes de lujo en la salud, es muy característico del periodo que antecedió y precedió la crisis de 1995, ya que en la gráfica 6 del capítulo 3 las tasas de crecimiento del ingreso fueron en estos años positivas, además la caída en el porcentaje del gasto alimentario es un indicio de que los hogares, si bien es cierto no disminuyeron ese gasto de acuerdo al promedio general, si se mantiene la hipótesis del sacrificio de ése hacia algún bien de lujo por el hecho de que la salud se mantiene como un bien necesario. (Cuadro 9) De tal manera, que el año de 1989 es la antesala de la recuperación de 1984 para después llegar a la caída más fuerte que se ha registrado en el ingreso durante todo el periodo estudiado, el año de 1992 (Gráfica 6 capítulo 3), pero 1989 muestra coeficientes con una cierta estabilidad de lo que ya hemos estado estudiando, lo cual deja al gasto alimentario como un bien de sacrificio hacia otro bien de lujo, que en este caso y sobre la base de la tercera ley de Engel no es la salud. Mientras tanto, en el año 2000 es también el año de recuperación de la crisis de 1995 (Gráfica 6 capítulo 3) esto se puede apreciar en el valor del coeficiente en alimentación, el cual, se mantiene con pocas variaciones al de los demás años, de tal suerte, que dichos resultados dan soporte a nuestra reflexión acerca de que el sacrificio en el gasto en alimentos no se destina a la salud; sino a otro bien de lujo.

Falta por señalar que el coeficiente de elasticidad de la salud en la zona urbana (0.858) es positivo y menor a uno, por lo que está catalogado como un bien necesario. Dicho coeficiente es representativo de todos los años encuestados, de tal manera, que el gasto en salud se mantuvo con pocas variaciones en el periodo estudiado, indicando una baja transferencia de recursos del gasto en alimentación hacia un mayor gasto en salud que de acuerdo a la tercera ley de Engel debió tener un coeficiente positivo y mayor a uno, es decir, un bien de lujo. (Cuadro 9) Esta constancia en el porcentaje gastado en la salud va muy acorde al crecimiento que ha tenido el ingreso en el periodo en estudio, tal es así, que lo podemos observar en la gráfica 7 del capítulo 3, donde el ingreso se mantiene positivo en todos los años encuestados a excepción del año de 1996, un año después de la crisis de 1995, aún así, los hogares mantuvieron un porcentaje casi constante en el gasto en salud en ese periodo de crisis. (Cuadro 9)

Referente a los términos constantes (4.558 y 4.366), los hogares ante un incremento de su ingreso del 1%, demandaron en promedio 4.558% y 4.366% en salud, por lo que los hogares urbanos gastaron en promedio más en salud que los hogares rurales, además cinco de los siete años encuestados de la zona urbana son mayores a los de la zona rural y en ésta última, los años de 1984, 1992 y 1996 se obtuvieron los gastos promedio más bajos en el rubro de la salud, siendo estos años en los que el ingreso fue negativo (Gráfica 6 capítulo 3) y el rubro de la salud alcanzó coeficientes de elasticidad-ingreso mayores a uno, catalogando a este bien como de lujo.

De esta forma, se tiene que la zona urbana gastó en promedio más en salud y destinó un porcentaje menor de su ingreso al gasto de la misma; mientras que en la zona rural sucede todo lo contrario, lo cual deja en claro que los ingresos de las familias urbanas son un poco mejores que los hogares rurales, razón por la cual esta última en tiempos de auge gastó menos en salud y en tiempos de crisis sacrifica parte del gasto para destinarlo a la salud, caso claro son los años de 1984, 1992 y 1996. (Cuadro 9) De ahí, que en los años de crisis los hogares rurales tuvieron que destinar menor porcentaje de gasto a otro bien de

lujo, para canalizarlo a la salud. Si esto es así, entonces en tiempos de crisis las familias rurales le deben destinar un porcentaje menor de su gasto a la educación, por el simple hecho de que éste no es un bien que ponga en peligro la permanencia física y mental de los individuos, sino que más bien es un medio de movilidad social en donde los hogares sacrifican parte de su ingreso para acceder a dicho bien, sin embargo, cuando se da una crisis y los ingresos de la zona son de por sí bajos y los incrementos son negativos, éstas familias actúan con mayor lógica y sacrificio, distribuyendo una parte de su gasto a la salud y otro a la educación, volviendo al primer bien como un bien de lujo, que no refleja en base a la primera ley de Engel bienestar, por el hecho de que el porcentaje de gasto en alimentación no bajó; sino todo lo contrario, demostrándose así una condición más desfavorable y pauperizante de la zona rural con respecto a la zona urbana, esta última siguiendo las pautas de gasto de los resultados obtenidos en el ámbito nacional, que por cierto no son del todo alentadores.

Confirmando lo antes descrito, se exponen a continuación las estimaciones del rubro de la educación:

$$\text{LogEducación} = 3.632 + 1.428\log M + u \quad \text{Zona urbana}$$

$$\text{LogEducación} = 3.030 + 1.017\log M + u \quad \text{Zona rural}$$

En primer lugar, se tienen para ambas zonas una elasticidad mayor a uno (1.428 y 1.017), por lo que este bien está clasificado dentro de los bienes de lujo, esto es, que cuando el ingreso de los hogares aumenta en 1%, el impacto en la demanda de educación provocará un aumento en el gasto del 1.428% y 1.017% respectivamente, es decir, el aumento porcentual del ingreso de las familias será menos que proporcional al gasto porcentual que realizarán en el gasto de este bien. En lo referente a los resultados obtenidos por años encuestados, éstos presentan a la educación como un bien de lujo a excepción del año de 1992 en la zona rural, donde el coeficiente resultó ser menor a uno (0.927) dando entonces un bien necesario o muy cercano a un bien normal. (Cuadro 11)

Los coeficientes de ambas zonas no resultan ser del todo representativos de cada uno de los años encuestados, ya que en el caso de la zona urbana éstos son superiores al estimado en el ámbito general, siendo los años de 1984, 1992, 1998 y 2000 los que obtuvieron coeficientes superiores a dos; mientras los años restantes de 1989 y 1996 dichos coeficientes fueron menores a dos, pero siguieron siendo superiores al estimado en el ámbito general. Del mismo modo, en la zona rural se obtuvieron estimadores muy superiores al obtenido en el ámbito general, los cuales oscilaron entre 1.300 y 2.000 llegando a ser el de 1984 el más alto de todo el periodo, alcanzando apenas 2.009 y los más bajos fueron los de 1992 con un 0.927 y el de 1996 con 1.348. (Cuadro 11)

Todo lo anterior deja al descubierto algunas relaciones muy interesantes, por ejemplo, en lo referente a la tercera ley de Engel, en donde la educación es un bien de lujo porque los incrementos en el gasto de este bien son más que proporcionales a los incrementos en el ingreso de los hogares, se observa que aunque en ambas zonas los coeficientes de elasticidad a nivel general y por años encuestados dan razón de ser un bien de lujo, dichos coeficientes son muy superiores en la zona urbana que en la zona rural, a excepción del año

de 1989, por lo que a primera instancia se puede decir que las familias urbanas ante aumentos de su ingreso destinaron mayor porcentaje de ése incremento al gasto educativo, que las familias rurales. Comparativamente y de acuerdo a la ley de Engel, esto es síntoma de que los hogares urbanos están en mejores condiciones económicas que los hogares rurales, esto se debe a que los primeros destinan menor porcentaje de su ingreso al gasto en alimentación y más porcentaje al gasto educativo cuando hay un incremento del ingreso; mientras en la zona rural sucede todo lo contrario.

De esta forma, se tiene que en la zona urbana los coeficientes de elasticidad de la alimentación son menores a los de la zona rural, con excepción del año de 1994, siendo para esta última zona los años de 1984, 1992 y 1996, los periodos en que los coeficientes alcanzaron su más alto nivel, coincidiendo éstos con los años de crisis en la zona rural. (Gráfica 7 del capítulo 3) En estos años de crisis de la zona rural, son precisamente los periodos cuando los ingresos de los hogares cayeron, inclusive 1992 fue el año en donde el ingreso tuvo la caída más grande en todos los 16 años estudiados. Resultados contrarios muestra la salud, en donde la mayoría de los coeficientes de la zona urbana son menores a los de la zona rural, excepto 1989 y 2000, en la zona urbana la salud es un bien necesario; mientras en la rural en los años de 1984, 1992 y 1996 éste rubro es un bien de lujo. Lo interesante en este recuento, es que tanto en la alimentación como en la salud, los coeficientes más altos de elasticidad-ingreso, son los mismos en donde se tienen manifestados periodos de crisis. (Gráfica 7 capítulo 3) Esto significa que en estos años caracterizados por bajas en el ingreso, los hogares rurales destinaron un mayor porcentaje de su ya de por sí diminuto ingreso al gasto en alimentación y salud, dado que al no poseer un ingreso que cubra satisfactoriamente sus necesidades más básicas deben canalizar la mayor parte del mismo a cubrir lo más indispensable para sostener su estancia física y mental. Mientras tanto las familias urbanas, si bien es cierto destinaron menor porcentaje de su ingreso al gasto en alimentación en comparación a las rurales, también es cierto que a lo largo de 16 años no se ha dado una tendencia a la baja de los coeficientes de elasticidad y lo mismo sucede con la salud, ya que a pesar de que los valores son menores a los de la otra zona, éstos se han mantenido con pocas variaciones a lo largo del periodo estudiado.

