

Lección 9: ¡Me tienen qué salir las cuentas!... sino me lleva el río

Autor: Elder Flores Durán

Palabras: 3,640

Índice

Cálculo económico

El equilibrio cuantitativo y la economía de recursos

Ruido en las comunicaciones

Glosario

Referencias

Cada vez que una persona va a tomar decisiones (no importando que no sean económicas) tiene que hacer un análisis de lo que pretende realizar. Por ejemplo, aquí en Guatemala, se dice muy frecuentemente “me lleva el río”. Esta expresión se utiliza, cuando a causa de una decisión tomada, no se contempló de la mejor manera las consecuencias.

Por lo tanto, en esta lección trataremos de que puedas relacionar la información que posees con

- ¿cómo hacer que me salgan las cuentas?
- ¿cómo hago para tomar mejores decisiones?
- ¿qué factores influyen en mis decisiones?

Cálculo económico

El equilibrio cuantitativo y la economía de recursos.

Es importante destacar que, dejando actuar libremente la ley de la oferta y la demanda, se produce en el marco social el proceso de economía de recursos. Dicho proceso consiste en la satisfacción de las necesidades prioritarias de la manera menos costosa posible. En el marco social, el proceso se cumple naturalmente en un mercado no interferido.

- Como por ejemplo si no existiera una intervención (es decir que el gobierno no sea shute) en el libre actuar de las personas (cómo escogen) se podría hacer más fácil el intercambio.
- Haciendo lo que dijimos anteriormente, se podría tomar la decisión de satisfacer las necesidades de una manera más eficientemente.
 - Por ejemplo, si yo quiero comprar 1,000 lapiceros
 - Esto hace que yo en mi costo de incurrir en la compra de los lapiceros, sea menor que el costo de no tenerlos, y eso lo puede dar un mercado no interferido, comparándolo con uno intervenido.

En primer lugar, la demanda, mediante sus compras y abstenciones de comprar, va dirigiendo los recursos hacia aquellos sectores que más le agradan, o sea, aquellos que en su escala de valores considera prioritarios. Y, por medio del mecanismo de la oferta y la demanda, la oferta le responde. Imaginemos, en efecto, que aumenta la demanda del producto A. Sube el precio del producto A. Consecuentemente, se produce un aumento en la oferta del producto A; que luego hará que baje su precio. Se concluye cómo la oferta se orienta naturalmente hacia la demanda en el proceso del mercado.

- Cuando nos referimos a valores prioritarios, hablamos acerca de aquellas cosas, que por nuestra propia personalidad, consideramos que nos gustan más ya que satisfacen o llenan nuestra vida de una mejor manera.
- Además por ejemplo que sube el precio del café, lo que va a producirse instantáneamente es una elevación en el número de oferta del producto (recuerda que nos referimos a oferta, no de una baja en los precios, sino a las personas de OFRECER los productos a los consumidores) por lo tanto lo que pasará es que bajará el precio y así podemos ver como el mercado ordena los productos de una manera bastante simple.

La figura de la empresa aclarará más el concepto del Cálculo Económico. El empresario funciona en el mercado como el nexo entre los factores productivos y el consumidor. Ahora bien, el empresario busca la ganancia con su acción. Y tal ganancia sólo se puede lograr fabricando aquello que la gente compra; nadie que fabrique algo que a la gente desagrade obtendrá beneficio.

- Por lo que podemos iniciar a puntualizar lo siguiente
 - Los empresarios (¡imagínate que luego de este módulo puedes llegar a ser uno!) se enfocan de una manera “automática” para poder satisfacer los deseos de las personas (compradores) para poder así obtener alguna ganancia.

Con esto se cumple, pues, la primera parte del proceso de economía, la producción de aquellos bienes que la gente demanda, pues gastar recursos en cosas que la gente no demanda es derrocharlos. El Empresario se asegura que las necesidades estarán satisfechas. ¿Y también se asegura que se hará con el método menos costoso posible? El empresario desea aumentar su ingreso, para lo cual tratará siempre que el margen entre el precio de venta y sus costos --los precios de los factores de producción (naturaleza, capital y trabajo)-- sea lo más amplio posible. Y para ello, desde luego, intentará reducir sus costos --al mismo tiempo que se vuelca hacia los precios altos, orientándose de ese modo hacia las necesidades de la demanda--, es decir, tratará de lograr el método menos costoso de producción. Esto

obliga al empresario a una constante elección entre los múltiples procesos de producción, para lo cual deberá observar los precios de los factores productivos en el mercado. Este proceso, mediante el cual el empresario elige los métodos menos costosos de producción ponderando la utilidad que obtendrá en el futuro, se denomina **cálculo económico**.

