

Economía política

Lecturas complementarias 1

El papel de los mercados en la economía moderna

Xavier Sala i Martín

Cada mañana, al levantarnos, encontramos pan tierno en la panadería de nuestro barrio. ¿Alguna vez se han preguntado ustedes por qué ocurre esto? Por qué la propietaria de la panadería hace todo ese pan cada día?

La fascinante respuesta a esta pregunta representa la esencia de la economía de libre mercado. Aunque parezca mentira, a la panadera nadie le ha dicho qué tipo de pan debe producir ni qué cantidad debe hacer diariamente. No ha seguido ninguna orden de ningún político o de ningún planificador que sepa lo que quieren comprar los ciudadanos. La señora tampoco se levanta cada día a las cuatro de la madrugada simplemente porque es una buena persona que se siente solidaria con la gente del barrio y porque quiere que sus vecinos tengan pan recién salido del horno para desayunar.

Bien, en realidades posible que sea muy buena mujer e incluso puede que sea extremadamente solidaria. Pero esa no es la razón por la que hace pan. Cuando decidió arriesgar su dinero para montar una panadería, no lo hizo pensando de manera altruista en sus vecinos, sino movida por el afán de lucro y el deseo de ganarse la vida y asegurar el futuro económico de sus hijos. Y son, precisamente, esas ganas de ganar dinero las que hacen posible que todos acabemos disfrutando de pan fresco cada día.

Seguramente, la historia empezó cuando, un buen día, la señora observó que en el barrio no había ninguna panadería y pensó que aquello podía ser una oportunidad de negocio. Es decir, pensó que, si abría una panadería, quizá podría conseguir suficiente dinero como para ganarse la vida. Calculó cuanto le costaría alquilar el local y comprar los hornos. Se informó sobre los precios de la harina, el agua, la levadura, el gas, la electricidad y de las demás materia primas que debería adquirir diariamente para hacer el pan.

También calculó cuánto le costaría contratar a un par de dependientas y a un hornero. Hizo estimaciones sobre el precio al que podía vender el pan. Con toda esa información, la pareció que obtendría unos beneficios que le iban a permitir ganarse la vida y decidió hacer la inversión. Montó la panadería (y, de paso, creó nuevos puestos de trabajo) y facilitó la vida a los vecinos del barrio que han podido disponer de pan tierno cada mañana.

La esencia de la economía de mercado es que la propietaria de la panadería supo ver las necesidades de la gente del barrio y calculó que podría ganar dinero poniendo una tienda que satisficiera esas necesidades. Es importante destacar que el objetivo de la mujer era ganar dinero y no hacer feliz a los demás. Ahora bien, para ganar dinero, la mujer tenía que producir lo que la gente del barrio quería. Es decir, para ganar dinero debía hacerles felices. Si la mujer hubiera montado una tienda de productos que nadie quisiera comprar, enseguida se habría arruinado y hubiese tenido que cerrar. Así pues, la libertad de montar una empresa en una

economía de mercado hace que se satisfagan las necesidades de los ciudadanos gracias al deseo egoísta que tienen los empresarios de ganar dinero.

Una pregunta interesante es: ¿cómo se dio cuenta de que el barrio necesitaba una panadería? Es decir, ¿cómo supo que habría suficiente demanda de pan? Es posible que la señora se pasara semanas enteras haciendo encuestas entre los vecinos para preguntarles qué tipo de pan y cuantas barras iban a comprar. Pero lo más seguro es que no hiciera eso. Y, de haberlo hecho así, tampoco le habría servido de mucho. En la economía de mercado, la propietaria no necesita mucha más información de la que le proporcionan los precios. Y no me estoy refiriendo únicamente al precio del pan sino también al de la harina, la levadura, a los salarios que tendrá que pagar a los trabajadores o al alquiler del local. En una economía de libre mercado, los precios aportan la información necesaria, ya que reflejan la escasez de cada uno de los productos en relación con la cantidad que la gente desea comprar. Por ejemplo, si en un pueblo hay mucha gente con ganas de consumir pan y no hay ninguna panadería que lo venda, estarán dispuestos a pagar mucho por una barra (preferirán pagar algo más si son eso evitan tener que conducir hasta el pueblo vecino cada día simplemente para comprar pan). El precio del pan será pues, muy elevado y ello reflejará correctamente el hecho de que en ese pueblo hay mucha oferta y poca demanda de pan. La posibilidad de vender pan a precios altos reportará cuantiosos beneficios y es esa posibilidad la que acabará por atraer a nuevos emprendedores que montarán panaderías.

