

LUGARES Y CONSUMIDORES: ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE UNA GEOGRAFÍA ECONÓMICA

Dionisio Alfaro Rodríguez*
dalfaro@una.ac.cr

Fecha de recibido: 03 de setiembre 2006 / Fecha de aceptación: 6 de marzo 2007

Resumen

Este artículo trabaja el concepto de utilidad de la economía y aplica su método a la utilidad de lugares, concepto típico de la geografía; acerca también, el trabajo científico de economistas y geógrafos. Se considera, entre otros aspectos, la relación unidades de consumo y lugar; asimismo, se construye la función de utilidad de lugar. Se define los factores del nivel de utilidad, y se apoya el análisis en la clasificación de los bienes propio de la economía y la clasificación de los lugares propio de la geografía. Además, se apoya el análisis con los mercados segmentados y mercados separados geográficamente, para diferenciar los lugares asociados a niveles de consumo, gustos y preferencias. Por último, se hace referencia a las características de la demanda en la accesibilidad de los lugares.

Este artículo tiene la intención de revivir vínculos entre economía y geografía económica, especialmente, porque la dinámica espacial de las unidades de consumo ha cambiado en el capitalismo global.

Palabras claves: Economía espacial, geografía económica, utilidad de lugar, función de utilidad, demanda, mercados segmentados geográficamente, unidades de consumo, distancia, clasificación de bienes, accesibilidad de lugares.

Introducción

El presente artículo presenta la utilidad de lugar para las unidades de consumo. Se considera que el concepto de lugar es de uso común en geografía, y el concepto de utilidad es de uso común en la economía. La economía espacial y la geografía económica insisten que cada lugar tiene dentro del espacio geoeconómico un uso y un valor, y sobre todo, tiene un precio, el cual mantiene todas las particularidades de un mercado, un mercado típicamente espacial. Para las unidades de consumo, el lugar demandado

significa resolver la distancia a los centros de trabajo, a los centros de educación y a los centros de consumo.

Para desarrollar la utilidad de lugares, en este documento se presenta: primero, la relación unidades de consumo y lugar; segundo, la función de utilidad; tercero, los factores del nivel de utilidad; cuarto, la clasificación de los bienes y los lugares: mercados segmentados y mercados separados geográficamente; quinto, los efectos de las características de la demanda en la accesibilidad de los lugares, sexto, los efectos de las

* Escuela de Ciencias Geográficas, Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar, Universidad Nacional

características de la demanda en la accesibilidad de los lugares.

Este artículo tiene la intención de revivir vínculos entre economía y geografía económica, especialmente, porque la dinámica espacial de las unidades de consumo se abandona por parte de la economía y por parte de la geografía del consumo.

Las unidades de consumo y su lugar

Suponiendo que “las opciones o decisiones de los consumidores son el motor del ciclo de la actividad económica” (Claval. 1980), y con el principio de que los consumidores tienen un comportamiento racional, se establece una relación singular para la economía espacial, el lugar dónde se realiza el consumo. Esto significa, dice Claval “que los consumidores son capaces de clasificar los bienes por orden de preferencia y que su clasificación es lógica”, desde su lugar de residencia, desde el cual pueden acceder al mercado.

Las unidades familiares o unidades de consumo eligen un lugar; este tiene dentro de sí una utilidad, también llamada utilidad del consumidor. “La actuación de los consumidores parece estar guiada, en gran parte, por el principio de utilidad, o grado de satisfacción obtenida en el acto de consumo, una vez descontados los costes e incomodidades a que debieron enfrentarse para su realización: pago de los bienes y servicios adquiridos, tiempo de desplazamiento.” (Méndez. 1998: 44)

Los mecanismos de mercado ayudan a comprender diversos fenómenos de interés geográfico, como la distribución espacial de las actividades y las funciones/uso del suelo urbano y su utilidad, en directa relación con los precios del suelo (lugar) o precio de los inmuebles. En la economía capitalista, el suelo o lugar es considerado, ante todo, como una mercancía; por esta razón, su valor y, en consecuencia, los usos o funciones de utilidad que se le asignan están regulados de forma prioritaria por los mecanismos del mercado. Esta asignación es el resultado de la competencia entre usos potenciales, regida por algunos principios fundamentales:

- Todo suelo o lugar, desde una parcela o un solar concreto a un área más extensa, tiene unas determinadas propiedades (valor agronómico, accesibilidad, tamaño y forma, etc.) las cuales atraen de modo diverso a potenciales ocupantes. Entre estos, aquellos que estén dispuestos a pagar un precio más alto -porque esperan obtener un mayor rendimiento/utilidad o tienen recursos superiores- excluirán a los restantes consumidores del mercado.
- Unas necesidades similares en unidades de consumo, con parecidas características, (nivel de renta o beneficios, gustos y preferencias, pautas culturales, lugar de trabajo, lugar de estudio, etc.) provocarán una repetición de comportamientos espaciales traducidos en ciertas tendencias dominantes de localización y ciertas formas habituales de segregación socio espacial.
- Se afirma, según el comportamiento del mercado, que cuanto mayor sea la demanda en relación con la oferta de suelo o de lugares, mayores serán los precios de venta, y, con ello, la intensidad de uso del suelo para compensar y rentabilizar esos elevados costes, pues los patrones de uso del suelo y los valores de este serán siempre recíprocamente determinantes.
- Todo proceso de revalorización o desvalorización del suelo, o del lugar por actuaciones tendientes a modificar su oferta y demanda (mejora de infraestructura, cambios en la oferta) traerá consigo cambios de uso o cambio en las funciones que cumple ese lugar.