- Para poder comprender de una mejor manera, podemos llegar a poner un ejemplo:
 - Imagínate una persona, que se le ocurre poner un puesto de tostadas, las cuales son hechas de salsa. Para obtener esa salsa, tiene 3 alternativas
 - Comprarla en el mercado (en lata)
 - Encargársela a alguien más
 - Hacerla ella misma.
 - El proceso por medio del cual la persona va a tomar la decisión, la podemos resumir en los siguientes pasos:
 - Cuánto le van a costar los tomates
 - Si tiene lugar y conocimientos para hacerla
 - Cuánto le costaría pedir a alguien que se la haga
 - Cuánto cuesta la enlatada.
 - Por lo tanto las opciones están, pero la que se escogerá será elegida de acuerdo a la ganancia que va a obtener luego de la venta de las tostadas. Otro factor importante a tomar en cuenta es el tiempo que se invierte en hacer la salsa de tomate, la luz o el gas de la estufa, etc.

Los factores productivos son orientados naturalmente de la manera menos costosa posible hacia las necesidades de la demanda.

No existe peligro de derroche de recursos, porque cualquier gasto demás, por parte de algún empresario es severamente castigada por el proceso mercantil con pérdidas.

Imaginemos que

- las hojaldras son algo que desagrada al consumidor, y que la panadería de la esquina se empeña en fabricar las hojaldras.
 - la empresa observará que baja la demanda del producto que fabrica, pues nadie lo desea, y entonces el precio de venta comenzará a descender por debajo de los costos.
 - Resultado:
 - la empresa al no cumplir con los requerimientos del consumidor es eliminada del mercado, concluyendo que no se gastan recursos en algo que la gente no demanda.

Se dice que en el mercado libre el consumidor es el capitán y el empresario el piloto, debiendo cumplir el piloto con las directivas del capitán si quiere permanecer en el puesto. El consumidor es, en definitiva, quien dirige el uso de los recursos. Esto demuestra cómo en el mercado hay un constante traslado de recursos, según varíen los gustos de los consumidores. La oferta siempre responde a esos cambios, por el sistema de pérdidas y ganancias ya explicado. La empresa que fabrica lo que al consumidor desagrada pierde. Debe ponerse al tanto de los gustos del consumidor si quiere obtener ganancias; de lo contrario es eliminada del mercado.

- Por ejemplo, imagínate que a ti te ENCANTAN los Doritos verdes (yo sé, a mi también me fascinan) y supongamos que la misma receta la pueden hacer muchos empresarios = resultado ¡habrán más empresarios haciendo el producto que TU y YO queremos.
 - Por lo tanto si los empresarios, productores de Doritos verdes quieren seguir produciendo, ganando y manteniéndose en la preferencia de las personas → TENDRÁN que hacerle caso a los capitanes (que somos los consumidores).

El precio muestra siempre una tendencia a acercarse a los costos -- los precios de los factores productivos--. Esto se denomina **ley de costos**. Imaginemos que el precio es muy superior al costo. Ese dinero que ingresa de más posibilita nuevos capitales que al ser invertidos aumentarán la producción y provocarán un descenso en el precio acercándolo a los costos.

Toda la explicación anterior es importante, muestra que las críticas que se hacen del mercado libre, en el sentido de que en este reina siempre una "anarquía de producción", carecen de sentido.

El mercado libre, como hemos visto, es:

- un proceso natural ordenado en el cual los factores productivos son orientados hacia las necesidades de los consumidores del modo menos costoso posible.
 - imagínate el ejemplo de los Doritos (todas las materias primas, es decir todo lo que se tiene que ponerle para que los Doritos sean los Doritos).
 - Producir en cantidades grandes, hacen que la producción sea barata y los beneficiados seremos, tanto los consumidores como los productores.

- El aumento de la oferta sobre aquellos sectores que la gente demanda provoca, además, el proceso denominado "**competencia**" en el cual los empresarios compiten entre sí tratando de obtener la aprobación del consumidor --y por lo tanto la ganancia-- ofreciéndole precios bajos y buena calidad.
 - Recuérdate la consecuencia que señalamos cuando dijimos lo de la receta de los Doritos verdes
 - TODOS los empresarios tratarán de ser los elegidos y que tu rechaces a los demás para poder así mantenerse en la jugada.

