

PRECIO DE LOS ALIMENTOS, PRECIOS MÚLTIPLES Y SERVICIOS AL  
CONSUMIDOR

Harold F. Breimyer

Profesor de Economía Agrícola  
Economista del Servicio de Extensión  
Universidad de Missouri-Columbia

A contados monarcas reinantes se les tributan mayores homenajes verbales que al consumidor. Se dice que el consumidor no sólo es el único beneficiario del largo, complicado y costoso proceso de producción y comercialización de los alimentos, sino que es también el potentado que lo controla. Cuando, al escoger sus compras, el consumidor señala con el índice y dice: "Déme esto" está ejerciendo tanto poder como el rey de la antigüedad que hacía un gesto igual para manifestar sus deseos. Este es el principio de la "soberanía del consumidor".

Hasta el punto en que realmente existe, éste es un poder que se ejerce en el mercado.

Los consumidores son también electores, y muchos de ellos son miembros de grupos políticos de presión tales como los sindicatos obreros. Por lo tanto, gozan también de poder político.

Probablemente ambas afirmaciones de poder son, en parte, verdad y, en parte, fantasía. Los consumidores no ejercen un poder absoluto en el mercado. Una pregunta interesante es la de si la propaganda y la promoción que llevan a cabo las empresas de negocios disminuyen el poder de los consumidores. Los fabricantes y detallistas de alimentos de países tales como los Estados Unidos gastan miles de millones de dólares en un esfuerzo que busca convencer a los consumidores para que compren sus productos. En cierto sentido los consumidores conservan su derecho a hacer sus propias elecciones. Sin embargo, las empresas de negocios tienen que creer que son capaces de influir en los consumidores, ya que, de otro modo, no gastarían tanto dinero. Quizá el efecto principal de tanta propaganda y promoción es que al consumidor le sea más difícil estar bien informado, tener una información exacta acerca de los centenares o millares de productos que se anuncian. Muchas personas ponen en tela de juicio si el consumidor de los Estados Unidos es hoy verdaderamente capaz de hacer elecciones razonables. Si no puede hacerlas, difícilmente es soberano.

Esta pregunta tiene menos interés respecto a países de América Latina, en los que la propaganda es un poco más modesta. Por otra parte, dudo mucho de que la capacidad para describir imaginativamente el producto propio esté territorialmente limitada. Más bien sospecharía que, en el mercado de Chichicastenango (Guatemala), las mujeres exageran de vez en cuando la calidad de sus magníficos productos indígenas, en particular cuando venden a turistas norteamericanos.

Es probable que algunas veces también se exagera el poder político de los consumidores.

Conciencia del consumidor en la agricultura comercial. Quisiera exponer aquí tres ideas. La primera se refiere a la agricultura comercial y, en particular, a la agricultura comercial de una economía en crecimiento. A medida que va haciéndose más comercial, la agricultura tiene que tomar nota más cuidadosa de la clase de demanda para la que está produciendo. Es decir, tiene que prestar mayor atención a las necesidades, apetencias, preferencias y aversiones de los consumidores.

En una época agraria más antigua era comprensible y correcto que los agricultores produjeran lo que les era más fácil de producir. En la agricultura comercial, la situación es totalmente a la inversa. En este último caso, los agricultores tienen que estar alerta respecto a los deseos de los consumidores y han de responder a ellos.

La primera razón por la que hago esta advertencia es que los agricultores a escala comercial están más especializados que los agricultores de subsistencia, y sus costos de producción son costos en dinero. Por lo tanto, tienen que ser más cuidadosos y racionales cuando toman decisiones. El segundo motivo lo encontramos en los hábitos y costumbres de los consumidores. Cuando los consumidores comienzan a gozar de ingresos más altos y su nivel de vida sube, se vuelven más selectivos en su elección de alimentos y también de otras compras. Decimos que tienen una mayor conciencia de la calidad. Escogen más cuidadosamente la clase y la calidad de las cosas que compran.

Además, a medida que los consumidores van siendo gente más próspera, cambian también su "estilo de vida". La "mescolanza" de cosas que compran difiere de la que adquieren las familias con ingresos muy bajos.

De ello se infieren dos conclusiones. Una de ellas guarda relación con la comercialización y el sistema de precios. A pesar incluso de que los consumidores quizá prefieran una clase de alimentos algo distinta a la que antes preferían (por lo general alimentos de calidad más alta) los agricultores tendrán un incentivo para producir esa nueva clase únicamente si el sistema de precios funciona como es debido. El sistema de precios tiene que reflejar pronta y exactamente la pauta cambiante de los deseos de los consumidores. A menudo no lo hace. En casi todos los países, el lenguaje del mercado se muestra lento en ajustarse a los cambios de lo que los consumidores quieren. Innegablemente, este problema lo tenemos también en los Estados Unidos.