El suelo -o lugar- tiene -o puede tener- diferentes usos que no son excluyentes: alojamiento, de uso exclusivo, una localización mejor o peor -respecto los lugares de trabajo-, zonas comerciales, servicios sociales, familia y amigos, una localización más o menos próxima a los focos de polución, zonas de aglomeración, zonas de delincuencia, una localización con respecto a una vecindario que tiene características físicas,

sociales y simbólicas (estatus social), entre otras cosas. (Harvey. 1979: 165)

No obstante, el mercado del suelo está sometido a numerosas restricciones e imperfecciones que se alejan de la competencia perfecta, en consecuencia, su oferta está segmentada y resulta, en ocasiones, bastante inelástica; pudiendo limitarse artificialmente la oferta, mediante la retención especulativa por parte de los propietarios a la espera de elevar su renta, o bien, por una insuficiente calificación para determinados usos en el planeamiento urbanístico, lo que puede originar fuertes aumentos de precio si la demanda es elevada. (Méndez. 1998: 44)

La función de utilidad del lugar

La sola mención a las unidades de consumo no lleva al concepto de demanda. Si la oferta está al lado de la producción, la demanda está al lado del consumo; por lo que todas las consideraciones de la demanda son válidas para su interpretación.

Las unidades de consumo en la economía capitalista constituyen las familias. Por supuesto la familia es distinta de una sociedad a otra; de un país a otro; de una región a otra; de un lugar a otro. Es la familia, a través de la cual se administra la renta o los beneficios, por lo que puede variar y contener características especiales. Sin embargo, el sistema capitalista busca convertir a cada individuo en una unidad de consumo, incluidos niños y ancianos; de esta forma, las unidades de consumo en muchos casos se convierten en individuos.

Las unidades de consumo manifiestan su racionalidad a través de la elección y sus decisiones en:

- La necesidad de renta o beneficio determinado por el lugar de trabajo (T) donde obtiene su renta o sus ingresos indispensables.
- La asignación de las rentas en el tiempo.
- La gama de bienes y servicios para cubrir sus necesidades de consumo, para reproducir, esencialmente, su capacidad de trabajo.

Estas necesidades, y la gama de consumo de bienes y servicios están en función, también, de la elección de un lugar, y se manifiesta través de cuatro necesidades:

- La necesidad residencial (R) constituye, en sí, el lugar o suelo donde construye el inmueble llamado vivienda (bien de consumo duradero). Donde realiza las demás necesidades básicas, como abrigo, es propiamente a partir de la cual se desarrolla la utilidad de lugar residencial.
- La necesidad de educación (E) visto como un servicio al que normalmente debe desplazarse para recibirla.
- La necesidad de recreación (RE) y esparcimiento al que también debe desplazarse, en algunos casos, a distancias enormes.
- La necesidad de consumo de bienes finales duraderos y perecederos con variabilidad de desplazamiento, (distancia o recorrido entre el lugar de residencia y el lugar de adquisición o consumo del bien), de distancias cortas y medias. Comúnmente, la oferta de bienes de consumo final perecedero debe estar muy cercana a las familias o zonas residenciales, no necesariamente, así los bienes duraderos.

Todas estas necesidades constituyen la Función de Utilidad de las unidades de consumo. Esta función se puede resumir de la siguiente manera:

$$FU: F (R + C + E + RE)$$

En el sistema económico espacial, encontramos los objetos que pueden ser fijos, como las viviendas, y los flujos de población o consumidores que se desplazan para obtener trabajo, bienes y servicios. Entre el lugar de residencia (la vivienda o residencia) y todos los otros lugares donde se ubica el trabajo, y todos aquellos bienes y servicios, existe una distancia y unas redes de comunicación (medio sobre el cual se da la movilidad) que las une, y a través del cual el consumidor

debe desplazarse. Este desplazamiento tiene un costo - precio o tarifa de transporte - y un tiempo de recorrido.

De este modo, la Función de Utilidad de Lugar supone dos costos importantes: por un lado, el precio del suelo / vivienda; y por otro, los costos del transporte (distancia por el costo kilómetro del transporte $d*ct$) que asumen la familia diariamente, por semana o por mes, para cada uno de los miembros de la familia. Suponiendo la distancia y los costos del transporte (ct) como parte de la Función de Utilidad de Lugar, y suponiendo los costos de transporte como una función lineal de la distancia, se expone así:

$$FUL: F(V(u) + T(u) + T(d*ct) + C(u) + C(d*ct) + E(u) + E(d*ct) + RE(U) + RE(d*ct))$$

Donde:

- FUL** = Función de Utilidad de Lugar
- V** = cantidad de vivienda, incluyendo el suelo
- T** = cantidad de renta o beneficio obtenido por la familia
- RE** = cantidad de recreación y esparcimiento
- E** = cantidad de educación
- C** = cantidad de consumo de bienes finales duraderos y perecederos
- u** = precio unitarios de cada unidad de bien o servicio
- d** = distancia

ct = costo / precio del transporte por kilómetro recorrido

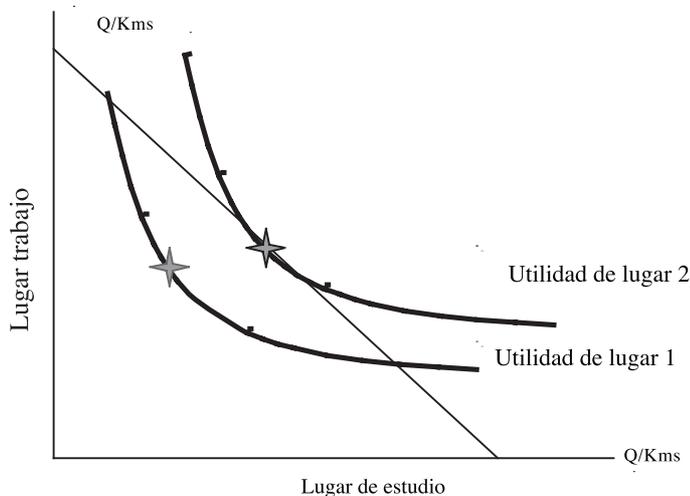
De acuerdo con la variabilidad regional y social de las características, así será la familia y la función de utilidad de lugar. En la figura 1, se presenta la utilidad de lugares alternativos según niveles de renta distintos, considerando el lugar de trabajo y el lugar de educación que permitiría la escogencia de lugares con utilidad mayor o menor.

Esta función de utilidad se construye; además, según características importantes de la familia, como lo son:

- Características demográficas de la familia: número de miembros, edades, sexo, educación, etc.
- Nivel de rentas o beneficios de la familia: rentas o beneficios totales. Ésta constituye la recta de presupuesto (Figura 1). Esta renta o renta de presupuesto es elegida, según la familia, por una gama de bienes y servicios, sobre los cuales tiene una racionalidad.
- Gustos y preferencias de la familia.
- Características culturales.