Es en el rubro educativo donde encontramos posibles explicaciones a los comportamientos anteriores, debido a que si los hogares tuvieron altos ingresos, el porcentaje de gasto en alimentación debió ir en franca disminución o el coeficiente de elasticidad tuvo que haber sido el más bajo, posibilitando la transferencia de recursos hacia bienes normales y de lujo. Sin embargo y de acuerdo a las tres leyes de Engel, esto no es así, tanto la alimentación y la salud son bienes necesarios que han tenido pocas variaciones en 16 años y que han mantenido a la educación como un bien de lujo, siendo las familias urbanas las que más porcentaje del incremento del ingreso destinan a este bien en comparación con los hogares rurales. Además, la leve caída del coeficiente en educación en la zona urbana en 1996 da soporte a la crisis de 1995, en donde la baja del ingreso justificó la baja en la educación; mientras en las familias rurales las caídas en la educación en los años de 1992 y 1996, también coinciden con los periodos de crisis de dicha zona, recordando que el año de 1984 es el año base y no tenemos información anterior para saber cual fue el comportamiento del ingreso en ese año, pero en base a los datos de la alimentación y la salud y a los acontecimientos de 1982, podemos decir que no fue un buen año para los hogares rurales. De tal manera, que la coincidencia de los años de crisis de esta

última zona nos lleva a la siguiente reflexión: En periodos de crisis, los hogares ante una baja de su ingreso incrementaron su porcentaje de gasto en alimentación y salud para hacer frente a sus necesidades más básicas e inmediatas; mientras que la diminuta baja en la educación, que no por eso dejó de ser un bien de lujo, respondió a un mayor sacrificio de los hogares ó a subsidios, programas de apoyo a éste bien para las familias más pobres, ya que si nos damos cuenta los coeficientes de 1992 y 1996 no son tan bajos. (Cuadros 9,10 y 11)

Con respecto al término constante (3.632 y 3.030), se tienen que los hogares urbanos canalizaron en promedio ante aumentos de su ingreso mayor gasto en educación que los hogares rurales, aunque la variación de uno con respecto al otro no fue muy grande. Sin embargo, en los años encuestados de ambas zonas es muy clara la tendencia hacia la alza que tiene este rubro a partir de 1984, donde los años de crisis de la zona urbana (1996) y de la zona rural (1984, 1992 y 1996) el gasto promedio educativo no cae; sino todo lo contrario, éste sigue subiendo. (Cuadro 11) Esto demuestra la importancia que le asignan las familias a éste bien aún en tiempos de crisis, porque con una caída en el ingreso de los hogares éstos destinan un cierto porcentaje de su gasto a la educación, ya sea por el sacrificio o por subsidios gubernamentales.

Si la reflexión con respecto a las elasticidades es cierta, entonces nuestro siguiente rubro de la vivienda debe ser un bien necesario, el cual no debe manifestar variaciones tan grandes a lo largo de los años encuestados, para de esta forma los recursos sacrificados de este bien se orienten hacia la educación.

Tal y como se esperaba, los resultados que arrojan los estimadores de la vivienda dan soporte a la reflexión hecha anteriormente, teniendo entonces:

$$\text{LogGvivienda} = 5.295 + 0.654\log M + u \quad \text{Zona urbana}$$

$$\text{LogGvivienda} = 4.589 + 0.646\log M + u \quad \text{Zona rural}$$

Los coeficientes de ambas zonas (0.645 y 0.646) muestran que se tratan de bienes necesarios, éstos valores no presentan cambios muy drásticos a lo largo del periodo, además, los coeficientes de dichas zonas no marcan una tendencia hacia la alza o baja de la elasticidad en cada año encuestado, por lo que las zonas tuvieron variaciones porcentuales en el gasto en la vivienda muy similares. (Cuadro 12)

En base a lo ya expuesto, era de esperarse que la vivienda fuera catalogada como un bien necesario y no como un bien normal como lo estipula la segunda ley de Engel¹⁴⁶, esto se debe a que la alimentación, la salud y la vivienda son los bienes de sacrificio de las familias mexicanas de ambas zonas, ya que si nos fijamos en los coeficientes de estos rubros, vemos en el caso de la vivienda que ésta dista mucho de aproximarse a un bien

¹⁴⁶ "El porcentaje del presupuesto familiar reservado para la adquisición de bienes de confort (ropa, muebles, alquileres, etc.) tiende a permanecer estable. Estos gastos evolucionan proporcionalmente a los ingresos." Gracia, Diego. "El momento Teleológico: La asignación de recursos." Bolsa Médica II Época. Edición No. 16. file: //A:\Las Tres leyes de Engel. htm. Pág. 2.

normal, de hecho sus coeficientes son muy similares a los de la alimentación, revelando que las familias sacrifican parte de su ingreso destinado al gasto en alimentación y vivienda hacia la salud, cuando se presentan periodos de crisis, y de forma regular hacia el gasto educativo. (Ver Gráfica 6 y 7 del capítulo 3 y Cuadros 9, 10, 11 y 12)

El término constante de las regresiones de la vivienda (5.295 y 4.589) nos revelan una vez más que los hogares urbanos gastan en promedio más en vivienda que las familias rurales, siendo el grado de sensibilidad de ambas zonas ante aumentos del ingreso muy similar. De tal suerte, que las familias rurales que poseen un ingreso muy bajo cuando aumenta éste, gastan un porcentaje similar al de las familias urbanas que poseen un ingreso mayor al de las familias anteriores.

En suma, tanto la zona urbana como la zona rural realizaron sacrificios en el gasto alimenticio y en la vivienda para canalizarlos hacia la educación. Dichos sacrificios se justifican con los valores obtenidos en la alimentación, los cuales no variaron mucho a lo largo del periodo estudiado y que de acuerdo a la primera ley de Engel, éstos debieron ir disminuyendo a medida que aumentaba el ingreso de las familias para transferir recursos a otros bienes de confort o de lujo, sin embargo, esto no fue así, tanto la alimentación como la vivienda, se mantuvieron con elasticidades casi constantes y de hecho, la vivienda catalogada como un bien normal según la segunda ley de Engel, se mantuvo como un bien necesario, sacrificándose parte de su gasto para la educación. Este último rubro al igual que la salud deben ser, de acuerdo a la tercera ley de Engel, bienes de lujo, pero solo la educación cumple plenamente con esta ley, ya que la salud a pesar de que sus coeficientes son muy aproximados a uno no llegaron a ser un bien de lujo, lo fueron tan solo en los años de crisis de la zona rural, en los periodos en que el ingreso bajó, la variación porcentual del gasto en alimentación subió y el porcentaje de gasto en la educación también disminuyó.

Se pudo constatar, sobre la base de la ley de Engel, que la zona urbana está en mejores condiciones económicas en comparación con la zona rural, debido a que esta primera gasta en promedio más que la segunda y los coeficientes de elasticidad-ingreso de las familias rurales son mayores a los de los hogares urbanos, por lo que la zona rural que tuvo en promedio menor gasto que la zona urbana destinó ante aumentos de su ingreso un porcentaje mayor del mismo a la adquisición de alimentos, salud, educación y vivienda; mientras que en la zona urbana aconteció algo similar pero con coeficientes menos altos. En general, ambas zonas se mantuvieron a lo largo del periodo con coeficientes altos y constantes, sobre todo el de la alimentación, lo cual significa que los aumentos en el ingreso de los hogares en los 16 años estudiados fueron muy pequeños, o en algunos periodos como 1996 en la zona urbana y 1984, 1992 y 1996 en la zona rural, no hubo crecimiento del ingreso e inclusive la caída de éste no ha podido ser compensada en los años más recientes.

En lo que se refiere a la confiabilidad de los estimadores, cabe decir, que en todos ellos los coeficientes de determinación y de determinación ajustada (R^2 y \check{R}^2) fueron superiores al 80%, con excepción de los modelos de la zona urbana y rural que se corrieron en el ámbito general, en donde la bondad de ajuste fue menor al 80% para los rubros de salud y vivienda; mientras que en la salud ambas zonas registraron R^2 y \check{R}^2 del 0.404 y

0.329 respectivamente, lo cual hace suponer que las variaciones en la educación no estuvieron muy asociadas a las variaciones en el ingreso corriente, por lo que los recursos debieron haber procedido del ingreso no monetario como: el autoconsumo, pago en especie, regalos o estimación del alquiler, ya que en el caso de la zona rural del año encuestado de 1992, año en que esta zona sufrió la caída más grande en su ingreso y gasto (Gráfica 7 capítulo 3), el coeficiente de determinación fue de 0.060, el más bajo de todos los años encuestados y que por cierto su coeficiente de elasticidad fue el único resultante menor a uno. De tal forma que el bajo coeficiente de determinación en la educación en esta zona puede ser explicado, en primer lugar, por la caída del ingreso en ese año, en segundo lugar, por el autoconsumo que es importante en dicha zona, los regalos, pago en especie y el alquiler de la vivienda, posibilitan que este ingreso se consuma de forma inmediata o cotidiana y la otra se destine a la educación como un bien de lujo, en tercer lugar, que el ingreso no monetario se consuma en lo más indispensable para las familias y el gasto en educación se obtenga por medio de becas de manutención, transporte, programas compensatorios, vales de artículos escolares, etcétera, que lleve a cabo el Estado. Por los demás coeficientes por años encuestados, éstos son lo suficientemente altos como para concluir que el ingreso es representativo de los cambios en el gasto de los hogares.

Referente al nivel de significancia de los estimadores, se puede ver que el estadístico “*t*” de Student es significativo para todas las estimaciones, a excepción del año de 1992, el cual es lógico a lo ya explicado con anterioridad, pero en el resto de las estimaciones esto nos da un nivel de confianza del 95%, que es el más alto que se puede obtener.

Con respecto a la funcionalidad de los modelos, se rechazó la hipótesis nula de linealidad aceptando que éstos modelos no son lineales; sino que son modelos log lineales.

