

ACERCA DE LA CIENCIA ECONÓMICA

Balestri, L. A.²; Saravia, C. D.².

¹Profesor a cargo de la cátedra "Industrialización y comercialización de productos y subproductos pecuarios" Facultad de Ciencias Veterinarias (UNLPam). Doctor por la Facultad de Universidad de Córdoba (España).

² Docente del Área de Planeamiento y Gestión Empresaria de la Facultad de Ciencias Veterinarias de la UNLPam.

En los últimos tiempos, producto del advenimiento del paradigma global, y de las ideologías desprendidas de él, parece oportuno realizar una breve descripción de la naturaleza de la ciencia económica y el alcance de sus verdades, sobre todo destinado para aquellos no economistas.

Dentro del contexto científico, la economía debe ubicársela como una ciencia social: su objeto de estudio es el hombre, en especial su comportamiento al asignar recursos escasos para satisfacer necesidades múltiples. Este es el problema de la economía, tenemos múltiples y variadas necesidades y, como los recursos dispuestos son insuficientes para satisfacer a todas, obliga a seleccionar carencias.

Pero el hombre no está solo, vive en sociedad y toma sus decisiones en diversas organizaciones o instituciones desarrolladas en la historia. El problema planteado tiene su manifestación en el aspecto social: no sólo se deben satisfacer necesidades individuales sino, también, las colectivas que afectan a todo un conjunto de personas e, incluso, a toda una nación.

Existen diversas instituciones (caso familias concebidas como unidades de consumo, empresas como unidades de producción, sindicatos, gobiernos, mercados) que intentan resolver el problema económico de la escasez llevado al nivel social. A través de ellas se intenta dar solución a la asignación social de los recursos.

Por esto planteamos que la economía es una ciencia social, que estudia al hombre, a la sociedad y a las instituciones, en cuanto al comportamiento y modos para resolver problemas de recursos escasos frente a necesidades múltiples. Para ello utiliza el método deductivo trasladado desde las ciencias físicas, basado en axiomas o postulados. La ciencia económica intenta aislar fenómenos para estudiarlo; desarrolla modelos donde supone constantes algunas variables, y modifica otras, de modo de estudiar la relación existente entre ellas, intenta establecer relaciones funcionales entre las variables que permitan inducir determinados comportamientos.

Para llevar adelante los estudios, se desarrolló un modelo de hombre cuestionado desde muchas visiones filosóficas por su hedonismo egoísta, a quien se le supone una racionalidad muy fuerte que lo llevara a optimizar cada decisión.

Precisamente, este elemento básico del comportamiento, que optimice, del hombre condiciona alguno de los estudios. Ocurre que los comportamientos humanos son muy difíciles de estandarizar, frente a estímulos similares es probable que reaccionemos de manera diferente. Luego, la “*racionalidad optimizadora*” no siempre será válida, aunque los modelos mantengan algún tipo de efectividad.

Un segundo problema, de naturaleza similar en casi todas las ciencias sociales, tiene que ver con la neutralidad del científico que realiza el estudio. La economía recibe importantes aportes desde otras ciencias. El primero, y más importante, proviene desde las matemáticas, que le brinda el instrumental de análisis; son tan importantes las herramientas matemáticas que llevó a muchos a confundir su naturaleza científica, llegando a pensar que se está frente a una disciplina exacta.

A nuestro entender, existen relaciones “*orientadoras*” con determinadas disciplinas. Les asignamos este nombre porque pueden llegar a condicionar investigaciones y teorías. Todos tenemos una concepción filosófica, religiosa, política o ética y, aunque no queramos, es probable que veamos al hombre y sus instituciones a partir de ese axioma que condicionará las conclusiones. Esto explica porque, en el ámbito de las ciencias sociales, existen tantos puntos de vista y, frente a un mismo fenómeno, enfoques tan contrapuestos. En muchos casos, los supuestos, axiomas o postulados sobre los que se basa el desarrollo teórico, tienen ingredientes ideológicos donde cada autor apoya su visión de los hechos.

Tampoco podemos dejar de desconocer el efecto de los intereses individuales o grupales frente a un estudio. Galbraith (1979) respondió con sarcasmo frente a una consulta periodística, “*que cada economista respondía según quien le pagaba*”.

Aún así, los problemas detallados no invalidan los estudios económicos, sólo limitan el alcance de sus verdades. Si no hay neutralidad axiológica, las verdades deben interpretarse como relativas a un tiempo y espacio, y de alcance parcial. Como dice Fernández Pol (1986), el objeto de estudio son los procesos económicos de naturaleza compleja y variable; luego, sus verdades son parciales y relativas.

LA ASIGNACION DE LOS RECURSOS SOCIALES

En casi todo el mundo el problema social de la asignación de los recursos escasos se resuelve por el denominado “*sistema de mercado*”. El mercado es un ámbito al cual concurren productores (vendedores de bienes y servicios) y consumidores (compradores de los mismos). De su interacción surgen valoraciones de los bienes y servicios que reciben el nombre de *precios*, quienes indican el valor relativo de cada bien y la valoración social de los mismos, permitiéndose el intercambio. *Los precios son la base del sistema de asignación de los recursos.*

¿Cómo se forman los precios?, a través de la competencia y negociación entre los sujetos. Para explicarlo la ciencia económica desarrolló un modelo denominado “*competencia perfecta*”. Dicho modelo, de donde resulta una asignación eficiente de los recursos, tiene determinados requisitos para funcionar: ellos son competencia atomizada, transparencia, homogeneidad, libertad de ingreso o salida de empresarios y factores.