Figura 1

Utilidad de lugares alternativos



Una vez obtenido un nivel de renta o beneficios, las familias determinan a partir de sus gustos y preferencias, cuál es la utilidad, en un lugar máximo, a la que podrían alcanzar; es decir, cuál es el suelo o inmueble que puede adquirir, y desde allí, se definen todos los desplazamientos, costos de transporte y tiempo implicados en esa localización.

Factores del nivel de utilidad según el lugar de residencia

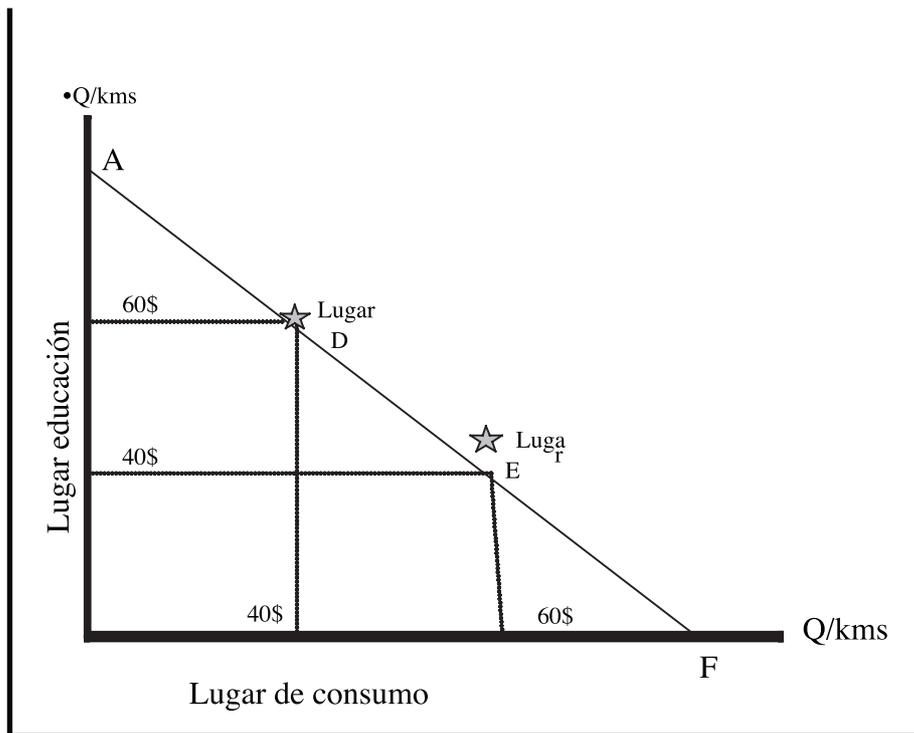
La elección del consumidor será la combinación de máxima utilidad de bienes y servicios

obtenidos en un lugar. La persona elige una cesta de consumo de una forma que logre el máximo nivel de utilidad o de bienestar, dada la restricción presupuestaria, indicada por la recta de balance presupuestaria (Figura 2). La recta de balance supone que el consumidor no podrá elegir una cantidad de bienes ni una utilidad de lugar menor a su capacidad de presupuesto.

Por consiguiente, la máxima utilidad de lugar constituye la localización de su residencia; es decir, la compra de una cantidad de vivienda y de suelo que le permita maximizar la accesibilidad; en otras palabras, minimizar los costos implicados en las distancias al trabajo, a la educación, al consumo general de bienes y servicios, y a la recreación.

Figura 2

Lugares elegidos según asignación de la renta en el balance de presupuesto



RECTA O BALANCE DE PRESUPUESTO DEL CONSUMIDOR. El consumidor se encuentra inicialmente en el lugar D (a una distancia menor y más cercana al lugar de educación) de la recta de balance AF, la cual corresponde a una renta de \$100: adquiere \$60 en educación y \$40 en otros bienes de consumo; o bien, puede ponderar y clasificar de manera distinta los intereses sobre el lugar donde se localizan los centros educativos, el lugar de educación, o el lugar del consumo, y localizarse en el lugar E, y la cantidad de renta asignada a educación es de \$40 y la cantidad de renta asignada a consumo es de \$60.

La utilidad de lugar supone conocer el modelo de elección del consumidor, este modelo se puede interpretar a través de:

- El consumidor acepta, como dados, los precios a los que puede comprar los bienes y servicios, y sobre todo, los precios del suelo o inmueble.
- El nivel de renta alcanzado y su renta disponible para gastar.
- La distribución de la renta según características de la familia, y los gustos y preferencias según la clasificación de los bienes y servicios, de acuerdo con una racionalidad y lógica familiar. Esto implica una clasificación de lugares potenciales donde es posible comprar.
- La accesibilidad manifiesta en los precios o costos de transporte que asume la familia para romper la distancia, y alcanzar los bienes y servicios.
- El consumidor elige su cesta de consumo, esta incluye el lugar, con vistas a maximizar su satisfacción, o como se denomina utilidad. (Fischer y Dornbusch. 1986: 105-106)

Los precios dados y el nivel de renta constituyen la restricción presupuestaria, esta se define como la combinación de bienes, servicios y costos de transporte que puede pagar y comprar el consumidor. La función de utilidad constituye la combinación posible de bienes y servicios que puede comprar a una determinada distancia. ¿Cuál es la combinación de bienes y servicios accesibles para una familia en el centro del mercado, una familia a 10 kilómetros o una familia a 30 kilómetros? ¿Cuáles combinaciones de bienes son posibles a distintas distancias o localizaciones?

La restricción presupuestaria afirma que la suma de las cantidades gastadas en cada bien, más el costo del transporte, (precio * cantidad del bien) + costo del transporte) es igual a la renta.