La segunda conclusión es que los diferentes sectores de la agricultura de cualquier nación resultarán afectados de modo distinto. Estos comentarios están primordialmente limitados al sector comercial. Probablemente el sector comercial de exportación sea el más sensible a la clase y calidad de productos que se producen y venden, pero también el sector comercial interno querrá prestar

cuidadosa atención a las especificaciones de la demanda.

Quizá todo esto parezca repetir algo ya manifiesto, ya que todo es muy sencillo y muy lógico. Sin embargo, acudiendo a mi experiencia, puedo atestiguar que este mismo sermón se ha estado predicando en los Estados Unidos desde hace cincuenta años. Lo oí siendo un chiquillo. ¿Nuestros agricultores y quienes acuden a nuestros mercados han prestado atención a estas palabras y han obrado de acuerdo con ellas? Algunos sí lo han hecho, pero otros están aferrados a la tradición. Después de cincuenta años de prédicas, todavía tenemos algunos incrédulos, infieles de la comercialización, y otros son creyentes no practicantes. Creo que sé como he de dirigirme a los todavía no conversos. Jamás he sabido lo que he de hacer respecto a las personas que piensan como devotos pero no ponen fe alguna en sus actos; y la mayoría de los países cuentan con algunos agricultores que figuran en esta última categoría.

Programas nacionales y locales para el mejoramiento de la dieta de la población. Mi segundo mensaje fundamental es que todas las naciones habrán de encontrar que les es necesario emprender alguna acción para el mejoramiento de la nutrición de su pueblo. Esta parece ser una tendencia en todo el mundo. Son pocas, si es que hay alguna, las naciones que dejen de participar en esa tendencia.

Además, cualesquiera que sean sus otros pecados, las naciones más prósperas del mundo han hecho el intento de ayudar a las menos prósperas a que emprendan programas de alimentación tales como los desayunos escolares. Probablemente seguirán haciéndolo. Las naciones recipientes deberán estar preparadas para utilizar acertada y prudentemente la ayuda.

Podríamos exponer muchos aspectos del tema referente a programas de alimentación. Un ejemplo lo tenemos en los hombres de ciencia que mejoran la calidad nutritiva de animales y plantas alimenticios que contribuyen a la mejor nutrición de todos los ciudadanos.

Otro ejemplo es que cierto número de países ordenan actualmente, por ley, que no se vendan determinados alimentos y que otros estén protegidos o enriquecidos de algún modo. El enriquecimiento, tal como por la adición de determinados elementos nutricios, puede hacerse de modo general o puede estar limitado al alimento que se suministra a grupos tales como los niños en edad escolar.

Pero prefiero hablar de los aspectos económicos de la nutrición que aportan los alimentos. Como afirmación general diremos que los alimentos más nutritivos son los más caros. Admitimos que ésta es solamente una afirmación general. Tiene sus excepciones. Hace años, durante nuestra gran crisis de los años treinta, un hombre inteligente señaló que incluso las familias con bajos ingresos podían comprar una dieta nutritiva si escogían sus alimentos con extremo cuidado. No añadió que consumir esta dieta todos los días acabaría siendo monótono.

Innegablemente, los alimentos proteínicos son, por lo general, más costosos que los almidones y son muchas las personas del mundo que no ingieren proteínas suficientes.

Todos sabemos describir cuál sería la situación ideal. En ella la agricultura sería próspera y productiva, de modo que se produjeran buenos alimentos a bajo costo. Todos los consumidores tendrían el bolsillo atestado de billetes de alta denominación (dinero) con los que comprar copiosas cantidades de buenos alimentos. Por desdicha, esto es sólo una fábula. Cierta número de países pueden jactarse de que tienen una agricultura productiva pero no sé de país alguno que pueda también proclamar que todos los ciudadanos tienen ingresos elevados.

En el mundo, tal como existe, con demasiada gente de bajos ingresos que ingiere alimentos pobres e insuficientes, encontramos un conflicto universal. El conflicto existe entre el objetivo de una política que busca mantener los precios de los productos agrícolas suficientemente altos para que alienten a los agricultores a que produzcan con abundancia y la que busca mantener bajo el precio de los alimentos, para que incluso los consumidores empobrecidos puedan gozar de una dieta adecuada.