Hemos visto, cómo se logra el proceso de economización de recursos en el marco social: con el mercado libre.

Los precios permiten el "**cálculo económico**", que se utiliza para determinar si conviene realizar alguna acción en el mercado o no. Gracias a la información de precios, puede determinarse si vale la pena cultivar trigo, ya que se cuenta con la información del precio del trigo y también con la de los costos necesarios para producirlo. Si en esa simple cuenta entre "ventas" y "costos" obtenemos un resultado positivo, entonces diremos que vale la pena producir trigo. Es más, haremos cuentas similares en relación con la producción de soya, girasol y carne, y al compararlas sabremos que conviene hacer.

El cálculo aplicado de la manera descrita es el principal vehículo de la planificación de la producción en la economía.

Anteriormente se creía que el debate entre la economía de mercado y la economía socialista se centraba en si debía haber planificación en la economía o no. Pues no existe discusión.

- ¿crees que es así, qué no necesitamos planificación por parte del gobierno?
 - Analízalo de acuerdo con el siguiente párrafo:

Siempre hay planificación, siempre alguien está decidiendo cómo se van a utilizar los recursos: el debate se relacionaba con *quiénes* harían esa planificación.

En una economía socialista	En una economía de mercado
el que planifica es el gobierno	la planificación es realizada por cada uno y coordinada por medio del mecanismo de los precios

El cálculo económico alcanza un mayor grado de perfección con el avance de la contabilidad, una disciplina que tiene larga historia. No sin razón, Goethe llamó a la contabilidad uno de los inventos más extraordinarios de la mente humana.

En la actualidad, se utilizan principalmente tres documentos como forma de realizar el mencionado cálculo económico:

- el balance,
- el estado de resultados y
- el flujo de fondos.

- **El balance**
 - provee una fotografía de una empresa o un negocio en un determinado momento (el cierre de balance), mostrando cuáles son los activos (lo que se posee), los pasivos (lo que se debe) y el patrimonio neto (capital), que resulta de la diferencia entre los activos y los pasivos.
 - se basa en una simple ecuación: los activos, financiados ya sea a través de pasivos (deuda) o capital (patrimonio neto), incluyen entre otras cosas el inventario y los equipos que permiten a la empresa desarrollar su actividad. Obviamente, este tipo de cálculo solamente puede realizarse si existen precios, pues de otra manera no habría forma de comparar.

- **El estado de resultados**
 - es también conocido como cuadro de ganancias y pérdidas y nos da información sobre la rentabilidad de la actividad: la ganancia neta que se obtiene en un período determinado de tiempo. Al mostrar cuánto dinero se obtuvo de las ventas realizadas y cuánto dinero costó llevar adelante el negocio, determina la ganancia, si el monto de las ventas supera al de los gastos totales, o la pérdida neta, si los gastos totales son superiores a las ventas.

Por último, los datos que brinda el balance y el estado de resultados pueden mostrarnos que la empresa gana dinero, pero esto no asegura que sea solvente.

- El flujo de fondos
 - muestra cómo se obtiene el dinero durante un determinado período y en qué se ha utilizado. Permite ver la cantidad de capital de trabajo o "liquidez" disponible para la empresa o negocio que le permitirá pagar sus cuentas y mantenerse en la actividad.

Por supuesto que hay muchos otros indicadores utilizados en los negocios actuales, algunos de ellos muy sofisticados, pero estos tres siguen siendo utilizados en toda actividad y muestran la esencia del cálculo económico necesario para la toma de decisiones.

Los economistas, además, han llamado siempre la atención acerca de la necesidad de considerar un cuarto componente, el que suele presentarse con el nombre de Valor Económico Agregado o su sigla en inglés: EVA (*Economic Added Value*).

Se refiere a una información que no suele encontrarse en los tres documentos antes mencionados: el costo del propio capital invertido.