También, “describe las combinaciones de bienes que puede comprar el consumidor” (Fischer y Dornbusch. 1986. p 106). La restricción presupuestaria indica: se obtiene más de un bien a costa de tener menos de otro. Así pues, hay una disyuntiva, y el consumidor no puede tener todo los bienes, viajar, o ir de compras a cualquier lugar. Existe, entonces, un problema de elección por parte del consumidor, en términos de la cantidad de cada uno de los bienes y servicios, así como la distancia y lugares (mercados) donde los adquiere. La recta de balance o línea presupuestaria muestra las combinaciones máximas de cantidad y lugar de educación, lugar de trabajo, y la distancia máxima (el lugar o mercado) donde los obtiene; dada una renta y los precios a los que compra. Para nuestro ejemplo, la recta de balance de presupuesto representa la combinación de dos bienes en términos de cantidad (educación y consumo) y de distancia.

La posición y pendiente de la renta de balance (Figura 1 y 2), mediante las dos intersecciones, como los ejes, los puntos A y F, respectivamente. El punto A representa la Escuela o colegio preferido al cual puede viajar (cantidad máxima de educación) y aquello que puede comprar con ese presupuesto. En el otro extremo, punto F, es en donde toda la renta se dedica a comprar otros bienes de consumo (duradero y perecedero). Los puntos A y F muestran el poder adquisitivo, en términos de educación, y otros bienes a una distancia dada, y a unos precios vigentes. Esta línea presupuestaria significa que para adquirir determinada cantidad de educación y bienes, debe realizarse - desplazarse - a una distancia del lugar de residencia.

El cuadro 1 y 2 supone diferentes niveles de renta o recta de balance de presupuesto superior a distintas distancias del centro de mercado. Así pues, con distancias superiores al centro de mercado, supone que para adquirir una determinada cantidad de bienes y servicios, conforme se aleja del centro, mayor es la cantidad de presupuesto que debe dedicar al costo del transporte.

Cuadro 1

Utilidad de lugar. Distribución de la renta según combinación de bienes y servicios

	Lugar residencia		Lugares de:							
	Vivienda	suelo	Trabajo/renta \$		Educación		Consumo		Recreación	
				Utilidad total	Costo Total	Utilid. E		Utilid C		Utilid RE
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	500	500	100	100	400	400	0	0
3	0	0	1.000	500	300	200	600	200	100	100
4	1.500	0	2.000	1.000	100	-200	400	-200	0	-100
5	2.000	0	3.000	1.000	200	100	600	200	200	100
6	3.000	500	5.000	2.000	400	200	800	200	300	100
7	3.000	500	8.000	3.000	1.500	900	2.000	1200	1.000	700
8	4.000	2.000	12.000	6.000	2.000	500	2.500	500	1.500	500
9	4.000	2.000	15.000	3.000	2.000	0	3.500	1000	3.500	2.000
10	4.000	2.000	16.000	1.000	2.000	0	4.000	500	4.000	500
11	4.000	2.000	18.000	3.000	2.500	0	5.500	1500	4.000	0
12	5.000	3.000	20.000	2.000	2.500	0	5.500	0	4.000	0
13	5.000	3.000	25.000	5.000	3.500	0	7.000	1500	7.500	3.500

Cuadro 2.

Utilidad de lugar. Distribución de la renta según combinación de bienes y servicios con inclusión del costo del transporte

	Lugar		Lugares de:							
	Vivienda	suelo	Trabajo renta \$		Educación		Consumo		Recreación	
			ULR	CT	ULE	CT	ULC	CT	ULRE	CT
1	0	0	0		0		0		0	0
2	0	0	500	100	100	0	300	25	0	0
3	0	0	1.000	100	300	0	500	25	100	0
4	1.400	0	2.000	100	100	0	400	25	0	0
5	1.900	0	3.000	100	200	0	600	25	200	25
6	2.750	500	5.000	250	400	50	800	50	300	25
7	2.750	500	8.000	250	1.500	100	2.000	50	1.000	200
8	3.750	2.000	12.000	250	2.000	100	2.500	50	1.500	300
9	3.750	2.000	15.000	250	2.000	100	3.500	150	3.500	1.500
10	3.600	2.000	16.000	300	2.000	150	4.000	150	4.000	2.000
11	3.600	2.000	18.000	300	2.500	150	5.500	200	4.000	2.000
12	4.600	3.000	20.000	400	2.500	150	5.500	350	4.000	2.000
13	4.600	3.000	25.000	400	3.500	150	6.000	350	7.500	3.500

Fuente: Elaboración propia.

CT: Costo de Transporte. ULT: Utilidad de Lugar Trabajo. ULE: Utilidad de Lugar Educación. ULC: Utilidad de Lugar Consumo. ULRE: Utilidad de Lugar Recreación.

La distribución de la renta según combinación de bienes y servicios en utilidad de lugar, donde se obtiene la utilidad según los aumentos de renta, cuadro 1. Esta utilidad es variable y diferencial según la importancia o peso de cada bien o servicio. La utilidad más alta se da cuando la familia llega a una renta de 25.000, la recreación aumenta en 3.500; la utilidad de consumo llega más alta cuando la renta es de 18.000, la utilidad es de 1500. La renta más alta de educación es de 900 cuando ésta llega a 8.000. La utilidad de lugar en la compra de –primer bien duradero– vivienda es de 3.500 cuando se tiene unos ingresos de 5.000 y de 2.500; cuando el ingreso es de 6000 compra una segunda casa.

Dos conceptos inseparables e importantes sobre la línea de presupuesto son: primero, la combinación de cantidad máxima de bienes y servicios, y segundo, la distancia máxima a la que el consumidor puede viajar para adquirirlos; es decir, la cantidad demanda y la distancia máxima a un nivel de renta, y un nivel de precios dados. (Fischer y Dornbusch. 1986: 108)

Afirmamos a una distancia determinada, porque el sitio escogido como residencia supone una distancia o accesibilidad a los centros de bienes y servicios, sobre todo al trabajo, la educación y la recreación. Esta distancia y accesibilidad supone unos costos relativos al transporte.

La utilidad de lugar se define como la combinación de accesibilidad al consumo, al trabajo, a la educación y a la recreación, como actividades fundamentales de la familia. La elección del lugar forma parte de la función de utilidad de la familia.

La primera unidad consumida suele apreciarse mejor que la última unidad de la misma mercancía o servicio consumido. Una familia racional ordenará y clasificará los bienes y servicios, aquellos accesibles en un lugar determinado. La utilidad de lugar se define como una mayor cantidad de bienes y servicios, la cual, comparativamente, puede disponerse en un lugar en relación con otro. Cualquier cambio en los precios relativos de estos, incluyendo el precio relativo del transporte, alterará la satisfacción y las cantidades de bienes comprados. (Fischer y Dornbusch. 1986: 110) (Burgos. 2003: 213-214).

