



IA

## LAS SUTILES DIMENSIONES DEL SISTEMA DE PRECIOS

Por Ivo Sarjanovic<sup>1</sup>

Fuente: *La Escuela Austriaca en el Siglo XXI. Fundación Friedrich A. von Hayek*

El empresario es la pieza clave como primer motor de la coordinación de las actividades económicas guiado por un sistema de precios en desequilibrio. Y la competencia es el proceso que hace posible que el empresario: 1) genere, 2) transmita, 3) descubra e 4) interprete esas sutiles y complejas señales informativas.

Distintos pensadores de la tradición austriaca han estudiado el rol crucial del empresario y han enfatizado en mayor o menor grado las cuatro dimensiones mencionadas anteriormente.

Con un objetivo meramente pedagógico me gustaría atribuir a cada uno de los siguientes cuatro autores: Mises, Hayek, Kirzner y Lachmann las diferentes dimensiones del sistema de precios.

**1. Generación de precios – la dimensión de Mises:** es bueno recordar una vez más que a diferencia de lo que sucede en el análisis del equilibrio general los precios según la teoría de los procesos de mercado no vienen de la nada sino que son creaciones de los empresarios. En un proceso competitivo los empresarios rivalizan entre si para asegurarse el acceso a los bienes o factores que necesitan para llevar a cabo sus proyectos. Esa rivalidad competitiva es la antítesis de lo que describe el modelo neoclásico de competencia perfecta. Demandando lo que necesitan, descartando lo que no, protegiendo lo que no abunda y rematando lo que sobra, los empresarios forman los precios pujando unos con los otros por esos recursos más o menos escasos. Llamo a esta dimensión del proceso la dimensión misiana porque entiendo que esto es lo que Mises hizo evidente en su discusión sobre la posibilidad o no del cálculo económico en el socialismo.

La vigencia de la propiedad privada es lo que hace posible que existan diferentes opiniones acerca de cuál es el mejor destino de los recursos productivos y que como consecuencia haya intercambios que son el origen de los precios. En un sistema de propiedad comunista los intercambios no son posibles por definición y como consecuencia no hay surgimiento de un sistema de precios. Los «precios» arbitrarios sugeridos por el planificador central son un número que no tiene nada que ver con un precio genuino.

**2. Transmisión de precios – la dimensión de Hayek:** «El uso del conocimiento en la sociedad » publicado por Hayek en 1945 es ya un clásico de la literatura económica. En ese ensayo el premio Nóbel de 1974 analiza que el conocimiento está dividido entre los distintos individuos y que no se puede centralizar y en ese contexto explica el rol del sistema de precios como un sistema de señales que transmite información a los distintos agentes económicos para que cada uno de ellos, sin necesitar saber los motivos por los cuales los precios están cambiando y como si tuviera mucha más información de la que realmente tiene, pueda tomar las mejores decisiones relevantes a sus circunstancias de tiempo y lugar.

---

<sup>1</sup> Artículo publicado originalmente en *La Revista Austriaca en el Siglo XXI. Revista Digital*, nº 14, 2009, pp. 17-20. El autor es Vicepresidente de Cargill Switzerland. Actualmente se desempeña como Gerente Mundial de Trading de Soja y como Gerente de la Unidad de Negocios de Cereales y Oleaginosas de África y Medio Oriente. Fue entrevistado por esta revista digital, y publicada en el ejemplar nº 5 de la revista citada, correspondiente a diciembre de 2007. Correo electrónico: [Ivo.Sarjanovic@cargill.com](mailto:Ivo.Sarjanovic@cargill.com)



IA

Hayek da como ejemplo el mercado de la lata y explica que sin ninguna necesidad de conocer los fundamentales de ese mercado y/o los motivos por los cuales los precios están siendo modificados, un agente económico que necesite lata podrá tomar la decisión más adecuada comprando menos si el precio aumenta o más si el precio baja. Los precios son parte así de un mecanismo de telecomunicación. La escuela neoclásica ha reconocido esta dimensión de los precios señalada por Hayek pero ha hecho de esta una interpretación de equilibrio asumiendo que están señales son información perfecta que reciben agentes simples tomadores de precios para optimizar sus decisiones. En la versión austriaca la virtud epistemológica de estos precios es que al ser valores en desequilibrio despertarán la atención de los empresarios que en su afán de capturar ganancias los irán corrigiendo acercándolos sus valores de equilibrio si es que alguna vez el cambio se detuviera.

