

## XV. EL MERCADO

### 1. Introducción

La Economía del mercado es un sistema económico de división del trabajo *basado* en la propiedad privada de los factores de producción. Cada individuo, dentro de tal sistema económico, actúa según su propio interés; sin embargo, al atender sus propias necesidades satisfacen las necesidades de los demás.

Este sistema económico se halla gobernado por el mercado. El mercado impulsa las actividades de la gente por aquellos caminos que mejor permiten satisfacer las necesidades de los demás. La mecánica del mercado funciona sin necesidad de compulsión ni coerción. El Estado no interfiere en la mecánica del mercado, ni interviene en aquellas actividades de los ciudadanos; *que encamina* el mercado. La acción estatal *ejerce* sobre la gente únicamente para prevenir actuaciones que o perturben el funcionamiento del mercado. Protege y ampara la vida, salud y propiedad de los individuos contra las agresiones que con violencia o fraude puedan ingeniar enemigos internos o externos. Así, el Estado crea y mantiene un ambiente social que permite operar pacíficamente a la economía de mercado. La economía de mercado es un sistema económico donde ningún dictador gobierna, donde no hay jerarquía económica que señale a cada uno su tarea, obligándolo a cumplirla. Todo el mundo es libre; la gente se integra, por voluntad propia, en tal sistema de cooperación. El mercado guía a la gente, mostrándoles cómo podrán alcanzar mejor su bienestar; y el bienestar de los demás. Todo lo dirige el mercado, única institución que ordena el sistema en su conjunto, dotándolo de razón y sentido.

El mercado es un proceso puesto en marcha por la actuación de individuos que cooperan bajo el régimen de división del trabajo. Los juicios de valor de los individuos, y las actuaciones generadas por esas apreciaciones, son las fuerzas que determinan la disposición continuamente cambiante del mercado. La situación queda, en cada momento, reflejada en la estructura de precios, es decir, en el conjunto de tipos de cambio que genera la mutua actuación de todos aquellos que desean comprar o vender. Todo fenómeno de mercado puede *retrotraerse* a precisos actos electivos de quienes actúan en el mercado.

El proceso del mercado hace que sean mutuamente cooperantes las acciones de los miembros de la sociedad. Los precios ilustran a los productores acerca de qué, cómo y cuánto debe producirse. El mercado es el punto donde convergen las actuaciones de la gente y, al mismo tiempo, el centro donde se originan las actuaciones.

Conviene distinguir la economía de mercado de aquel sistema de cooperación social bajo un régimen de división del trabajo, en que la propiedad de factores de producción corresponde al Estado. Este sistema se denomina economía socialista. La economía de mercado y la economía socialista son términos *opuestos*. La producción la dirige el mercado o la dirige el Estado.

El sistema económico en que (en una sociedad basada en la propiedad privada de factores de producción) algunos factores de producción sean administrados o poseídos por el Estado no constituye sistema intermedio, combinatorio del socialismo y economía de mercado. El que el Estado posea y administre determinadas empresas no

empaña las características de la economía de mercado. Dichas empresas, poseídas y administradas por el Estado, están sometidas a la mecánica del mercado, a la soberanía del mercado. Han de acomodarse, al comprar factores de producción, y al vender sus productos. Están sometidas a la ley del mercado y, por tanto, a la voluntad de los consumidores (que pueden libremente acudir a esas empresas o rechazarlas) esforzándose por conseguir ganancias o, al menos, evitar pérdidas. La administración podrá compensar sus pérdidas con fondos estatales; sin embargo, ello no suprime ni *palía* la supremacía del mercado; las *consecuencias* se desvían hacia otros sectores. Porque los fondos que cubran esas pérdidas habrán de ser recaudados mediante impuestos; y las consecuencias que esos impuestos provocarán en la sociedad y en la estructura económica; son consecuencias previstas por la ley del mercado. Es la operación del mercado la que decide en quién incidirá, al final, los impuestos y cuáles son o no los efectos de estos impuestos sobre la producción. De ahí que es el mercado que determina el resultado y las consecuencias de las empresas públicas.

Las empresas estatales al comprar y vender en el mercado, se relacionan con la economía de mercado. Testimonia la realidad de esa relación; el que efectúe sus cálculos en términos monetarios. Así, recurren a los instrumentos intelectuales de la economía de mercado.

El cálculo monetario es la base intelectual de la economía de mercado. Los objetivos que persigue la acción humana, bajo cualquier sistema económico de división de trabajo, serán inalcanzables si se prescinde del cálculo económico. La economía de mercado calcula mediante precios monetarios. El que sea posible calcular, predeterminó la aparición de la economía de mercado y condiciona su funcionamiento.

## 2. Capital y Bienes de Capital

Nuestros antepasados se preocuparon por producir herramientas merced a las cuales podían atender sus más urgentes necesidades; después recurrieron a métodos que les permitieron, primero, ampliar la producción alimenticia; para luego ir satisfaciendo necesidades cada vez más elevadas hasta atender las necesidades típicamente humanas. Se alude a este proceso; al decir que el hombre, a medida que prospera, va recurriendo a métodos de producción más complejos, que exigen mayor inversión de tiempo; demora compensada por la mayor producción o la mejor calidad que cabe conseguir gracias a esos nuevos métodos.

Cada paso que da el hombre hacia un mejor nivel de vida se ampara en previo ahorro, es decir, en la anterior acumulación de las necesarias provisiones merced a la cual es posible ampliar el período temporal que media entre el inicio del proceso productivo y la obtención del bien listo para ser consumido. Los bienes así acumulados representan: etapas intermedias del proceso productivo (herramientas y productos semielaborados); o bienes de consumo; que permiten al hombre abandonar sistemas de producción de menor período temporal e inferior productividad, por otros sistemas que, exigen mayor inversión de tiempo y superior productividad; sin que la ampliación del plazo productivo obligue a quienes participan en el mismo a desatender sus necesidades. Denominamos bienes de capital a esos bienes acumulados. Por ello se dice que el ahorro y la consiguiente acumulación de bienes de capital son la base de todo progreso material y el fundamento de la civilización.

El concepto de capital es la base del cálculo económico. El concepto de renta se deduce del concepto de capital.

Cuando aludimos a los conceptos de capital y renta, estamos distinguiendo entre medios y fines. La mente del individuo, al calcular, traza una línea divisoria entre bienes de consumo que piensa destinar a la inmediata satisfacción de sus necesidades y bienes - entre los que puede haber bienes de consumo- que, previa oportuna manipulación, le servirán para atender futuras necesidades. Así, distinguir entre medios y fines nos lleva a distinguir: entre consumir e invertir; entre hogar y empresa, y entre gasto familiar y fondos de mercado. La suma resultante de valorar, en términos monetarios, el conjunto de bienes destinados a inversiones es el punto de partida donde arranca el cálculo económico. El fin inmediato de la inversión consiste en incrementar, o al menos en no disminuir, el capital poseído. Se denomina renta aquella suma que, sin reducción del capital originario, puede ser consumida en cierto período de tiempo. Si lo consumido supera a la renta, la diferencia se denomina consumo de capital. Por el contrario si la renta es superior al consumo, la diferencia es ahorro. Calcular con precisión *a cuánto* asciende: la renta, el ahorro o el consumo de capital; es uno de los cometidos de mayor transcendencia del cálculo económico.

El pensamiento que hizo al hombre distinguir entre capital y renta; está implícito en el *premeditar* y *planear* la acción. Los antiguos agricultores ya intuían las consecuencias que provocarían; si recurrían al consumo de capital. El miedo del cazador de matar la vaca preñada y la prevención que sentían los más crueles colonos contra la tala de árboles frutales; son consideraciones mentales que formulan quienes razonan en el sentido que nos viene ocupando. Pero sólo la gente que puede aplicar el cálculo monetario; está capacitada para percibir la diferencia entre un bien y los frutos

obtenidos de ese bien. Sólo a esa gente le cabe formular tales diferencias; al enfrentarse con las cambiantes situaciones de la industrialización altamente desarrollada, y con la complicada estructura de la cooperación social montada sobre cientos de miles de especializadas actuaciones y cometidos.

Si, a la luz de los sistemas contables, contempláramos las economías de nuestros antepasados, diríamos que también ellos utilizaban "capital". Cualquier Contador podría contablemente ponderar aquellos enseres que le servía al hombre primitivo para la caza, pesca, agricultura y ganadería; siempre que conociera los precios correspondientes. El "capital" constituye categoría de toda producción. El concepto de capital sólo cobra trascendencia cuando la gente que actúa libremente (dentro de un sistema social basado en la propiedad privada de factores de producción) pretende enjuiciar y ponderar sus planes y actuaciones; el concepto de capital se fue, poco a poco, precisando a medida que el cálculo económico progresaba en unidades monetarias.

Se denomina capital a aquella cantidad dineraria dedicada en un momento determinado a específico negocio; resultante de deducir *del* valor *total* monetario del activo; el valor total monetario de los *débitos*.

Los comerciantes, que sentaron las bases del cálculo económico; incluyen en el concepto de capital; el valor de los terrenos y edificios en sus contabilidades. Los agricultores conceptúan sus terrenos como capital. Son pocos los agricultores que aplican a sus actividades las normas de contabilidad. La mayoría de los agricultores no toman en cuenta el factor tierra ni la contribución de la tierra a la producción. Los asientos de sus libros no hacen alusión al valor dinerario del terreno poseído, quedando, por tanto, sin reflejar los cambios que pueda sufrir dicho valor. Es defectuosa tal sistemática, porque no nos brinda aquella información que buscamos; mediante la contabilidad de capitales. Ninguna ilustración nos proporciona acerca de si, durante el proceso agrícola, ha sido perjudicada la capacidad productiva de la tierra; ninguna noticia nos ofrece en relación a si la tierra ha sufrido desgaste, a causa del permanente uso. Ignorando tal realidad, los datos contables arrojarán una ganancia superior a aquella ganancia que reflejaría una sistemática más precisa.

Estas circunstancias históricas tuvieron trascendencia cuando los economistas quisieron determinar qué bienes eran capital real.

Los economistas pretendían combatir aquella supersticiosa creencia, según la cual: cabe eliminar la escasez de factores de producción incrementando el dinero circulante. Con la finalidad de abordar este problema, los economistas elaboraron un concepto de capital real confrontando el capital real con el concepto de capital que maneja el comerciante cuando mediante el cálculo pondera el conjunto de sus actividades comerciales. El valor monetario del terreno debía ser comprendido en el concepto del capital. El capital real es el conjunto formado por los factores de producción que el individuo tuviera a su disposición.

Cabe determinar y totalizar el importe dinerario de los factores de producción que usa una empresa. Podemos denominar bienes de capital a los factores de producción disponibles.

Factor de producción es toda cosa con cuyo intermedio cabe llevar a feliz

término cierto proceso productivo. El valor que se atribuye a esa potencialidad del factor de producción se refleja en el precio que el mercado asigna al factor de producción. En las transacciones de mercado se paga por el servicio que cabe obtener del uso de cierto factor de producción (es decir, por la contribución que el factor de producción es capaz de proveer a la empresa) el valor que la gente atribuye a tal contribución. El factor de producción tiene valor única y exclusivamente por ese servicio que reporta; sólo por ese servicio se cotiza el factor de producción. Una vez pagada la suma, nada queda ya por pagar; todos los servicios productivos del factor de producción están comprendidos en el precio del factor de producción.

La idea de capital sólo cobra sentido en la economía de mercado. Bajo el signo del mercado sirve para que los individuos, actuando libremente, separados o asociados puedan decidir y calcular. Es un instrumento sólo en manos de capitalistas, empresarios y terratenientes deseosos de cosechar ganancias y evitar pérdidas.

### 3. La Economía de mercado

Civilización y propiedad privada de factores de producción siempre fueron de la mano.

Hasta ahora y en forma plena y pura, nunca se ha aplicado la economía de mercado. No obstante ello, prevalece la tendencia a ir paulatinamente eliminando todas aquellas instituciones que perturban el libre funcionamiento de la economía de mercado. A medida que dicha tendencia progresa, se multiplica la población; y el nivel de vida de la gente alcanza cimas nunca conocidas ni soñadas.

Los problemas que suscita el ataque lanzado por estadistas e intervencionistas contra la economía de mercado son de carácter económico, de tal suerte que tales problemas sólo pueden ser abordados analizando la actividad humana y todos los sistemas de cooperación social.

La economía de mercado es un modo de actuar (bajo el signo de la división del trabajo) que el hombre ha creado. La economía de mercado es fruto de dilatada evolución. El hombre, en su afán de acomodar su actuación, del modo más perfecto posible, a las inalterables circunstancias del medio ambiente, logró describir esa salida. La economía de mercado es la táctica que ha permitido al hombre prosperar triunfalmente hasta alcanzar la actual condición civilizada.

Los economistas consideran la economía de mercado como el patrón ideal y eterno de la cooperación social.

Al desentrañar los problemas que plantea la economía de mercado (es decir, aquella organización de la acción humana que permite aplicar el cálculo económico al planeado actuar) nos faculta para abordar el examen de todos los posibles modos de actuar, así como cuantas cuestiones de carácter económico se suscitan a historiadores.

La economía de mercado es fruto generado por un largo proceso histórico que se inicia cuando nace la raza humana.

La economía de mercado es la política económica que favorece a todos. La economía de mercado propugna el comercio libre en la esfera nacional e internacional.

Siempre habrá gente egoísta cuya ambición les induce a pedir protección para sus conquistadas posiciones, en la esperanza de lucrarse impidiendo la competencia. Al empresario envejecido y decadente y al débil heredero de quien *otrora* triunfara; les asusta el ágil novato que sale de la nada para disputarles su riqueza y posición. Pero que triunfe aquella pretensión de paralizar el mercado y dificultar el progreso; depende del ambiente social que prevalezca. La estructura ideológica moldeada por las enseñanzas de los economistas impedía que prosperaran exigencias del tal tipo. Cuando los progresos técnicos revolucionaron la producción, el transporte y el comercio, jamás se les ocurrió reclamar proteccionismo a aquéllos a quienes tales progresos perjudicaban, pues la gente se le hubiera ido encima. Sin embargo, hoy en día, cuando se considera deber del Estado impedir que el hombre eficiente compita con el apático, la gente se pone de parte de los poderosos grupos de presión que desean detener el desarrollo y el progreso económico. Los fabricantes de mantequilla con notorio éxito dificultan la

venta de la margarina y los instrumentistas dificultan la venta de las grabaciones musicales. Los sindicatos luchan contra la instalación de toda maquinaria nueva. En tal ambiente los empresarios de menor capacidad reclaman protección contra la competencia de sus más eficientes rivales.