La clasificación de los bienes y los lugares: mercados segmentados y mercados separados geográficamente

La distribución de la renta, según características de la familia, sus gustos y preferencias, según la clasificación de los bienes y servicios, debe asignar una porción para cubrir los costos del transporte. En economía pura, se supone, el precio incluye los costos de transporte, pero para nuestro análisis, consideramos el costo del transporte como un precio relativo más. Para el análisis estático, consideremos los costos o precios del transporte como *ceteris paribus* para los demás factores.

Separamos el precio, tarifa o costo de transporte para determinar la distancia máxima, o umbral de la demanda del consumidor, al que puede tener accesibilidad para adquirir los bienes y servicios. Esto supone que, a una renta dada en un lugar de residencia y los precios de los bienes dados en un lugar de producción o mercado, el precio o costo relativo de transporte aumenta el precio final o precio total del bien o servicio.

Al incorporar en el análisis el costo o precio relativo del transporte, se puede afirmar que los mercados –además de estar segmentados– están espacialmente separados, son mercados segmentados y separados geográficamente. Esto permite la afirmación: la oferta espacial de los bienes y servicios están jerarquizados, lo cual supone, tal y como lo señala la teoría de lugar central, que los bienes de bajo orden - de consumo frecuente - se encuentran en todos los centros poblados, y conforme el bien sea de mayor orden o jerarquía, solamente se puede adquirir en ciudades de mayor escala urbana.

Los bienes de alto orden o alta jerarquía son poco frecuentes en su uso, por consiguiente, la familia solo incluye, dentro de la canasta familiar, en la línea de presupuesto, estos bienes y servicios en algunos casos, específicamente una vez al año. La combinación y elección de estos, según la utilidad de lugares, considera que esta combinación y elección del consumidor debe incluir el precio relativo del transporte. Asimismo, la familia al clasificar los bienes, según sus gustos y preferencias, y sobre todo con la renta disponible, también

debe incluir la distancia que debe recorrer y el precio relativo del transporte, el cual se adiciona al precio final del bien o servicio. Los bienes de bajo orden, pan o alimentos básicos, sólo pueden ser adquiridos a cortas distancias y con costos de transporte muy bajos.

Esta clasificación de bienes y servicios incluye la distancia y el costo del transporte. Conforme el bien aumenta de jerarquía, y solamente es de oferta de una ciudad distante hacia donde el costo del transporte aumenta, a no ser que la localización residencial sea en el centro del mercado, la utilidad de lugar es óptima en cuanto a la no inclusión del costo del transporte; además, la disponibilidad de los bienes y servicios es mayor.

La accesibilidad –punto más cercano a los mercados de bienes y servicios– se manifiesta en los precios o costos de transporte asumidos por la familia para romper la distancia y alcanzar los bienes y servicios. Esta accesibilidad incluye el factor espacio/distancia en la que están disponibles. Cada bien o servicio tiene una distancia máxima a la que puede estar disponible, llamada umbral de distancia del bien; más allá de ésta, el consumidor considerara como muy oneroso su adquisición. Conforme se aleja del lugar de residencia para adquirir el bien, el precio final empezará a aumentar por el precio relativo del transporte. Una vez superado este umbral de distancia del bien, en el cual el consumidor estaría dispuesto a adquirirlo, se convierte este en otra área de mercado. Se separan los mercados para el consumidor y para el oferente; estos serán mercados geográficamente separados, a los cuales el consumidor solo tiene acceso a uno de ellos.

Adicionalmente –a la separación geográfica de mercados– podemos realizar el análisis económico de mercados segmentados, definidos estos como la capacidad que tiene una familia, según su renta o balance de presupuesto, para adquirir una gama, mayor o menor, y diferenciada, de bienes y servicios. Por lo tanto, con una renta disponible, la familia consumidora en el mercado podrá elegir, o adquirir, grupos de bienes. De esta manera, los de mayor renta o ingresos podrán adquirir una gama mayor y de mejor calidad que las familias de ingresos o rentas menores.

Esta segmentación afecta también el mercado de lugares. Las familias de mayores ingresos o rentas podrán adquirir, competitivamente, los mejores lugares residenciales –de mayor utilidad–, y quienes posean ingresos menores comprarán los lugares de menor utilidad (menor calidad ambiental) a mayor distancia o mayor costo de transporte, y un inmueble en menor cantidad y calidad.

Esta segmentación de mercado residencial es una forma de mercado espacial segmentado o segregado –comúnmente señalado en ciencias sociales– que separa grupos sociales o segregación socio espacial. La utilidad de lugares es una combinación de mercados socialmente segmentados y mercados geográficamente separados. En verdad, los mercados geográficamente separados son una forma de segmentación de mercados. Segmentar el mercado, según la distancia geográfica –o distancia relativa por la accesibilidad– a la que se encuentra el consumidor, o desde la cual puede adquirir una gama de bienes y servicios.

Indudablemente, en esta función de utilidad de lugares, es importante los distintos tipos y medios de transporte, pero una vez que el precio relativo del transporte dobla el precio inicial en el mercado o lugar de adquisición de producción o fábrica, el consumidor considera el efecto sustitución.

La accesibilidad del consumidor al mercado, a través de los precios relativos del transporte y sus distintas modalidades o incluso intermodalidades (automóvil, bus, tren, taxi) en una ciudad o entre ciudades, tiene tarifas no proporcionales basadas en las economías de escala en el transporte, estas permiten –sobre todo en la actualidad– la disminución de las distancias en términos de tiempo y del precio relativo mismo. Por lo que, bienes y servicios, que hace 10 años no eran posibles de consumir por la distancia y el tiempo, ahora son posibles.

Esta relatividad del espacio y sus distancias –expresados en la canasta familiar en los costos de transporte y el tiempo– por supuesto, ha permitido cambiar la clasificación familiar de los bienes y los servicios que pueden adquirir, e incluir mercados más lejanos; sobre todo ahora que las compras por Internet y mercados virtuales permiten comprar bienes en todo el mundo, por

supuesto, asumiendo los costos del transporte y comunicación.

