



Si me importa,  
entonces  
...¡tiene valor!

# Definición de valor

Por lo tanto, valor es... nada pegado a los bienes, ninguna propiedad de ellos, sino que se limita la importancia que le atribuimos primero a la satisfacción de nuestras necesidades... Y, en consecuencia, llevar a los bienes económicos como la causa de la satisfacción de nuestras necesidades.

En otras palabras , el valor es el nombre de una actitud o disposición que una persona adopta hacia un bien: elige valorarlo. Aunque Menger establece que la economía es el camino hacia una correcta teoría del valor, aún hay rezagos de la concepción de la que Marx proponía. Todavía podemos encontrar muchas concepciones erróneas de valor en las discusiones contemporáneas de temas económicos.

La naturaleza subjetiva del valor de los bienes de consumo se extiende a todas las capas de los bienes de producción. Los bienes de producción tienen un precio de acuerdo con el valor estimado de los bienes de consumo que podrían producir. Por ejemplo, si tú conoces a alguien que cosecha tomates, los bienes de producción que podría utilizar son: azadón, recipiente para semillas, agua, tierra, palas, rastrillos, y todos los que se te puedan ocurrir. Ya que el tomate (que es el bien final) es de consumo, pero para producirlo, se tuvo que tener otros bienes (no de consumo).

Es cierto que los productos que requieren insumos de alto costo por lo general un precio más elevado a sí mismos. Como en el caso, que te puse sobre los tomates. Pero eso es porque, a menos que un producto puede costar un alto precio, los productores no van a usar insumos caros para hacerlo. Si la gente valora altamente los diamantes para joyería, nadie va a considerar el uso de ellos para ventanas normales, aunque puedan funcionar bien para ese propósito. No es el hecho de que los diamantes son caros que hace que los anillos de diamantes caro , es el hecho de que los anillos de diamantes de gran valor la gente que hace que los diamantes caro.

Cada persona aprecia o valora cada cosa según la capacidad de ese objeto para satisfacer una necesidad específica que esta tiene. En otras palabras, va ordenando las cosas según le sirven para aumentar su propio gusto. Por ejemplo, si luego de caminar hacia tu casa, en un medio día, y tienes en la mesa del comedor, una

*Coca-Cola*, una bolsita de Nachos Jalapeños y unas gomitas; primero ingerirás la bebida gaseosa, debido a que eso es lo primero que va a disminuir tu sed, luego comerás los nachos y por último los dulces.



La escala de valoraciones (como con la *Coca-Cola*, *Jalapeños* y *gomitas*), podemos verla en un ejemplo de los granjeros, ya que cada quien valora a la vaca por su leche, a la oveja por su lana, al ganso por su carne, a la gallina

por sus huevos y a las manzanas podridas porque la maestra las necesita y a cambio de ellas le dará cebollines para los huevos revueltos de su esposo.

Los ingleses, como muchas otras personas, piensan que el caballo vale más que la vaca, que la vaca vale más que la oveja y así con todo. Pero esa es “SU” valoración. Para muchos una gallina puede valer más que una oveja pero, depende de las valoraciones subjetivas. Como por ejemplo, si la quieren para hacer un buen caldo de gallina, y tienen a una oveja para sacarle la lana; el resultado es que van a valorar más a la gallina que a la oveja, aunque los dos animales nos puedan gustar.

Esta es la conclusión de por qué se cambian las cosas: alguien cambia algo cuando valora más lo que recibe que lo que entrega. Cuando alguien cambia su caballo por la vaca, él **valoró** más la vaca que recibió que el caballo que dio.



La razón por la cuál tienes los productos nuevos es porque siempre se valora más lo que se recibe que lo que se da.

La valoración que cada uno otorga a cada objeto va acorde a cultura, costumbres, necesidades, situación actual. En conclusión podemos decir que es una actitud que las personas toman ante los bienes o servicios.

Krause explica que la economía moderna se basa en que las personas cambian las cosas porque valoran más lo que reciben que lo entregado. El valor no puede “medirse”, depende de cada persona y todas las personas somos diferentes.

En la economía de mercado, la suma de las valoraciones de las personas se refleja en los precios.

# Glosario

- **Efectivamente.** Real, verdadero, que tiene un efecto.
- **Estafadas.** Defraudar, no ofrecer lo que se espera de algo.
- **Ornamentación.** Colocación de adornos para embellecer algo.
- **Posada.** Lugar o destino para albergar viajeros.
- **Paradoja.** Contradicción, al menos aparente, entre dos cosas o ideas.
- **Simultáneamente.** Que se hace u ocurre al mismo tiempo que otra cosa.
- **Utilidad:** Provecho, conveniencia, interés o fruto que se saca de una cosa.
- **Valoraciones.** Fijación o determinación de un precio a algo.

# Referencias

- Martín Krause, *La economía explicada a mis hijos*. 2003.
- Fernando Monterroso, *Lógica de la cooperación social*. 1995.
- Mark Skousen, *Economic Logic*. 2010.
- Imágenes: [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)