Muchos empresarios no abogan por la auténtica economía de mercado y la libre empresa; al contrario reclaman todo tipo de intervención estatal en la vida de los negocios.

#### 4. La Soberanía del Consumidor

En la economía de mercado los empresarios gobiernan todos los asuntos económicos. Ordenan personalmente la producción. Están sometidos incondicionalmente a las órdenes del consumidor. Los empresarios, terratenientes y capitalistas no deciden qué bienes deben producirse. Esto corresponde a los consumidores. Cuando el empresario no sigue, las directrices que le señala el consumidor, mediante los precios de mercado, sufre pérdidas patrimoniales; siendo finalmente relevado de aquella posesión que ocupaba. Otros empresarios más respetuosos con los mandatos de los consumidores, serán puestos en su lugar.

Los consumidores van donde, a mejor precio, les ofrecen las cosas que más desean; mediante comprar y abstenerse de comprar, determinan quiénes deben poseer y administrar las fábricas y fundos agrícolas. Enriquecen a los pobres y empobrecen a los ricos. Precisan, con el máximo rigor, lo que debe producirse, así como la cantidad y calidad de los bienes. Son jerarcas egoístas e implacables, caprichosos y volubles, difíciles de contentar. Sólo les preocupa su personal satisfacción. Abandonan a sus tradicionales proveedores en cuanto alguien les ofrece cosas mejores o más baratas. En su condición de compradores y consumidores, son duros de corazón y desconsiderados.

Sólo los vendedores de bienes de consumo se hallan en contacto directo con los consumidores, sometidos a sus instrucciones de modo inmediato. No obstante, trasladan a los productores de esos bienes; los mandatos de los consumidores. Los productores de bienes de consumo, los comerciantes, las empresas de servicios públicos y los profesionales compran los bienes que necesitan para atender sus respectivos cometidos sólo de aquellos proveedores que los ofrecen en mejores condiciones. Porque si dejaran de comprar en el mercado más barato y no ordenaran convenientemente sus actividades transformadoras para dejar atendidas, del mejor modo y más barato posible, las exigencias de los consumidores, se verían reemplazados en sus funciones por terceros. Empresarios de mayor eficiencia, capaces de comprar y fabricar los factores de producción con la más depurada técnica, les reemplazarían. El consumidor puede dejarse llevar por caprichos y fantasías. En cambio, empresarios, capitalistas y hacendados están como maniatados; en todas sus actividades se ven obligados a acatar los mandatos de los consumidores. En cuanto se apartan de las directrices trazadas por la demanda de los consumidores, perjudican sus intereses patrimoniales. La más ligera desviación, ya sea voluntaria, ya sea debido a error, torpeza o incapacidad, reduce la ganancia o la anula por completo. Cuando esa desviación es de mayor alcance, aparecen las pérdidas, que volatilizan el capital. Sólo ateniéndose rigurosamente a los deseos de los consumidores les cabe a capitalistas, empresarios y hacendados conservar e incrementar su riqueza. Los empresarios no pueden incurrir en gasto que los consumidores no estén dispuestos a reembolsarles pagando un precio mayor por el bien. Al administrar sus negocios han de insensibilizarse y endurecerse por cuanto los consumidores, sus superiores, son, a su vez insensibles y duros.

Los consumidores determinan los precios de los bienes de consumo y los factores de producción, fijando los ingresos de cuantos operan en el ámbito de la economía de mercado. Son los consumidores, no los empresarios, quienes pagan a cada trabajador su salario. Con cada nuevo sol que gastan ordenan: el proceso productivo y, hasta en los más mínimos detalles, la organización de las entidades mercantiles. Por eso se ha dicho que el mercado constituye una democracia, en la cual cada nuevo sol da



derecho a un voto. Más exacto sería decir que, mediante las constituciones democráticas, se aspira a conceder a los ciudadanos, en la esfera política, aquella misma supremacía que el mercado les concede como consumidores. Aún así, la similitud no es del todo exacto. En las democracias, sólo los votos depositados en favor del candidato ganador gozan de efectiva transcendencia política. Los votos minoritarios carecen de influencia. Por el contrario, en el mercado ningún voto es inútil. Cada nuevo sol gastado tiene capacidad específica para influir en el proceso productivo. Las editoriales atienden los deseos de la mayoría publicando novelas policiales; pero también imprimen libros filosóficos y poesía lírica, de acuerdo con los minoritarios deseos. Las panaderías producen no sólo los tipos de pan que prefieren las personas sanas, sino también aquellos panes que consumen quienes siguen especiales dietas. La elección del consumidor cobra virtualidad tan pronto como el consumidor se decide a gastar el dinero necesario en la consecución de su objetivo.

En el mercado, los consumidores no disponen todos del mismo número de votos. Los ricos pueden depositar más votos que los pobres. Dicha desigualdad es fruto de previa votación. Dentro de una economía de mercado sólo se enriquece quien sabe atender los deseos de los consumidores. Y, para conservar su fortuna, el rico tiene que perseverar abnegadamente en el servicio de los consumidores.

De ahí que los empresarios y quienes poseen los factores materiales de producción puedan ser considerados como simples mandatarios o representantes de los consumidores, cuyos poderes a diario son objetos de revocación o reconfirmación.

En la economía de mercado sólo hay una excepción a esa total sumisión de quienes poseen los factores materiales de producción; con respecto de los consumidores. Los precios de monopolio implican violentar y desconocer los deseos del consumidor.

### **El metafórico uso del término *Política***

Las instrucciones dadas por el empresario, en la conducción de sus negocios, son audibles y visibles. Hasta el portero sabe quien manda y dirige la empresa. En cambio, es necesario una mayor *perspicacia* para darse cuenta de la relación de dependencia en que se halla el empresario con respecto al mercado. Las órdenes de los consumidores no son audibles y visibles. De ahí que muchos sean incapaces de advertir la existencia de las órdenes; incurriendo en el error de suponer que empresarios y capitalistas son autócratas irresponsables que a nadie dan cuenta de sus actos.

Tal mentalidad fue generada por la costumbre de emplear (al tratar el mundo mercantil) términos políticos. Se denomina magnates a los empresarios más destacados y sus empresas se califican de imperios. Nada habría que oponer a tales expresiones, sí no constituyera más que intrascendentes metáforas. Pero lo grave es que provocan graves falacias que perturban torpemente el pensamiento.

El gobierno es el aparato de compulsión y coerción. Su poderío le permite hacerse obedecer por la fuerza. El gobernante, ya sea autócrata o representante del pueblo, mientras goce de fuerza política, puede aplastar al rebelde.

Distinta a la postura del gobernante es la postura de empresarios y capitalistas en la economía de mercado. El "rey del chocolate" no goza de poder sobre los

consumidores. Se limita a proporcionarles chocolates de la mejor calidad al precio más bajo posible. No gobierna a los consumidores; antes al contrario, se pone al servicio de los consumidores. No depende de él una clientela que libremente puede ir a comprar a otras tiendas, Su hipotético "reino" se esfuma en cuanto los consumidores prefieren gastar sus ingresos con distintos proveedores. Menos aún "reina" sobre sus trabajadores. No hace más que contratar los servicios de estos trabajadores, pagándoles exactamente lo que los consumidores están dispuestos a reembolsarse al comprar el producto en cuestión. El poderío político no lo conocen capitalistas y empresarios. Hubo una época durante la cual, en los países, los gobernantes no intervenían seriamente la operación del mercado. En cambio, esos mismos países se hallan dirigidos por partidos hostiles a la economía de mercado, por gente convencida de que cuanto más perjudiquen los intereses de capitalistas y empresarios, tanto más prosperan los pobres.

En la economía de mercado, ninguna ventaja pueden obtener los capitalistas y empresarios del soborno a funcionarios y políticos, no siéndoles tampoco posibles a funcionarios y políticos coaccionar a capitalistas y empresarios ni exigirles nada. Por el contrario, en los países estatistas existen poderosos grupos de presión que bregan buscando privilegios para sus miembros, a costa siempre de otros grupos o personas más débiles. En tal ambiente, los empresarios intentan protegerse contra los abusos administrativos comprando funcionarios. Es más, una vez habituados a dicha mecánica, buscan privilegios personales, al amparo de la misma. Pero ni siquiera esa solución de origen estatista entre funcionarios y empresarios arguye en el sentido de que estos empresarios sean omnipotentes y gobiernen el país. Porque son los consumidores, es decir, los supuestamente gobernados, no los empresarios en apariencia gobernantes, quienes aportan las sumas que luego se dedicarán a la corrupción y al soborno.

Por razones morales, y por miedo; la mayoría de los empresarios rehuye tan torpes maquinaciones. Por medios limpios y democráticos pretenden defender el sistema de libre empresa y protegerse contra las medidas discriminatorias. Forman asociaciones empresariales e intentan influir en la opinión pública. Pero no son brillante los resultados que han conseguido de esta forma, según evidencia el triunfo, por todas partes, de la política anti economía de mercado. Lo más que lograron fue retrasar solo por el momento, la implantación de algunas medidas intervencionistas nocivas.

Los demagogos gustan tergiversar las cosas. Dicen que esas asociaciones de banqueros e industriales son los verdaderos gobernantes que inimpugnables imperan en la llamada "plutocracia". Basta un repaso de la serie de leyes anti economía de mercado dictadas para demostrar la inadmisibilidad lógica de tales mitos.

## 5. La competencia

La cooperación social bajo el signo de la división de trabajo provoca colaboración y mutua asistencia, que une a quienes integran la sociedad en una comunidad de empresa.

La competencia social se plantea entre quienes desean alcanzar los mejores puestos dentro de un orden basado en la cooperación. Ya que los hombres estiman en más unos puestos que otros; competirán entre sí tratando cada uno de superar a sus rivales.

La competencia económica se plantea entre gente que desean mutuamente sobrepasarse. Quienes pierden en la competencia económica; quedan simplemente relegados a otros puestos, más concordantes con su ejecutoria e inferiores a aquellos que habían pretendido ocupar.

En la economía de mercado surge la competencia cuando los diversos vendedores rivalizan los unos con los otros por proveer a la gente los mejores y más baratos bienes, mientras los compradores porfían entre sí ofreciendo los precios más atractivos.

Los economistas clásicos propugnaban la eliminación de todos aquellos obstáculos mercantiles que impedían a los hombres competir en el mercado. Tales obstáculos sólo servían: para sacar la producción de los lugares más idóneos a otros lugares de peor condición y para amparar al hombre ineficiente frente al hombre eficiente, provocándose así una tendencia a la supervivencia de anticuados y torpes métodos de producción. Por tales vías lo único que se hacía era restringir la producción, con la consiguiente rebaja del nivel de vida. Para enriquecer a todo el mundo la competencia debería ser libre. En tal sentido emplearon el término libre competencia. Abogaban por la eliminación de cuantos privilegios impedían el acceso a determinadas profesiones y a ciertos mercados.

En el mundo económico, la competencia se halla limitada a causa de la inevitable escasez de bienes. Incluso en ausencia de aquellas barreras institucionales (erigidas con miras a restringir el número de posibles competidores) jamás las circunstancias permiten que todos puedan competir en cualquier sector del mercado. Sólo específicos grupos, relativamente restringidos, pueden competir.

La competencia económica es un fenómeno social. Corresponde a los consumidores determinar qué misión debe desempeñar cada persona en la sociedad. Los consumidores comprando o dejando de comprar, señalan la respectiva posición social de la gente. Tal supremacía no resulta menoscabada por privilegio concedido a un productor. El acceso a cualquier sector industrial es libre, pero sólo se accede a tal sector industrial; si los consumidores desean que se amplíe la producción o si los nuevos industriales van a ser capaces de desahuciar a los antiguos mediante atención de un modo mejor o más económico los deseos de los consumidores. Una mayor inversión de capital y trabajo, resultaría oportuna si permitiera atender las más urgentes de las todavía insatisfechas necesidades de los consumidores. Si las empresas existentes son suficientes por el momento, constituirá despilfarro el invertir mayores sumas en el mismo sector industrial, dejando desatendidas otras más urgentes posibilidades. La

estructura de los precios es lo que induce a los nuevos inversionistas a atender inéditos cometidos.

En no advertir tales realidades; se basan muchas quejas que hoy se formulan acerca de la imposibilidad de competir. Hace 100 años se decía que no cabía competir con las compañías ferroviarias; era imposible desplazar sus conquistadas posiciones creando nuevas líneas ferroviarias competitivas; en el terreno del transporte terrestre, la libre competencia había desaparecido. Pero las líneas ferroviarias existentes eran suficientes. Por tanto, resultaba más rentable invertir los nuevos capitales en la mejora de los servicios ferroviarios ya existentes o en otros negocios antes que en la construcción de adicionales ferrocarriles. Ello no impidió el progreso técnico del transporte. Aquella magnitud y "poderío económico" de las compañías ferroviarias no perturbó la aparición del automóvil ni del avión.

Competencia significa oportunidad para servir a los consumidores de un modo mejor o más barato; oportunidad que no debilitarán quienes vean sus intereses perjudicados por la aparición del innovador. Lo que en mayor grado necesita ese nuevo empresario que quiere ocupar posiciones ocupadas por empresas antiguas ya establecidas es inteligencia e imaginación. En el caso de que sus ideas permitan: atender las necesidades más urgentes y todavía insatisfechas de los consumidores, o quepa, a su amparo, brindar a estos consumidores; precios más económicos que los precios exigidos por los antiguos proveedores; el nuevo empresario triunfará inevitablemente pese a la importancia y fuerza tan nombrada de las empresas existentes.

