

«CAÑONES O MANTEQUILLA» 0, ¿QUÉ ES EL COSTE DE OPORTUNIDAD?

Saber cómo funcionan los rudimentos básicos de la economía es fundamental, porque lo queremos o no en nuestra vida cotidiana tenemos que tomar decisiones económicas. En el libro **¿CAÑONES O MANTEQUILLA? RESPUESTAS DE ECONOMÍA PARA NO ECONOMISTAS** hacemos una aproximación a éstas y otras cuestiones importantes de la maravillosa ciencia que es la economía.

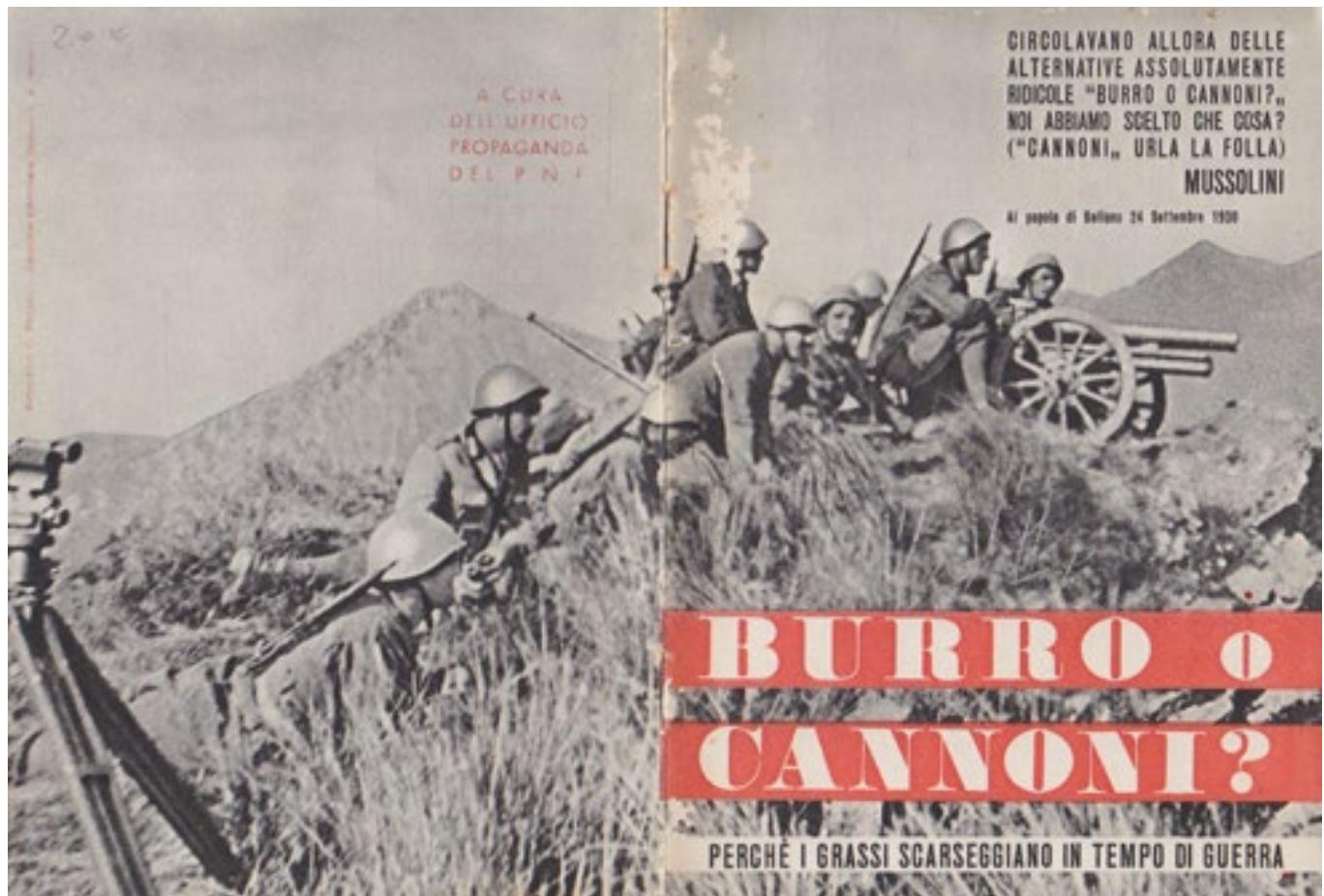
El **coste de oportunidad** ha existido desde el principio de los tiempos pero el primero en describirlo conceptualmente fue David Ricardo (1772-1823), en sus *Principios de economía política y tributación* (de 1817), si bien más adelante hubo otros que se dieron a la tarea de completar la teoría, entre los que destaca Friedrich von Wieser, en su *Teoría de la economía social* (de 1914). Cuando tenemos que valorar y elegir una opción entre varias, el coste de oportunidad es aquello a lo que renunciamos tras haber tomado una decisión y se puede determinar tanto en términos monetarios como no monetarios (como el tiempo). En realidad se puede aplicar a todo aquello que es escaso porque las personas, empresas e instituciones interactúan para **maximizar los beneficios**. Cada agente valorará más o menos sus decisiones económicas, todo lo cual son las **preferencias**. Por lo tanto, al preferir una opción sobre otra estamos obligados a tener que asumir el coste derivado por haberla elegido, así como también el coste por haber descartado el resto.

