

2) *La escasez, la elección y la asignación de recursos. El coste de oportunidad*

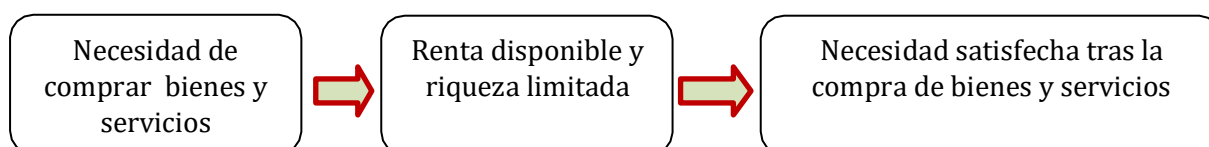
La Economía se desarrolla en el ámbito social de la vida del hombre, estudia el comportamiento humano en la búsqueda de la satisfacción de necesidades, y responde a preguntas como:

- ★ **¿Qué producir?**
- ★ **¿Cómo producir?**
- ★ **¿Para quién producir?**

Estas preguntas económicas se responden bajo los postulados básicos de toda Economía:

1. Escasez de recursos
2. Múltiples alternativas que implican la elección de una de ellas
3. Los deseos de compra siempre superan a los recursos disponibles.
Necesidades de consumo ilimitadas, recursos limitados.
4. Existen costes de oportunidad a consecuencia de la toma de decisión/tomar partido por una u otra alternativa de elección

En Economía cada **agente económico** toma sus decisiones económicas desde su visión **“prisma” personal, de manera egoísta**. Así las **empresas** toman sus decisiones de producción y fabricación bajo su regla de comportamiento que es la **maximización de beneficios**, como se estudia más adelante en el punto 5.2.4 dedicado a las funciones y objetivos de las empresas. En este punto del manual se hace una parada para analizar el comportamiento del consumidor “bajo su óptica” en la toma de decisiones de consumo. Los consumidores eligen los productos que mejor satisfacen su necesidad, de acuerdo a sus gustos y preferencias. Cuentan además los consumidores con la limitación de recursos disponibles.



Esquema de decisión del consumidor

Las actividades económicas se despliegan en un amplio abanico de campos/sectores, desde productos alimenticios o sanitarios que satisfacen las necesidades más básicas, hasta productos/servicios lúdicos, recreativos, de ocio y tiempo libre. **Si no hay necesidad económica no hay actividad económica**, cuyo objetivo primordial es fabricar un **bien económico** o prestar un servicio para satisfacerlas. La necesidad económica es satisfecha mediante el intercambio de bienes y servicios en el mercado a cambio de un precio denominado en una moneda/divisa. De otra manera, sin la existencia del dinero, los consumidores/la demanda difícilmente podrían satisfacerlas por sus propios medios. Además los bienes y servicios que se compran en los mercados son reconocidos por su valor para satisfacer necesidades económicas, y deben ser alcanzables para el consumidor que los adquiere/va a adquirir.

Un **bien económico*** es aquel que cumple con tres requisitos:

- **Valorado como útil** por los agentes económicos que deciden cómo satisfacer una necesidad.
- **Alcanzable** para el poder adquisitivo de los consumidores, factible su adquisición en el mercado.
- **Escaso** en relación a la cantidad que se desearía consumir del bien por los consumidores, respecto a la disponible y/o alcanzable. La escasez va unido al concepto de esfuerzo del agente económico (ya sea empresa, consumidor o sector público) para alcanzar “mayores cotas” de consumo y reducir así el diferencial entre cantidad de bien deseada y alcanzada. El esfuerzo permite alcanzar este nivel de consumo mínimo del bien económico, que permita “mitigar” o eliminar la sensación de escasez.

*Un bien económico puede ser material/tangible (bien) o inmaterial/intangible (un servicio).