Ejemplo: Imaginemos que tengo cierta cantidad de dinero ahorrada y la invierto en la instalación de un comercio, y para comprar las mercaderías iniciales tomo un crédito, ya sea de un proveedor o de un banco. Los documentos tradicionales contabilizarían el costo en intereses de ese crédito; pero si hubiera comprado las mercaderías con dinero propio, ahorrado, no figuraría ningún costo del crédito, ya que no me "pago" interés alguno a mí mismo. Sin embargo, es necesario considerar el "costo de oportunidad" de esos fondos, ya que podrían haber sido invertidos en otra parte. El Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en inglés) considera, entonces, ese costo de oportunidad que me ocasiona no utilizar mi dinero en otra cosa y presenta la ganancia económica, que es siempre menor que la ganancia contable y se determina con la siguiente ecuación:

$$\text{EVA} = \text{ganancias netas} - (\% \text{ costo de capital} \times \text{capital total})$$

Esto indica la decisión de inversión tomada. Es una buena decisión si el EVA es positivo y en caso de ser negativo indica que hubiera sido mejor utilizar esos recursos en otro lado, por ejemplo, invertidos en el sistema financiero o en otro negocio.

Ruido en las comunicaciones

Imaginemos a estas dos personas, Pedro y Rosa. Se están tratando de hablar de la manera más ordenada y seria, en medio de una discoteca, y su plática consiste en los planes del día de mañana.

Pedro le dijo a Rosa que se iban a juntar a las 5 de la tarde, debido a que tenía que trabajar, y Rosa, por el ruido y estaba distraída, le entendió que se iban a juntar a las 5 de la mañana ya que tenían que platicar.

Por ello, podemos ver que no pudieron coordinar sus acciones debido a la falta de información respecto a lo que estaba haciendo el otro.

Existe, además, otro problema: cuando las personas actúan con información distorsionada, esto se da como consecuencia cuando se han alterado las señales.

Un caso típico de la interrupción de la comunicación, se da cuando un gobierno interfiere en los precios.

Puede hacerlo de dos formas: fijando precios máximos o, por el contrario, precios mínimos.

1. Precio máximo es cuando se establece que un determinado producto, o muchos de ellos, no pueden ofrecerse a un precio superior al fijado por la norma.
2. Precio mínimo es cuando se determina que un cierto producto, o muchos, no pueden ser demandados a un precio inferior al fijado por la norma.

En ambos casos, ésa es la única instancia (justificación) en la cual la norma (que cambia o impone un precio mínimo y uno máximo) tiene un efecto económico, pues si se fijara un precio máximo por arriba del precio que ya se determina en el mercado, el efecto de la norma sería nulo y ésta sería inútil, igual que si se fijara un precio mínimo por debajo del precio de mercado. Lo mismo sucedería en ambos casos si la norma fijara un precio máximo o mínimo igual al precio de mercado.

Será más fácil comprender esto con un ejemplo.

Tomemos el caso de la leche y estimemos que el precio actual al consumidor es de Q9.00/litro. Generalmente se establece un precio máximo con la supuesta intención de favorecer a los consumidores, pero sería obviamente inútil una norma que fijara un precio máximo a Q10.00, ya que los consumidores pueden comprarla ahora a Q9.00. De la misma forma, sería también inútil que estableciera el mismo precio del mercado, ya que a ese precio la obtienen a su gusto, sin perjudicar su economía. En cuanto a los precios mínimos, generalmente son establecidos para favorecer a los productores, con el fin de que obtengan un mejor precio por sus productos. Si el precio de mercado de la leche es de Q9.00, de nada le serviría a un productor que se fijara un precio mínimo de Q8.75, ya que el mercado le está dando un precio superior. Incluso si se fijara en Q9.00, no habría diferencia con lo que está obteniendo en ese momento el productor.

Entonces, un precio máximo sólo tiene el efecto buscado por el gobierno cuando es inferior al precio que se obtiene en el mercado, y un precio mínimo, sólo cuando es superior al precio de mercado. Y aquí es cuando empiezan los problemas. Porque los precios máximos y los precios mínimos cambian las señales que los consumidores y productores reciben, y al hacerlo, cambian también las decisiones.

Sigamos con nuestro ejemplo de la leche y su precio de mercado de Q9.00/litro. Para favorecer a los consumidores, el gobierno fija un precio máximo de Q8.75. Es decir, la leche ahora está más barata. Con un precio más bajo, la demanda de los consumidores aumenta, ya sea porque la gente tiene ahora más dinero para aumentar su cantidad demandada o porque decide reemplazar el consumo de otros productos por el de la leche, que ahora está más barata. Así mismo, otros consumidores que no estaban comprando leche se ven ahora tentados de hacerlo por el menor precio del producto. En principio, los consumidores están contentos.