La utilidad del lugar ha cambiado sustancialmente, sobre todo cuando las ciudades –en términos de sus distancias interiores– por la congestión y la extensión, requieren recorrer mayor distancia o dedicar más tiempo para acceder al trabajo, la educación, la compra de bienes, el uso de los servicios, la recreación y el turismo. Lo anterior se expresa en los conceptos de sitio y situación. La residencia o la escogencia del lugar –el sitio– donde construir o comprar una vivienda, así como una cantidad de suelo o parcela, se da en un sitio; como señalamos al principio con ciertas características naturales, de forma y tamaño, y situación o entorno que le permite una accesibilidad a la oferta de los bienes y servicios a una distancia determinada.

Con todos estos elementos, se puede diferenciar los lugares de acuerdo con distintas utilidades: utilidad del lugar en trabajo (ult), utilidad del lugar en educación (ule), utilidad del lugar de consumo (ulc), utilidad del lugar de recreación y esparcimiento (ulre) y utilidad de lugar en

salud (uls). Según el lugar o la zona geográfica seleccionada como residencia familiar se podrá ponderar las utilidades, o se podrá obtener, según la expresión de ecuación de la utilidad con la combinación de bienes y servicios.

Esto significa que el consumidor valora o selecciona las utilidades particulares o segmentadas, además obtener una utilidad total. La utilidad lugar total es cuando las familias buscan una localización residencial que les ofrezca el nivel más elevado de satisfacción. No obstante, la decisión de localización residencial solamente se elige unas cuantas veces en la vida familiar, por lo que las características de las familias –señaladas anteriormente– sobre las decisiones de localización y de escogencia de utilidad de lugar son fundamentales para las unidades de consumo.

Se presentan tres cuadros ejemplificadores del consumo y la combinación -bienes y servicios- según distintas rentas, según distintos lugares y la incorporación del costo del transporte de acuerdo con cada bien. Para esto, un breve análisis de los cuadros:

Cuadro 3

Utilidad de tres lugar alternativos.
Distribución de la renta según combinación de bienes y servicios (del centro hacia la periferia)

Lugar	Lugar		Lugares de:			
	Vivienda	Suelo	Trabajo/ Renta \$	Educación	Consumo	Recreación
Renta O Beneficios De \$ 3.000						
1	1.000	500	3.000	300	1.000	200
2	500	500	3.000	500	1.000	500
3	500	300	3.000	500	1.500	700
Renta O Beneficios De \$ 5.000						
1	2.000	500	5.000	600	1.500	400
2	1.000	500	5.000	900	2.000	600
3	800	250	5.000	750	2.000	1.000
Renta O Beneficios De \$ 8.000						
1	2.500	800	8.000	1.700	2.000	1.000
2	1.500	800	8.000	1.700	2.500	1.000
3	1.500	300	8.000	2.000	3.000	1.500

Fuente: Elaboración propia.

- Distribución de la renta según combinación de bienes y servicios en utilidad de lugar con inclusión del costo del transporte, cuadro 2. Cuando se incorpora el costo del transporte, la utilidad de lugar, para cada uno de los bienes, constituye el costo de transporte mínimo. Conforme el costo de transporte disminuye, la utilidad aumenta o se mantiene. Así, para la educación, la utilidad disminuye en 150 cuando el ingreso es de 16.000. Para el consumo, conforme aumenta, también lo hacen los costos de transporte. La utilidad del lugar de trabajo es muy alto con ingresos bajos; conforme aumenta la renta, disminuye proporcionalmente, pero siempre se mantiene en aumento el monto absoluto dedicado al transporte. Esto significa que varía el tipo o medio de transporte. El costo del transporte aumenta para recreación cuando la renta se hace de 15.000, se traslada a lugares más distantes para hacer recreación, posiblemente turística.
- Distribución de la renta según combinación de bienes y servicios en utilidad de tres lugares alternativos, cuadro 3. Si los lugares 1, 2 y 3 se ubican del centro de la ciudad -o mercado- a la periferia, suponemos que la asignación de las rentas al trabajo (viajes), la educación, el consumo, y la recreación varían, no solo por gustos o preferencias, sino por costos diferenciales que implica el transporte.

Los efectos de las características de la demanda en la accesibilidad de los lugares

Para fines de la economía espacial y territorial, se deben considerar como importante, los factores de variabilidad de la demanda, pues también se convierten en criterios para la determinación de la utilidad de lugares:

- I. El efecto sustitución y el efecto renta
- II. El precio de la accesibilidad y el costo de la proximidad

El efecto renta es una subida -o bajada- del precio relativo (del bien o del transporte). Es el ajuste del consumo de bienes, a la reducción o aumento, del poder adquisitivo de la renta. Una subida o bajada del precio relativo del transporte tiene un efecto en la cantidad de bienes y la distancia que aumenta o disminuye el poder adquisitivo.

El efecto sustitución de una variación del precio (del bien o del transporte) es el ajuste de la composición del gasto del consumidor a la variación de los precios relativos. Variantes en el tipo de transporte y sus tarifas, así como las distancias (especialmente en relación con el costo de oportunidad del tiempo de recorrido) crean ajustes en la composición del gasto del consumidor con respecto a la variación de los precios relativos, vía efecto del costo del transporte.

La utilidad de lugar se define como una mayor cantidad de bienes y servicios que pueden disponerse en un lugar en relación con otro. Cualquier cambio en los precios relativos de los bienes y servicios, incluyendo el precio relativo del transporte, alterará la satisfacción y las cantidades de bienes comprados. Es poco común que los consumidores lleguen a satisfacer, en un estrecho radio, sus múltiples necesidades; debido a esto, en el interior de la zona residencial se ven obligados a hacer incesantes desplazamientos. La búsqueda de la localización, la cual permita obtener la utilidad máxima, se traduce en movimientos migratorios a larga distancia. Los medios y tipos de transporte han ampliado la posibilidad y la distancia de los desplazamientos, extendiendo, sustancialmente, la utilidad de lugares e incluyendo los desplazamientos por turismo.