Existen diferentes tipos de **bienes y servicios** cuando concurren en un **uso compartido (en una eventual cesta de la compra)**:

- 1) **Sustitutivo**: Un consumo de un bien no permite el consumo de otro bien. Ambos bienes son sustitutos/competitivos. Es propio de la competencia en el mercado, que dos bienes con características

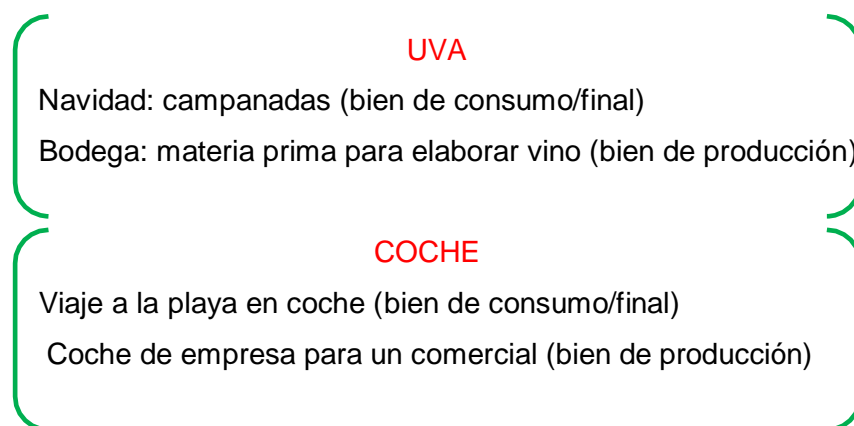
similares, que satisfacen la misma necesidad de un consumidor, “luchen enconadamente” por captar a los clientes, compitan de manera “sana y leal” por aumentar sus ventas.

- 2) **Complementario:** La utilidad del consumidor aumenta con el consumo simultáneo de dos productos que se complementan y que a su vez pueden ser necesarios para su pleno uso y disfrute. Un ejemplo es el tóner de la tinta que “complementa” el uso de la impresora. Los precios de los complementos se ligan “a su carácter cautivo” respecto al uso del producto principal. Un tóner es “imprescindible” para el uso pleno de una impresora. Por eso el tóner proporcionalmente es más caro, un precio cautivo, que el consumidor tendrá que pagar si quiere disfrutar del producto principal, la impresora. La utilidad del consumidor es plena utilizando conjuntamente el producto principal y su complementario (impresora+ tóner).

La tipología de bienes y servicios también es variada:

- **Bien de consumo/final** = destinados al cliente final, al consumidor último del producto.
- **Bien de producción** = bienes empleados en el proceso productivo, transformándose en nuevos bienes económicos. Se clasifican a su vez entre materias primas y activos no corriente de producción (maquinaria, instalaciones, equipos informáticos, etc).

Hay múltiples bienes que pueden ser clasificados como bienes finales, o bienes de producción según su situación de consumo:



TUTOR FORMACIÓN

Los bienes económicos se pueden clasificar también por el número de usos/repeticiones de consumo:

1. De uso único: Un slogan comercial puede responder muy bien a las características de este tipo de productos “usar y tirar”. Están incluidos en esta categoría los productos perecederos alimenticios, productos desechables tras un uso (cuchillas de afeitar, gasas, tiritas, productos alimenticios).
2. Varios usos: de carácter duradero. Se asocian a altas inversiones y decisiones racionales de compra, precisamente porque tienen carácter de uso permanente y continuo además de por su alto precio. En hogares domésticos/consumidores se asocia esta categoría, al equipamiento doméstico de tecnología, mobiliario, decoración, instalaciones del hogar, medios de locomoción como vehículos etc. En consumidores industriales se asocia esta categoría a activos no corrientes como maquinaria, instalaciones, equipos informáticos, elementos de transporte.

