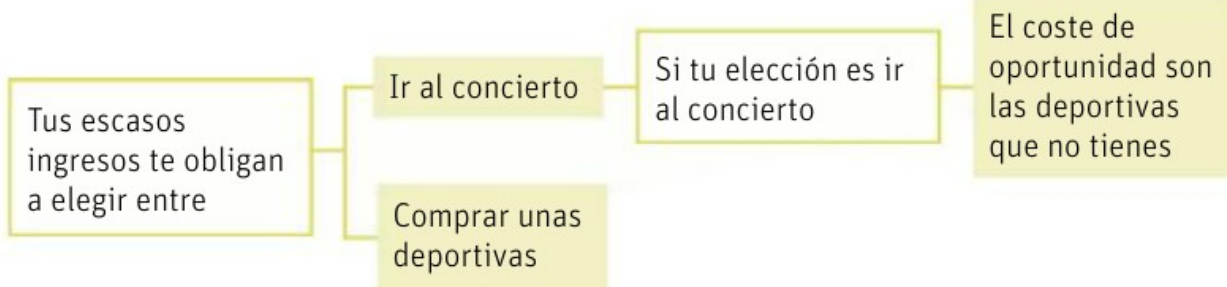


## PRIMER PRINCIPIO. EL COSTE DE OPORTUNIDAD DE NUESTRAS DECISIONES: “El que algo quiere algo le cuesta”

El **coste de oportunidad** de algo es aquello a lo que se debe renunciar para conseguirlo.



Un estudiante planea trabajar de canguro este fin de semana, pero una amiga le pide que vayan al teatro. ¿Cuál es el coste de oportunidad si decide ir al teatro?

## SEGUNDO PRINCIPIO: LOS COSTES IRRECUPERABLES: “A lo hecho, pecho”.

Los **costes del pasado** son costes irrecuperables y no deben interferir en nuestras decisiones actuales.



## TERCER PRINCIPIO: EL ANÁLISIS MARGINAL. “A vaquiña polo que vale”.

El **análisis marginal** supone que las personas toman sus decisiones sopesando los beneficios adicionales frente a los costes adicionales en el momento en el que se toma la decisión.

Por ejemplo, si necesitamos unas gafas graduadas, la decisión no está en comprar o no comprar, sino en si gastarnos más o menos. Una vez en la óptica, la oculista nos muestra un modelo que nos convence, pero por 100 euros más nos ofrece otro con lentes mejores. ¿Merece la pena pagar algo más (coste marginal de 100 euros) por un modelo que tiene algo mejor (beneficio marginal que supone ver mejor)? Si el beneficio es superior a su coste, debemos elegir esa opción.

### Un ejemplo: El dilema del dispositivo móvil

A Alberto se le ha roto el móvil y tiene que comprarse uno nuevo. Maneja dos opciones.

**Móvil BQ Aquarius:** cuesta 150 euros y Alberto cree que tiene todo lo básico para su día a día

**Móvil Samsung:** cuesta 400 euros. La cámara es mejor y también el sistema operativo.

Alberto tiene ahorrados los 400 euros, le apetece comprarse el Samsung, pero no quiere quedarse sin ahorros. ¿Qué debe hacer?

#### Solución

Alberto debe analizar el beneficio marginal y coste marginal. Es decir, el coste de repetir la acción una vez más. En este caso repetir la acción no es comprarse 2 móviles, sino que es comprarse un móvil más caro (el Samsung el lugar del BQ)

#### Beneficio Marginal comprarse Samsung

- Disfrutar de una cámara y sistema operativo mejor

#### Coste marginal comprarse Samsung

- 250 euros y quedarse sin ahorros

Como ves el beneficio marginal es aquello que mejora el Samsung al BQ. El coste marginal del Samsung no son 400 euros (que es el coste total), será los 250 que hay de diferencia. Dicho de otra manera, pasar del BQ al Samsung tiene un coste de 250 €

**Si para Alberto tener esa cámara y sistema operativo mejor vale 250 euros o más, debería comprar el Samsung. Si, por el contrario, vale menos de 250 euros, debería comprar el BQ**

Piensa en la compra de unos cascos de marca. ¿Te merece la pena pagar algo más (coste marginal) por tener esa marca (beneficio marginal)? Justifica tu respuesta.

## CUARTO PRINCIPIO: LAS PERSONAS RESPONDEN A INCENTIVOS. “¿Dónde va Vicente?. Donde va la gente”.

Cuando las personas cambian su comportamiento para obtener algún tipo de recompensa, se dice que responden ante **incentivos**.

**Los incentivos son muy importantes en economía.** Por ejemplo, cuando hace mucho calor las terrazas de los bares se llenan y las mesas dentro están vacías. En esta situación un bar pierde la mitad de su clientela posible. Un incentivo que a veces usan los bares es poner los precios de la terraza más caros, para así incentivar a la gente a entrar en el bar. Lo mismo hacen algunas tiendas como “telepizza” que cobran más barato sus productos si los recoges tú mismo y no pides que te lo lleven.