CUADRO 7

ELASTICIDADES-INGRESO 1984-2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100 (70 observaciones)

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
TOTAL NACIONAL	1.39543	0.795983	0.994556	0.994476	0.007141246	12423.96
	28.58646	111.4628				
ALIMENTACION	6.142007	0.555743	0.949582	0.948841	0.015529	1280.728
	573.1873	35.78727				
SALUD	4.770209	0.815661	0.872407	0.87053	0.037828	464.9438
	151.5903	21.56255				
EDUCACION	3.375613	1.684746	0.495688	0.488272	0.206075	66.83721
	14.7329	8.175403				
VIVIENDA	5.31345	0.763432	0.888532	0.886892	0.032791	542.038
	234.0579	23.28171				
TOTAL URBANA	1.381349	0.795249	0.992822	0.992717	0.0082	9405.873
	24.78269	96.98388				
ALIMENTACION	6.045527	0.508275	0.907142	0.905777	0.01972	664.3027
	405.3207	25.77407				
SALUD	4.558901	0.858509	0.750815	0.74715	0.059977	204.8893
	83.63632	14.31395				
EDUCACION	3.632232	1.428574	0.404319	0.395559	0.210278	46.15506
	14.92325	6.793752				
VIVIENDA	5.295398	0.654098	0.764567	0.761105	0.044016	220.8296
	158.6478	14.86033				
TOTAL RURAL	1.654884	0.728008	0.98165	0.981381	0.01207	3637.802
	22.89401	60.3142				
ALIMENTACION	5.521347	0.603014	0.890983	0.889379	0.025579	555.7535
	457.8386	23.57442				
SALUD	4.366698	0.691477	0.684253	0.679609	0.056962	147.3622
	134.0481	12.13928				
EDUCACION	3.030019	1.017205	0.329467	0.319606	0.175978	33.41187
	17.1705	5.7803				
VIVIENDA	4.58956	0.646882	0.920772	0.919607	0.023011	790.2789
	419.1573	28.1119				

CUADRO 8

ELASTICIDADES-INGRESO POR ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL DE 1984 AL 2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100						
CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R _a	R ^a _e	Error Estándar	F
TOTAL 1984	0.886366	0.867384	0.996735	0.996327	0.017552	2442.036
	7.450492	49.41696				
ALIMENTACION	6.020381	0.708769	0.942608	0.935434	0.061833	131.3916
	136.6094	11.46262				
SALUD	4.609845	0.834392	0.862324	0.845115	0.117874	50.10757
	43.73177	7.07667				
EDUCACION	1.340432	2.699983	0.847884	0.828669	0.40433	44.59133
	2.65384	6.677674				
VIVIENDA	5.12704	0.793221	0.991607	0.990568	0.025801	945.1646
	279.5568	30.74353				
TOTAL 1989	1.704222	0.750654	0.994929	0.994296	0.018946	1569.724
ALIMENTACION	13.27261	39.61974				
	6.117809	0.557414	0.975452	0.972383	0.031264	317.8862
SALUD	279.784	17.82936				
	4.765856	0.752395	0.93603	0.928034	0.069541	117.0587
EDUCACION	81.64385	10.81937				
	2.513669	2.202101	0.877997	0.862747	0.290223	57.57213
VIVIENDA	7.321592	7.58763				
	5.205568	0.726394	0.992385	0.991433	0.022498	1042.494
TOTAL 1992	329.6075	32.28767				
	1.597613	0.77607	0.999234	0.999138	0.007598	10432.64
ALIMENTACION	29.82382	102.1403				
	6.143103	0.537517	0.972371	0.968918	0.032034	281.555
SALUD	268.2451	16.7796				
	4.755525	0.832477	0.951162	0.945057	0.066693	155.8065
EDUCACION	85.37217	12.48225				
	2.679834	2.352723	0.874872	0.859231	0.31458	55.93432
VIVIENDA	7.53593	7.478925				
	5.264144	0.78673	0.997244	0.9969	0.014622	2895.003
TOTAL 1994	501.3315	53.80523				
	1.392467	0.795602	0.997696	0.997408	0.013518	3463.693
ALIMENTACION	14.95628	58.85315				
	6.126255	0.668198	0.983633	0.981587	0.025914	480.7813
SALUD	325.1633	21.92673				
	4.722512	0.900314	0.969075	0.965209	0.056862	250.6901
EDUCACION	96.74633	15.83319				
	2.843772	2.211347	0.98571	0.983924	0.094135	551.8403
VIVIENDA	26.21074	23.49128				
	5.35614	0.786335	0.992933	0.992049	0.023455	1123.974
TOTAL 1996	312.1829	33.52573				
	1.463645	0.787226	0.999789	0.999763	0.004044	37899.44
ALIMENTACION	53.24929	194.6778				
	6.164738	0.639177	0.972952	0.969571	0.031784	287.767
SALUD	311.0483	16.9637				
	4.734599	0.887261	0.940344	0.932887	0.079011	126.1024
EDUCACION	77.18142	11.22953				
	3.320399	2.13925	0.960004	0.955004	0.154379	192.0192
VIVIENDA	22.30273	13.8571				
	5.375798	0.792124	0.990275	0.989059	0.027754	814.6071
TOTAL 1998	309.6212	28.54132				
	1.578124	0.770516	0.997772	0.997494	0.012872	3582.974
ALIMENTACION	17.92274	59.85795				
	6.190872	0.51249	0.965951	0.961695	0.034018	226.9585
SALUD	279.6374	15.06514				
	4.851	0.766871	0.895149	0.882042	0.092793	68.29849
EDUCACION	65.92899	8.26429				
	3.038359	2.266221	0.908342	0.896885	0.254517	79.28125
VIVIENDA	11.65498	8.904002				
	5.399959	0.772402	0.989727	0.988442	0.027823	770.7107
TOTAL 2000	297.3525	27.76168				
	1.17637	0.828386	0.997042	0.996672	0.015953	2696.38
ALIMENTACION	10.63097	51.92668				
	6.186464	0.525457	0.973577	0.970274	0.030606	294.7811
SALUD	290.7019	17.18861				
	4.854637	0.864674	0.966453	0.962259	0.056957	230.4679
EDUCACION	105.0598	15.18117				
	3.158859	2.220492	0.958022	0.952774	0.164335	182.5738
VIVIENDA	18.26202	13.51199				
	5.40364	0.796377	0.986749	0.985093	0.032628	595.7503
	236.8937	24.408				

CUADRO 9

ELASTICIDADES-INGRESO POR ENCUESTAS DE 1984 AL 2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100

ZONA URBANA

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
ALIMENTACION 1984	5.892293	0.621568	0.927433	0.918362	0.061471	102.2427
	120.2288	10.11151				
ALIMENTACION 1989	6.007154	0.481193	0.983807	0.981783	0.021827	486.036
	353.2443	22.04622				
ALIMENTACION 1992	6.036046	0.521564	0.949984	0.943732	0.042311	151.9493
	182.1164	12.32677				
ALIMENTACION 1994	6.039351	0.540463	0.980517	0.978081	0.026936	402.6059
	283.5163	20.06504				
ALIMENTACION 1996	6.065956	0.517046	0.969384	0.965557	0.032487	253.3007
	277.2208	15.91542				
ALIMENTACION 1998	6.106442	0.471326	0.955425	0.949854	0.035993	171.4745
	239.9191	13.09483				
ALIMENTACION 2000	6.105466	0.491673	0.974944	0.971812	0.027868	311.2807
	290.4435	17.64315				

ZONA RURAL

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
ALIMENTACION 1984	5.522551	0.816267	0.943611	0.936562	0.070549	133.8704
	144.4025	11.57024				
ALIMENTACION 1989	5.622936	0.545369	0.977372	0.974543	0.029339	345.5399
	367.9873	18.5887				
ALIMENTACION 1992	5.453765	0.620789	0.967666	0.963624	0.040121	239.4171
	305.9058	15.47311				
ALIMENTACION 1994	5.470882	0.535008	0.980996	0.978621	0.026327	412.9728
	442.4352	20.32173				
ALIMENTACION 1996	5.516071	0.552679	0.960125	0.955141	0.039821	192.6287
	324.9211	13.87907				
ALIMENTACION 1998	5.538234	0.517924	0.989649	0.988355	0.018727	764.8462
	671.2056	27.65585				
ALIMENTACION 2000	5.510498	0.537565	0.970797	0.967147	0.032963	265.9485
	376.7512	16.30793				

CUADRO 10

ELASTICIDADES-INGRESO POR ENCUESTAS DE 1984 AL 2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100

ZONA URBANA

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
SALUD 1984	4.266338	0.925123	0.798155	0.772925	0.164482	31.6344
	26.09804	5.624446				
SALUD 1989	4.314296	0.972833	0.97536	0.97228	0.054668	316.6761
	84.70666	17.7954				
SALUD 1992	4.55488	0.898994	0.926129	0.916896	0.089766	100.2975
	55.48168	10.01486				
SALUD 1994	4.560755	0.936146	0.947314	0.940728	0.078055	143.8418
	62.25092	11.99341				
SALUD 1996	4.57567	0.893757	0.90397	0.891966	0.102991	75.30738
	52.92924	8.677983				
SALUD 1998	4.672495	0.813251	0.800617	0.775694	0.143487	32.12372
	37.79497	5.667779				
SALUD 2000	4.647591	0.948146	0.965243	0.960898	0.063611	222.1674
	83.50758	14.90528				

