

ECONOMÍA PARA SACERDOTES VI: PRECIOS, ECONOMÍA LIBRE Y CAPITALISMO.

Por Gabriel J. Zanotti

Para Instituto Acton
Diciembre de 2010.

Habíamos terminado el tema anterior mostrando que los precios son un resultado de la interacción entre personas que sintetizan el conocimiento disperso en el mercado. Sin embargo, alguien me puede decir: todo ello parece haber sido escrito para un mundo ficticio. En el mundo real los mercados no son perfectos y el capitalismo y los monopolios dominan los precios a su antojo, lo cual es contrario a la Doctrina Social de la Iglesia.

Bien, por un lado, la vez pasada habíamos dicho precisamente que el mercado no es perfecto. Hay que despejar, por ende, un malentendido. Se habla a veces de modelos de competencia perfecta o mercados perfectos diciendo que sólo en esas condiciones los precios cumplirían una función positiva. Pero ya hemos visto que los mercados nunca son perfectos, que funcionan en conocimiento disperso, y que los precios libres funcionan precisamente como compensación de ese conocimiento disperso, acercando a la oferta a las expectativas de la demanda. Por ende la ciencia económica en la cual nos estamos basando ya parte de que los mercados son imperfectos. Lo que hay que distinguir es entre un mercado imperfecto con prebendas y privilegios (que llamaremos mercado intervenido) y un mercado sin prebendas y privilegios, que llamaremos mercado *abierto* o libre.

La cuestión no pasa, por ende, por el número o dimensión de las empresas y oferentes intervinientes en el mercado. La cuestión es si es un mercado abierto o cerrado, y lo que define ambas cosas es un tema jurídico. Veamos los dos casos nombrados.

Una prebenda es una especie de subsidio indebido. Por ejemplo, cuando una empresa internacional se radica en el país “pero” habiendo acordado con el gobierno que tendrá tal o cual sistema de crédito, protecciones arancelarias, exenciones impositivas, etc. Lo mismo puede suceder con una empresa nacional. Es muy común, por ello, la danza permanente de empresarios alrededor de los gobiernos pidiendo tales cosas que los protegen de la competencia.

Un privilegio es aún peor. Agrega a lo anterior una licencia exclusiva para la realización de tal o cual actividad, o sea, un monopolio legal, que prohíbe legalmente la libertad de entrada al mercado.

Los mercados intervenidos, tanto en EEUU, Europa o América Latina, se caracterizan por dichas prebendas y privilegios. Por ejemplo, precios mínimos, fijados por encima de lo que el mercado los hubiera fijado, para sostener tal o cual actividad; líneas especiales de crédito más baratas que las del mercado, financiadas por el estado para sostener a empresas privadas, tarifas arancelarias, esto es, impuestos a la entrada de productos extranjeros, para proteger a los empresarios nacionales y también, como dijimos, a los extranjeros. Todo ello genera empresas privadas protegidas, a veces durante décadas, de

la competencia, generando lo que a veces es llamado “capitalismo prebendario” o “de amigos”.

Lo que habitualmente se llama “capitalismo” es por ende en realidad un mercado intervenido. Un mercado libre, en cambio, es un mercado jurídicamente libre en el cual la libertad de entrada al mercado está jurídicamente permitida, y ninguna empresa, por mayor que sea su capacidad de inversión o su dimensión, actúa con los referidos privilegios o subsidios. Esa es la economía libre, de mercado o capitalismo donde los precios cumplen la función de comunicar conocimiento disperso. Y ello no es contrario a la Doctrina Social de la Iglesia. Dice la Encíclica *Centesimus annus*, (1991) de Juan Pablo II: “...Volviendo ahora a la pregunta inicial, ¿se puede decir quizá que, después del fracaso del comunismo, el sistema vencedor sea el capitalismo, y que hacia él estén dirigidos los esfuerzos de los países que tratan de reconstruir su economía y su sociedad? ¿Es quizá éste el modelo que es necesario proponer a los países del Tercer Mundo, que buscan la vía del verdadero progreso económico y civil? La respuesta obviamente es compleja. Si por «capitalismo» se entiende un sistema económico que reconoce el papel fundamental y positivo de la empresa, del mercado, de la propiedad privada y de la consiguiente responsabilidad para con los medios de producción, de la libre creatividad humana en el sector de la economía, la respuesta ciertamente es positiva, aunque quizá sería más apropiado hablar de «economía de empresa», «economía de mercado», o simplemente de «economía libre». Pero si por «capitalismo» se entiende un sistema en el cual la libertad, en el ámbito económico, no está encuadrada en un sólido contexto jurídico que la ponga al servicio de la libertad humana integral y la considere como una particular dimensión de la misma, cuyo centro es ético y religioso, entonces la respuesta es absolutamente negativa” (Nro. 42, ver http://www.vatican.va/edocs/ESL0081/_INDEX.HTM). Como vemos, lo esencial es el “sólido contexto jurídico”, ese que, precisamente, garantice la ausencia de privilegios y la igualdad ante la ley en el mercado. El asunto no es, por ende, entre mercado o competencia perfecta “versus” libre mercado “real” y capitalista, sino entre mercado jurídicamente abierto o un mercado jurídicamente intervenido o cerrado. Un mercado abierto, con igualdad ante la ley, no es una utopía, es perfectamente posible pero depende, obviamente, de decisiones políticas de reformas institucionales.