Así pues, el sistema de precios informa que es necesario producir pan en aquel pueblo y este tipo de informaciones aprovechada por los empresarios para decidir qué se debe producir y dónde se debe producir.

Es importante señalar que para que las empresas acaben satisfaciendo las necesidades de los consumidores es necesario que éstos tengan la capacidad de escoger libremente entre distintas opciones. Esta libertad de elección por parte de los consumidores impone una disciplina (que recibe el nombre de disciplina de mercado) a las empresas productoras. Por ejemplo, si la propietaria de la panadería hace un pan que no gusta a los clientes o que es demasiado caro, los ciudadanos irán a comprar a la panadería de la competencia. Ello indicará a la propietaria que está haciendo las cosas mal y que, o bien rectifica, o bien deberá cerrar el negocio.

Hay que insistir en que la disciplina de mercado sólo se da si el cliente dispone de información suficiente y si existen panaderías alternativas entre las que los clientes bien informados puedan elegir libremente. Es decir, si hay competencia. Huelga decir que si la panadería es la única productora del pueblo y los clientes sólo pueden comprar pan en ella, la propietaria puede poner unos precios escandalosamente altos y producir un pan de una calidad escandalosamente baja sin que los clientes puedan hacer nada para evitarlo. Cuando no hay alternativas, no hay disciplina y el empresario no tiene incentivos para cambiar su conducta explotadora.

Esa falta de competencia se llama situación de monopolio. Para que una economía de mercado produzca los bienes y servicios que piden los consumidores a los precios más asequibles posible, es necesario que no haya monopolios, sino competencia entre las distintas empresas.

Cabe destacar que la posibilidad de elegir libremente entre distintas opciones hace que el intercambio voluntario a través del mercado sea beneficioso para ambas partes. Es decir, el hecho de que una de las partes salga ganando no quiere decir que la otra salga perdiendo. Que la propietaria de la panadería obtenga beneficios vendiendo una barra de pan no significa que el comprador que le da dinero a cambio de la barra salga perdiendo. La razón es bien simple: si compra pan voluntariamente, es decir, si tiene la opción de no comprar pan o de comprarlo en otra panadería y decide comprarlo ahí, es señal de que le interesa hacerlo y, por tanto, sale ganando con ello. Ahora bien, también es necesario que para que salga ganando es necesario que el intercambio sea voluntario, informado y libre de cualquier coacción y obligación.

Vemos, pues, que la competencia, la iniciativa privada y el libre funcionamiento del sistema de precios son muy importantes para que una economía de mercado termine produciendo lo que los ciudadanos desean y beneficiando a todas las partes que participan en el intercambio voluntario y libre. Como decía Adam Smith, el libre mercado actúa como una especie de mano invisible que conduce a cada empresa a producir lo que los consumidores quieren.

A pesar de ese principio básico de la economía, muchos gobiernos de todo el mundo introducen regulaciones o barreras que impiden el libre funcionamiento del mercado. A menudo (aunque no siempre), esas regulaciones responden a buenas intenciones. El problema es que las buenas intenciones no bastan para garantizar buenos resultados y hay que sopesar cuidadosamente sus consecuencias. Por ejemplo, imaginemos que el gobierno, muy benévolo él, decide que todos los ciudadanos tienen derecho a comprar una barra de pan al día. El gobierno estima que al precio de mercado de un euro habrá mucha gente pobre que no va a poder comprar pan por lo que, para arreglar la situación, establece una ley que fija el precio a 25 céntimos por barra.

En principio, esa legislación bienintencionada debería tener efectos positivos. Al fin y al cabo, ¿cómo se puede negar la posibilidad de comprar pan a los ciudadanos más necesitados? Sin embargo, la pregunta realmente importante no es esa. Es ésta: ¿cuáles serán las consecuencias de esta ley? Es decir, ¿se conseguirá con ella el objetivo de que todo el mundo tenga pan? Si analizamos las implicaciones, enseguida nos daremos cuenta que los propietarios de las panaderías del país pensarán que, a 25 céntimos de euro por barra, no podrán pagar el coste de la harina y la levadura, no podrán pagar el alquiler del local y además, los salarios de los trabajadores con lo que es posible que muchos de ellos (posiblemente, todos) decidan cerrar sus panaderías. Bajo esas circunstancias, la producción de pan caerá en picado, el precio del pan bien desaparecerá de la economía y se llegará a la situación exactamente contraria a la que se esperaba: el gobierno quería pan para todos y, en cambio, no hay pan para nadie.