ZONA RURAL

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
SALUD 1984	4.112259	1.027218	0.881121	0.866261	0.133399	59.2954
	43.89295	7.70035				
SALUD 1989	4.385661	0.787269	0.876402	0.860952	0.104528	56.72607
	65.9523	7.531671				
SALUD 1992	4.029837	1.083147	0.953409	0.947585	0.084655	163.7069
	85.33985	12.7948				
SALUD 1994	4.117884	0.976598	0.880292	0.865329	0.127326	58.82945
	54.09444	7.670036				
SALUD 1996	4.125115	1.084136	0.938121	0.930387	0.098442	121.2855
	78.90182	11.01297				
SALUD 1998	4.677348	0.869586	0.96594	0.961682	0.057732	226.8779
	213.2274	15.06247				
SALUD 2000	4.298781	0.85985	0.92326	0.913668	0.087645	96.24854
	90.09439	9.810634				

CUADRO 11

ELASTICIDADES-INGRESO POR ENCUESTAS DE 1984 AL 2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100

ZONA URBANA

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ²	Error Estándar	F
EDUCACION 1984	1.339196	2.591894	0.741294	0.708955	0.541353	22.9231
	1.881618	4.787808				
EDUCACION 1989	3.117023	1.688792	0.904554	0.892623	0.193951	75.81705
	13.30259	8.707299				
EDUCACION 1992	2.968298	2.078534	0.952326	0.946367	0.164422	159.8075
	15.47555	12.6415				
EDUCACION 1994	2.889068	2.117874	0.992196	0.991221	0.066406	1017.166
	36.22143	31.89304				
EDUCACION 1996	3.413419	1.973148	0.838585	0.818408	0.306065	41.56163
	11.0638	6.446831				
EDUCACION 1998	3.067171	2.179561	0.881746	0.866964	0.282203	59.65082
	10.17367	7.723395				
EDUCACION 2000	3.189231	2.112395	0.919734	0.909701	0.22063	91.66869
	13.03643	9.574377				

ZONA RURAL

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ²	Error Estándar	F
EDUCACION 1984	1.529228	2.009716	0.898645	0.885976	0.238626	70.93073
	5.643387	8.422039				
EDUCACION 1989	1.895785	1.907201	0.815297	0.792209	0.320945	35.31275
	5.143978	5.942454				
EDUCACION 1992	2.960132	0.927312	0.060372	-0.057082	1.29343	0.514003
	2.058155	0.71694				
EDUCACION 1994	2.647948	1.451313	0.739793	0.707267	0.304313	22.74476
	8.815993	4.769147				
EDUCACION 1996	2.980197	1.34835	0.796488	0.771049	0.24097	31.30968
	14.78909	5.595505				
EDUCACION 1998	2.700825	1.607962	0.75568	0.725141	0.323252	24.74401
	9.418182	4.974335				
EDUCACION 2000	2.90103	1.505842	0.593379	0.542552	0.44072	11.67436
	7.684124	3.416776				

CUADRO 12

ELASTICIDADES-INGRESO POR ENCUESTAS DE 1984 AL 2000 A PRECIOS CONSTANTES DE 1994=100

ZONA URBANA

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
VIVIENDA 1984	5.008007	0.749803	0.97732	0.974485	0.040383	344.7389
	155.6796	18.56715				
VIVIENDA 1989	5.176357	0.596985	0.987524	0.985965	0.023723	633.2498
	279.2413	25.16445				
VIVIENDA 1992	5.205256	0.744923	0.989249	0.987905	0.027456	736.1058
	241.3401	27.13127				
VIVIENDA 1994	5.361726	0.680763	0.991275	0.990184	0.022581	908.9136
	299.0972	30.14819				
VIVIENDA 1996	5.368369	0.679814	0.997439	0.997119	0.012179	3115.573
	652.2813	55.81731				
VIVIENDA 1998	5.380914	0.676785	0.99029	0.989077	0.023693	815.9262
	320.3522	28.66442				
VIVIENDA 2000	5.403786	0.688942	0.984864	0.982972	0.030197	520.5325
	236.2767	22.81518				

ZONA RURAL

CONCEPTO	Término constante	Elasticidad	R ₂	R ² ₂	Error Estándar	F
VIVIENDA 1984	4.676847	0.565848	0.942351	0.935145	0.049481	130.7719
	175.6548	11.43556				
VIVIENDA 1989	4.585586	0.681401	0.981618	0.97932	0.032967	427.2127
	265.527	20.66912				
VIVIENDA 1992	4.484212	0.618366	0.967525	0.963465	0.040054	238.3404
	246.246	15.43828				
VIVIENDA 1994	4.5674	0.604136	0.976073	0.973082	0.033442	326.3457
	284.3766	18.06504				
VIVIENDA 1996	4.575073	0.720181	0.989087	0.987723	0.026745	725.0746
	401.1626	26.92721				
VIVIENDA 1998	4.639546	0.610789	0.965913	0.961652	0.040567	226.6953
	258.959	15.0564				
VIVIENDA 2000	4.610248	0.720214	0.979965	0.977461	0.036409	391.2991
	278.4657	19.78128				

CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES.

Como resultado del análisis realizado, de la información proporcionada por las Instituciones Oficiales y de la bibliografía revisada referente a los comportamientos y cambios de conducta de los consumidores, destacan por su importancia, las siguientes conclusiones:

1.- Las teorías del consumidor que fueron revisadas en esta investigación, si bien es cierto, son importantes para obtener un panorama más extenso e integral de éste tema; así como, para la toma de decisiones que se aproximen más a la verdad y a la realidad de los comportamientos de los consumidores en México, también es cierto, que éstas teorías estudiadas parten de paradigmas distintos, en los cuales algunos de ellos rompen con enfoques de teorías anteriores, pero que sin embargo no llegan a extremos totalmente excluyentes, debido a los objetivos comunes que trabajan cada una de ellas desde su propio paradigma, como son:

- a) Abordan el comportamiento del hombre desde un punto de vista individual y desde un punto de vista social.
- b) La manipulación desmedida de los deseos del hombre, por medio de la mercadotecnia y la publicidad, se considera en términos generales como no deseable, ya que los vuelve egoístas e irracionales, además de que distorsiona el objetivo principal del consumo, que es el de obtener la máxima satisfacción y concretar su felicidad.
- c) Exponen la necesidad de incorporar otras disciplinas para mejor explicar el comportamiento de los consumidores, aunque no se especifica que teorías incorporar, se vislumbran propuestas como: la historia, la geografía, la medicina, la antropología, etcétera.
- d) Dentro de las propias disciplinas existen divergencias acerca de cómo abordar el tema del consumo; así como la definición de la misma disciplina.
- e) Si bien es cierto que existen propuestas para medir los niveles de consumo, los tipos de bienes que se consumen y los niveles de vida de los hombres, también es cierto que éstas propuestas de metodología estadística no han sido contrastadas con los mecanismos generadores de información que realizan los Organismos Oficiales en México, por lo que carecen de ese trabajo de fusión entre la teoría y los datos empíricos.
- f) Aunque con puntos de vista diversos y controversiales, todas manejan el tema de las Instituciones Públicas y de la Intervención del Estado en la Economía, pero con un manejo de funciones acorde a los paradigmas que manejan.

Como se puede ver, en la apariencia las distintas disciplinas estudiadas en ésta investigación dan la impresión de ser irreconciliables entre sí, sin embargo existen puntos de similitud manifestados por carencias o por temas controversiales entre ellas mismas, las cuales las acerca cada vez más.

En esa misma tónica, y en lo que concierne al tema investigado, es importante hacer énfasis en la necesidad de reconciliar la teoría con los mecanismos generadores de información, ya que ninguna de ellas se adapta para determinar los niveles de vida de los

hogares en México, y que en este trabajo no se realizó por no estar dentro de los objetivos planteados; pero que a modo de propuesta muy genérica se plantea lo siguiente:

- 1.- Diseñar métodos estadísticos para cada una de las teorías referentes al tema del consumo, las cuales evalúen el grado de confiabilidad y oportunidad de los datos que arrojen, tomando como punto de partida la propuesta hecha por George Katona, en el sentido de que las variables macroeconómicas se expliquen con variables sociales.
- 2.- Hacer una revisión de la función de demanda en sus aspectos lógicos de causa-efecto y viceversa, ya que no hay un planteamiento formal de reciprocidad entre las variables estudiadas.
- 3.- No hago en este caso una propuesta ecléctica, debido a que la realización de un pasticcio^{*} teórico traería complicaciones y confusiones entre las disciplinas y sus propias corrientes, además de que sostengo la propuesta del Maestro Samuelson, en el sentido de que el mejor modelo que explique la realidad, debe destacarse por su sencillez; además agrego, debe destacarse por su apertura hacia un campo de visión más integral sobre las relaciones causa-efecto y viceversa, las cuales impactan otros aspectos del consumo.

2.- Retomando un poco el aspecto del Mecanismo Generador de Información y los datos estadísticos, que además ya fue señalado en su oportunidad en el punto 3.2. de ésta investigación, no está por demás reiterar que la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares es un documento estadístico importante, ya que los datos que contiene son los que se acercan más hacia la concreción de las condiciones de vida de los hogares en México, por el hecho de que trata el punto final y de partida de la materialización de la felicidad de los hombres, ya que si bien es cierto que las demás estadísticas macroeconómicas son importantes, tienen la peculiaridad de ser en muchas ocasiones demasiado genéricas, abstractas y poco representativas para el grueso de la población, debido a que no reflejan de forma directa los impactos de una variable sobre sus condiciones de vida. Al respecto, y con base en la función de demanda definida en el capítulo 2, recomiendo las siguientes medidas para complementar la ENIGH:

- a) Que se desagregen cada vez más los rubros de gasto en subrubros, sin la intención de eliminar grandes rubros de gasto; sino más bien, dentro de cada rubro incorporar subrubros desagregados que permitan análisis a nivel agregado y a niveles muy específicos, como por ejemplo: en el rubro educativo está el subrubro profesional el cual se puede dividir en trancos, licenciatura, maestría, doctorado, etcétera.
- b) Considerar la incorporación del papel que tiene la mujer en el ingreso de los hogares, así como, estudios de género en los rubros de educación, salud, alimentación y vivienda.
- c) Incorporar en la encuesta precios y cantidades, con la finalidad de realizar estudios más cercanos a la función de demanda estudiada en el capítulo 2.