La función social de la competencia económica es garantizar la mejor satisfacción posible de los consumidores, dadas las específicas circunstancias económicas concurrentes.

La igualdad de oportunidad carece de trascendencia en el boxeo y en los concursos de belleza, como en cualquier otra esfera en que se plantee competencia de carácter biológico o social. La inmensa mayoría, en razón a nuestra estructura fisiológica, tenemos impedido el acceso a los honores reservados a los grandes boxeadores y reinas de belleza. Son muy pocos quienes en el mercado laboral pueden competir como cantantes de ópera o estrellas de cine. Para la investigación teórica, las mejores oportunidades las tienen los profesores universitarios. Sin embargo, miles de ellos, pasan sin dejar huella en el mundo de las ideas y los avances científico, mientras muchos novatos suplen con celo y capacidad su desventaja inicial y, mediante magníficos trabajos, logran conquistar la fama.

Se critica que en la competencia económica no sean iguales las oportunidades de todos los que participan en la competencia. Los inicios, son más difíciles para el muchacho pobre que para el hijo del rico. Lo que pasa es que a los consumidores no les interesan los puntos de partidas de sus proveedores. Les interesa tan sólo en conseguir la más perfecta posible satisfacción de sus propias necesidades. Si la transmisión hereditaria funciona eficazmente; *la* prefieren a otros sistemas menos eficientes. Lo contemplan todo desde el punto de vista de la utilidad y el bienestar social; desentendiéndose de unos supuestos, imaginarios e impracticables derechos "naturales"; que facultarían a los hombres para competir entre sí con las mismas oportunidades respectivas. La plasmación práctica de tales ideas implicaría dificultar la actuación de quienes nacieron dotados de superior inteligencia y voluntad, lo cual sería absurdo.

Se habla de competencia como antítesis del monopolio. Sin embargo, en tales casos el término monopolio se emplea con diferentes significados que conviene precisar.

El primer significado de monopolio, en el que se plasma el concepto de monopolio, supone que el monopolista, un individuo o un grupo, goza de control absoluto y exclusivo sobre alguno de los factores imprescindibles para la supervivencia humana. Tal monopolista podría condenar a la muerte por hambre a quienesquiera le desobedecieran. Dictaría órdenes y los demás no tendrían otra alternativa más de la que someterse o morir. Bajo tal monopolio, ni habría mercado, ni competencia económica. Por un lado, estaría el monopolista, dueño y señor, y, por otro lado, el resto de los hombres, simples esclavos completamente dependientes de los favores del monopolista. Este tipo de monopolio es ajeno a la economía de mercado. Un estado socialista disfrutaría de ese monopolio total y absoluto; podría aplastar a cualquier oponente, condenándole a morir de hambre.

Pero hay un segundo significado del término monopolio; se alude en este caso a la situación que puede darse bajo la economía de mercado. En tal supuesto, el monopolista, es un individuo o un grupo, que controlan la oferta de determinado bien, con exclusividad. Definido así el monopolio, el ámbito del monopolio aparece amplio. Los productos industriales, aun perteneciendo a la misma clase, difieren entre sí. Los bienes de una fábrica jamás son idénticos a los bienes de otra fábrica similar. Cada hotel goza, en su específico lugar, de monopolio. La asistencia que un médico o abogado provee no es idéntica a la asistencia de otro compañero profesional. Salvo en el terreno de determinadas materias primas, productos alimenticios y algunos otros bienes de uso muy extendido, este monopolio aparece por cualquier parte.

El monopolio, como tal, carece de significación y trascendencia en lo que se refiere al funcionamiento del mercado y la determinación de los precios. Por si solo no otorga al monopolista ventaja en relación con la colocación de su producto. La propiedad intelectual concede a todo poeta un monopolio sobre la venta de sus poemas. Sin embargo, ello ni influye en el mercado. Pese a tal monopolio, sucede que el poeta no halle, a ningún precio, comprador para su poema, viéndose finalmente obligado a vender sus poemas por kilo.

Sin embargo, el monopolio, en este segundo significado, si influye en la estructura de los precios; cuando la curva de la demanda del bien monopolizado adopta configuración especial. Si las circunstancias concurrentes son tales que le permiten al monopolista cosechar una ganancia superior vendiendo menos a mayor precio que vendiendo más a menor precio, surge el llamado precio de monopolio, más elevado que lo que sería el precio del mercado en el caso de no existir tal situación monopolística. Los precios de monopolio constituyen factor de graves repercusiones en el mercado; por el contrario, el monopolio como tal no tiene trascendencia, cobrando trascendencia cuando a su amparo cabe aparezca los precios de monopolio.

Los precios que no son del monopolio se denominan precios de competencia. Sería un error deducir de la confrontación de los términos precios de monopolio y precios de competencia que los precios de monopolio surgen; cuando no hay competencia. Porque competencia económica siempre existe en el mercado. Ejerce la misma influencia decisiva en la determinación de los precios de monopolio y los precios

de competencia. Es la competencia que se entabla entre todos los demás bienes por atraerse el dinero de los compradores; la competencia que da esa configuración especial a la curva de la demanda que permite la aparición del precio de monopolio, incitando al monopolista a proceder como lo hace. Cuanto más eleve el monopolista su precio de venta, mayor será el número de potenciales compradores que canalizarán su dinero hacia la compra de otros bienes. Todos los bienes compiten entre sí, en el mercado.

Mediante las disposiciones orientadas a restringir la competencia se ha querido privilegiar a ciertos sectores fabricantes, protegiéndoles contra la competencia de sus más eficientes rivales. En muchos casos dicha política ha permitido la aparición de aquellos supuestos ineludibles para que surjan los precios de monopolio. En otros casos no fueron esos los efectos provocados; impidiéndose a capitalistas, empresarios, campesinos y obreros el acceso a aquellos sectores desde los cuales hubieran servido mejor a sus conciudadanos. La competencia económica ha sido restringida; no obstante ello, operamos todavía bajo una economía de mercado, si bien siempre sabotada por la injerencia estatal y sindical. Sobrevive la competencia económica, con independencia de la continua rebaja de la productividad del trabajo, por las razones señaladas.

Mediante tales medida anticompetitivas; se quiere reemplazar la economía de mercado por el sistema de planificación centralizada en el que no exista competencia económica. Los estadistas, mientras *lloran* por la desaparición de la competencia, hacen cuanto pueden por eliminar este sistema competitivo. En algunos países han alcanzado ya sus objetivos. En el resto del mundo, por el momento, sólo han logrado restringir la competencia en determinados sectores productivos, incrementándola, congruentemente, en otros sectores productivos.

Grande es el poder y trascendencia de aquellas fuerzas que pretenden coartar la competencia. El que florezcan por todas partes barreras tarifarias, privilegios, cartels, monopolios estatales y sindicatos es una realidad que la futura historia económica recogerá.

## 6. La Libertad Económica

Desde un punto de vista económico, consideramos libre, al hombre cuando puede optar entre actuar de un modo o de otro, es decir, cuando personalmente puede determinar sus objetivos y elegir los medios que considere mejores. Sin embargo, la libertad se halla limitada por las leyes físicas y económicas. La gente reconoce y admite las limitaciones que imponen las leyes físicas; en cambio, se resisten por lo general, a acatar las limitaciones que imponen las leyes económicas.

Por un lado, el hombre puede pretender, disfrutar de las ventajas que implica la pacífica cooperación en sociedad bajo el reino de la división del trabajo; y por otro, lado permitirse actuaciones que forzosamente ha de desintegrar tal cooperación. Ha de optar entre: atenerse a aquellas leyes que permiten el mantenimiento del régimen social; o soportar la inseguridad y la pobreza típicas de la "vida arriesgada" en perpetuo conflicto de todos contra todos. Esta ley del convivir humano es no menos inquebrantable que cualquier otra ley de la naturaleza.

Sin embargo, existe notoria diferencia entre los efectos provocados por la infracción de las leyes económicas y los efectos provocados por la infracción de las leyes físicas. Ambas leyes son autoimpositivas, en el sentido de que no necesitan (a diferencia de la leyes promulgadas por el hombre) de *poder* que cuide de su cumplimiento. Pero diferentes son los efectos que el individuo desata el incumplir unas y otras leyes. Quien ingiere veneno, sólo a sí mismo se perjudica. En cambio, quien recurre al robo, desordena y perjudica a la sociedad en su conjunto. Mientras él disfruta, únicamente, de las ventajas inmediatas y a corto plazo de su acción, las perniciosas consecuencias sociales de la misma dañan a toda la comunidad. Consideramos delictivo tal actuar por resultar nocivo para la colectividad. El desordenado actuar, si la sociedad no le opusiera enérgico coto, se generalizaría, haciendo imposible la convivencia, con lo que la gente se vería privada de toda las ventajas que para ella supone la cooperación social.

Para que la sociedad y la civilización puedan mantenerse, es necesario adoptar medidas que impidan a los seres antisociales destruir todo eso que el hombre consiguió a lo largo del dilatado proceso. Con miras a mantener esa organización social, gracias a la cual el hombre evita ser tiranizado por sus semejantes de mayor fortaleza o habilidad, es necesario instaurar sistemas represivos de la actividad antisocial. La Paz pública - evitar una perpetua lucha de todos contra todos- sólo es asequible si se monta un orden donde haya una entidad que monopolice la violencia y que disponga de una organización de mando y coerción, la cual, sin embargo, sólo operará cuando lo autoricen las leyes promulgadas por el hombre. Lo que caracteriza a todo orden social es la existencia de esa institución autoritaria e impositiva que denominamos gobierno.

Las palabras libertad y sumisión cobran sentido cuando se enjuicia el modo de actuar del gobernante con respecto a sus gobernados. Mientras el gobierno limita sus facultades de coerción y violencia a impedir la actividad antisocial, prevalece la libertad. Lo único que, en tal supuesto, queda prohibido al hombre es aquello que desintegre la cooperación social y destruya la civilización. Tal coerción no puede decirse que limite la libertad del hombre, pues, aun en ausencia de un Estado que obligue a respetar la ley; el individuo no podría pretender disfrutar de las ventajas del orden social y al mismo tiempo dar rienda suelta a sus instintos animales de agresión y

rapacidad.

Bajo una economía de mercado hay una esfera dentro de la cual el hombre puede optar por actuar de un modo o de otro, sin temor a sanción. En cambio, cuando, el gobierno extiende su campo de acción más allá de lo que exige el proteger a la gente contra el fraude y la violencia de los seres antisociales, restringe la libertad del individuo en grado superior a aquel grado en que la restringen las leyes económicas. Es por eso por lo que podemos calificar de libre la situación bajo la cual la discrecionalidad del individuo para actuar según considere mejor no se halla interferida por la acción estatal *en mayor medida* de la que, en todo caso, lo estaría por las leyes económicas.

Consecuentemente, consideramos, libre al hombre en el marco de la economía de mercado. Lo es; toda vez que la intervención estatal no cercene su autonomía e independencia más allá de lo que ya estarían en virtud de inevitables leyes económicas. A través del Estado se consigue paralizar a quienes por malicia, torpeza o inferioridad mental no logran darse cuenta que determinadas actuaciones destructivas del orden social perjudican a los autores de las malicias y a todos los miembros de la comunidad.

El servicio militar y la imposición fiscal no suponen limitación de la libertad del hombre. Si en todas partes fueran reconocidas los principios de la economía de mercado, no habría jamás necesidad de recurrir a la guerra; y los pueblos vivirían en perpetua paz interna y externa. Sin embargo, la realidad consiste en que todo pueblo libre vive hoy bajo permanente amenaza de agresión por parte de diversas autocracias totalitarias. Si tal nación no quiere sucumbir, debe estar en todo momento debidamente preparada para defender su independencia con las armas. Así las cosas, no puede decirse que aquel gobierno que obliga a todos a contribuir al esfuerzo común de repeler al agresor e impone el servicio militar a cuantos gozan de las necesarias fuerzas físicas; está exigiendo más de lo que la ley económica de por sí sola requeriría. El pacifismo absoluto e incondicionado, en nuestro actual mundo, lleno de matones y tiranos sin escrúpulos, implica entregarse en brazos de los más despiadados opresores. Quien ame la libertad siempre estará dispuesto a luchar hasta la muerte contra aquellos que sólo desean suprimirla. Como quiera que, en la esfera bélica, los esfuerzos del hombre aislado resultan inútiles, es forzoso encomendar al Estado la organización de la oportunas fuerzas defensivas. Porque la misión fundamental del gobierno consiste en proteger el orden social contra los forajidos del interior y el exterior. Quienes se oponen al armamento y al servicio militar son cómplices, posiblemente sin darse cuenta, de gente que sólo aspiran a esclavizar al mundo entero.

El financiamiento de la actividad gubernamental, el mantenimiento de los tribunales, de la policía, del sistema penitenciario, de las fuerzas armadas; exige la inversión de enormes sumas de dinero. El imponer, con tal finalidad contribuciones fiscales no supone menospreciar la libertad que el hombre disfruta bajo una economía de mercado. Casi innecesario parece advertir que lo expuesto en ningún caso puede argumentarse como justificación de esa tributación confiscatoria y discriminatoria a la que recurren todos los fingidos gobiernos progresistas. Convenía resaltar lo anterior, ya que, en esta época intervencionista, caracterizada por continuo "avance" hacia el totalitarismo, lo normal es que los gobiernos empleen su poderío tributario para desarticular la economía de mercado.

Toda posterior actuación del Estado (una vez que ha adoptado las medidas



necesarias para proteger al mercado contra la agresión interna y externa) supone sucesivos pasos por el camino que conduce al totalitarismo, donde la libertad desaparece completamente.

Sólo disfruta de libertad quien vive en una sociedad contractual. La cooperación social (bajo el signo de la propiedad privada de los factores de producción) implica que el individuo, dentro del ámbito del mercado; no se vea obligado a obedecer ni ha servir a ningún dictador. Cuando suministra y atiende a los demás, procede voluntariamente, con miras a que sus beneficiados conciudadanos también le sirvan a él. Se limita a intercambiar. No es que ese individuo sea independiente. Depende de los demás miembros de la sociedad. Sin embargo, tal dependencia es recíproca. El comprador depende del vendedor, y este vendedor de aquél comprador.