**3. Descubrimiento de precios – la dimensión de Kirzner:** Una vez que las señales de precios han sido generadas y transmitidas tienen que ser descubiertas para ser procesadas. Los hombres no son omniscientes y tienen conocimiento limitado y por ende no capturan la « realidad concreta » de un simple vistazo. La capacidad de atención es limitada y por ende el proceso de descubrimiento de esa información que está ahí fuera, lista para ser capturada y explotada, es uno de los atributos que caracteriza a la empresarialidad. En cierta medida todos somos empresarios pero algunos son más perspicaces que otros. Kirzner propone describir a esta capacidad o propensión de estar alertas para descubrir oportunidades como « alertnidad ». El descubrimiento de esas oportunidades de ganancias aun no detectadas por ningún otro agente es el camino por el cual la asignación de recursos se va haciendo cada vez más eficiente. En sentido contrario, un descubrimiento erróneo, que se traduce en pérdidas irá minando de recursos a ese empresario para forzarlo a replantear su plan para que, de esa manera, no contribuya a seguir mal asignando recursos que siempre son escasa. Hayek da como ejemplo el mercado de la lata y explica que sin ninguna necesidad de conocer los fundamentales de ese mercado y/o los motivos por los cuales los precios están siendo modificados, un agente económico que necesite lata podrá tomar la decisión más adecuada comprando menos si el precio aumenta o más si el precio baja. Los precios son parte así de un mecanismo de telecomunicación. La escuela neoclásica ha reconocido esta dimensión de los precios señalada por Hayek pero ha hecho de esta una interpretación de equilibrio asumiendo que están señales son información perfecta que reciben agentes simples tomadores de precios para optimizar sus decisiones. En la versión austriaca la virtud epistemológica de estos precios es que al ser valores en desequilibrio despertarán la atención de los empresarios que en su

**4. Interpretación de precios – la dimensión de Lachmann:** Una misma señal de precios descubierta por dos empresarios diferentes, ¿es siempre interpretada de la misma manera? Lachmann nos explica que no y que esa es una característica del subjetivismo austriaco. Una misma señal objetiva puede ser « leída » de maneras diferentes. El mayor precio de la lata en el ejemplo de Hayek de 1945 puede decirle a un empresario A que hay que sustituir ese material por otro más barato, mientras que a un empresario B puede decirle que a pesar de haber subido es un buen momento para comprar y acumular stocks porque los precios seguirán en alza. La conclusión de esto es que una determinada configuración de precios relativos puede ser interpretada por distintos grupos de agentes económicos de distinta manera y dar lugar a distintas trayectorias en los procesos de mercado. Como bien señala Garrison « los precios no son órdenes que requieren ser cumplidas, sino que son señales que requieren ser interpretadas ».

Siguiendo a Popper e intentando, a modo de conclusión, darle un fundamento filosófico a este tema podríamos decir que los precios en desequilibrio son hipótesis en la búsqueda sin término de la configuración del equilibrio general. Son hipótesis y conjeturas porque son provisorios y pueden ser refutados por otro empresario que propone un precio



IA

diferente porque piensa que el precio anterior no refleja adecuadamente el valor relativo de un bien o un factor de la producción. El proceso empresarial de conjeturas y refutaciones de precios en desequilibrio irá, en ausencia de cambio, alineando gradualmente los precios relativos a sus valores naturales de equilibrio. Los precios son habitantes del Mundo 3 popperiano, un mundo habitado por objetos abstractos tales como teorías, historias, mitos e instituciones sociales. Una vez propuestos por el empresario adquieren vida propia y desde ese punto de vista son objetivos a pesar de que en su origen, sean fruto de una decisión empresarial puramente subjetiva.

Como reflexión final, podríamos conjeturar que los precios en desequilibrio son a las hipótesis, como los precios finales de equilibrio son a la verdad definitiva, definitiva porque una vez alcanzado el conocimiento perfecto, ya no hay lugar para descubrir nada nuevo.