* Retahíla de ideas mezcladas entre sí, sin el menor cuidado de ser ligadas unas con otras o de darles un toque personal.

- d) Hacer explícita la desagregación entre poblaciones rurales y urbanas, como se hizo en la Encuesta de 1984.
- e) Dado el peso que tiene ahora la economía informal, es importante considerar en la lógica del levantamiento de la encuesta la incorporación de éste sector de la economía.

3.- Referente a los resultados que se obtuvieron con motivo del análisis descriptivo e inferencial de las ENIGH de acuerdo a las elasticidades-ingreso y a las Tres Leyes de Engel, se presenta a continuación lo siguiente:

- I) Relacionando las variables macroeconómicas, principalmente las tasas de crecimiento del PIB, con los datos descriptivos de las ENIGH y las elasticidades-ingreso, se comprobó que en términos generales las condiciones de vida de los hogares mexicanos se han mantenido en un estado de pobreza estancada, de acuerdo a la Ley de Engel. Esto se debe a que durante la década de los ochentas y noventas el PIB real creció a una tasa promedio del 1.99%, teniendo caídas de hasta un -9.88% en 1986, manifestándose en cinco periodos de crisis en los años de 1981, 1983, 1986, 1988 y 1995; así como una participación en el PIB per-cápita en promedio negativa, lo cual repercutió en los niveles de vida de la población, destinando ésta de 1984 al 2000 alrededor de una tercera parte de su ingreso a la adquisición de bienes relacionados con la alimentación, en donde el año de 1984 se destinó un 44.56% al gasto de éste bien; mientras en el 2000 bajó hasta en un 29.92%, lo que en apariencia sería un incremento en el nivel de vida de los hogares en promedio del 14.64% en un periodo de 16 años, ya que de acuerdo a la Ley de Engel una Familia o Nación será más pobre cuanto mayor proporción de su ingreso lo destine al gasto de bienes alimenticios, y en este caso se está hablando que los hogares tuvieron un incremento en sus niveles de vida del 0.91% anual durante 16 años, lo cual no tiene una significancia considerable, si tomamos en cuenta que existe un contraste entre lo que perciben y lo que gastan los hogares, ya que alrededor del 60% viven en déficit presupuestal; mientras el resto de los más altos ingresos viven en superavit; además este 40% de hogares de más alto ingreso concentra en promedio el 75.81% del ingreso total, siendo el último 10% de hogares de más alto ingreso (décimo decil) el que capta el 39.10% de ese total.

Del mismo modo, el desglose estratificado del gasto por deciles de ingreso muestra que el 70% de los hogares destinan aproximadamente el 50% de su ingreso al gasto en alimentos; demostrando que la desigualdad en el gasto es un espejo y causa de la desigualdad en el ingreso, desvirtuando así, el aparente mejoramiento en el nivel de vida de los hogares que se había señalado en párrafos anteriores.

Añadiendo a éste estudio las elasticidades-ingreso, se comprueba que no nada más la desigualdad del ingreso es la causante de la caída de los niveles de vida de los hogares; sino que también la significancia en los

aumentos de éste para que las familias cubran satisfactoriamente su necesidad elemental y sustituyeran ésta por artículos de lujo. De esta forma, resultó que los hogares a nivel nacional, catalogaron a la alimentación como un bien necesario, en donde ante un aumento del ingreso destinaron poco más de la mitad del mismo al consumo de éste bien, manteniéndose con variaciones menos que significativas a lo largo de los 16 años estudiados y lo mismo sucedió con el gasto promedio, lo cual da razón del poco impacto que tuvieron los incrementos en el ingreso en este periodo, ya que de acuerdo a la Ley de Engel, los incrementos en el ingreso debieron haber llevado a las familias a destinar una proporción menor del ingreso al gasto en alimentos para así gastar la proporción sobrante en bienes de lujo.

- II) Para complementar el diminuto impacto que tuvo el incremento del ingreso a lo largo del periodo estudiado, los demás bienes considerados como la salud, educación y vivienda denotan en el análisis descriptivo que la salud y la vivienda no tuvieron cambios tan significativos en la proporción que canalizaron los hogares en su gasto; mientras la educación manifestó una relación directa entre los periodos de crisis y la caída de la proporción de gasto educativo dentro del presupuesto de los hogares y viceversa; además, de una relación inversa de éste con la proporción de gasto destinada a la alimentación, tal fue el caso del año de 1996, un año después de la crisis, en donde cae la proporción de gasto educativo y aumenta la proporción de gasto en alimentos, y por el otro lado, en los años de lento o nulo crecimiento de 1982 a 1994 el gasto educativo aumentó en una proporción muy pequeña y el gasto en alimentos disminuyó.

Vinculando estos resultados con las elasticidades-ingreso y las Tres de Engel, tenemos que la salud tuvo un coeficiente menor a uno; pero cercano a la unidad, por lo que si bien es cierto éste se cataloga como un bien necesario, no lo es tanto como la alimentación, debido a que ésta última su coeficiente es más cercano a cero. Lo mismo se puede decir de la vivienda, ya que ésta de acuerdo a su coeficiente es un bien necesario; pero no tan necesario como la alimentación; y sí más necesario que la salud, dado que el coeficiente de la vivienda es menor que el de la salud. Por último, la educación tuvo un coeficiente mayor a la unidad por lo que se afirma que éste es un bien de lujo, en el cual, los hogares ante un incremento de su ingreso destinaron una proporción más que proporcional al gasto de ese bien.

Sintetizando los resultados, se tiene que a largo del periodo estudiado los hogares mexicanos mantuvieron a la alimentación, salud y vivienda como bienes necesarios, siendo la alimentación catalogada como un bien necesario de primera necesidad, la vivienda como un bien necesario de segunda y la salud como un bien necesario de tercera necesidad, que de acuerdo a la Tercera y Segunda Ley de Engel, la salud debió haber sido un bien de lujo; mientras la vivienda se debió catalogar como un bien normal,

respectivamente, cumpliéndose tan solo la educación como un bien de lujo, de acuerdo a la Tercera Ley de Engel. Concluyendo de esta forma, que ante los diminutos aumentos del ingreso de los hogares, éstos sacrificaron parte de su gasto en alimentación, salud y vivienda para transferirlos a la educación, demostrando también que los hogares le dan a éste bien una importancia significativa, como una manera de alcanzar una movilidad social, obtener un mejor ingreso futuro o como un instrumento de justicia social.

- III) En lo que respecta a las condiciones que imperaron en las zonas urbana y rural, la primer zona canalizó una proporción menor de su ingreso al gasto en alimentos en comparación con la zona rural, lo cual es un indicio de que esta última zona tuvo un nivel de vida menor al de la zona urbana. Del mismo modo, la zona urbana manifestó un comportamiento en sus niveles de gasto muy similares a los que se presentaron a nivel nacional, que fue de 14.23%; en tanto la zona rural tuvo poco más de la mitad de mejoría que la zona urbana con un 8.77%.

Lo anterior, permitió que la zona urbana transfiriera una parte de su ingreso al gasto educativo que fue de 8.46% por el apenas 2% de la zona rural, siendo que para ambas zonas el gasto en salud y vivienda se mantuvo con pocas variaciones; pero en la zona urbana éste gasto fue mayor al de la rural.

En cuanto al balance presupuestal de ambas zonas, las dos muestran una proporción similar de hogares que viven en un déficit, que es de alrededor del 60% de los hogares; sin embargo, la zona rural presentó los déficit presupuestales más acentuados, ya que en el primer decil llega a hacer mayor al 100%; mientras en la zona urbana no sobrepasa el 85%.

Estos déficit dan razón de la raquítica participación que tuvo la zona rural en el total del gasto nacional, en donde esta zona apenas y canaliza el 30% del gasto a nivel nacional; siendo que la zona urbana capta el restante 70%. Lo cual explica el 90% de gasto educativo que canaliza la zona urbana contra un 2 y 9% que destina la zona rural a éste bien, catalogándose este rubro como el que menor proporción destinan los hogares del total de su gasto.

En cuanto a la distribución del ingreso de los hogares, ambas zonas concentran en el 40% de los hogares aproximadamente tres cuartas partes del ingreso total, por lo que las zonas urbana y rural padecen una marcada concentración del ingreso que se manifiesta en su desigual nivel de gasto.

En cuanto a la significancia del ingreso, la zona urbana en comparación con la zona rural está en mejores condiciones, debido a que la zona urbana gasta en promedio más que la zona rural y sus coeficientes de elasticidad-ingreso fueron mayores en ésta última. Por lo que, en la zona rural que tuvo

un gasto promedio menor que la zona urbana, destinó ante aumentos de su ingreso un porcentaje mayor de gasto en la adquisición de alimentos, salud, educación y vivienda; mientras en la zona urbana con un gasto promedio mayor aconteció algo similar pero con coeficientes menos altos. Además, la zona rural tuvo coeficientes de elasticidad en salud poco representativos, ya que en periodos de crisis este bien alcanzó coeficientes mayores a uno y la alimentación también aumentó su coeficiente, lo cual es un indicio de que en dichos acontecimientos los hogares aumentan su gasto en estos bienes para cubrir sus necesidades más apremiantes, ya que sobre la base de la ley de Engel, la explicación de que la salud pasara a ser un bien de lujo solo puede obedecer a una disminución del porcentaje destinado al gasto en alimentos, pero esto no fue así, de tal manera que el aumento de ambos bienes solo obedeció a una etapa de crisis como fueron en la zona rural los años de 1984, 1992 y 1996 en donde los hogares tuvieron que cubrir sus necesidades que los mantienen materialmente vivos.