En una sociedad contractual, el patrón puede despedir al obrero. Lo que pasa es que, sí de modo extravagante y arbitrario hace uso de ese derecho, lesionará sus propios intereses patrimoniales. Se perjudicará a sí mismo al despedir a un buen trabajador, tomando en su lugar otro de menor capacidad. La operación del mercado, de un modo directo, no impide lesionar caprichosamente al trabajador; sin embargo, indirectamente impone perentorio castigo a tal tipo de conducta. El tendero, si quiere, puede tratar mal a su clientela, pero habrá de atenerse a las consecuencias. Los consumidores, por simple manía, pueden rehuir y arruinar a un buen tendero, pero habrán de soportar el correspondiente costo. Es el propio egoísmo (en el ámbito de mercado) lo que induce al individuo a servir a los demás. El individuo que forma parte de una sociedad contractual es libre por cuanto sólo sirviendo a los demás se sirve a sí mismo. La escasez, fenómeno natural, es la única mancha que somete al individuo. Por lo demás, en el ámbito de mercado, el individuo es libre.

No hay más libertad que la libertad generada por la economía de mercado.

El Estado por fuerza ha de constituir vínculo hegemónico. Si los gobernantes se hallaran facultados para ampliar su esfera de poder, podrían aniquilar el mercado, reemplazándolo por *estatismo totalitario*. Para evitar tal posibilidad, es necesario limitar el poderío estatal. He ahí el objetivo perseguido por las constituciones, leyes y declaraciones de derecho. Conseguirlo fue la aspiración del hombre en todas las luchas que ha mantenido por la libertad.

Tienen razón, en este sentido, los enemigos de la libertad al calificarla del invento "burgués" y al denigrar, sobre la base de ser puramente negativas, aquellas medidas ingenizadas para proteger mejor la economía de mercado. En la esfera del Estado y del gobierno, cada libertad supone específica restricción impuesta al ejercicio del poderío político.

El ideal de libertad goza de tal prestigio que ninguna propaganda puede menguar su popularidad. Desde hace tiempo, los países democráticos ha valorado la libertad como el bien más precioso. El privilegio de los países democráticos se basa en esa obsesiva pasión por la libertad. La filosofía social de los países democráticos es la filosofía de la libertad. Un individualismo caracteriza a nuestra civilización. Ningún ataque lanzado directamente contra la libertad individual puede prosperar.

La libertad que la gente disfruta en los países democráticos no es producto

generado con las constituciones, las declaraciones de los derechos del hombre, las leyes o los reglamentos. Mediante tales previsiones legales se aspira a proteger contra los atropellos de los funcionarios públicos aquella libertad que ampliamente florece al amparo de la mecánica del mercado. No hay gobierno ni constitución que pueda por sí mismo generar ni garantizar la libertad si no ampara y defiende las instituciones fundamentales en que se basa la economía de mercado. El gobernar implica recurrir a la coacción y a la fuerza, por lo cual, inevitablemente, la acción estatal viene a ser lo opuesto de la libertad. El gobierno aparece como defensor de la libertad y deviene compatible su actuar con el mantenimiento de esta libertad sólo cuando se delimita y restringe convenientemente la órbita estatal en provecho de la libertad económica. Las leyes y constituciones más perfectas, son letra muerta cuando desaparece la economía de mercado.

La libertad que conoce el hombre bajo la economía de mercado es fruto de la competencia. El obrero, para trabajar, no se ampara en la magnimidad de su patrón. Si el patrón no le admite, encontrará a muchos deseosos de contratar sus servicios. El consumidor tampoco se halla a merced del vendedor. Puede perfectamente acudir al que más le plazca. Nadie tiene por qué besar las manos ni temer la ira de los demás. Las relaciones interpersonales son de carácter de mercado. El intercambio de bienes es siempre mutuo; ni al vender ni al comprar se pretende hacer favores; el egoísmo personal de ambos contratantes engendra la transacción y el recíproco beneficio.

El individuo, en cuanto se lanza a producir, pasa a depender de la demanda de los consumidores; de modo directo, como es el caso del empresario, y de modo indirecto, como sucede con el trabajador. Sin embargo, tal sumisión a la voluntad de los consumidores no es absoluta. Nada le impide a uno rebelarse contra la soberanía del consumidor si, por razones subjetivas, prefiere hacerlo. En el ámbito del mercado, todo el mundo tiene derecho, sustancial y efectivo, a oponerse a la presión. Nadie se ve obligado a producir armas o licores, si ello disgusta a su conciencia. Quizá el atenerse a esas convicciones pueda costar caro; no hay objetivo en este mundo cuya consecución no sea costosa. Queda en manos del interesado el optar entre el bienestar material, de un lado, y lo que él considera su deber, de otro lado. Dentro de la economía de mercado, cada uno es árbitro supremo en lo relacionado a su personal satisfacción.

La sociedad democrática no cuenta con otro medio para obligar a la gente a cambiar de trabajo o de lugar de trabajo; que el medio de recompensar con mayores ingresos a quienes acatan los deseos de los consumidores.

No es menos libre el individuo como consumidor. Él resuelve qué cosas le agradan más y cuáles menos. Él es quien decide cómo gastar su dinero.

La gente es libre en aquella medida en que cada uno puede estructurar su vida como mejor considere.

## 7. La desigualdad de ingresos y riquezas

La desigualdad de ingresos y riquezas constituye nota típica de la economía de mercado.

Examinaremos la función que desempeña la desigualdad de ingresos y riquezas.

En la economía de mercado, se recurre a la coacción y compulsión directa para impedir aquellas actuaciones perjudiciales a la cooperación social. Por lo demás, la policía no interfiere en la vida de los ciudadanos. Quien respeta la ley no teme a la policía. La presión necesaria para inducir a la gente a contribuir al esfuerzo productivo común se ejerce a través de los precios de mercado. Dicha inducción es de tipo indirecto; consiste en premiar la contribución de cada uno a la producción, proporcionalmente al valor que los consumidores atribuyen a la producción. Sobre la base de recompensar las diversas actuaciones individuales con arreglo a su respectivo valor; se deja que cada uno libremente decida en qué medida va a emplear sus facultades y conocimientos para servir a su prójimo. Tal sistemática no compensa la posible incapacidad personal del sujeto. Sin embargo, induce a todo el mundo a aplicar sus conocimientos y aptitudes con el máximo celo.

Se recurre a la violencia para evitar la acción criminal. Lo único que se exige al individuo es que no realice un acto taxativamente precisado por la ley. Es fácil comprobar si el mandato legal ha sido o no respetado. Cuando en la economía de mercado, se trata de enjuiciar una acción criminal, el acusador ha de probar la responsabilidad del acusado.

No hay sistema, basado en la división social del trabajo, que funcione sin un mecanismo que *induzca* a la gente a trabajar y a contribuir al común esfuerzo productivo. Se quiere que dicha *inducción* sea practicada por la estructura de los precios del mercado y la correspondiente diferencia de ingresos y riquezas.

## 8. La ganancia y pérdida empresarial

La ganancia *en sentido amplio* se obtiene de la acción humana; es el incremento de la satisfacción (reducción de malestar) alcanzado; es la diferencia entre el mayor valor del resultado logrado y el menor valor de lo sacrificado por conseguirlo. Ganancia es igual al rendimiento menos costo. Cuando, mediante nuestra acción, no logramos alcanzar la meta propuesta, el rendimiento es inferior al costo invertido aparece la pérdida, o sea, la disminución de nuestra satisfacción.

Las ganancias y pérdidas en sentido amplio son fenómenos psíquicos y, como tales, no son objeto de medida y no hay *palabra* que permita al sujeto describir a terceros su intensidad. Una persona puede decir que le gusta **a** más que **b**; sin embargo, es imposible indicar en cuánto supera la satisfacción provocada por **a** a la satisfacción provocada por **b**.

En la economía de mercado, todas esas cosas que por dinero, son objeto de compraventa; tienen precios monetarios. A la luz del cálculo monetario, la ganancia aparece como superávit entre el monto cobrado y las sumas invertidas; mientras que las pérdidas equivalen a un excedente del dinero gastado con respecto a lo percibido. Así, cabe calcular las ganancias y pérdidas en concretas sumas dinerarias. Puede decirse, en términos monetarios, cuanto ha ganado o perdido cada individuo. No obstante, tal afirmación para nada alude a la pérdida o la ganancia *psíquica* del interesado; se refiere, exclusivamente, a un fenómeno social, al valor que conceden los demás miembros de la sociedad a la contribución del actor al esfuerzo común. Nos limitamos a consignar en cuánto valoran los demás esa contribución a la cooperación social. La correspondiente evaluación es función del deseo de todos y cada uno de los miembros de la sociedad por alcanzar la máxima ganancia psíquica posible. Es la resultante engendrada por el efecto combinado de todos los juicios subjetivos y las valoraciones personales de la gente tal como, a través de la conducta de cada uno, quedan reflejadas en el mercado<sup>1</sup>.

En la economía cambiante, continuamente reaparecen diferencias entre ese total formado por los precios de los factores complementarios de producción y el precio del producto final. Son tales diferencias las que provocan la aparición de ganancias y pérdidas dinerarias. Por el momento limitamos nuestra atención a las pérdidas y ganancias empresariales.

El empresario es un especulador. Pondera circunstancias futuras y por ello inciertas. El éxito o fracaso de sus operaciones depende de la justeza con que haya discernido tales inciertos eventos. La única fuente de la que brota la ganancia del empresario es su capacidad para prever, con mayor justeza que los demás, la futura demanda de los consumidores.

---

<sup>1</sup> En una economía estacionaria no existen ni ganancias ni pérdidas dinerarias totales. Sin embargo, no por ello, el individuo deja de obtener provecho propio de su actuar, pues en otro caso no habría actuado. El ganadero alimenta y ordeña a sus vacas y vende la leche, por cuanto valora en más aquellas cosas que con el correspondiente dinero puede comprar; que los costos en que incurre. La ausencia de ganancias y pérdidas monetarias que se registra en la economía de rotación uniforme, es debido a que (dejando de lado el mayor valor de los bienes presentes con respecto a los bienes futuros) el precio íntegro de todos los factores complementarios requeridos para la producción es exactamente igual al precio del producto terminado.

La función empresarial consiste en determinar el empleo que deba darse a los factores de producción. El empresario es aquella persona que da a cada uno de ellos específico destino. Su egoísta deseo de cosechar ganancias y acumular riquezas le estimula a proceder de tal manera. Sin embargo, nunca, le cabe *eludir* la ley del mercado. Para cosechar éxitos tiene que atender los deseos de los consumidores del modo más perfecto posible. Las ganancias dependen de que los consumidores aprueben su conducta.

Conviene distinguir las pérdidas y las ganancias empresariales de otras circunstancias que pueden influir en los *ingresos* del empresario.

Su capacidad técnica o sus conocimientos científicos no influyen en la aparición de las ganancias o pérdidas empresariales. Aquel incremento de los ingresos y ganancias del empresario debido a su propia competencia tecnológica desde un punto de vista económico, se considera pura retribución a determinado servicio. Estamos ante un salario pagado al empresario por su contribución laboral. De ahí que igualmente carezca de trascendencia, en lo que se refiere a las ganancias y pérdidas empresariales; el que, por circunstancias técnicas, a veces los procesos de producción no generen el resultado deseado. Tales fracasos pueden ser evitables o inevitables. En el primer caso, los fracasos aparecen por haberse aplicado imperfecta técnica. Las pérdidas resultantes se achacan a la personal incapacidad del empresario, es decir, a su ignorancia técnica o a su inhabilidad para proveerse de los oportunos asesores. En el segundo caso, el fracaso se debe a que por el momento, los conocimientos humanos no permiten controlar aquellas circunstancias de las que depende el éxito. Y, esto puede acontecer, ya sea porque ignoremos, en grado mayor o menor, qué factores provocan el efecto deseado, ya sea porque nos podamos controlar algunas de dichas circunstancias pese a sernos conocidas. En el precio de los factores de producción se descuenta tal imperfección de nuestros conocimientos y habilidades técnicas. El precio del terreno agrícola, refleja, de antemano, el hecho de que la cosecha pueda a veces perderse; el terreno agrícola se valora, en consecuencia, con arreglo al previsto futuro rendimiento del terreno. Por lo mismo, tampoco influye en las ganancias y pérdidas empresariales el que el reventamiento de algunas botellas restrinja el volumen de vino producido. Tal hecho dado es un factor más de los que determinan los costos de producción y los precios del vino.

Aquellos siniestros que pueden afectar: al proceso de producción, a los correspondientes medios o a los productos terminados (mientras sigan estos en poder del empresario); son conceptos que pasan a engrosar los costos de producción. La experiencia que proporcionan al empresario los conocimientos técnicos; le informa de la disminución de la producción que dichos accidentes pueden provocar. Mediante las oportunas previsiones contables, *trasmuta* tales azares en los costos de producción. Cuando se trata de siniestros raros y en exceso impredecibles; para que una empresa pueda preverlos, se asocian los empresarios formando un grupo suficientemente amplio que permita abordar el problema. Se agrupan, para afrontar el peligro de incendio, de inundación y otros siniestros. Las primas de los seguros reemplazan, en tales casos, los fondos de previsión antes mencionados. La posibilidad de riesgos y accidentes no suscita incertidumbre en la mecánica de los progresos tecnológicos. Si el empresario deja de tomar en cuenta dichas posibilidades; subraya su ignorancia técnica. Las pérdidas que soporte se achacarán a semejante impericia; nunca a su actuación como empresario.