¿Qué cabe hacer en semejantes circunstancias? Unos pocos consejeros conservadores, de filosofía altamente ideológica, declaran que nada puede hacerse, salvo lograr que la agricultura vaya siendo paulatinamente más productiva, y que hay que decir a los consumidores que ganen más dinero y lo gasten acertada y prudentemente. Por lo que yo he observado, esta clase de ideologías no impera profusamente. En realidad, la mayoría de las naciones no permiten que su ideología les impida responder a los problemas. Decididamente, los Estados Unidos se han vuelto por demás pragmáticos.

Un curso de acción consiste, simplemente, en una componenda en el conflicto entre agricultores y consumidores. Esta componenda o término medio no es más que un modo de repartir la desdicha, de modo que cada quien tenga alguna parte de la misma. Ninguna de las partes en conflicto es verdaderamente dichosa.

Podríamos emular mejor la sabiduría de Salomón si no intentáramos resolver el conflicto y, más bien, lo definiésemos de nuevo. Esta es también la técnica que se usa corrientemente en las lides políticas. El político es hábil en tácticas fingidas, diversivas, e incluso la del cambio a un nuevo campo de batalla. Congruentemente con esta idea, diversos gobiernos han hecho experimentos con varios modos distintos de mejorar la dieta de su pueblo. Muchas de las acciones que emprenden son, al parecer, improvisaciones, pero a veces dan buen resultado.

Las naciones ricas, en las que la agricultura constituye sólo una pequeña parte de la economía, quizá encuentren que la solución más fácil y cómoda es la de subsidiar la agricultura.

De este modo, los agricultores reciben su remuneración por la producción de grandes cantidades de alimentos, y, de todos modos, los precios al consumidor pueden mantenerse a un nivel moderado.

Una segunda especie de política la constituye el intento de reducir la distancia que separa el precio que el agricultor recibe y el precio que paga el consumidor. Pueden darse pasos que hagan que el sistema de comercialización sea más eficaz en sus operaciones materiales. A ello puede ayudar la investigación de la comercialización. O si hay un monopolio, o si la comercialización está gravada con impuestos excesivos sobre el consumo, la política está orientada a que contrarreste o remedie estas cargas.

Hubo una época en que los Estados Unidos emprendieron una acción decidida para mejorar la comercialización de los productos agrícolas. Desde entonces, ese interés se ha desvanecido.

Pero quisiera prestar mayor atención a los programas y políticas destinados a hacer que los alimentos sean asequibles a grupos menos privilegiados sobre una base de "concesión". Los alimentos pueden venderse a precio rebajado, o puede dárseles a niños o familias sin costo alguno.

En otros estudios presentados en este seminario he hecho referencia a tiendas especiales de comestibles a bajo precio, en las que los gobiernos de algunas naciones venden alimentos sencillos y básicos a precios reducidos. Esta es una forma de "precios múltiples". Creo que el principio de la determinación de precios múltiples es algo que debe tenerse presente siempre que se ponga a estudio una política nacional de alimentación.

Para servirme de los ejemplos que mejor conozco describiré algunos de nuestros programas de los Estados Unidos. Los principios de estos programas pueden aplicarse en cualquier lugar. Nuestros programas de alimentación han figurado en primer término de la escena política durante los últimos cinco años. Hace año y medio tomé parte en una conferencia, a escala nacional, convocada por el presidente Nixon, denominada "Conferencia de la Casa Blanca sobre Alimentos, Nutrición y Salud". El mérito de haber estimulado el interés público hemos de reconocérselo a los reporteros inquisitivos y a la magia de la pantalla de televisión. Por último, nuestro público se convenció de que en los opulentos Estados Unidos de Norteamérica había algunas personas hambrientas y un número mucho mayor de personas desnutridas.

En los Estados Unidos utilizamos tres clases de programas.

El primero es para los niños en edad escolar. En casi todos los lugares del mundo se conocen ya los desayunos escolares, y sólo necesitare describir este programa brevemente. Nuestro gobierno federal proporciona a los Estados tanto alimentos como dinero. Los Estados añaden a ello algunos fondos estatales. De este modo nuestras escuelas locales están en posibilidad de dar desayunos a to-

dos los alumnos a un costo más bajo del costo comercial. Además, los alumnos cuya capacidad económica no les permite pagar ni tan siquiera ese modesto costo, tienen permitido pagar un precio aun más bajo o pueden obtener su desayuno sin costo alguno.