En general, se puede afirmar que los incrementos en el ingreso, si bien es cierto, en la zona rural fueron menos que diminutos que en la zona urbana, manifiestan la preferencia de los hogares por sacrificar parte de su ingreso al gasto educativo, ya que esta se siguió manteniendo como un bien de lujo a pesar de que las familias rurales consumían menos de cada bien en promedio.

- IV) Con referencia a la confiabilidad de los estimadores, éstos tuvieron estadísticos “t” de Student significativos tanto a nivel nacional como por zonas, lo cual nos ofrece un error de estimación del 5% que es el más bajo que se puede obtener.

La “bondad de ajuste” o el coeficiente de determinación R^2 y el coeficiente de determinación ajustada \check{R}^2 son en la mayoría de las estimaciones muy altas y superiores al 80%, a excepción de la estimación a nivel nacional y por zonas de la educación que tuvo coeficientes menores al 50%, lo cual es razonable, ya que este resultado permite reforzar la teoría de que las variaciones en la educación no estuvieron asociadas a las variaciones en el ingreso, por lo que los recursos, al menos en las zonas urbana y rural, debieron haber procedido del ingreso no monetario como: el autoconsumo, pago en especie, regalos o estimaciones de alquiler, ya que en el caso de esta zona el año de 1992, año en que se sufrió la caída más grande en su ingreso y gasto, el coeficiente de determinación fue de 0.060, el más bajo de todos los años encuestados y que por cierto el coeficiente de elasticidad fue el único resultante menor a uno. Estos coeficientes de determinación permiten mostrar que la variable independiente, en este caso el ingreso, explica en más del 80% las variaciones en la variable dependiente o el gasto de los hogares en los rubros de alimentación, salud, educación y vivienda.

Con relación a la funcionalidad del modelo, se rechaza la hipótesis nula de linealidad para aceptar la hipótesis de no linealidad, por lo que queda especificado lo dicho en un principio, éstos modelos son loglineales.

Por otro lado, éstos modelos no son funcionales para pronosticar, debido a que existen problemas de heteroscedasticidad; sin embargo son ideales para analizar, describir e inferir en las variables estudiadas, las cuales son útiles para elaborar políticas económicas que permitan modificar la tendencia de las variables.

V) En lo que concierna a la confrontación de hipótesis, a continuación se enlistan éstas con los resultados obtenidos:

a) La política de aumento en los precios a los alimentos y a las medicinas, impactan en diferente proporción a la zonas, ocasionando mayores sacrificios a los hogares rurales, que son los poseedores de menores ingresos.

De esta hipótesis, no se puede abordar ni ofrecer una respuesta debidamente sustentada en su primer párrafo, ya que como se ha visto en los capítulo 3 y 4, el mecanismo generador de información, en este caso, las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de los Hogares, no tienen precios, por lo que emitir un juicio acerca de las repercusiones negativas del aumento en los precios de éstos dos bienes en la zona rural sería muy aventurado. Sin embargo, en cuanto a los ingresos se puede afirmar que efectivamente la zona rural posee menores ingresos en comparación con la zona urbana, ocasionando mayores sacrificios de ésta para poder satisfacer sus necesidades elementales, entre ellas la alimentación, debido a que destina mayor proporción de su ingreso al gasto de éste bien en comparación con la otra zona, además de gastar en promedio menos en estos bienes y destinarle más proporción de gasto a los mismos cuando aumenta el ingreso.

En esa misma tónica, se puede decir de forma indirecta y con base en la teoría neoclásica del consumidor, que un aumento en los precios de alimentos y medicinas, en éste caso por la vía del impuesto al valor agregado (IVA), si traería consecuencias negativas en el gasto de los hogares rurales, debido a que el gasto está compuesto por los precios y las cantidades, y si aumenta el precio manteniendo constante el nivel de ingreso y las cantidades consumidas, el gasto aumenta, obligando a los hogares a destinar mayor parte de su ingreso al gasto de éstos bienes por las misma cantidad de producto, disminuyendo de esa forma su nivel de vida al destinar mayor proporción de su diminuto ingreso al gasto de la misma cantidad de bienes.

b) Los rubros de gasto en bienes de alimentación, salud, educación y vivienda son bienes necesarios, debido a que los aumentos en los ingresos de los hogares han sido tan pequeños a lo largo del

periodo estudiado que no posibilitaron que las familias accedieran al consumo de bienes de lujo.

En este caso se comprobó, que los rubros de alimentación, salud y vivienda se catalogaron a la largo del periodo estudiado como bienes necesarios, los cuales de acuerdo a su coeficiente de elasticidad-ingreso se clasificó como bien de primera necesidad a la alimentación, siguiéndole la vivienda y después la salud. Esto es preocupante, debido a la importancia de éstos dentro de las necesidades fisiológicas y de permanencia material y espiritual que cubren, dejando al descubierto el sacrificio realizado por los hogares para canalizarlo a la educación, que fue un bien catalogado en el periodo estudiado como de lujo.

Con base a lo anterior, la hipótesis resultó ser inexacta en el sentido de la clasificación de los bienes, pero al mismo tiempo el resultado demuestra la racionalidad de los hogares para distribuir su ingreso entre aquellos bienes que les proporcionen un ingreso futuro mejor, como es el caso de la educación.

c) Existe una relación directa entre los periodos de crisis de la economía mexicana con la proporción de gasto en bienes necesarios, la cual, acentúa su incremento en dichos periodos motivada por la baja en el ingreso de los hogares.

Los periodos de crisis mostraron que los hogares ante los diminutos aumentos en su ingreso, aumentaron la proporción de gasto en alimentación, pero dejando con muy pocas variaciones de cambio a la educación, manteniéndola como un bien de lujo.

d) Las diferentes teorías del consumidor no necesariamente se excluyen entre sí, sino que más bien, éstas se pueden complementar para obtener conclusiones y análisis más precisos sobre el comportamiento y cambios de conducta de los consumidores.

Como ya se había anticipado en el principio de éstas conclusiones, las diferentes disciplinas que tratan las teorías del consumidor parten de paradigmas distintos, pero que sin embargo, poseen similitudes en cuanto a los temas que tratan y a las disciplinas que son indispensables para complementar sus juicios emitidos, acercándolas cada vez más en sus aspectos cualitativos.