La eliminación de la palestra mercantil de los empresarios incapaces de organizar correctamente (desde un punto de vista técnico) cierta operación; y la separación de empresarios que, por su escasa preparación, inciden en error al calcular los costos; se efectúa, en el mercado, por aquellos mismos caminos seguidos para apartar del mundo de los negocios a quienes fracasan en las actuaciones empresariales. Puede suceder que determinado empresario acierte de tal modo en su función empresarial; que logre compensar las pérdidas provocadas por sus errores técnicos. A la inversa, se dan casos de empresarios que logran balancear sus equivocaciones empresariales gracias a una extraordinaria pericia técnica o a manifiesta superioridad de la renta diferencial de los factores de producción manejados. Sin embargo, conviene separar y distinguir las diversas funciones que han de ser atendidas en la gestión de la empresa. El empresario de mayor capacidad técnica gana más que otro de menor capacidad técnica, por lo mismo que el obrero mejor dotado percibe más salario que su compañero de menor eficacia. La máquina más perfecta o la parcela más fértil rinden más por unidad de costo; es decir, comparativamente a la máquina menos eficiente o a la tierra de menor fertilidad, las primeras producen una renta diferencial. Ese mayor salario y esa mayor renta es la consecuencia de una mayor producción. En cambio, las ganancias y pérdidas empresariales dependen de haber sabido adaptar la producción a las más urgentes necesidades de los consumidores. Su cantidad es consecuencia de la medida en que el empresario acierta o se equivoca al prever la futura situación del mercado.

El empresario también está expuesto a riesgos políticos. Las actuaciones gubernamentales y las guerras pueden perjudicar o arruinar su negocio. Sin embargo, tales acontecimientos, no le atañen solo a él; afectan a todo el mercado y al conjunto de la gente, a unos más y a otros menos. Constituyen para el empresario realidades que no puede alterar. Si es hábil, sabrá anticiparse oportunamente a ellas. No le será, siempre posible ordenar su proceder con la finalidad de evitar pérdidas. Cuando los *vislumbros* peligros hayan de afectar solo a una parte de la zona geográfica en que opere, podrá replegarse a zonas menos amenazadas. Si por cualquier razón no puede huir, nada podrá hacer. Aun cuando todos los empresarios se hallaran convencidos de la inminente victoria subversiva, no por ello abandonarían sus actividades empresariales. Prever la inmediata acción confiscatoria induciría a los capitalistas a consumir sus haberes. Los empresarios habrían de acomodar sus actuaciones a esa específica disposición del mercado provocada por ese consumo de capital y la próxima estatización de industrias y comercios ya descontada por la gente. Pero no por ello los empresarios dejarían de seguir operando. Aun en el caso de que algunos abandonaran la palestra mercantil, otros -empresarios nuevos o antiguos que ampliarían su esfera de acción- ocuparían esos puestos renunciados. En una economía de mercado siempre habrá empresarios. Las medidas anticapitalistas privarán a los consumidores de inmensos beneficios que sobre ellos hubieran derramado una actividad empresarial libre de trabas. El empresario sobrevive mientras no sea totalmente suprimida la economía de mercado.

La incertidumbre de la futura estructura de la oferta y demanda es el criadero de donde brota la ganancia y pérdida empresarial.

## 9. Las ganancias y pérdidas empresariales en una economía dinámica<sup>2</sup>

Consideramos dinámicas aquellas economías en las cuales aumentan la cuota de capital por habitante. Los hombres consideran que el desarrollo, en este sentido, es lo mejor, aspirando unas condiciones de vida que puedan darse sólo en una economía dinámica<sup>3</sup>.

De esa adicional riqueza procede aquella porción de las totales ganancias empresariales en que estos superan las totales pérdidas empresariales. La cantidad de esas mayores ganancias percibidas por los empresarios jamás puede absorber la totalidad de la adicional riqueza obtenida gracias a esos progresos económicos. La ley del mercado distribuye esa adicional riqueza entre empresarios, trabajadores y propietarios de determinados factores materiales de producción; en forma tal que la parte del león se la llevan siempre los no empresarios.

La ganancia empresarial es un fenómeno transitorio. Prevalece en el mercado inevitable tendencia a la supresión de las ganancias y pérdidas. La operación del mercado siempre apunta hacia determinados precios últimos y cierta situación final de reposo. Si no fuera por que continuamente el cambio de las circunstancias perturba esa tendencia obligando a reajustar la producción a esas cambiantes circunstancias; el precio de los factores de producción -descontado el elemento tiempo- acabaría igualándose al precio de las mercancías producidas, con lo cual desaparecería aquel margen en que se encarna la ganancia o pérdida. El incremento de la productividad, a la larga, beneficia exclusivamente a los trabajadores y a ciertos terratenientes y *propietarios de bienes de capital*.

Entre los propietarios de bienes de capital se benefician:

1.- Aquellas personas, cuyo ahorro incrementó la cantidad de bienes de capital disponibles. Esa riqueza adicional, que permitieron generar; restringiendo su consumo, les pertenece, siendo en tal proporción más ricos.

---

<sup>2</sup> En una economía estacionaria, las ganancias de los empresarios se igualan a las pérdidas de los empresarios. Lo que un empresario gana se compensa con lo que otro empresario pierde. Cuando en conjunto gastan los consumidores en la compra de cierto bien queda balanceado por la reducción de lo gastado en la compra de otros bienes.

<sup>3</sup> En una economía estacionaria, los empresarios al ejecutar sus actuaciones, únicamente pueden: desviar factores de producción -siempre y cuando todavía sean convertibles y quepa destinarlos a nuevos usos- de un sector industrial para utilizarlos en otro sector; o destinar las sumas con que cabría compensar el desgaste padecido por los bienes de capital durante el curso del proceso de producción a la ampliación de ciertos sectores económicos, contrayendo paralelamente la actividad en otras. En una economía dinámica, la actividad empresarial ha de ocuparse, *además* de determinar qué empleo deba darse a los adicionales bienes de capital engendrados por el ahorro. La inyección en la economía de estos adicionales bienes de capital implica: incrementar las rentas disponibles, o sea, posibilitar la ampliación de la cantidad de los bienes de consumo que puedan ser consumidos, sin que ello implique reducción del capital existente, lo cual impondría una restricción de la producción futura. Dicho incremento de la renta se engendra: ampliando la producción (sin modificar los correspondientes métodos) o perfeccionando esos sistemas técnicos mediante adelantos que no hubiera sido posible aplicar de no existir esos adicionales bienes de capital.

2.- Los propietarios de los anteriormente existentes bienes de capital, bienes de capital que gracias al perfeccionamiento de los métodos de producción pueden ser aprovechados mejor ahora. Tales ganancias, solo son transitorias. Irán esfumándose, pues desatan una tendencia a ampliar la producción de los correspondientes bienes de capital.

Pero, por otro lado, el incremento de bienes de capital disponibles; reduce la utilidad marginal de los bienes de capital; tienden a la baja de los precios de los bienes de capital, resultando perjudicados, en consecuencia, los intereses de aquellos ahorristas que no participaron, o al menos no suficientemente, en la actividad ahorradora y en la creación de esos nuevos bienes de capital.

Entre los terratenientes se benefician quienes, gracias a las nuevas disponibilidades de capital, ven incrementada la productividad de sus campos, bosques, minas, piscigranjas etc. En cambio, salen perdiendo los terratenientes cuyos fondos posiblemente sean submarginales, en razón a ese incremento de la productividad de otros bienes inmuebles.

En cambio, todos los trabajadores, *derivan* ganancias perdurables al incrementarse la utilidad marginal del trabajo. Por el momento, algunos trabajadores pueden sufrir perjuicios. Cabe, que haya gente especializada en determinadas labores que, a causa del progreso técnico, tal vez dejen de interesar económicamente si las condiciones personales de tales individuos no les permite laborar en otros cometidos mejor retribuidos; posiblemente habrían de contentarse -pese al alza general de los salarios- con puestos pero pagados que aquellos que anteriormente ocupaban.

Esos cambios de precios de factores de producción aparecen desde el mismo momento en que los empresarios inician las actuaciones para acomodar la producción a la nueva situación. Al igual que sucede cuando se analizan otros problemas relacionados a la variación de circunstancias del mercado. Esos efectos que *de inmediato* aparecen son los primeros eslabones de una cadena de sucesivas transformaciones que, finalmente, plasmarán los efectos de largo plazo. En nuestro caso, la última consecuencia sería la desaparición de la ganancia y pérdida empresarial. Los efectos inmediatos son las fases preliminares de ese proceso que, al final (si no fuera interrumpido por posteriores cambios de circunstancias) abocaría a una economía estacionaria.

Si las ganancias sobrepasan a las pérdidas; es porque ese proceso eliminador de pérdidas y ganancias se pone en marcha tan pronto como los empresarios comienzan a ajustar la producción a las cambiantes circunstancias. No hay instante, a lo largo de ese proceso, en que sean los empresarios quienes exclusivamente se lucren del incremento del capital disponible o de los adelantos técnicos. Porque si la riqueza y los ingresos de las restantes clases sociales no variaran, estas solo restringiendo en otros sectores sus compras podrían adquirir las *supletorias* mercancías fabricadas. La clases empresarial, en su conjunto, no ganaría; los beneficios de unos empresarios se compensarían con las pérdidas de otros.

En cuanto los empresarios quieren emplear los adicionales bienes de capital o aplicar técnicas perfeccionadas, se dan cuenta inmediatamente que necesitan comprar complementarios factores de producción. Esa adicional demanda provoca el alza de esos



factores de producción. Y tal subida de precios y salarios es lo que confiere a los consumidores los adicionales ingresos necesarios para comprar los nuevos productos sin tener que restringir la compra de otros bienes. Solo así cabe que superen las ganancias a las pérdidas empresariales.

El progreso económico únicamente es posible ampliando (mediante el ahorro) la cantidad de bienes de capital y perfeccionando los métodos de producción, perfeccionamiento que (en la mayoría de casos) exige la previa acumulación de nuevos capitales. Son agentes de dicho progreso los audaces empresarios que quieren cosechar ganancias, ganancias que derivan de acomodar el aparato productivo a las prevalecientes circunstancias, dejando satisfechos, en el mayor grado posible, los deseos de los consumidores. Pero esos empresarios para poder plasmar tales planes de progreso económico, no tienen más remedio que dar participación en los correspondientes beneficios a los trabajadores y a determinados capitalistas y hacendados, incrementándose, paso a paso, la participación de estos grupos, hasta esfumarse la cuota empresarial.

Las ganancias y pérdidas dependen exclusivamente de la capacidad o la incapacidad del empresario para adaptar la producción a la demanda de los consumidores. Las ganancias y pérdidas son fenómenos que aparecen por haber sido perturbada la “normalidad”; por haberse registrado cambios que la mayor parte de la gente no había previsto, por haber aparecido un “desequilibrio”. En de una economía dinámica, cualquier ganancia o pérdida tiende, por sí, a desvanecerse. Un superávit de beneficios con respecto a quiebras demuestra que se está registrando real y efectivo progreso económico, elevándose paralelamente el nivel de vida de todas las clases sociales. Cuanto mayor sea tal superávit mayor será la prosperidad de todos.

La Economía pasa por alto tan arbitrarios juicios de valor. No le interesa saber si, a la luz de supuesta ley natural o de inmutable y eterna moral, cuyo contenido sólo sería conocido a través de hipotética revelación o personal intuición, procede condenar o ensalzar el beneficio empresarial. La economía se limita a proclamar que tales ganancias y pérdidas constituyen fenómenos consustanciales con el mercado. En su ausencia el mismo desaparece. El aparato policial y administrativo puede confiscar al empresario toda su ganancia. Sin embargo, tal medida desarticularía la economía de mercado transformándola en un caos. Le cabe al hombre destruir muchas cosas; a lo largo de la historia ha hecho uso de tal potencialidad. Está en sus manos, dismantelar el mercado.

Si no fuera porque la envidia los ciega, esos supuestos moralizadores, al mencionar la ganancia, también se ocuparían de las pérdidas. Advertirían que el progreso económico se basa en la actuación de quienes (mediante el ahorro) engendran los adicionales bienes de capital necesarios y en los descubrimientos de los inventores, viniendo los empresarios a aprovechar los mencionados medios puestos a su disposición para plasmar la prosperidad. El resto de la gente no contribuye al progreso, viéndose, no obstante, favorecidas con esa gran abundancia que derramara el ajeno actuar sobre esa gente.

Todo lo dicho acerca de la economía en crecimiento, puede decirse de la economía regresiva, es decir aquella economía en la que la cuota per cápita de lo invertido va disminuyendo. En una economía regresiva, el total de las pérdidas

empresariales excede al conjunto de las ganancias. Los empresarios, al igual que el resto de la gente actúan como puros individuos. Nada le importa al empresario lo que pueda suceder al resto de la clase empresarial. En la cambiante economía de mercado, para el empresario perspicaz siempre hay posibilidades de cosechar ganancias. El que, dentro de la economía regresiva, el conjunto de las pérdidas supere el total de las ganancias no amedrenta a quien tiene confianza en su capacidad superior. El empresario, al planear la futura actuación, se fía tan solo de su capacidad para comprender, mejor que sus conciudadanos de menor perspicacia, la futura situación del mercado. La función empresarial, el obsesivo afán del empresario por cosechar ganancias, es la fuerza que impulsa la economía de mercado. Las pérdidas y las ganancias constituyen los resortes gracias a los cuales el imperio de los consumidores gobierna el mercado. La conducta de los consumidores genera las ganancias y pérdidas, detrayéndose, a su amparo, la propiedad de los factores de producción de las personas de menor capacidad para transmitirla a las personas de mayor eficiencia. Cuanto mejor a servido a los consumidores, tanto más influyente en el mundo mercantil deviene una persona. Si no hubiera ganancias ni pérdidas, los empresarios ignorarían cuales eran las más urgentes necesidades de los consumidores. Y aun en el supuesto de que algunos de ellos logran adivinar tales necesidades, nada podrían hacer, ya que les faltarían los necesarios medios para ajustar convenientemente la producción a los correspondientes objetivos.

La empresa con fin lucrativo se halla sometida a la soberanía de los consumidores; en cambio, las instituciones que no persiguen ganancias económicas, ni rinden cuenta ante las masas consumidoras, ni tienen por qué preocuparse del público. Producir para la ganancia implica producir para el consumo, ya que la ganancia solo lo cosechan quienes ofrecen a la gente aquello que esta gente necesitan con mayor urgencia.