Los distritos escolares cuyo número de alumnos que carecen de dinero para el desayuno es desusadamente grande pueden conseguir del gobierno federal un subsidio superior al promedio.

Tenemos un programa aparte que subsidia el precio de la leche extra para los alumnos de las escuelas.

Nuestro segundo programa consiste en proporcionar alimentos gratuitos a familias de ingresos muy bajos, así como a algunos hospitales y otras instituciones. Este es nuestro programa de "distribución de productos básicos". Se distribuyen una vez al mes paquetes de alimentos. Anteriormente sólo se distribuían de este modo alimentos excedentes. Actualmente el gobierno también compra alimentos que no son excesivamente abundantes. Estos alimentos son sencillos pero nutricios. Las familias que los usan tienen mejor dieta que la de otras familias de iguales ingresos.

Nuestro programa con mayor imaginación, pero también más costoso, es el de "estampillas de alimentos". Las familias pueden comprar estampillas equivalentes a alimentos en especie. Se las puede cambiar por alimentos en tiendas al detall. Hasta el momento presente, toda familia puede comprar cada mes cierta cantidad de estampillas que le permiten comprar alimentos suficientes para una dieta nutricia. La familia con ingresos muy bajos paga muy poco por esas estampillas. Una familia de ingresos algo más elevados paga una cantidad mayor. Sólo tienen derecho a participar en este programa familias cuyos ingresos quedan bastante por debajo del promedio nacional.

Alrededor de mediados de 1971 este programa sufrirá un cambio. A partir de entonces, una familia podrá comprar cuantas estampillas, pocas o muchas, desee. No estará obligada a comprar estampillas suficientes para que le proporcionen una dieta adecuada. Sin embargo, la familia pagará una cantidad inferior al valor nominal. Por lo tanto, estas estampillas rebajan el precio de los alimentos. Las familias que tienen derecho a participar en el programa, y participan en él, probablemente compren más y mejores alimentos gracias al precio reducido.

Servicios públicos a los consumidores. Mi tercer tema se refiere a las políticas destinadas a que ayuden y protejan a los consumidores que compran alimentos. A medida que la agricultura va haciéndose más comercial y que es mayor el número de consumidores que viven en ciudades alejadas de las granjas, se pide a los gobiernos que ayuden y protejan a los consumidores.

Podemos muy bien aspirar a que nuestra agricultura llegue a ser más especializada y comercial. Pero esto va seguido de algunas consecuencias inesperadas. Una de ellas es que los consumidores necesitarán servicios del gobierno en los que ni tan siquiera se

soñaba cuando toda la compra y la venta se hacía en un mercado de una aldea montañesa.

En este momento tenemos en los Estados Unidos una ola de "consumidorismo". Políticamente, la voz del consumidor va siendo cada vez más estridente. Y también encuentra mayor respuesta. ¿Esta presión para la obtención de servicios a los consumidores lesiona a los agricultores? Muchos de nuestros agricultores opinan que así es. Sin embargo, tal como lo hicimos observar antes, quizá los agricultores tengan que aceptar el "consumidorismo" como uno de los costos de la mayor comercialización. En cierto sentido, es mucho lo que los agricultores pueden ganar si los consumidores tienen confianza en la calidad de los productos que compran.

Llevo mucho tiempo diciendo a los agricultores que actualmente, cuando los consumidores saben que la leche está pasteurizada y que no contiene menos de un porcentaje específico de crema, su demanda de leche es mayor. Cuando yo era alumno recién ingresado en la Universidad, a los estudiantes novatos se nos administraba un test que, supuestamente, ponía en claro nuestra capacidad de razonamiento. Contenía una pregunta que recuerdo muy bien. Era ésta: "¿A qué conclusión llega usted cuando encuentra un pececillo en la leche?" La respuesta era que alguien había añadido agua a la leche, y nada menos que agua de algún riachuelo. Dudo que, a partir de 1940, se haya seguido haciendo esta pregunta.

En un sentido contrario, los agricultores pueden ver el cuadro como más favorable para ellos, o como neutral en el peor de los casos, ya que no les cabe elegir. Si los consumidores reclaman un servicio protector, tal como la inspección de la carne para tener la seguridad de que no esté contaminada, y no lo consiguen, dejarán de comprar carne. Yo procuro convencer a nuestros agricultores de que aprendan a vivir con el "consumidorismo", debido a que el consumidor cuenta con dos votos. Uno de ellos es político, y lo ejerce en las elecciones. El otro es el de su dinero, y este voto lo ejerce cuando compra.