GASTO CORRIENTE MONETARIO NACIONAL POR DECILES Y POR ENCUESTAS

	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1984	2,035,235	37,711	64,667	89,240	125,919	143,125	176,798	209,448	275,607	341,168	571,552
Alimentación	906,885	20,774	36,217	51,999	71,057	80,368	88,575	102,857	125,092	149,397	180,549
Salud	71,164	2,922	2,264	2,926	3,584	3,417	6,582	6,506	8,821	10,519	23,623
Educación	29,641	182	209	536	532	1,184	1,298	2,398	3,384	5,626	14,292
Vivienda	137,521	3,495	5,065	6,021	8,353	10,353	13,600	15,355	17,579	21,159	36,541
Otros gastos	890,024	10,338	20,912	27,758	42,393	47,803	66,743	82,332	120,731	154,467	316,547
1989	37,061,823	830,668	1,555,641	1,680,152	2,056,605	2,563,053	3,152,801	3,699,660	4,467,732	5,724,978	11,330,533
Alimentación	14,751,889	448,320	854,963	883,522	1,034,192	1,288,750	1,470,212	1,654,846	1,859,481	2,119,246	3,138,357
Salud	1,317,735	47,130	61,044	60,008	75,258	71,270	98,361	115,239	135,793	216,451	437,181
Educación	1,142,480	6,217	15,816	21,623	42,357	57,868	55,624	77,589	120,945	200,697	543,744
Vivienda	2,496,480	62,820	96,261	123,333	151,891	181,223	225,152	257,417	314,167	424,469	659,747
Otros gastos	17,353,239	266,181	527,557	591,666	752,907	963,942	1,303,452	1,594,569	2,037,346	2,764,115	6,551,504
1992	77,291,778	1,490,558	2,588,667	3,583,617	4,309,178	5,171,576	6,187,855	7,182,773	8,174,422	12,182,440	25,410,892
Alimentación	27,483,765	808,599	1,363,554	1,768,579	2,172,336	2,426,207	2,717,054	2,954,152	3,503,607	4,141,454	5,628,223
Salud	2,727,858	60,506	93,512	180,129	165,072	178,960	176,917	236,587	313,533	334,509	988,133
Educación	3,712,464	15,256	41,626	97,745	89,397	162,539	183,157	269,824	320,769	529,086	2,003,065
Vivienda	6,006,925	117,078	214,633	283,029	325,159	400,904	528,347	590,580	728,056	926,078	1,893,061
Otros gastos	37,360,766	489,119	885,342	1,254,135	1,557,214	2,002,966	2,582,380	3,131,630	4,308,457	6,251,313	14,898,210
1994	99,903,966	1,956,028	3,134,639	4,273,422	5,268,182	6,502,720	7,775,161	9,240,086	11,817,608	15,763,092	34,183,038
Alimentación	33,613,817	1,019,564	1,539,615	2,040,863	2,384,938	2,893,858	3,251,067	3,642,769	4,264,629	5,174,922	7,401,592
Salud	3,872,709	86,017	129,961	173,808	176,472	196,955	257,843	300,802	394,301	578,548	1,578,002
Educación	5,734,257	25,544	47,132	92,547	123,892	153,829	209,125	317,584	499,402	720,346	3,545,056
Vivienda	8,943,309	175,523	305,079	402,437	515,416	655,902	744,180	925,801	1,130,036	1,308,437	2,780,498
Otros gastos	47,739,874	649,380	1,112,852	1,563,767	2,067,664	2,602,176	3,312,936	4,053,130	5,529,240	7,970,839	18,877,890
1996	151,329,414	3,263,737	5,536,793	7,100,374	8,833,896	10,524,267	12,375,396	14,568,074	17,959,767	24,076,015	47,091,095
Alimentación	54,144,244	1,790,666	2,835,115	3,499,323	4,210,236	4,727,042	5,367,726	6,106,652	6,772,505	8,006,651	10,828,328
Salud	5,374,832	105,332	199,897	326,785	391,681	344,691	322,206	426,811	596,328	927,938	1,733,163
Educación	8,354,719	45,481	99,153	147,660	234,058	300,555	403,865	581,861	769,889	1,393,936	4,378,261
Vivienda	13,527,958	280,105	541,575	666,138	848,964	991,431	1,175,370	1,336,322	1,737,470	1,979,945	3,970,638
Otros gastos	69,927,661	1,042,153	1,861,053	2,460,468	3,148,957	4,160,548	5,106,229	6,116,428	8,083,575	11,767,545	26,180,705
1998	234,643,195	4,634,829	7,600,923	10,428,296	12,994,296	15,802,959	18,429,326	23,275,978	28,719,864	38,625,624	74,131,100
Alimentación	79,270,444	2,488,913	4,016,939	5,175,873	6,093,488	6,834,850	7,944,474	9,149,319	10,589,407	12,025,406	14,951,775
Salud	8,109,932	273,006	319,869	350,825	352,994	822,201	596,781	699,819	765,489	1,202,508	2,726,440
Educación	11,696,473	58,871	122,038	137,422	338,404	448,643	477,193	863,378	1,124,861	2,349,852	5,775,811
Vivienda	20,265,466	396,521	655,310	1,043,067	1,283,675	1,457,286	1,749,524	2,172,174	2,566,531	3,137,434	5,803,944
Otros gastos	115,300,880	1,417,518	2,486,767	3,721,109	4,925,735	6,239,979	7,661,354	10,391,288	13,673,576	19,910,424	44,873,130
2000	369,096,266	6,937,563	11,887,050	16,099,241	18,666,658	23,466,104	26,968,116	33,889,883	42,351,765	55,976,905	132,852,981
Alimentación	110,422,944	3,499,626	5,959,355	7,509,554	8,298,789	9,803,015	10,340,060	12,076,981	14,087,079	16,238,778	22,609,707
Salud	13,235,643	366,068	455,382	694,787	597,218	803,141	1,003,611	1,315,835	1,317,441	2,097,254	4,584,906
Educación	20,947,118	91,973	235,884	368,729	508,649	702,438	1,043,756	1,273,043	1,774,724	3,150,516	11,797,406
Vivienda	30,630,490	599,391	1,099,472	1,545,501	1,675,012	2,259,851	2,514,291	3,282,207	4,091,331	4,310,761	9,252,673
Otros gastos	193,860,071	2,380,505	4,136,957	5,980,670	7,586,990	9,897,659	12,066,398	15,941,817	21,081,190	30,179,596	84,608,289

FUENTE: Recopilación hecha de las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de los hogares de los años: 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998 y 2000 del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

GASTO CORRIENTE MONETARIO EN LOCALIDADES DE MAS DE 2500 HABITANTES POR DECILES Y POR ENCUESTAS

	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1984	1,545,947	32,778	60,949	83,749	102,629	117,883	136,003	172,655	198,920	257,578	382,803
Alimentación	662,504	18,226	35,209	45,591	52,783	59,864	66,956	81,617	84,722	104,965	112,571
Salud	49,639	2,160	1,771	1,459	2,834	3,700	3,061	5,747	4,691	7,648	16,568
Educación	26,717	162	447	650	859	1,060	1,736	2,292	3,255	5,457	10,799
Vivienda	112,770	3,018	4,690	7,099	7,887	10,274	11,231	12,306	12,525	18,289	25,451
Otros gastos	694,317	9,212	18,832	28,950	38,266	42,985	53,019	70,693	93,727	121,219	217,414
1989	29,431,655	1,022,584	1,196,728	1,477,670	1,744,243	2,205,422	2,424,904	2,853,551	3,495,959	4,256,308	8,754,316
Alimentación	11,263,545	551,500	617,304	745,024	884,333	993,528	1,127,278	1,210,021	1,287,586	1,551,185	2,295,786
Salud	937,512	26,723	34,027	37,510	41,794	67,546	67,977	85,719	111,489	126,372	338,355
Educación	1,054,221	13,686	19,223	36,818	50,994	39,327	61,721	73,747	117,310	173,400	467,995
Vivienda	2,105,738	86,725	105,792	123,700	149,081	168,114	179,015	218,428	273,544	299,769	501,570
Otros gastos	14,070,639	343,950	420,382	534,618	618,011	936,907	988,913	1,265,636	1,706,030	2,105,582	5,150,610
1992	68,459,053	1,888,163	2,816,140	3,399,828	4,173,496	4,820,537	6,433,282	6,582,476	7,765,431	10,598,847	20,980,863
Alimentación	23,431,828	870,704	1,410,885	1,626,428	1,909,808	2,112,207	2,221,470	2,538,461	2,941,939	3,343,020	4,456,906
Salud	2,326,814	62,483	145,919	112,680	130,880	145,397	147,583	230,462	233,935	334,958	782,517
Educación	3,571,515	37,596	66,078	85,486	108,622	165,782	221,867	209,959	349,582	602,650	1,723,893
Vivienda	5,557,978	185,502	248,646	272,191	324,244	449,739	481,541	545,365	661,402	777,323	1,612,025
Otros gastos	33,570,918	731,878	944,612	1,303,043	1,699,942	1,947,412	2,360,821	3,058,229	3,578,573	5,540,896	12,405,512
1994	89,201,376	2,084,872	3,305,440	4,114,696	5,034,141	5,970,660	6,830,620	8,330,892	10,242,956	14,011,495	29,275,605
Alimentación	28,958,058	1,017,932	1,575,408	1,859,599	2,221,503	2,553,521	2,713,261	3,144,774	3,547,875	4,262,252	6,061,933
Salud	3,296,204	91,661	135,166	121,741	141,237	173,799	209,385	251,409	409,372	453,884	1,308,550
Educación	5,577,381	41,203	77,490	107,290	131,129	166,521	244,839	296,766	473,707	747,757	3,290,679
Vivienda	8,291,253	256,501	352,282	452,782	549,334	591,813	776,500	773,192	1,025,351	1,163,509	2,349,989
Otros gastos	43,078,480	677,575	1,165,094	1,573,283	1,990,938	2,485,006	2,886,635	3,864,751	4,786,651	7,384,093	16,264,454
1996	131,507,191	3,403,079	5,212,798	6,731,349	7,834,755	9,041,405	11,042,114	12,455,732	15,622,575	20,265,090	39,898,294
Alimentación	45,371,576	1,702,307	2,539,836	3,202,511	3,569,029	4,039,198	4,573,607	4,864,202	5,635,488	6,535,725	8,709,673
Salud	4,406,284	106,396	204,476	303,825	220,250	212,377	311,932	360,386	463,062	802,836	1,420,744
Educación	8,050,991	53,949	145,310	186,506	277,736	304,830	446,281	561,094	767,034	1,263,997	4,044,254
Vivienda	12,308,885	404,406	589,376	702,534	805,013	953,052	1,045,776	1,222,509	1,442,509	1,698,923	3,444,787
Otros gastos	61,369,455	1,136,021	1,733,800	2,335,973	2,962,727	3,531,948	4,664,518	5,447,541	7,314,482	9,963,609	22,278,836
1998	206,877,257	5,020,385	8,240,057	10,271,631	12,436,009	14,208,857	16,723,267	20,457,852	25,183,913	32,824,313	61,510,973
Alimentación	67,258,591	2,636,311	4,003,543	4,689,879	5,304,393	6,125,294	6,833,460	7,661,038	8,500,638	9,771,353	11,732,682
Salud	6,901,322	285,083	225,089	250,402	702,795	449,615	408,054	511,738	695,433	1,083,530	2,289,583
Educación	11,159,844	81,514	137,191	284,412	375,689	395,316	568,999	904,284	1,086,385	2,412,474	4,913,580
Vivienda	18,537,254	532,567	926,765	1,091,767	1,210,251	1,412,221	1,716,475	1,783,485	2,374,306	2,694,472	4,794,945
Otros gastos	103,020,246	1,484,910	2,947,469	3,955,171	4,842,881	5,826,411	7,196,279	9,597,307	12,527,151	16,862,484	37,780,183
2000	331,039,487	7,452,185	12,663,185	14,622,886	18,367,074	20,875,278	24,916,531	30,379,987	36,895,163	49,783,459	115,083,939
Alimentación	94,750,587	3,732,831	5,916,650	6,517,638	7,687,843	7,869,086	9,037,946	10,505,262	11,571,196	13,552,595	18,359,540
Salud	11,278,307	327,127	472,935	428,717	596,747	679,113	843,910	964,083	1,124,256	2,333,482	3,507,937
Educación	20,244,044	165,045	293,300	492,825	565,947	810,921	1,071,106	1,106,036	1,830,089	3,423,747	10,485,028
Vivienda	28,101,247	885,843	1,375,699	1,405,653	1,925,329	2,032,769	2,447,720	3,111,094	3,421,962	3,820,148	7,675,030
Otros gastos	176,665,302	2,341,339	4,604,601	5,777,853	7,591,208	9,483,389	11,515,849	14,693,512	18,947,660	26,653,487	75,056,404