Los empresarios no tienen la culpa de que a los consumidores les gusten más las bebidas alcohólicas que la Biblia, prefiriendo las novelas policiales a la literatura seria, ni tampoco cabe responsabilizarles de que los gobernantes antepongan los cañones a la mantequilla. El empresario no gana más vendiendo cosas “malas” que vendiendo cosas buenas. Sus ganancias son tanto mayores cuanto mejor abastezca a los consumidores de aquellos bienes que estos reclaman con mayor intensidad, en cada caso. La gente no ingiere bebidas alcohólicas para hacer felices a los capitalistas del alcohol ni van a la guerra para enriquecer a los “traficantes de armas”. La industria de armamentos existe porque hay mucha belicosidad. Esta industria es el efecto de la belicosidad.

Corresponde a los economistas orientar el pensamiento económico popular. El empresario sirve a los consumidores tal como son en cada momento.

Cabe admirar a quienes rehuyen la ganancia que podrían cosechar, produciendo armas o cerveza. Sin embargo, conducta tan respetable es un gesto sin trascendencia, pues, aun cuando todos los empresarios y capitalistas adoptaran idéntica actitud, no por ello desaparecería la guerra ni el alcoholismo.

La ganancia procede de haberse previamente modificado, con acierto, el empleo dado a ciertos factores de producción, tanto materiales como humanos, acomodando su uso a las cambiantes circunstancias del mercado. Es la gente a quienes tal reajuste de la producción favorece las que, compitiendo entre sí por hacer suyas las correspondientes mercancías, engendran la ganancia empresarial, al pagar precios superiores a los costos

que el productor ha hecho. Dicha ganancia brota del actuar de esos afanosos compradores que, pagando mejores precios, arruinan a otros potenciales compradores que también hubieran querido hacer suyos unos bienes siempre producidos en cantidad limitada.

La gente califica de *beneficios* los dividendos que reparten las empresas. Pero, lo que el accionista percibe está compuesto, por el interés del capital aportado y por la ganancia empresarial. Cuando no es próspera la marcha de la empresa, el dividendo llega a desaparecer y, aun cuando algo con este nombre se pague, es posible que tal suma únicamente contenga interés pudiendo tal interés a veces ser tan poco que parte del capital quede sin tan siquiera tal retribución.

El trabajo produce muy poco; sólo cuando va acompañado de previo ahorro y previa acumulación de capital viene a ser fecundo. Las mercancías que el público se disputa son producidas gracias a una acertada dirección empresarial que convenientemente ha sabido combinar el trabajo con los instrumentos de producción y demás factores de capital necesario. Los capitalistas cuyo ahorro crea y mantiene los instrumentos productivos; y los empresarios, que orientan tal capital hacia aquellos cometidos que mejor permiten atender las más urgentes necesidades de las masas consumidoras son figuras no menos imprescindibles que los trabajadores en toda fabricación. Se atribuye la totalidad del valor producido a quienes solo aportan su actividad laboral y aquellos que contribuyen al resultado con su capital y su talento empresarial. La fuerza física lo que produce los bienes que solicita el mercado; es necesario que sea acertadamente dirigida hacia objetivos específicos. Los progresos económicos fueron conseguidos gracias a los bienes de capital que los ahorradores engendraron y a la intelectual aportación de una elite de investigadores y empresarios. Los trabajadores manuales se beneficiaron de una serie de cambios, las cuales ellos no provocaron.

Los empresarios una y otra vez, inciden en el error al pretender adivinar la futura disposición del mercado. En vez de producir aquellos bienes que los consumidores demandan con mayor intensidad, les ofrecen bienes menormente deseadas o aún bienes carentes de importancia. Tan torpes empresarios sufren pérdidas, mientras se enriquecen sus competidores más *perspicaces*, que lograron satisfacer los deseos de los consumidores. Las pérdidas aparecen por cuanto la gente prefiere comprar otras mercancías.

“Los empresarios explotadores” no explotan por simple capricho. Lo que buscan es incrementar, a costa de los “trabajadores explotados”, su propia capacidad consumidora o inversora. Sin embargo, el botín así conseguido no desaparece del mundo. Los “empresarios explotadores” lo gastan comprando objetos suntuarios que consumen, o lo invierten en factores de producción, con miras a ampliar sus personales beneficios. La demanda así deseada por los empresarios explotadores se refiere a bienes distintos de aquellos que los trabajadores habrían comprado si esas ganancias empresariales hubieran sido confiscadas y su importe entregado a los trabajadores. Los errores del empresariado, al pretender adivinar la futura disposición del mercado que estructurara aquella “explotación”, provocan los mismos efectos que cualesquiera otras equivocaciones empresariales. Tales equivocaciones las pagan los empresarios ineptos con pérdidas, mientras incrementan sus ganancias los empresarios de superior perspicacia. Unas empresas se arruinan, mientras otras prosperan.

La aparición de un superávit entre las totales ganancias y las totales pérdidas empresariales, en favor de las primeras, supone que parte de las ganancias derivadas del incremento del capital disponible o del perfeccionamiento de los procedimientos técnicos; haya ya de antemano enriquecido a las clases no empresariales. El alza de factores complementarios de producción, el alza de los salarios en primer lugar es un fenómeno necesario e inevitable, que esa misma cadena de sucesivos eventos (puesta en marcha por empeño empresarial de obtener ganancia) *provoca*, ajustando la producción a la nueva situación.

El proceso que genera un excedente de las ganancias sobre las pérdidas empresariales da lugar, primero (antes de que aparezca tal excedente) a que surja una tendencia alcista en los salarios y precios de muchos factores materiales de producción. Ese mismo proceso, paulatinamente, iría haciendo desaparecer ese excedente de las ganancias sobre las pérdidas; si no surgieran nuevos eventos que vinieran a incrementar la cantidad de los bienes de capital disponibles. Tal excedente no es generado por el alza de precios de factores de producción; ambos fenómenos –el alza de precios de los factores de producción y la aparición del mencionado excedente de las ganancias sobre las pérdidas- son distintas fases de un único proceso puesto en marcha por el empresario para acomodar la producción a la ampliación de las disponibilidades de bienes de capital y a los progresos técnicos. Solo en tanto en cuanto tal acomodación previamente enriquezca a los restantes sectores de la población, puede surgir ese temporal excedente empresarial.

## 10. Promotores, directores, técnicos y funcionarios

El empresario contrata los servicios de *técnicos*, es decir, de aquellas personas que tienen capacidad y destreza necesaria para ejecutar clases y cantidades de trabajo determinadas. En el personal técnico incluimos a inventores, investigadores de las ciencias aplicadas, constructores, proyectistas, ejecutores de tareas manuales; y el empresario, en la medida en que personalmente contribuye a la ejecución técnica de sus planes empresariales. El técnico aporta su trabajo y esfuerzo; sin embargo, es el empresario, quien dirige tales aportaciones hacia la consecución de metas definidas. En esta última función, el empresario actúa como mandatario de los consumidores.

El empresario no puede estar en todas partes. Le es imposible personalmente atender los múltiples asuntos que es necesario vigilar. Porque acomodar la producción al mejor servicio posible de los consumidores, proporcionándole aquellos bienes que más urgentemente necesitan; no solo consiste en trazar planes generales para el aprovechamiento de los recursos disponibles (tal tarea es la función principal de empresarios, promotores y especuladores). Pero, con independencia de esos planes generales, es necesario igualmente practicar otras actuaciones secundarias. Cualquiera de estas complementarias tareas, contrastada con el resultado final, tal vez parezca de poca monta. Sin embargo, el efecto acumulativo de sucesivos errores en la solución de esos pequeños asuntos puede frustrar el éxito de planes perfectamente trazados en sus líneas maestras. Tales errores implican malbaratar factores de producción escasos, perjudicando con ello la mejor satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Existe diferencia entre estos cometidos y aquellas funciones técnicas mencionados en primer término. La ejecución de cualquier proyecto empresarial, mediante el cual se pretende plasmar específico plan general de acción, exige adoptar múltiples disposiciones de menor rango. Cada una de estas actuaciones se practica sobre la base de preferir aquella fórmula que, sin perturbar el plan general de la operación, sea la más económica. Conviene, en estos aspectos, evitar cualquier costo superfluo, por lo mismo que en el plan general deben ser rehuidos. El profesional, desde su punto de vista técnico, quizá no vea diferencia entre los diversos métodos que permiten resolver determinado problema; quizás incluso prefiera uno de dichos métodos sobre la base de la mayor productividad material de ese método. En cambio, el empresario actúa impulsado por el afán del lucro. De ahí que se vea obligado a preferir la solución más económica, es decir, aquella que permita prescindir del consumo del mayor número posible de factores de producción, cuyo uso impediría satisfacer otras necesidades de superior trascendencia para los consumidores. Optará entre los diversos métodos considerados iguales por los técnicos, prefiriendo aquel método que requiera un menor gasto. Tal vez rechace el método de superior productividad material, si bien más costoso, en razón a que su previsión le indica que ese incremento de la producción no será suficiente para compensar el mayor gasto que implica. El empresario debe cumplir su función, de acomodar la producción a la demanda de los consumidores –según queda reflejada en los precios del mercado- cuando se trata de los grandes acuerdos y planes; y a diario, resolviendo todos esos pequeños problemas que suscita la gestión de los negocios.

El cálculo económico y la contabilidad por partida doble; permiten que el empresario no se preocupe personalmente de muchos de esos detalles. Así, puede concentrarse en los problemas decisivos, despreocupándose de un gran conjunto de

minucias que, en su totalidad, resultarían imposibles de abarcar por cualquier mente humana. Le cabe buscar colaboradores que se encarguen de tareas empresariales de segundo orden. Tales colaboradores por su parte, también puede buscar la ayuda de auxiliares, dedicados a atender cometidos aún más simples. Es así cómo se estructura la jerarquía empresarial.

El director es el hermano menor del empresario, sin que a estos afectos interesen las concretas condiciones contractuales y económicas de *su* trabajo. Lo trascendente es que el propio interés económico le induce al director a atender aquellas funciones empresariales que, en una esfera de acción limitada y precisamente acotada, le sean confiada.

Gracias a la contabilidad por partida doble puede funcionar el sistema directorial. Permite al empresario computar separadamente la operación de los sectores que integran su empresa y la utilidad de cada sector. Así, le es posible contemplar dichos sectores como si se tratara de entidades independientes y valorarlos con arreglo a su respectiva contribución al éxito del negocio. En el marco de ese sistema del cálculo mercantil, cada sección equivale a integral entidad, es como, una operación independiente. Se supone que cada uno “posee” determinada proporción del capital social; que compra y vende a otras secciones; que tiene gastos e ingresos propios; que provoca ganancia y origina pérdida, que se imputa a la misma, independientemente de los resultados obtenidos por las demás divisiones. Por tanto, el empresario puede conceder al director de cada una de ellas enorme independencia. La única norma que da a la persona a quien confía la dirección de un específico asunto es la norma de que, con su gestión, produzca el mayor beneficio posible. El simple examen de las correspondientes cuentas demostrará, después, en qué proporción triunfó o fracasó en la consecución de tal objetivo. El director responde de la marcha de su sección. Si la contabilidad indica que la misma ha sido provechosa, él se apunta *el tanto*; por el contrario, cuando haya pérdidas, estas pérdidas irán en su descrédito. Es el propio interés lo que le induce a atender, con el máximo celo y dedicación, la marcha de lo a él encomendado. Si sufre pérdidas, el empresario o le reemplazará por otra persona o liquidará el asunto. El director en todo caso pierde al quedar despedido. Por el contrario, si triunfa y produce ganancias, incrementa sus ingresos o, al menos, no corre el riesgo de verse privado de esos ingresos. El que tenga o no participación en las ganancias carece de importancia por lo atañe a ese personal interés que se ve constreñido a poner en los resultados de las operaciones a él confiadas. Su propio bienestar, en cualquier caso, depende directamente de la buena marcha del cometido que dirige. La función del director consiste en ajustar –siempre dentro de los preestablecidos límites en que discrecionalmente puede actuar- la marcha de la empresa a la situación del mercado. Al igual que el empresario puede reunir en su persona funciones empresariales y técnicas, también cabe que el director desempeñe, al mismo tiempo, cometidos de diverso orden.

La función directoral se halla siempre en relación de subordinación con respecto a la función empresarial. Mediante *aquella* función el empresario, puede descargarse de algunas de sus obligaciones menores. La función del empresario no puede ser desligada del decidir qué empleo debe darse a los factores de producción en relación a la plasmación de tareas específicas. El empresario controla los factores de producción; dicho control es el que le coloca en posición de obtener ganancias o sufrir pérdidas de tipo empresarial.

En algunos casos, cabe retribuir al director proporcionalmente a la medida en que su sección haya contribuido a las ganancias obtenidas por el empresario. Pero ello carece de trascendencia. El director siempre tiene interés personal en que prospere aquel sector confiado a su tutela. Ello no obstante, nunca llega a ser patrimonialmente responsable de las pérdidas. Tales pérdidas recaen exclusivamente sobre los propietarios del capital invertido.

La sociedad puede dejar en manos de los propietarios de factores de producción decidir qué empleo convenga más dar a esos factores. Al lanzarse a operaciones específicas, dichos propietarios se juegan su posición social, sus propiedades y riqueza personales. Mayor interés incluso que la sociedad tienen ellos en el buen fin de la propia actividad. Para la sociedad, la pérdida del capital invertido en determinado negocio implica solo la desaparición de una pequeña parte de *sus* fondos totales; en cambio, para el propietario supone; la ruina total. En cambio la cosa varía por completo cuando se trata de dar carta en blanco al director, pues, en tal caso, este lo que hace es especular con dinero ajeno. No contempla el riesgo al igual que quienes, en cambio, van a responder personalmente de posibles pérdidas. Retribuirle a base de participación en ganancias incrementa su temeridad.