La demanda/los consumidores tratan de maximizar su utilidad partiendo de una limitación, su renta disponible para el gasto en compras de bienes y servicio (Y). La mayoría de las necesidades a satisfacer por los consumidores tienen “un componente” subjetivo que cada consumidor valora como más “perentoria o no” su satisfacción. Cada consumidor tiene su propia función de utilidad, que recoge de manera individual, esta “percepción” más o menos subjetiva, de qué necesidades quiere satisfacer y con qué productos adquiridos/intercambiados en los mercados. Cada producto es valorado por el decisor/consumidor como necesario, para satisfacer una necesidad económica, y es útil este producto en diferente medida por cada consumidor.

$$\left(\begin{array}{c} \text{MAX UTILIDAD} = F(Q_1, Q_2) \\ \text{Sujeto a } Y = Y_0 \\ \\ Y_0 = \text{Nivel de renta disponible} \end{array} \right)$$

TUTOR FORMACIÓN

Un consumidor se plantea el anterior problema, cuando desea superar un problema económico, es decir, satisfacer su necesidad económica comprando diferentes bienes, que le reportan diferentes niveles de utilidad.

Cuando un consumidor decide superar esta carencia, comprando productos que la satisfagan, empieza la “valoración” de los productos/servicios, que palían y superan la necesidad económica. **Consustancial a la decisión/elección de una u otra alternativa, aquella mejor valorada por el decisor/consumidor, nace el concepto de coste de oportunidad.**

El **coste de oportunidad** es consustancial a toda decisión económica, a la escasez de recursos y a la necesidad de renunciar a alternativas económicas de interés para el decisor/agente económico. **Representa la mejor opción que se abandona cuando se toma una elección/decisión.** Ya se explicó que las necesidades son ilimitadas pero los recursos escasos, y eso obliga a elegir una opción y descartar el resto de opciones a nuestro alcance como decisores económicos. En la medida que la decisión sea eficiente, el coste de oportunidad de “sacrificar” alternativas es menor. El verdadero coste de algo, de un bien elegido frente a otro, es aquello a lo que tenemos que renunciar, para conseguir ese algo, ese bien.

Es creciente el coste de oportunidad, si la función de producción cumple la ley de rendimientos decrecientes. Los incrementos de producción son cada vez menores (decrecientes) ante incrementos de factor trabajo. Se observa este efecto decreciente de la producción de A y B, a medida que se aumenta el factor trabajo en la siguiente tabla. Para poder incrementar el consumo de un bien A es necesario renunciar de manera creciente a más unidades del bien B .

TUTOR FORMACIÓN

TRABAJADORES	PRODUCTO A	PRODUCTO B
1	6	10
2	11	19
3	15	27
4	18	34
5	21	28

Δ A decrecientes (unidades) = 5,4,3,3

Δ B decrecientes (unidades)=9,8,7,6

Tanto el producto A como el B cumplen que se aumenta (de manera decreciente) su producción, con más horas de trabajo, de acuerdo a la ley de rendimientos crecientes. **Por lo tanto aumentar la producción de A supone aumentar el sacrificio de bienes B (aumenta el coste de oportunidad).**

Ejemplo: Si se quiere aumentar los trabajadores de 2 a 3 y dedicar este incremento de trabajadores a la producción de A, se sacrifica 8 unidades de B (de 19 a 27) para aumentar 4 de A (de 11 a 15). Para ver el efecto de aumentar la producción de un bien, en detrimento del otro producto, observa las flechas que se ha incluido en la tabla anterior. Se aumenta la producción de A hasta 15 unidades pero se deja de fabricar 8 unidades de B hasta alcanzar las 27 unidades. Al decidir aumentar la producción de A hasta 15 unidades, la producción de B se queda en 19 unidades.

Si se aumentara el número de trabajadores de 3 a 4 y se aplicara exclusivamente a la producción de A, entonces el incremento de producción sería de 3 unidades. **Aumenta de manera decreciente la producción de A y se sacrifica de manera creciente la producción de B.** El coste de oportunidad de no fabricar B aumenta hasta las 15 unidades (8+7). Seguimos produciendo 19 de B mientras que la producción de A aumenta hasta las 18 unidades.