El efecto sustitución puede llevar a una familia a reconsiderar la utilidad del lugar, ante múltiples lugares de residencia con múltiples utilidades, variación del costo de transporte y de los tiempos de recorrido. Puede presentarse que una familia, según sus gustos o preferencias, características demográficas y sobre el nivel de renta, permita cambiar del lugar de residencia. Esto lo llamaremos efecto sustitución de lugar, pues la residencia es parte de los bienes que se pueden adquirir con la línea de presupuesto. Los efectos de los cambios de la renta y de los precios crean cambios en la combinación de bienes y servicios

elegidos por el consumidor, incluyendo cambios en la función de utilidad máxima total alcanzada por cada familia. Así pues, con una variación en la renta –mayor o menor– la familia podrá decidir localizar su residencia en un nuevo lugar. En la gama de bienes y servicios, la familia tendrá que ponderar a cuáles bienes y servicios tiene acceso desde el lugar escogido; además, deberá efectuar las sustituciones correspondientes: más recreación y esparcimiento a menos bienes y servicios disponibles, más educación por menos consumo, una vivienda pequeña o una vivienda de mayor dimensión, mayor tiempo de traslado o de menor viaje.

Cuando hay muchos bienes, caso típico del sistema capitalista, con variación constante de sus precios, además con distintas posibilidades de localización de residencia de la familia, a distintas distancias del centro de mercado, existe la posibilidad de que algunos bienes se consuman conjuntamente, pues, se da la posibilidad de la complementariedad. Esta constituye un ajuste de la demanda en respuesta a las variaciones de los precios espaciales. Esta complementariedad entre los bienes y sobre todo en los servicios, es común en las localizaciones o lugares elegidos para residir; sobre todo en la demanda agregada, la cual permite actividades espacialmente complementarias, la educación especializada en turismo y las actividades de este. La localización y el punto central del mercado tienen una relación directamente proporcional: a mayor distancia mayores costos de transporte y mayor consumo de gasolina o diesel.

Igualmente, en un territorio de muchos bienes, el alza de los precios –de una o algunas mercancías– llevará a las familias a sustituirla por otro (s) bienes; inclusive, el consumidor sustituirá los bienes utilizados conjuntamente con el bien caro, aún cuando no hayan variado de precio. El aumento de los precios conlleva que, de acuerdo con la clasificación de los bienes y servicios disponibles en un mercado, la función de utilidad de lugar pueda variar en su composición. (Fischer y Dornbusch. 1986: 116-117)

El efecto sustitución en la localización de la residencia, por ejemplo, en el punto central del mercado o más lejos, establece una relación inversamente proporcional: más cerca del mercado

supone –de acuerdo a los precios o costos de una residencia– una menor cantidad de vivienda en metros cuadrados y área de lote; conforme se aleja del mercado supone una cantidad de vivienda y lote mayor. La cantidad de metros cuadrados en vivienda y lote es mayor, se sustituye los costos del transporte por área de vivienda.

Los cambios en la localización de las actividades económicas implican cambios en las oportunidades de trabajo. Esto significa que la redistribución de la renta se da a partir de distintas modalidades. Desde el punto de vista macroeconómico, vía efectos territoriales, conforme la ocupación de nuevos sitios se impone, invariablemente, nuevos costos y beneficios sobre los lugares que ya han sido desarrollados.

El precio de la accesibilidad y el costo de la proximidad

La accesibilidad a las oportunidades de trabajo, a los recursos, a la educación, al consumo, a los servicios sociales y a la recreación sólo puede ser obtenida pagando, y este precio es comparado, en general, con el costo de la distancia que hay que ahorrar, al tiempo utilizado en ello, etc. Por consiguiente, todo estudio sobre la accesibilidad requiere que contestemos una pregunta fundamental con respecto al significado de la “distancia” y el “espacio”. (Harvey. 1979: 53-54)

El término proximidad de efectos es estar junto a algo que la gente no utiliza directamente, por ejemplo, junto a una fábrica que contamina, la cual impone un costo, llamado costo de la externalidad negativa. Al cambiar la forma espacial de una ciudad, cambiando la localización de las actividades económicas y la oferta de bienes y servicios, las vías y rutas de transporte y la localización de las fuentes de trabajo, cambiamos también el precio de accesibilidad y de proximidad de las familias. (Harvey. 1979: 53-54)

Estos efectos, también llamados efectos de externalidad –positivos o negativos–, al ser interiorizados se convierten en costos, cuando son negativos, o ganancias adicionales cuando son positivos. Por ahora, solo será necesario

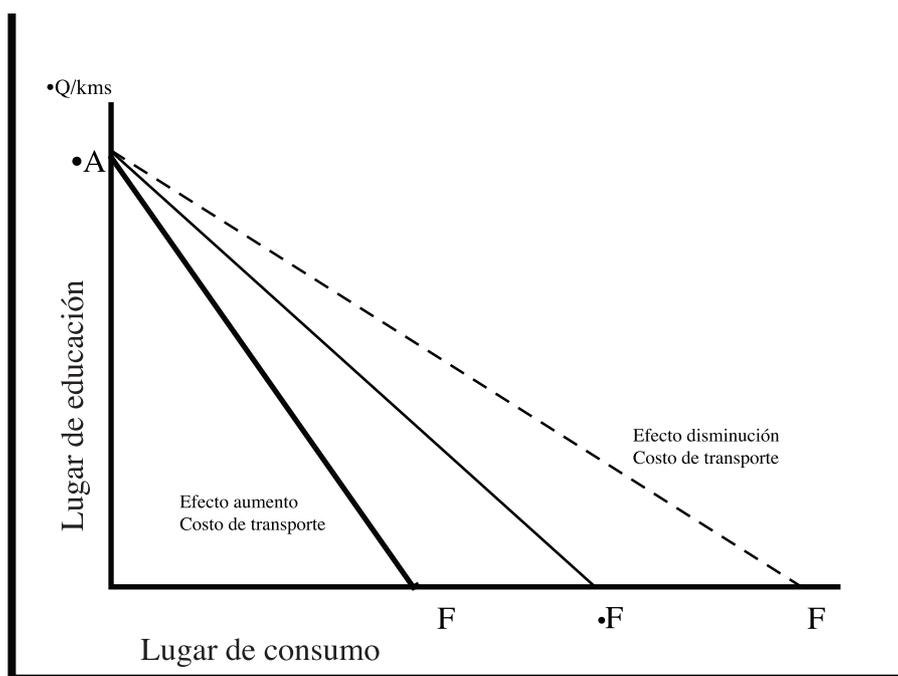
considerar que cada lugar tiene dentro de sí, su propia accesibilidad y proximidad, o efectos positivos o negativos de esta.