**Así cuando el Estado quiere desincentivar el consumo de algún bien (como el tabaco, muy perjudicial para la salud), lo que hace es aplicar un impuesto para encarecer el producto.** Si eres uno de esos insensatos que fumas, que sepas que de los 5 euros que cuestan algunas marcas de tabaco, 4 son de impuestos. Al aumentar los costes de fumar hay menos gente que lo hace. El Estado “castiga” la decisión de fumar aumentando sus costes. Este es uno de los motivos por los que mucha gente cambia su decisión de “fumar” a “dejar de fumar”.

### ESTUDIO DE CASOS El efecto manada

En una misma calle hay dos restaurantes italianos: Alba's y Beatrice. Ambos tienen platos muy similares y precios casi idénticos. Los dos comienzan a servir sus pastas a partir de las nueve de la noche y los dos se enfrentan a esta velada sin ninguna reserva previa en sus libros.

La crisis aprieta. Pero el capricho quiere que la primera pareja de viandantes que pasa por la puerta decida entrar en la opción A (Alba's), sin ni siquiera asomarse al segundo restaurante. Al cabo de un rato, una segunda pareja [...] pasa por la puerta del segundo, lo encuentra vacío y sigue andando. La compañía en el primero la lleva a quedarse ahí. A lo largo de la noche, otros comensales viven la misma sensación: se preguntan por qué está vacío uno de los dos locales y deciden entrar en el que tiene clientela.

Al terminar la noche, Alba's cierra una suculenta caja mientras que Beatrice tiene que cerrar sus puertas porque solo registra pérdidas. Lo que acaba de ocurrir es puramente aleatorio y nada tiene que ver con

la supuesta lógica que debiera regir una decisión económica. La casualidad ha querido que se opte por uno u otro y, tras ello, un efecto manada ha reforzado esa primera decisión. Quienes han optado por A y no por B simplemente razonan: “Si no hay nadie cenando en ese restaurante, por algo será”.

RUIZ, Javier: *Psiconomía*. Madrid, Aguilar, 2009.



- ¿Crees que el caso descrito se trata de un hecho fortuito o es más habitual de lo que parece?
- ¿Has tenido experiencias similares? ¿Qué ocurrió?
- ¿Qué estrategia podría seguir el restaurante Beatrice al día siguiente?



Elige entre las opciones que se presentan y comenta el coste de oportunidad de tu opción.

- a) Asistir o no a un partido para el que te han regalado la entrada.
- b) Quieres ir a un próximo concierto y puedes elegir entre comprar la entrada por internet, por 25 euros, o ponerte en cola unas dos horas para adquirirla por 20 euros.
- c) Imagina que a tu familia le toca un premio de 5000 euros y que tenéis que decidir entre un viaje de turismo o depositar el dinero durante un año en un banco que paga un tipo de interés del 5 %.

Señala ejemplos de cambios de comportamiento motivados por incentivos. ¿Cuáles son tus incentivos para estudiar? Hay muchas personas que colaboran como voluntarios en actividades humanitarias y ecológicas. ¿Cuáles crees que son sus incentivos?

Tu ayuntamiento debe decidir entre construir un polideportivo o un centro para mayores, pues su presupuesto solo le permite hacer una cosa. ¿Qué harías tú si tuvieses que tomar la decisión y cómo la explicarías a las personas afectadas? ¿Cuál es el coste de oportunidad si se decide construir el polideportivo?

Identifica qué principio sobre cómo elegir en economía ilustra cada uno de estos casos:

- a) Una persona gana 25.000 € por año en su actual trabajo, pero le ofrecen uno nuevo en el que le pagan 30.000 € por una hora más diaria.
- b) Hay restaurantes que siempre están llenos mientras que otros están medio vacíos.
- c) Para decidir cuántas horas semanales va al gimnasio, una alumna compara el beneficio para su salud de una hora más de ejercicio, con el efecto sobre sus notas de una hora menos de estudio.
- d) Hace un año te compraste una camiseta que no usas. Tu hermano te pide que se la regales y le dices que no, porque te costó muy cara.

El año pasado compraste por 100 € un reproductor de música que nunca usas. Uno similar costaría hoy 120 € nuevo, pero por el tuyo de segunda mano te darían hoy 50 €.

- a) ¿Cuál es el coste de oportunidad de mantener tu dispositivo?  
1) 20 €   2) 50 €   3) 100 €   4) 120 €
- b) ¿Cuál es el coste irrecuperable?  
1) 20 €   2) 50 €   3) 100 €   4) 120 €



- a) Ponte en el papel del chico y analiza el caso expuesto ateniéndote a los siguientes pasos:
  - ¿Cuáles son las opciones que tiene antes de tomar la decisión?
  - ¿Cuál es el coste de oportunidad de las distintas opciones?
  - ¿Qué otros motivos (incentivos) no económicos están influyendo en su decisión?
- b) Ahora ponte en el lugar de sus padres y contesta a las mismas cuestiones.
- c) Valora tú las distintas opciones y decide cuál aconsejarías como mediador en el conflicto.