Los mercados de dinero, capital, acciones y valores mobiliarios; juegan un papel en la vida de las empresas. Las variaciones registradas por los cambios de las acciones y valores mobiliarios son los medios a cuyo amparo los capitalistas gobiernan el movimiento del capital. Aquella estructura de precios engendrada por las especulaciones realizadas en los mercados de dinero y capital y en las Bolsas de Valores, determinan: cuánto capital hay disponible para llevar adelante las operaciones de cada empresa y crea una situación a la que deben ajustarse minuciosamente sus actuaciones sus directores.

Son los accionistas y los mandatarios de *su* elección; los consejeros quienes trazan las líneas a que ha de ajustarse la actuación de las sociedades. Los consejeros nombran y despiden a los directores. En las empresas pequeñas y, a veces, también hasta en algunas de mayores proporciones, los propios consejeros reúnen en *su* persona las funciones en otros casos asignadas a los directores. Jamás una empresa próspera si se halla controlada por agentes a sueldo. La aparición de una todopoderosa clase directorial no constituye fenómeno que provocara la economía de mercado. Antes al contrario dicho fenómeno es fruto de una política intervencionista, que conscientemente pretende aniquilar el poder de los accionistas sometiendo a disimulada confiscación. En los países latinoamericanos constituyó esta política paso previo para reemplazar la libre empresa por el control estatal del mundo de los negocios. Tendencias similares prevalecen en Perú en lo relacionado a las empresas de servicios públicos. Las maravillosas realizaciones plasmadas por las sociedades mercantiles fueron engendradas por gente identificadas con unas empresas, en razón de que eran propietarias de importantes paquetes o de la mayoría de sus acciones.

El empresario resuelve en qué negocios va a emplear el capital y la cantidad de capital que le conviene invertir. Amplía o reduce su empresa y las secciones que la integran y traza los planes financieros. En las sociedades anónimas y en las demás empresas mercantiles; la resolución recae exclusivamente sobre el empresario. Cualquier asesoramiento que en tales materias aquél empresario pueda buscar son simples ayuda; tal vez pondere, desde el punto de vista legal, estadístico o técnico, las

circunstancias concurrentes; la decisión final, que implica enjuiciar y pronunciarse sobre la futura situación del mercado, solo el empresario puede adoptarla. La ejecución del plan, una vez decidido, es lo único que el empresario confía a sus directores.

La actuación de la elite directorial, para el buen funcionamiento de la economía de mercado, es de tanta transcendencia como la actuación de la elite de los inventores, técnicos, ingenieros, proyectistas, científicos y hombres de laboratorio. Son muchas las personas de excepcional valía que laboran por la causa del progreso económico. Los buenos directores perciben elevadas retribuciones y tienen participación en los beneficios de la empresa. Muchos son los que acaban siendo capitalistas y empresarios. Sin embargo, la función de director es distinta de la función de empresario.

La administración burocrática, contrapuesta a la administración que persigue la ganancia, es aquella administración que se aplica en los departamentos estatales públicos encargados de provocar efectos cuyo valor no puede ser calculado monetariamente. El servicio del policía es de transcendencia para salvaguardar la cooperación social; beneficia a todos los miembros de la sociedad. Sin embargo, tal provecho carece de precio en el mercado no puede ser objeto de compra ni de venta; resulta por tanto, imposible contrastar el resultado obtenido con los gastos efectuados. Hay ganancia; pero se trata de una ganancia que no cabe reflejar en términos monetarios. Ni el cálculo económico ni la contabilidad por partida doble pueden aplicarse. No es posible atestiguar el éxito o el fracaso de un departamento de policía mediante los procedimientos aritméticos que se emplean en el comercio con fin lucrativo. No hay contador que pueda ponderar si la policía o determinada sección de la policía ha producido ganancia o pérdida.

La cantidad de las inversiones que proceda efectuar en cada sector industrial la determinan los consumidores, con sus actuaciones. Si la industria automovilística triplicara su capital, los servicios que presta al público resultarían mejorados. Habría más autos. Esa expansión de la industria automovilística sustraería capital de otros sectores de la producción que atienden necesidades más urgentemente sentidas por los consumidores. Tal circunstancia daría lugar a que esa expansión de la industria automovilística *originara pérdidas*, mientras se incrementaban las ganancias de aquellos otros sectores industriales. En su afán por lograr la mayor ganancia posible, los empresarios se ven obligados a destinar a cada sector industrial solo el capital que puede ser invertido sin perjudicar la satisfacción de otras más urgentes necesidades de los consumidores. Así, la actividad empresarial se halla gobernada automáticamente, por la voluntad de los consumidores, según queda esta voluntad reflejada en la estructura de los precios de los bienes de consumo.

En cambio, en la asignación de fondos destinados a financiar gastos estatales no existe análoga mecánica limitativa. Los servicios que presta el departamento de policía de la ciudad mejorarían notablemente si se triplicara la partida presupuestaria. Pero el problema consiste en determinar si esa mejora justifica: reducir los servicios prestados por otros departamentos municipales (los de sanidad) o reducir la capacidad adquisitiva de los contribuyentes. Esta cuestión no puede ser resuelta acudiendo a la contabilidad del departamento de policía. Tal contabilidad sólo nos informa acerca del gasto efectuado. Ninguna valoración nos brinda de los resultados obtenidos, por cuanto estos resultados no pueden ser expresados en términos monetarios. Los ciudadanos determinan, de modo directo, cuáles son los servicios que desean y que están dispuestos



a pagar. Se desentienden en la práctica de la concreta resolución del problema; eligiendo a concejales y funcionarios que resuelven dichos asuntos de acuerdo con los deseos de sus electores.

El alcalde y sus regidores ven su actividad restringida por el presupuesto. No pueden ejecutar discrecionalmente aquellas obras municipales que a ellos les parezcan interesantes. Deben invertir los fondos recibidos en los cometidos previstos por el presupuesto. Les está prohibido el asignarlos a otras atenciones. La contabilidad en la administración pública difiere de la contabilidad que se sigue en el mundo de los negocios lucrativos. En el sector público, la contabilidad tiene por finalidad verificar que los fondos han sido invertidos de conformidad estricta con las previsiones presupuestarias.

En los negocios con fin lucrativo, la discrecionalidad de los directores queda condicionada por las ganancias y pérdidas. El afán de lucro obliga a respetar los deseos de los consumidores. No hay por qué restringir la actividad de los directores mediante detalladas ordenanzas y reglamentos. Si se trata de personas eficientes ese entrometimiento, en el mejor de los casos, resultará innecesario o perjudicial como paralizadora camisa de fuerza. En cambio, si la persona es torpe e ineficaz no mejorará, por mucho que se reglamente. En tal supuesto, se le estará brindado justificación para su torpeza pues podrá argumentar que las ordenes recibidas son las causantes del mal. La única *norma* que impera en el mundo mercantil: es buscar la ganancia.

El planteamiento es distinto en el campo de la administración pública en la gestión de los asuntos estatales. Aquí no hay consideraciones lucrativas que orienten la discrecionalidad del funcionario. Si el pueblo soberano dejara a los servidores públicos en plena libertad; ello equivaldría a renunciar a su soberanía a favor de los servidores públicos. Dichos funcionarios estatales se convertirían en entes que a nadie rendirían cuentas y su poderío superaría al poderío del pueblo soberano. Harían lo que quisieran; no respetarían la voluntad de sus amos. Para impedir esto y mantenerlos sometidos a la voluntad de sus superiores; es necesario instruirles detalladamente acerca de cómo deben proceder en cada caso. Han de operar ateniéndose a normas y reglamentos. Su discrecionalidad –dar a los problemas la solución que personalmente consideren mejor– se halla restringida por esas reglamentaciones. Dichas personas son burócratas, es decir, gente que ha de atenerse a códigos inflexibles de preceptos formales.

La gestión burocrática implica detalladas normas y reglamentaciones *prefijadas* autoritariamente por el superior. Es la única alternativa que cabe adoptar cuando no es posible la gestión con fin lucrativo; resultando ésta gestión inaplicable: si las operaciones carecen de valor monetario; o si se rehuye el lucro en materias que por su característica podrían ser financieramente provechosas. El primer supuesto es el que plantea la administración de la cosa pública; el segundo supuesto es el de aquellas instituciones montadas sobre una base no lucrativa, como una escuela, un hospital. Toda empresa que no se inspire en el afán de lucro; será gobernada por normas burocráticas.

La gestión burocrática es el único método idóneo para llevar adelante los asuntos estatales. Por cuanto resulta necesario el gobierno; la burocracia -en su campo- no lo es menos. En aquello en que no cabe aplicar el cálculo económico, es forzoso recurrir a métodos burocráticos.

Ningún negocio será burocrático en tanto persiga el lucro. En cambio, tan pronto se deja de lado el afán lucrativo, reemplazándolo por la idea *servicios* -es decir, la prestación del servicio prescindiendo de si el precio percibido cubre o no los costos; será necesario recurrir a métodos burocráticos.

## 11. El proceso de selección del mercado

El combinado actuar de cuantos operan en la economía de mercado pone en marcha el proceso selectivo del sistema. Impulsado por el deseo de eliminar el propio malestar cada individuo procura: *alcanzar* aquella posición desde la cual pueda contribuir en mayor grado a la mejor satisfacción de los demás y; *aprovechar* al máximo los servicios ofrecidos por los demás. Ello implica que el individuo tiende a vender en el mercado más caro y comprar en el mercado más barato. Tal proceder ordena los precios y estructura la sociedad, asignando específica tarea a cada individuo. El mercado enriquece a unos y empobrece a otros, determina quién ha de regentar las grandes empresas y quién ha de trapear el piso, señala cuántas personas hayan de trabajar en las minas y cuántas en las orquestas. Ninguna de tales resoluciones es definitiva; son revocables. Ese proceso de selección jamás se detiene. Siempre está en marcha, adaptando el dispositivo social de la producción a las variaciones de la oferta y la demanda. Se vuelve una y otra vez sobre anteriores decisiones; sopesándose continuamente el caso particular de cada uno. Nadie puede considerar su posición asegurada, ni existe en el mercado derecho preestablecido. Todo el mundo está sometido a la ley del mercado, a la soberanía de los consumidores.

La propiedad de los factores de producción es una responsabilidad social. Capitalistas y terratenientes se ven obligados a dedicar sus propiedades a satisfacer del mejor modo posible a los consumidores. Si les falta inteligencia o aptitudes sufren pérdidas patrimoniales. Cuando tales pérdidas no les sirven de lección (induciéndoles a *modificar* su conducta mercantil) acaban arruinándose totalmente. No hay inversión que resulte perennemente segura. Quien no sepa invertir su fortuna (como mejor sirva a los consumidores) está condenado al fracaso. Nadie en el mercado puede disfrutar ociosa y despreocupadamente las riquezas antes conseguidas. Los fondos han de invertirse siempre de modo acertado si no quiere que el capital o la renta desaparezca.

El agricultor que compra maquinaria, fertilizantes, semillas, mano de obra y otros factores de producción; para luego vender los productos; está sometido a la ley del mercado. Entonces, son los consumidores quienes determinan sus ingresos; habiendo aquél agricultor acomodar la producción a los deseos de los consumidores.

La función seleccionadora del mercado opera igualmente en el campo laboral. El trabajador acude a aquellos empleos en los que supone va a ganar más. El factor trabajo también se dedica a aquellas tareas cuya utilidad es mayor, desde el punto de vista de los consumidores. El mercado tiende a no malgastar la cantidad de trabajo atendiendo necesidades menos urgentes mientras haya otras necesidades más urgentes sin satisfacer. El trabajador se halla sometido a la supremacía de los consumidores. Cuando desatiende los deseos de los consumidores, se ve penalizado mediante igual reducción de su salario.

El proceso selectivo del mercado no instaura clases sociales. Promotores y empresarios no forman específica clase social; todo el mundo puede ser empresario; basta con que el interesado confíe en su propia capacidad para prever mejor que los demás las futuras condiciones del mercado y que las correspondientes operaciones practicadas a riesgo suyo, agraden a los consumidores. Se accede a las filas empresariales asaltándola agresivamente; sin embargo, es necesario someterse a esa prueba que impone el mercado, sin excepción a quienquiera que desee ser empresario o

aspire a mantenerse en tan eminente posición. A todos se presentan oportunidades para probar su suerte. El principiante no espera a que alguien le invite o le anime; se lanza al espacio previendo lo que en su evolución vaya a necesitar.

Bajo la economía de mercado se oye decir que no le es ya posible a quien carezca de dinero trepar por la escala que lleva a la riqueza y a la posición empresarial. Desde que, por primera vez, fuera mantenido; la composición de las clases empresarial y capitalista ha variado notablemente. Muchos antiguos empresarios y sus herederos desaparecían, mientras otra gente advenediza ocupaban sus puestos. Ultimamente conscientemente se han montado instituciones que, si pronto no son suprimidas, desarticularán el proceso selectivo del mercado.

Los consumidores, al designar a los capitanes de la industria y las finanzas, sólo se fijan en la habilidad personal de cada uno para acomodar la producción a las necesidades del consumo. Al fabricante de zapatos lo único que le exigen es que produzcan zapatos buenos y baratos.

El hombre común envidia a quienes prosperaron más que él. Si estos empresarios lograron enriquecerse, dice que fue por su carencia de escrúpulos. Podría él ser tan rico como ellos si no prefiriera respetar las normas de la moral y la decencia.

En la actualidad, al amparo de las situaciones creadas por el intervencionismo, les resulta posible a muchos enriquecerse mediante el soborno y chantaje. El intervencionismo ha logrado debilitar la soberanía del mercado de tal modo que le conviene más al empresario buscar el amparo de quienes detentan el poder estatal que dedicarse a satisfacer las necesidades de los consumidores. Sin embargo, no son estos hechos los que los críticos ponderan cuando envidian la riqueza ajena. Antes al contrario, tales críticos pretenden demostrar que, desde un punto de vista moral, es recusable el sistema que enriquece a uno bajo auténtico régimen de mercado. A este respecto, conviene reiterar que, en tanto en cuanto la operación del mercado no sea perturbada por las interferencias del gobierno; prosperar en los negocios implica que el interesado ha servido fiel y cumplidamente a los consumidores.