El profesor **Paul Anthony Samuelson** (1915-2009) fue uno de los economistas más notables de la segunda mitad del siglo XX. En 1948 publicó su *Curso de economía moderna*, un manual de referencia en los cursos introductorios de la

materia (ha tenido 19 ediciones) y donde se formulaba la pregunta **«¿dónde debemos invertir los recursos, en cañones o mantequilla?»**, aunque la idea original no fue suya, se remonta a la década de 1910.

A principios del siglo XX Chile era el principal exportador de nitrato de sodio, imprescindible para la fabricación de pólvora pero también de fertilizantes agrícolas. Tras el estallido de la I Guerra Mundial este país se declaró neutral, y a pesar de que en ningún momento suspendió el suministro de minerales, en Estados Unidos se percataron de la posición de vulnerabilidad en la que se encontraban. Al principio del conflicto la mayor parte de la opinión pública estadounidense pensaba que esta era una guerra europea y por tanto no había motivos para participar, pero sólo era cuestión de tiempo que cambiara de parecer. En previsión de ese momento el senador Ellison D. Smith (de Carolina del Norte) presionó al gobierno de Woodrow Wilson y al Congreso para que se tomaran cartas en el asunto, y así se hizo. En 1916 se promulgó la *Ley de Defensa Nacional*, la cual entró en vigor en septiembre de 1917, algo tarde porque desde el 4 de abril el país se había sumado a la contienda. Lo más relevante de esta ley era una disposición que facultaba al Departamento de Agricultura para incentivar la producción de nitratos, en tiempos de paz para los fertilizantes y en tiempos de guerra para disparar las municiones. La frase **«cañones o mantequilla»** se atribuye a William Jennings Bryan, secretario de Estado (equivalente a ministro de Asuntos Exteriores) en la Administración de Wilson. Luego se popularizaría a golpe de titulares en los periódicos de la época, al nombrarla como la *Ley de cañones o mantequilla*.

Con el tiempo la frase fue utilizada en otros contextos. El 17 de enero de 1936 el ministro de propaganda nazi, el siniestro Joseph Goebbels,



“Elegir entre «cañones o mantequilla» es una cuestión de maximización de beneficios y significa que elegimos lo que más nos interesa o nos gusta, aunque las otras opciones nos interesen y nos gusten, sólo que algo menos.

pronunció en un discurso, «Lo podemos hacer sin mantequilla, pero a pesar de todo el amor que tenemos por la paz, no lo podemos hacer sin armas. Uno no puede disparar con mantequilla, pero sí con cañones». También se

atribuye a Hermann Göring haber dicho, «Los cañones nos harán fuertes; la mantequilla sólo nos hará más gordos» (y que conste que él tenía un sobrepeso importante). El régimen fascista de Benito Mussolini distribuyó carteles con el mensaje «Burro o cannoni?» con el objetivo de explicar a los italianos por qué en tiempos de guerra escaseaba la mantequilla y de paso pedir comprensión y sacrificio para la mayor gloria de la patria. Por último, en 1976 Margaret Thatcher en un discurso dijo, «Los soviéticos antepusieron las armas por encima de la mantequilla, pero nosotros pusimos casi todo antes que las armas».

En cualquier caso, elegir entre «cañones o mantequilla» es una cuestión de **maximización de beneficios** y significa que elegimos lo que más nos interesa o nos gusta, aunque las otras opciones nos interesen y nos gusten, sólo que algo menos. Si nos detenemos a pensar sobre esta cuestión comprobaremos que todo el tiempo tenemos que elegir: un sábado por la noche elegimos quedarnos en casa a estudiar para el examen del lunes o salimos con los amigos; decidimos estudiar la carrera de Filología Eslava que nos apasiona o la de Empresariales que ofrece más oportunidades profesionales; decidimos levantarnos temprano para llegar antes que

el jefe o preferimos dormir media hora más... En todos estos ejemplos nos encontramos ante una disyuntiva que nos obliga a **elegir entre lo que más nos gusta y lo que más nos conviene**, lo cual, a final de cuentas tiene implicaciones económicas.

Por ello, ante la pregunta «¿Por qué el pollo cruzó la carretera?» la respuesta es obvia, porque quería ir al otro lado, bien para conseguir alimento, resguardo o motivado por instintos de su naturaleza, así que buscaba maximizar sus beneficios (en Estados Unidos la broma «*Why did the chicken cross the road?*» es muy popular y ha dado pie a todo tipo de historietas humorísticas). En 1776 salió a la luz la obra cumbre de Adam Smith, *Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, donde puso en valor los incentivos que tenemos para actuar por el «bien de los demás». Dice: «No confiamos en cenar por la bondad del carnicero, el cervecero o el panadero, sino por su deseo de avanzar y en su propio interés». En efecto, el panadero hace el esfuerzo de levantarse de madrugada y mientras el resto aún duerme, porque sabe que si el pan no está listo a primera hora de la mañana los compradores se marcharán a otra parte. En resumen, los incentivos

hacen que la gente haga cosas, son parte de los ***Animal Spirits*** de los que nos habló John Maynard Keynes en 1936. ■

Sergio A. Berumen

Autor de los libros *Competitividad y desarrollo local*, *Introducción a la economía internacional*, *Estructura económica de la Unión Europea*, *Cambio tecnológico e innovación en las empresas*, *La política de la competencia en Europa*, *Los métodos de decisión multicriterio y su aplicación al análisis del desarrollo local*, *Los sistemas de innovación en Europa*, *Crisis monetarias y financieras. Lecciones para el futuro* y *Lecciones de economía para no economistas* de ESIC Editorial.