En cuanto a la función de utilidad de lugar Total, puede verse mejorada o empeorada con el tiempo; ya que, es el conjunto de objetos espaciales y su disposición, y las actividades económicas

que contienen, las que determinan la condición o localización relativa de la residencia de la familia y su utilidad de lugar. En este documento, solamente, nos preocupamos por la accesibilidad y su efecto en la utilidad de lugar, como el efecto monetario del costo de la distancia sobre la distribución de la renta familiar.

Figura 3

Utilidad y balance de presupuesto. Efecto de aumento de los costos de transporte en el consumo



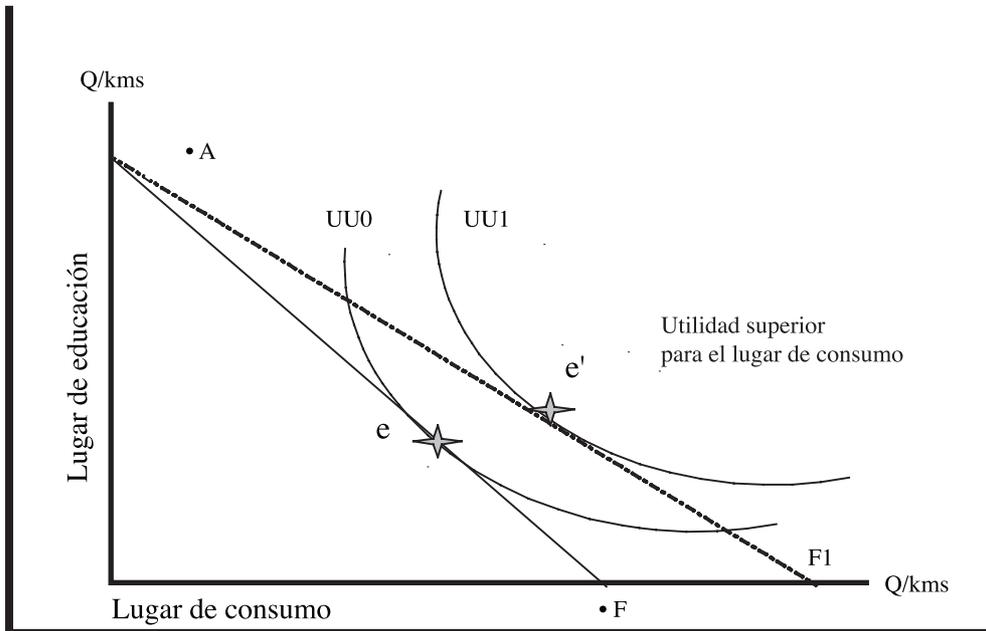
CAMBIO EN LOS PRECIOS RELATIVOS DEL TRANSPORTE O CAMBIO DE LUGAR DE RESIDENCIA. UTILIDAD DE LUGARES ALTERNATIVOS. El cambio en los precios relativos de los bienes y servicios hace variar la cantidad en que se puede adquirir y aumentar el nivel de satisfacción. Respecto del lugar de residencia, la variación –disminución– de los precios (costos) del transporte y del lugar de consumo, posibilita al consumidor para que pueda dedicar el monto de disminución del transporte al consumo; la renta de presupuesto se mueve a F1, con la posibilidad en la compra de una mayor cantidad de bienes y servicios.

Otro efecto de la disminución del costo del transporte es que, por una parte, el consumidor puede ubicar su residencia (efecto sustitución de lugar) más distante del mercado o por el contrario, los consumidores más lejanos se puedan

incorporar al mercado. Por el contrario, se puede dar el efecto de aumento de los costos de transporte, por lo que la recta de balance de presupuestos se posiciona en F2, disminuyendo la cantidad disponible de renta para consumo.

Figura 4

Utilidad de lugar y balance de presupuesto. Efecto del aumento de los costos de transporte en el consumo



MUESTRAS DE INDIFERENCIA: UTILIDAD DEL CONSUMO MÁXIMA. Curva de indiferencia: Una curva de indiferencia muestra todas las cestas de consumo entre las cuales el consumidor es indiferente, debido a que le reportan el mismo nivel de utilidad. El efecto de disminución de los costos del transporte, para viajar a los lugares de consumo, hace posible alcanzar una mayor cantidad de bienes y servicios, porque la cantidad de renta dedicada al transporte, ahora se puede dedicar al consumo. La curva de indiferencia, UU1, es la más elevada, ahora puede alcanzar al consumidor, dada la nueva recta de balance AF1. Cualquier punto situado en AF se encontraría y alcanza una curva de indiferencia más baja; por lo tanto, el punto e' es el nuevo punto de consumo. Debido a la forma en que se han trazado las curvas de indiferencia, se disminuye la cantidad demandada para Educación, comparativamente, pero la cantidad demandada de CONSUMO es mayor en e' que en e.

Bibliografía

- Burgos. 2003. Microeconomía ejercicios y prácticas. Instituto de Estudios de Trabajo IESTRA Universidad Nacional. Heredia Costa Rica.
- Chisholm. 1985. Geografía y economía. Editorial Oikos-Tau S. A. Colección Ciencias Geográficas. Barcelona España. 1985
- Claval. 1980. Geografía económica. Editorial Oikos Tau. Barcelona España.
- Harvey. 1979. Urbanismo y desigualdad social. Editorial Siglo XXI México.
- Fischer, y Dornbusch. 1986. Economía. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España.
- Polése. 1998. Economía regional y urbana. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo. Editorial Tecnológica de Costa Rica / Libro Universitario Regional LUR. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica.
- Méndez. 1997. Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global. Editorial Ariel Geográfica. Barcelona España.
- Rosales. José. 2002. Elementos de microeconomía. Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.