Pero puede preguntarse: ¿garantiza ello la ausencia de monopolios y precios injustos, por más que no haya “monopolios jurídicos”? Si, puede ser que el mercado de productos alimenticios esté “abierto”, ¿pero cómo hace una persona común, por más libertad jurídica que tenga, para competir contra una empresa como McDonald`s, por ejemplo?

El asunto, a efectos del bien común y el beneficio de los consumidores, no es elegir entre McDonald`s o Juan Pérez. El asunto es que no haya precios de monopolio, y lo que debemos razonar es que precisamente un mercado abierto hace casi imposible la fijación de precios de monopolio.

¿Qué es un precio de monopolio? Es un precio tal que si el precio aumenta, la demanda no va a bajar. El problema no es que haya un único oferente o varios; el problema es si la demanda es “rígida”, esto es, no baja aunque el precio aumente. Por ejemplo, si McDolans sube las famosas hamburguesas a un 10, 20 % y la gente las sigue consumiendo en igual medida.

Una respuesta es que si muchas personas quieren gastar más dinero en hamburguesas, es un problema psicológico más que económico. Pero el tema está en los artículos de la “canasta básica familiar” o los llamados de primera necesidad.

Razonemos entonces esta cuestión, para ver de qué modo un mercado abierto (jurídicamente abierto) disminuye las posibilidades de un “precio de monopolio”.

En primer lugar, todo oferente se encuentra sometido a una competencia “en potencia” que está alerta de entrar al mercado apenas él intente subir el precio aprovechando de ese modo una demanda que posiblemente se vuelque a esos oferentes que pasan “de la potencia al acto” en el mercado. Estando el mercado abierto, un oferente nunca puede estar seguro de que esa competencia “potencial” no vaya a aparecer.

En segundo lugar, la competencia es permanente. Esto es, cada productor no sólo compite con oferentes de su propio rubro, sino de otros. El consumidor tiene recursos limitados para comprar. Un oferente de zapatillas está en ese sentido compitiendo con un oferente de computadoras. Y así en todo.

En tercer lugar, una especial ley económica, llamada de “rendimientos decrecientes” que limita naturalmente la expansión de una empresa en el mercado. Además las empresas necesitan los precios de los factores de producción para hacer sus cálculos de rentabilidad. Si crecen y absorben los mercados de sus factores de producción, se quedan sin esos precios y no pueden evitar las pérdidas. Todo esto implica que varias empresas, si intentan unirse para evitar la competencia potencial, cuanto más lo hagan más pérdidas tendrán. Excepto, claro, que cuenten con un privilegio o subsidio por parte del estado, pero en ese caso ya no estamos en un mercado libre o abierto.

En cuarto lugar, toda empresa, oferente o productor está sometido al libre comercio internacional. En un mundo globalizado como el actual, este factor impide casi totalmente la formación de precios de monopolio. Si cualquier empresa, nacional o extranjera, en el ámbito local, aumenta sus precios, y la oferta de productos extranjeros es libre, los consumidores tenderán a comprar el producto extranjero más barato. Esto es especialmente importante respecto a los productos de primera necesidad, especialmente alimentos. Por ende la ausencia de tarifas arancelarias es esencial para que los productores locales no puedan lograr precios de monopolio. La visión habitual de productos importados “más caros” es fruto de décadas de mercado cerrado e intervenido. En un mercado libre, los productos extranjeros pueden ser perfectamente más baratos que los locales impidiendo ello la formación de precios de monopolio locales.

Por todo esto, la demanda es naturalmente elástica en un mercado abierto, esto es, es una demanda que se deriva hacia otros oferentes si uno de ellos pretende aumentar sus precios. No estamos acostumbrados a verlo porque no vivimos realmente en un capitalismo o mercado abierto, sino en mercados intervenidos donde ciertas empresas llamadas privadas actúan en complicidad con los gobiernos que las llenan de protecciones y privilegios, y a otras no, dependiendo ello de la arbitrariedad de los contactos que tengan en secretarías, ministerios y el Congreso. Nada más contrario al bien común, la igualdad ante la ley y la auténtica noción de subsidiariedad.

Esta última debe entrar, preferentemente en casos de gobiernos municipales, cuando hay un caso que consideremos prudencialmente importante y el mercado puede tardar en responder. Si hubo una inundación, muchas personas quedaron sin vivienda y los precios de las viviendas aumentan, el mercado abierto responderá, sí, la oferta de viviendas aumentará y finalmente su precio será más bajo, pero en el “mientras tanto”, un gobierno municipal, si tiene sus cuentas ordenadas y hay control de gastos por parte de los vecinos, puede otorgar recursos adicionales a los más afectados para que estos puedan reconstruir su vivienda. Todo ello es muy opinable, hay muchas alternativas posibles en esos casos, pero lo importante es que en esos casos no se interfiera con los precios libres del rubro en cuestión, porque en esos casos las consecuencias no intentadas son peores: por ejemplo, en ese caso un control de alquileres, o cualquier intento de fijar el precio de las viviendas produciría un faltante o escasez adicional de viviendas que agravaría el problema social. A este tema –el de los precios fijados por el estado- debemos dedicar nuestra próxima entrega antes de pasar a la ética de los precios.