FUENTE: Recopilación hecha de las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de los hogares de los años: 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998 y 2000 del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

GASTO CORRIENTE MONETARIO EN LOCALIDADES DE MENOS DE 2500 HABITANTES POR DECILES Y POR ENCUESTAS

	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1984	489,288	10,961	17,593	22,296	28,848	32,632	43,804	51,670	55,710	75,682	150,092
Alimentación	244,381	5,926	9,624	12,977	15,652	19,375	27,046	30,347	28,443	35,889	59,102
Salud	21,525	454	813	918	1,744	909	1,332	1,798	2,386	4,012	7,159
Educación	2,924	42	54	52	99	142	157	228	313	421	1,416
Vivienda	24,751	1,058	1,545	1,436	2,088	1,780	2,158	3,035	2,884	3,121	5,646
Otros gastos	195,707	3,481	5,557	6,913	9,265	10,426	13,111	16,262	21,684	32,239	76,769
1989	7,630,168	228,410	318,229	397,464	508,451	545,846	604,250	801,109	1,009,101	1,291,136	1,926,172
Alimentación	3,448,344	135,209	169,409	224,963	273,193	288,148	323,799	389,864	475,027	545,171	663,561
Salud	380,223	8,762	26,869	16,253	31,512	25,899	32,950	32,948	36,627	57,235	111,168
Educación	88,259	712	1,132	3,629	4,177	5,044	5,449	7,598	14,028	13,394	33,096
Vivienda	390,742	12,441	17,985	21,035	25,688	28,367	29,564	40,786	50,907	57,751	106,218
Otros gastos	3,322,600	71,286	102,834	131,584	173,881	198,388	212,488	329,913	432,512	617,585	1,012,129
1992	8,832,725	291,014	400,682	433,982	586,201	690,161	787,761	914,120	1,101,106	1,264,776	2,362,820
Alimentación	4,051,937	148,680	191,401	234,005	287,849	358,442	415,725	528,589	491,375	571,434	824,337
Salud	401,044	10,825	12,014	22,643	18,685	30,104	39,653	39,119	40,288	49,039	138,674
Educación	140,949	1,084	1,227	4,506	3,567	7,533	25,471	17,829	25,593	24,796	29,343
Vivienda	448,947	18,076	19,479	29,276	33,950	39,119	41,263	52,845	58,760	62,434	93,725
Otros gastos	3,789,848	112,349	176,561	143,552	242,150	254,963	265,629	275,638	485,092	557,073	1,276,841
1994	10,702,590	340,123	459,679	567,872	671,548	831,192	960,860	1,142,283	1,343,891	1,732,961	2,652,171
Alimentación	4,655,759	181,422	255,432	283,312	346,405	400,828	467,268	524,767	611,665	719,779	864,881
Salud	576,505	14,452	12,916	35,989	27,385	32,786	34,533	53,001	62,649	70,177	232,617
Educación	156,876	1,604	2,892	7,927	11,496	8,208	13,122	15,667	25,179	31,209	39,572
Vivienda	652,056	25,435	29,033	39,118	50,047	54,082	66,052	64,454	79,113	101,293	143,429
Otros gastos	4,661,394	117,210	159,406	201,526	236,215	335,288	379,905	484,394	565,285	810,493	1,371,672
1996	19,822,223	523,142	838,164	1,079,280	1,297,655	1,489,813	1,707,803	2,151,647	2,568,710	2,983,871	5,182,138
Alimentación	8,772,668	304,251	478,375	605,395	684,923	784,956	859,677	962,771	1,163,405	1,351,490	1,577,425
Salud	968,548	19,293	24,996	53,941	53,099	82,046	77,673	80,176	146,316	122,408	308,600
Educación	303,728	3,868	11,617	10,100	15,102	12,689	26,982	21,710	52,807	46,432	102,421
Vivienda	1,219,073	37,480	57,678	69,534	81,115	91,588	110,614	137,531	163,889	183,682	285,962
Otros gastos	8,558,206	158,250	265,498	340,310	463,416	518,534	632,857	949,459	1,042,293	1,279,859	2,907,730
1998	27,765,938	715,333	1,173,995	1,420,050	1,616,065	1,996,140	2,294,025	2,776,071	3,207,127	4,227,052	8,340,080
Alimentación	12,011,853	430,719	628,559	767,562	871,470	1,059,660	1,162,323	1,393,062	1,537,423	1,708,260	2,452,815
Salud	1,208,610	25,628	39,838	52,534	87,361	102,364	108,933	103,512	125,940	187,370	375,130
Educación	536,629	6,663	14,309	10,376	16,994	27,240	17,331	64,060	44,066	113,340	222,250
Vivienda	1,728,212	64,518	72,605	89,742	128,769	117,661	170,766	191,525	207,939	254,565	430,122
Otros gastos	12,280,634	187,805	418,684	499,836	511,471	689,215	834,672	1,023,912	1,291,759	1,963,517	4,859,763
2000	38,056,779	1,146,254	1,722,362	1,962,740	2,422,122	2,862,112	3,391,076	3,938,161	4,471,411	5,764,409	10,376,132
Alimentación	15,672,357	547,888	895,730	1,020,511	1,248,527	1,409,762	1,599,907	1,707,179	1,946,200	2,297,464	2,999,189
Salud	1,957,336	69,050	98,765	82,893	86,094	131,176	185,425	168,556	196,167	378,081	561,129
Educación	703,074	5,171	29,030	14,015	34,466	49,690	80,018	65,900	69,783	105,444	249,557
Vivienda	2,529,243	81,466	104,706	126,464	167,112	183,678	221,693	279,191	271,131	371,277	722,525
Otros gastos	17,194,769	442,679	594,131	718,857	885,923	1,087,806	1,304,033	1,717,335	1,988,130	2,612,143	5,843,732

FUENTE: Recopilación hecha de las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de los hogares de los años: 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998 y 2000 del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Barajas Manzano, Javier, "*Microeconomía Intuitiva*", México, Edit. Trillas.
2. Boltvinik, Julio. "Teorías del Consumo (Una revisión crítica)" Tesis de Licenciatura de la Facultad de Economía. Pág. 72.
3. Duesenberry S. James, "*La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores*", Editorial: Alianza Universidad, México, 1972.
4. Ferguson, John M. "*Historia de la Economía*" Editorial: Fondo de Cultura Económica. México, 1979.
5. Ferguson, C.E. y J.P. Gould. "*Teoría Microeconómica*" Editorial: Fondo de Cultura Económica. México, 1975.
6. Friedman, Milton. "*Una teoría de la Función de Consumo*". Editorial: Alianza. Madrid, 1975.
7. Fromm, Erich. "*Psicología de la Sociedad Contemporánea*" Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. 1956.
8. Gracia, Diego. "*El momento Teleológico: La asignación de recursos.*" Bolsa Médica II Epoca. Edición No. 16. file: //A: \Las Tres leyes de Engel. htm.
9. Green, John H. A. "*La teoría del consumo*" Editorial: Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1982.
10. Gutiérrez Rojas, Javier. "*Estimación de la elasticidad-ingreso de la demanda de alimentos, bebidas, y de leche y sus derivados.*" Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Subsecretaría de Planeación. Dirección General de Ciencia y Tecnología. México, 1994.
11. Hayek, A. Friedrich, "*Camino de servidumbre*", Madrid, Edit. Alianza Editorial, 1946.

12. INEGI, "Encuesta Ingreso-Gasto de los Hogares 1983, 1984, 1986, 1989, 1990, 1992, 1994, 1996", México.
13. Katona, George. "Psicología de la Economía"
14. Keynes, John Maynard. "Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero". Editorial: Fondo de Cultura Económica, México, 1976.
15. Kline, Morris, "Matemáticas, la pérdida de la certidumbre", México.
16. Koutsoyiannis A. "Microeconomía Moderna" Editorial: Amorrortu editores, Buenos Aires 1985.
17. Marx, Carlos, "El Capital", Tomo I, Volumen 2, México, Edit. Siglo XXI, 1996.
18. Marx, Carlos. "El Capital" Tomo1, Volumen 1. Editorial: Siglo XXI. México, D.F. 1999.
19. Marx, Carlos. "Elementos Fundamentales para la Crítica de la Economía Política" Editorial: Siglo XXI. México, D.F. 1989.
20. Marx, Carlos. "Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844". Editorial: Ediciones de Cultura Popular. México, D.F. 1977.
21. Maslow, "Jerarquización de las necesidades de Maslow", México, En la revista: Mercadotecnia para los universitarios de Ziknum D' Amico.
22. Menger, Carl. "Principios de Economía Política" Editorial: Orbis, S.A. Barcelona, 1986.
23. Miller, Roger Le Roy. "Microeconomía" Editorial: Mc Graw-Hill, México, 1985.
24. Montes, Pedro, "El desorden neoliberal", México, Edit. Trotta, 1996.
25. Shneider Erich. "Teoría Económica" Tomo III. Editorial: Aguilar. Madrid, 1967.

26. Stoiner, Alfred, W. y Hague, Douglas. "*Manual de Teoría Económica*". Editorial: Aguilar S.A. Madrid, 1968.
27. T. Call, Steven y William L. Holahan. "*Microeconomía*". Editorial: Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., México, 1985.
28. Veblen, Thorstein, "*Teoría de la clase ociosa*", Editorial: Fondo de Cultura Económica, México, 1995.
29. Walras, Léon. "*Elementos de Economía Política Pura, (o teoría de la riqueza social)*." Editorial: Alianza, S.A. Madrid, 1987.
30. Zikmund William y Michael D' Amico. "*Mercadotecnia*". Editorial: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. México, D.F. 1994.