Se dice que si el hombre de menores recursos fracasa en la competencia comercial, ello se debe a su falta de ilustración. Solo si la instrucción, en sus diferentes grados, fuera igualmente accesible para todos; podría hablarse de una igualdad de oportunidades. Se atribuye la diferencia entre la gente a la diferencia en la educación, como si no existiera en la gente innatas desigualdades en lo que se refiere a inteligencia, voluntad o carácter. La ilustración académica implica aprender teorías de ideas anteriormente formuladas. La educación, cualesquiera que sean los beneficios que confiera, supone simple transmisión de tradicionales doctrinas y valoraciones; es de carácter conservador, *por necesidad*. Aboga por la imitación y la rutina nunca por el perfeccionamiento y el progreso. Ni el innovador ni el inventor se engendran en las aulas. Son creadores y reformadores aquellos que desprecian y superan lo que sus maestros les enseñaron.

Para triunfar en los negocios no se necesita título académico. Las universidades preparan a gente subalterna para desempeñar funciones rutinarias. No producen empresarios. El hombre deviene empresario sabiendo aprovechar oportunidades y llenando vacíos. El certero juicio, la previsión y energía que requiere la función

empresarial no se consiguen en las universidades. Muchos grandes empresarios, juzgados a la luz de eruditos cánones académicos son personas incultas. sin embargo, tal rusticidad no les impide cumplir puntualmente su específica función social, la función de acomodar la producción a la más urgente demanda. Por eso, los consumidores les encomiendan el gobierno de los negocios.

## 12. El individuo y el mercado

“La mecánica del mercado” no es operada por fuerzas automáticas. Son conscientes y específicas actuaciones humanas las que gobiernan el mercado y determinan los precios. Solo existen personas que consciente y deliberadamente se proponen alcanzar objetivos específicos. En la economía de mercado, solo pesa el deseo humano de suprimir el malestar en el mayor grado posible. “La mecánica del mercado” no es operada por fuerzas anónimas; siempre se trata de tú y yo, de Pedro, Juan y de todos los demás, que al mismo tiempo somos consumidores y productores.

El mercado es una institución social por excelencia. Los fenómenos de mercado son fenómenos sociales. Los *resultados* provocados por múltiples actuaciones individuales, que, sin embargo, *difieren* de las actuaciones individuales que las generan; aparecen ante el individuo como hechos dados que el individuo, por sí, no puede alterar. El hombre no se da cuenta que su personal actuación es un elemento más –aunque mínimo- en ese complejo de circunstancias determinantes de las diferentes situaciones transitorias que presenta el mercado. Por eso, el hombre se considera con derecho a criticar los fenómenos del mercado, condenando, conducta que considera totalmente justificadas cuando se trata de sí mismo. Censura la rudeza e inhumanidad del mercado y reclama la regulación del mercado, con la finalidad de “humanizarlo”. Exige, por un lado, medidas que protejan al consumidor contra el productor; pero por otro lado exige aún con mayor vehemencia que a él, como productor; se le proteja contra los consumidores. Fruto de tales contradictorios pretensiones es el intervencionismo económico.

Los hombres son a la vez productores y consumidores. Producción y consumo son facetas de una misma actuación. La teoría económica distingue ambos aspectos hablando de productores y consumidores; pero, se trata de idénticas personas. Cabe proteger al productor torpe contra la competencia de su más eficiente rival. Entonces, tal favorecido disfruta de aquellas ventajas que el mercado libre tan solo concede a quienes supieron atender mejor los deseos de los consumidores. La mejor satisfacción de los consumidores, se verá perjudicada en tal caso. Si un solo productor o un grupo reducido de productores obtiene ese trato privilegiado, tales beneficiarios se lucran a costa de los demás. Si se pretende privilegiar a todo el mundo por igual, entonces cada uno pierde, como, consumidor, lo que gana como productor. Es más, la comunidad entera se perjudica por cuanto la producción queda restringida, al impedirse que la gente de mayor eficiencia actúe en aquellos sectores donde ofrecerían mejores servicios a los consumidores. El que un producto sea importado no restringe la venta de ese producto, si es mejor o mas barato o ambas cosas que el producto nacional. Lo normal es que la gente busque siempre lo más económico, desentendiéndose de su origen y las circunstancias personales del productor.

El proteccionismo sólo sirve para desplazar la producción de aquellos lugares donde (por unidad de capital y trabajo invertido) se obtiene más, a otros lugares de inferior productividad. Consecuentemente, las tarifas proteccionistas empobrecen a la gente.

Los partidos políticos prometen a los suyos notable incremento de sus ingresos reales. En este aspecto, no existe diferencia entre nacionalistas e internacionalistas, entre los defensores de la economía de mercado y los partidarios del intervencionismo. Cuando el partido político pide sacrificios por la causa, destaca que tal sacrificio

constituye medio imprescindible, si bien transitorio, para alcanzar la meta final; el incremento del bienestar material de los correligionarios.

La mayoría no está, mental ni intelectualmente adaptada a la sociedad de mercado pese, a que *su actuar* y el actuar de sus inmediatos antepasados fue la fuerza que estructuró la sociedad de mercado. Sin embargo, tal inadaptación, es fruto engendrado por la incapacidad de la gente para darse cuenta los errores que encierran las falsas teorías.

### 13. La publicidad

El consumidor, a menudo, no sabe donde encontrar lo que busca al precio más barato posible. Muchas veces incluso ignora qué mercancía es el más idóneo para suprimir el malestar que le atormenta. El consumidor solo conoce las circunstancias que registró el mercado, en el pasado inmediato. De ahí que sea la misión de la publicidad el brindarle información acerca del actual estado de cosas.

La publicidad tiene que: ser chillona y llamativa, pues *su* objetivo es atraer la atención de la gente; despertar en la gente inquietudes dormidas, inducir las a innovar, abandonando lo tradicional, lo superado y trasnochado. La publicidad, para tener éxito, debe acomodarse a la mentalidad común. Debe seguir los gustos y hablar el lenguaje de la gente. Por eso es vocinglera, escandalosa, burda, exagerada. Es el mal gusto del público lo que le obliga al publicista a desplegar idéntico mal gusto en sus campañas.

Restringir el derecho del comerciante a anunciar sus mercancías implica coartar la libertad de los consumidores de gastarse el dinero de acuerdo con sus propios deseos y preferencias. Se les impediría a los consumidores, alcanzar cuanto conocimiento puedan y quieran adquirir acerca de la situación del mercado y de aquellas circunstancias que consideran de interés al decidirse o abstenerse de comprar. Sus decisiones no dependería de la personal opinión que les mereciera la valoración dada por el vendedor a su producto, habrían de fiarse de ajenas recomendaciones. Cuando la publicidad no se restringe, los consumidores se asemejan al jurado que se informa del caso escuchando a los testigos y examinando directamente los demás medios de prueba.

La publicidad puede inducir a alguna persona a comprar determinado artículo que no habría comprado si hubiera sabido, de antemano, las condiciones de ese artículo. Pero mientras la publicidad sea libre para todos los que compiten entre sí, aquellos productos que resulten más del gusto de los consumidores prevalecerán sobre los que sean menos, cualquiera que fueren los sistemas de propaganda utilizados. Igual puede servirse de trucos y artificios publicitarios el vendedor del mejor producto que quien ofrece el peor producto. Sin embargo, *solo al primero* aprovecha la calidad superior de *su* artículo.

El efecto de la publicidad sobre el público viene condicionado por la circunstancia de que el comprador, puede personalmente comprobar la bondad del producto anunciado. El ama de casa que prueba cierta marca de jabón o de conservas decide a la vista de su propia experiencia si le interesa o no seguir comprando y consumiendo dicha mercancía.

Resulta distinto el planteamiento cuando se trata de realidades que no pueden ser experimentalmente comprobadas. La experiencia no sirve en relación a demostrar o refutar las afirmaciones de la propaganda política. En política, las experiencias se refieren siempre a fenómenos complejos, susceptibles de las más diversas interpretaciones; solo el razonamiento *apriorístico* sirve de guía cuando se trata de doctrinas políticas. De ahí que sean mundos distintos el mundo de la publicidad política y el mundo de la publicidad comercial, independientemente de que ambas recurran a idénticas técnicas.



Existen numerosas lacras y malestares que ni la técnica ni la terapéutica actual logran remediar. Hay enfermedades incurables, hay defectos físicos inmodificables. Es lamentable que determinada gente pretenda explorar las miserias del prójimo ofreciéndoles curas milagrosas. Tales filtros, ni rejuvenecen a los viejos ni embellecen a la que nació fea. Sirven para despertar esperanzas, pronto desvanecidas. En cada caso se perjudicaría la buena operación del mercado si las autoridades prohibieran esas propagandas, cuya verdad no cabe atestiguar recurriendo a los métodos de las ciencias naturales experimentales. Sin embargo, quien pretenda otorgar al gobernante tales funciones no sería consecuente consigo mismo si se negara a conceder igual trato a las afirmaciones de las diferentes iglesias. La libertad es indivisible. En cuanto se comienza a coartarla, se lanza el actor por pendiente en la que es difícil detenerse. Quien desee dar al Estado facultades para garantizar la certeza de lo que los anuncios de perfumes y pasta dental pregonan no pueden luego negar al Estado privilegio cuando se trata de atestiguar la verdad de temas como la religión y la ideología social.

La publicidad comercial no somete a los consumidores a la voluntad de los anunciantes. Ninguna publicidad puede impedir la venta de las mejores y más baratas mercancías.

Los gastos publicitarios, desde el punto de vista del publicista, son un sumando más entre los diferentes costos de producción. El comerciante gasta su dinero en publicidad en tanto considera que el aumento de las ventas incrementará sus ganancias. En este sentido, no existe diferencia entre los costos de la publicidad y los restantes costos de producción. Lo que se busca a través de todo y cada uno de los costos de producción es ampliar la demanda. Cuando el fabricante de caramelos recurre a materia primas de mejor calidad, pretende ampliar la demanda de sus caramelos, igual que cuando decide una envoltura más atractiva, dotar a sus vendedores de detalles más acogedores o invertir mayores sumas en anuncios.

#### **14. La Dictadura**

Para la economía de mercado no existe fronteras políticas; su ámbito es mundial.

Planificación central-autarquica es la complejidad que forman todas las actividades económicas de un país soberano, en tanto el gobernante las dirige y controla. Es una dictadura practicada en el ámbito de las fronteras políticas de un país.

El concepto de la dictadura significa *desconocer* los principios en que se basa la economía de mercado.

Siempre el ideario de la economía de mercado y de la dictadura, se han combatido. El Estado es imprescindible supuesto para la cooperación pacífica. La economía de mercado funciona si existe una institución policial que, mediante el uso de la violencia o la amenaza de emplearla contra los perturbadores del orden, logre salvaguardar la operación de tan delicado mecanismo. Sin embargo, estos imprescindibles funcionarios y sus armados dependientes sienten continuamente la tentación de recurrir al poderío que disfrutaban para implantar su propia dictadura. Para el gobernante, embriagado de ambición, el que algún aspecto de la vida de sus súbditos quede fuera de la regulación estatal constituye abierto desafío. Los gobernantes de

modo libre y espontáneo jamás fueron liberales. Se liberalizan solo cuando los súbditos les obliga a ello.

La gente al actuar como productores o consumidores; o como vendedores o compradores, jamás diferencian el mercado interior del mercado exterior. El costo de transporte da lugar a que se advierta la diferencia entre comercio local y comercio que haya de practicarse con otras plazas. Cuando la ingerencia estatal, mediante aranceles, encarece las transacciones internacionales; el mercado pondera tal realidad idénticamente como pondera cualquier variación en el costo de transporte. Una tarifa aduanera a los artefactos electrodomésticos tiene la misma trascendencia que un aumento en el precio de transporte. Prohibir la importación de artefactos provoca una situación idéntica a la situación que surgiría si el costo de transporte perjudicara a los artefactos hasta el punto de no consumirse.

El intercambio interpersonal desborda las fronteras agrícolas. El intercambio con los pobladores de lejanas serranías *precedió* al intercambio entre los propios miembros de tales comunidades. Las cosas que a la gente, mediante el comercio, en primer lugar, les interesó adquirir eran cosas que esa gente, con los recursos que tenían disponibles, no podían producir. Los bienes inicialmente comerciados fueron la sal y los metales cuyos yacimientos se hallan desigualmente distribuidos sobre la tierra; cereales imposibles de cultivar en el país; artefactos que sólo los habitantes de ciertas regiones sabían fabricar. El comercio surge como comercio exterior. Es solo más tarde cuando aparece el comercio interior entre vecinos. La economía cerrada doméstica comenzó a abrirse al intercambio interpersonal para comprar bienes provenientes de lejanas regiones. Ningún consumidor se preocupó si la sal o los metales que le interesaban eran de procedencia nacional o extranjera. En otro caso, los gobernantes no habrían tenido necesidad de intervenir mediante aranceles el comercio exterior.

Pero aún cuando el gobierno imponga inpasables barreras comerciales, que aislaran el mercado nacional del mercado extranjero, instaurando en el país, una autarquía, no quedaría implantada la planificación central-autárquica. Una economía de mercado, aun siendo autárquica, no deja de ser economía de mercado; en tal caso, deviene aislado e incomunicado sistema económico. El que sus miembros renuncian a los beneficios que podrían derivar de la división internacional del trabajo constituye circunstancia accidental. Solo si, en este país, se implantara una economía estatizada, la economía de mercado quedará transformada en una planificación central-autárquica.

Tanto por el petróleo peruano como por el petróleo ecuatoriano había de pagar el precio de mercado. No es Perú el que compra medicamentos a Estados Unidos; es cierto peruano quien lo compra a cierto norteamericano.

Mientras subsista un margen de libre actuación individual, mientras sobreviva cierta propiedad privada y haya intercambio de bienes entre la gente; no aparece la planificación central-autárquica. La planificación central-autárquica como entidad real aparece cuando la libre elección de los individuos sea sustituida por el pleno dirigismo.