Pero por el lado de la oferta, de los vendedores, comienzan a surgir problemas. Y no solamente para los productores de leche. Como vimos, los consumidores desplazan su consumo de otros productos a la leche, que

ahora está más barata, por lo tanto, los fabricantes de esos productos desplazados sufren una caída en sus ventas.

Los productores de leche podrían ver caer su rentabilidad porque el precio de venta es ahora inferior; es más, algunos productores marginales (aquellos que apenas ganaban algo al precio de Q9.00) ahora encuentran que producir ya no les resulta rentable y prefieren dedicarse a otro producto o negocio. Como resultado de esto, la oferta de leche se contrae.

En síntesis, vemos que la demanda de leche de los consumidores aumenta, pero que al mismo tiempo la oferta de los productores se disminuye. El resultado es la escasez del producto, lo que suele llamarse "**desabastecimiento**". La felicidad de los consumidores por el menor precio establecido dura poco: al tiempo les costará encontrar leche en los supermercados.

Al persistir con este tipo de decisiones, se desencadenan dos fenómenos adicionales. Uno de ellos es el **mercado negro**, la leche que no se encuentra ahora en los supermercados puede obtenerse por canales no controlados a precios generalmente superiores a los que se ofrecían en el mercado antes de imponerse la norma. El otro es la distorsión en las inversiones, ya que con el precio controlado y la rentabilidad castigada no se realizarán inversiones en ambos y la producción decaerá en el largo plazo multiplicando el problema.

Ahora consideremos los efectos de un **precio mínimo**. En este caso, es introducido para favorecer a los productores de leche. Supongamos que se fija ahora en Q9.50. Ante ese precio más alto, la demanda de los consumidores cae, ya sea porque tienen menos dinero para gastar en ese producto o porque ante el precio elevado deciden trasladar su consumo a productos alternativos. Ese mayor consumo de otros productos, al aumentar su demanda, hará también aumentar sus precios, lo cual perjudicará a los consumidores de esos productos.

Por el lado de la oferta, el mayor precio beneficia a los productores, y no solamente los pone contentos, sino que reaccionan ante este mayor precio y ante la mayor rentabilidad que les genera aumentando su producción. Productores cuyos costos no les permitían ofrecer la leche al precio de Q9.00/litro ahora se ven animados a ofrecer leche en el mercado.

Entonces, la demanda de leche se contrae al mismo tiempo que la oferta se expande. El resultado de esto es la sobreproducción y una creciente cantidad del producto que no encuentra cómo venderse. De persistir en este tipo de política, se alientan inversiones en el sector que los consumidores no desean solventar y se desplazan inversiones desde otros sectores hacia éste, generando una capacidad de producción que no es la deseada. Los incrementos de la oferta hacen que sea necesario en algún punto retirar la producción excedente del mercado para evitar la presión de bajar los precios, a una baja mayor de la que originalmente impulsó la decisión de establecer un precio mínimo. Esto lo observamos cuando los productores tiran el producto o el gobierno lo compra y almacena para luego

exportarlo a precios subsidiados. En este caso, los consumidores pagan esta política, no solamente con un precio mayor de la leche, sino también por medio de impuestos, haciéndose cargo de los costos de disposición de los excedentes.

En definitiva, la interferencia en ese "sistema de comunicaciones" que es el sistema de precios distorsionó las señales y los mensajes que los precios envían, haciendo que la gente actúe en forma distinta del objetivo. Es como recibir un pronóstico del clima errado cuando se decide salir de casa. La distorsión de las señales pone trabas para la coordinación de las acciones de la gente, que termina malgastando escasos recursos y es llevada a una situación peor de la que inicialmente se deseaba ajustar.

Glosario

Abstencionismo.: Postura de quienes rechazan un determinado ejercicio público o cívico.

Deseconomización. No economizar

Ecuación. Igualdad que contiene una o más incógnitas.

Instancia. Documento oficial en que se solicita una cosa.

Liquidez. Capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones.

Sigla. Se llama sigla tanto a la palabra formada por las iniciales de los términos que integran una denominación compleja, como a cada una de esas letras iniciales. Las siglas se utilizan para referirse de forma abreviada a organismos, instituciones, empresas, objetos, sistemas, asociaciones, etc.

Subsidiario. Dicho de una acción o de una responsabilidad: Que suple a otra principal.

Referencias

Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004

Israel Kirzner, El significado del proceso de mercado, 1997