TUTOR FORMACIÓN

El **coste de oportunidad** está implícito en toda **decisión/elección económica**: comprar un bien u otro, producir con una tecnología u otra, realizar una inversión financiera u otra, ahorrar o consumir nuestros ahorros, comprar una vivienda o alquilarla. La vida económica es cuestión de elecciones y sus implicaciones/consecuencias.

Ejemplo de coste de oportunidad: Mi vecino está pensando en comprar un coche o esperar a mejor ocasión, cuando el precio baje. Hoy el vehículo que quiere adquirir tiene un precio de 15.000 euros. El mercado de bonos le da un 2% anual por invertir en ellos esa cantidad de dinero.

Respuesta: El coste de oportunidad de comprar el vehículo es el interés que deja de ganar por gastarse sus ahorros en el coche.

Coste de oportunidad: $15.000 \text{ euros} * 0,02 = 300 \text{ euros}$

Además el coche una vez comprado tiene unos gastos de mantenimiento anual (seguros, revisiones etc) de 150 euros. El coste de oportunidad aumenta entonces en: $150 \text{ euros} * 0,02 = 3 \text{ euros}$.

Total de coste de oportunidad: **300 euros + 3 euros = 303 euros**

EJERCICIOS DEL TEMA 2

SEÑALE VERDADERO O FALSO:

La economía responde a las preguntas ¿Qué? ¿Cómo? ¿Para quién?

SEÑALE VERDADERO O FALSO:

El consumidor no tiene en cuenta su renta disponible a la hora de tomar sus decisiones económicas de compra.

SEÑALE VERDADERO O FALSO:

Un bien económico no tiene la característica de la escasez.

SEÑALE VERDADERO O FALSO:

Los consumidores maximizan su utilidad sujeto a una restricción presupuestaria.

SEÑALE VERDADERO O FALSO:

El coste de oportunidad no existe cuando se elige entre diferentes alternativas económicas.

En todas las preguntas arriba presentadas razone su respuesta elegida

3) *Cómo se estudia en Economía. Un acercamiento a los modelos económicos*

La Economía se caracteriza por diferentes cualidades científicas:

- ★ Ciencia social que estudia el comportamiento humano en su dimensión económica, la toma de decisiones de los agentes económicos.
- ★ Ciencia conductual puesto que analiza, estudia, modela la dimensión económica de los agentes económicos participantes en la Economía. Siempre que interviene el ser humano, la imperfección y complejidad de su toma de decisiones, de su comportamiento como consumidor, entonces la realidad se hace “ingobernable”.
- ★ Ciencia optimizadora de recursos escasos entre diferentes usos alternativos y deseados. La Economía busca la mejor y más eficiente asignación de recursos ante múltiples e ilimitadas necesidades, usos alternativos.

Las teorías económicas explican las relaciones económicas de las variables que actúan en el comportamiento de todo agente económico. Unas variables económicas explican y son causa del comportamiento económico mostrado por los agentes económicos. Los modelos económicos surgidos de la investigación en Economía, analizan relaciones causa-efecto entre las variables económicas, manteniendo el resto de variables que puedan influir constantes (“ceteris paribus”). Este comportamiento se modela a partir de la teoría explicativa. Se puede decir que el modelo “da forma práctica y empírica” a la teoría en la que se asienta. El modelo permite la toma de decisiones, bajo el planteamiento de hipótesis y supuestos de partida que hacen válido el modelo.

Un ejemplo de hipótesis de trabajo es la racionalidad en el comportamiento del consumidor o que la utilidad decrece a medida que se incrementa el consumo de un bien. Con esta hipótesis de trabajo sobre las preferencias del individuo, opera la microeconomía dedicada al estudio de la demanda. Si el individuo/agente económico no se comporta bajo este precepto económico, el modelo queda inoperativo .