Debe existir *competencia atomizada*, tanto por la oferta como por la demanda. Significa que en el mercado deben existir tantos vendedores y compradores que el retiro de alguno de ellos, o su ingreso, no alterará la formación de precios. Si esta condición no se diera y alguna de las fuerzas concurrentes se concentrara adquiriendo posición de dominante, dentro de determinados límites podría formar el precio. Quiere decir que en competencia perfecta, el precio resulta del mercado y es una variable exógena para todos, pero cuando hay dominio de una de las partes, ésta fija el precio y la otra sólo es libre aceptante.

La *transparencia* indica que todos los partícipes del mercado deben conocer la misma información sobre concurrentes, calidades y precios. Si alguno de los partícipes conoce más información que otros, bajo determinadas condiciones, también podrá llegar a adquirir una posición de dominación que le permitiría formar el precio.

La *homogeneidad* significa que la calidad de los bienes en transacción debe ser similar. Si un bien es diferente o una empresa logra diferenciarlo, genera parcelas o segmentos del mercado, llamados producto – mercados, en los cuales puede, también, formar precios.

Si alguien forma precios, puede imponer condiciones, perdiéndose, así, la situación ideal donde el mercado es asignador de recursos de un modo eficiente. En términos

técnicos, cuando un mercado de competencia perfecta forma un precio, asigna recursos y evalúa la satisfacción de cada sujeto a través de lo que se denomina “excedente del consumidor” o “excedente del empresario”; cuando alguna de las fuerzas tiene posición de preeminencia y forma el precio, agranda su excedente, en desmedro del otro, y la asignación pierde eficiencia social en términos de Pareto.

A la institución económica llamada mercado concurren agentes tales como productores, consumidores, trabajadores y dueños del capital. Se supone que todos asumen un comportamiento racional por el cual optimizarán sus funciones. La optimización se alcanza cuando se cumple con los objetivos maximizadores: la empresa lo hará cuando alcance el mayor beneficio posible, a través de sus funciones de ingresos y costos, y el consumidor cuando haga máxima su función de utilidad. De esta interacción entre los sujetos que venden con los que compran, intentando maximizar sus funciones, más de la competencia entre todos ellos, se generan *los precios*. Esos precios son señales que inducen a determinados comportamientos que llevan a solucionar el problema de la asignación.

Los consumidores tienen necesidades que, según la cultura del sujeto en cuestión, se transformará en deseo. A partir de ella, define su función de utilidad. Pero se encuentra con una restricción: la cantidad de dinero disponible que le permita la adquisición. El ingreso es limitado y tiene una relación con el precio del producto deseado: queda, así, definida la *demanda*. En consecuencia, la demanda es una exposición de las preferencias del consumidor puesta de manifiesto a través de su “disposición a pagar”.

Los empresarios toman la información disponible de los consumidores, principalmente el precio, y organizan el sistema productivo. Se transformarán en oferentes de bienes y, según la tecnología utilizada, en demandantes de factores productivos.

La concurrencia de los demandantes y oferentes al mercado produce la competencia. Los productores compiten por vender sus productos y lograr los factores necesarios para la producción; los demandantes compiten por lograr productos y ofrecer sus servicios. En la interacción se llega a un acuerdo por precios y cantidades. Allí, el mercado está en equilibrio y forma el precio. El precio define cuánto se compra de cada producto o servicio; la perspectiva futura de precios define cuánto se irá a producir de cada bien. Cuando se dan las condiciones de la competencia perfecta la asignación de recursos es eficiente.

El problema, como habíamos visto, está centrado en *que casi nunca existe el mercado de competencia perfecta*, por dos razones: imperfecciones del mercado, por incumplimiento de algún requisito de la competencia perfecta, y por fallos del mercado en bienes que no lo tienen.

Son muy pocas las ocasiones donde el mercado funciona en competencia perfecta. En la mayoría de los casos lo hace en un amplio abanico de formas de competencia imperfecta, tanto en los mercados, de bienes y servicios, como en el de los factores, por la presencia de monopolios, oligopolios, diferenciación de productos, falta de información, rigideces en el mercado de trabajo y de capital, intervención de los gobiernos, entre otras causas.

La ciencia económica ha desarrollado la teoría de la competencia imperfecta que estudia la formación de precios en estas condiciones, donde se demuestran la pérdida de eficiencia en la asignación de recursos como consecuencia de la falta de competencia. Es probable que después de la actual andanada de ideología liberal “endiosando” al mercado, sea tiempo de recordar la función de “estado gendarme” de los mercados, a la cual aludía el padre de la economía clásica Adam Smith.

Los fallos del mercado se refieren a todo un conjunto de bienes que, por carecer de mercado en el cual intercambiarse, carecen de precios. Este es el caso de los llamados bienes públicos, los recursos comunes o las externalidades. Los estudios, en este caso, son realizados por la llamada “economía ambiental” que intenta desentrañar las razones por la cual el desarrollo económico suele ser incompatible con la conservación del ambiente.

BIBLIOGRAFIA

1. Azqueta, D. (1994) “*Valoración económica de la calidad ambiental*”. Mc Graw Hill, Madrid, España.
2. Fernández Pol, J. (1986). “*Economía para no economistas*”. Editorial Tesis. Buenos Aires, Argentina.
3. Fischer, S., Dornbusch, R., Schmalensee, R. (1996) “*Economía*”. Mc Graw Hill, Madrid, España.
4. Galbraith, J. K. y Salinger, N. (1979) “*Introducción a la economía*”. Grijalbo, España.
5. Mochón, R. y Beker, V. (1973) “*Economía, principios y aplicaciones*”. Mc Graw Hill, Madrid, España.