Los consumidores más urbanos, más prósperos y mejor educados cubren información, en la que puedan confiar, acerca de los alimentos que compran. Cuando una parte cada vez mayor de los alimentos de un país está elaborada (enlatada, congelada o convertida en embutidos, quesos, etc.), se oye un clamor a favor de que en las etiquetas se impriman datos referentes al alimento.

En los Estados Unidos, el consumidor está bajo un diluvio de propaganda y anuncios que describen las maravillosas cualidades de los alimentos y de todo cuando compra. La propaganda hace que al consumidor le sea más difícil obtener información precisa. Como resultado de ello, hemos promulgado leyes que exigen de los anunciadores que se abstengan de decir falsedades absolutas. Pueden seguir adornando la verdad, pero no pueden falsearla.

Por lo visto, los consumidores mejor enterados y más instruidos

de los Estados Unidos ven con agrado la aplicación de clasificaciones federales a los alimentos (tipificación), para que con ello se les brinde mejor información acerca de la calidad. Asignamos clases de consumo a algunos de nuestros alimentos, aunque no a todos.

Una novedad reciente en las naciones industriales nos ayuda a que encontremos una explicación a la actual ola de "consumidorismo". Esta novedad es el creciente uso de agentes químicos en la producción de alimentos. Los agricultores aplican fertilizantes al suelo y plaguicidas a las plantas, y dan hormonas a los animales. A los alimentos elaborados se les añaden agentes químicos para darles color, para conservarlos, e incluso para que sustituyan elementos nutricios naturales. Actualmente producimos algunos alimentos sintéticos. Por ejemplo, nuestros consumidores están en posibilidad de comprar una bebida de aspecto y sabor igual al del jugo de naranja y que se anuncia como más nutritiva que dicho jugo. Ha salido de la retorta de un químico y no de un árbol. Los consumidores están alarmados, por temor a que vayan a ingerir agentes químicos que les sean nocivos o peligrosos. Insisten en que nuestro gobierno haga pruebas más estrictas de todos los agentes químicos que se utilizan en la agricultura o en la elaboración de alimentos. Gran parte de este estudio reza más para las naciones industriales del mundo que para las naciones agrícolas, pero raro es el lugar en el que los principios que he mencionado estén totalmente ausentes. A medida que va creciendo, cualquier nación hereda los problemas y presiones de los que he hablado.

Podemos decir que la necesidad de que se tome en cuenta el bienestar de los consumidores es uno de los precios que se pagan para la comercialización de la agricultura y para la urbanización de nuestra sociedad. Podemos plantear también todo el lema a base de "problemas de segunda (o tercera o cuarta) generación". A medida que vamos teniendo éxito en el mejoramiento de nuestra agricultura y a medida que algunos de nuestros consumidores obtienen ingresos más altos, encontramos que tenemos que comenzar a certificar la calidad de la carne libre de enfermedades y que hemos de abstenernos de vender agua al precio de la lache.

Hablando ya más en serio y a título de resumen, diré que las tres ideas centrales de este capítulo reflejan tres situaciones distintas y tres especies de motivación para hacerles frente. Una de estas últimas es el interés propio y egoísta del agricultor en responder de modo más preciso a las cambiantes preferencias que los consumidores expresan a medida que su grado de urbanización y de instrucción va siendo más alto. Resulta difícil explicar el porqué los agricultores son tan tardos en ver la situación y en obrar de acuerdo con ello. El segundo punto de vista es que, como parte del despertar político que está teniendo lugar en todas y cada una de las naciones que componen esa nave espacial a la que llamamos Tierra, los gobiernos centrales encuentran que les es necesario emprender alguna acción que mejore la nutrición de sus pueblos. Y, en tercer lugar, a medida que las naciones van urbanizándose, a medida que la agricultura va adquiriendo una estructura más comercial, los consumidores insisten en que el gobierno

inicia servicios que mejoren los conocimientos del consumidor y, particularmente, que permitan que éste último confíe en la calidad y seguridad de sus alimentos. Aunque haya agricultores que se opongan a esta tendencia, ya ninguno puede detenerla, como no se pueden detener las olas del mar. Además, a la larga, los agricultores acaban beneficiándose cuando los consumidores están en posibilidad de comprar alimentos con toda confianza.

Como nota final, el tema tratado en este estudio encierra, aparentemente, cierto tono de que el curso de la historia es irreversible. Quizá, en los servicios al consumidor estemos simplemente atrapados por una especie de fuerza cósmica que el hombre no ha creado y a la que no puede detener, y sí solamente conformarse con ella con la mejor gracia posible.