

Economía política

Práctica tema 1

Texto para lectura: la economía de la escasez y un ejemplo con el iPod

Uno de los principios básicos de la economía es la escasez. En el mundo hay muchos bienes disponibles, algunos en grandes cantidades y otros en menores, pero todos ellos finitos (a excepción de algunos como el aire que, de momento, no tenemos que pagar). Pero lo que hace a un determinado producto o servicio escaso, desde el punto de vista económico, es la diferencia entre la oferta y la demanda del mismo, es decir, la diferencia entre los que hay disponibles en el mercado y los que quieren adquirir las personas. Esto, evidentemente, tiene también una relación con el precio, ya que cuanto más escaso sea un determinado producto o servicio, más podremos cobrar por él.

Algo que llama la atención de una compañía que cuida tanto todo como Apple es el gran problema de abastecimiento con el que está azotando a gran parte del mundo con sus productos. Basta con intentar comprar un iPod Video o un iPod Nano en cualquier tienda... imposible, están todos agotados. ¿Tan mal predice la demanda el equipo de marketing de Steve Jobs? No es probable. ¿Qué pasa entonces?

Está claro que Apple no ha vendido nunca en su historia como está vendiendo ahora, pero los aumentos en su capacidad productiva son salvables, sobre todo sabiendo que su producción se realiza en otros países como China. Probablemente tenga que apretar a sus proveedores de componentes, pero tampoco parece que esto sea lo que hay detrás de este fallo en el abastecimiento de la demanda. ¿Qué es lo que ocurre entonces?

Apple vende a través de sus distribuidores y directamente online, y desde el Apple Store se puede comprar un reproductor cuando todavía no lo tiene ninguna tienda oficial. ¿Está Apple intentando canibalizar su canal de distribución tradicional?

La demanda de un producto está también asociada a la disponibilidad del mismo, es decir, que si sabes que algo lo puedes tener hoy pero quizás mañana no, probablemente tu decisión de comprar cambie. El modelo de rotación de Zara se basa precisamente en esto. ¿Estará creando Apple una escasez para incrementar el deseo de sus productos por parte de los consumidores?

El ciclo de vida de un iPod (o de muchos productos de Apple) es bastante corto (en algunos casos puede llegar a ser inferior a un año) por lo que las personas que siempre quieren tener el último deben estar renovándolo continuamente; los que hayan comprado el modelo antiguo justo antes de que la compañía anuncie que sale a la venta el nuevo se sentirán frustrados por haber adquirido un producto obsoleto (una palabra que le gusta mucho a Steve Jobs). ¿Dificultará Apple la adquisición de sus productos a propósito para siempre tener una base de clientes dispuestos a comprarse uno?

Igual es sólo un problema de previsiones erróneas e incapacidad productiva temporal, pero no está demasiado claro. Lo que si está claro es que Apple, con la gran demanda que tiene, podrá subir considerablemente los precios del iPod, y no lo hace. ¿Será una estrategia o un simple problema tradicional?

Tras leer el texto anterior, contesta a lo siguiente en el espacio máximo de una hoja por una cara:

¿Qué diferencia hay entre escasez, desabastecimiento y pobreza?

¿Cómo calificarías lo que ocurre con los Ipod de Apple?