El problema radica en que, al haber impuesto un precio por ley y haber eliminado de este modo el precio de mercado, la legislación del gobierno ha hecho que el precio del pan no refleje las necesidades de la gente. Cuando esto ocurre, las empresas terminan por no producir lo que los clientes desean y se llega a la indeseable situación en la que no se produce pan por más que los ciudadanos quieran consumirlo. El gobierno bienintencionado no sólo no alcanza sus objetivos sino que acaba perjudicando a todos los ciudadanos.

Una forma indirecta de interferir en los precios de mercado es a través de los impuestos. Todos sabemos que, para poder financiar el gasto público, el gobierno debe recaudar dinero. Con este objetivo, aplica impuestos sobre la renta, sobre el valor añadido, sobre las transacciones patrimoniales, sobre la gasolina, sobre el juego, sobre las herencias, sobre los beneficios, sobre las donaciones, sobre el tabaco, sobre el patrimonio, sobre la tierra sobre todo lo que uno pueda llegar a imaginarse. Dejando de lado el empleo más o menos deseable que el gobierno haga de ese dinero, hay que recordar que los impuestos distorsionan los precios de mercado y conducen a la toma de decisiones equivocadas. Cuando la propietaria de la panadería haga sus cálculos para ver si puede montar su empresa y tenga en cuenta que, gracias al gobierno, tendrá que pagar impuestos sobre las ganancias que obtenga, deberá cotizar por cada contratado, deberá poner el impuesto sobre el valor añadido o IVA y deberá pagar todo un abanico de impuestos adicionales, se dará cuenta de que los beneficios ya no son tan grandes como antes. De hecho, es posible que lleguen a ser tan pequeños que, en vez de formar la empresa, decida quedarse en casa sin hacer nada (sobre todo si, además, hay un subsidio de paro que le da dinero si no trabaja).

Lo que le pasa a la propietaria de la panadería pasará en todas las actividades económicas: los impuestos distorsionan los precios y reducen los incentivos a producir. Por lo tanto, cuando el gobierno establezca impuestos, deberá analizar siempre los efectos que éstos puedan tener sobre la actividad económica y deberá elegir entre aquellos que interfieran lo menos posible en la libre determinación de los precios de mercado. Es muy importante tener este factor en cuenta cuando se pide la intervención del Estado en la economía porque el gobierno debe financiar sus actividades con impuestos y éstos distorsionan el libre funcionamiento de los mercados.

Hay que decir que la historia nos ha mostrado que existen sistemas alternativos al del libre mercado. Uno de los que más admiradores y adeptos tuvo durante el siglo XX fue el sistema socialista de planificación central utilizado, por ejemplo, por los países en la órbita de influencia de la antigua Unión Soviética. Ese sistema daba al gobierno la autoridad para decidir todo lo que se producía en la economía. Para conseguirlo, el gobierno diseñaba un Plan que consistía en una serie de instrucciones u órdenes que indicaban a cada uno de los individuos de la sociedad dónde debía trabajar, qué debía producir y cómo hacerlo. A diferencia del sistema de precios de mercado (que, como hemos dicho, necesita muy poca información para decidir qué y cómo debe producirse) la economía socialista requería que los planificadores supieran exactamente qué se necesitaba en cada punto del país y quién podía producirlo, antes de escribir las órdenes del Plan. Y la necesidad de poseer una información que en la práctica no poseía hacía que el sistema fuera inviable y que funcionara con enorme dificultad.

Otro gran problema de la economía de planificación es que la remuneración que recibían los productores no tenía nada que ver con la satisfacción de los consumidores. Ya hemos dicho que la economía de mercado tiene la importante característica de que si los productores hacen bienes que no son del agrado de los consumidores, se arruinan y desaparecen. Esa necesidad de sobrevivir les lleva a producir lo que los clientes quieren comprar. Eso contrasta con el sistema de planificación ya que los productores producían lo que decía el Plan, y su salario no

dependía de si lo que habían hecho se vendía o era del agrado de los consumidores, por lo que no había incentivos a satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

En 1979 visité Varsovia, la capital de la Polonia comunista. Una de las cosas que más me chocó de aquel viaje fueron unos sujetadores, unos espantosos sujetadores que vi en una tienda de ropa. El espanto no radicaba en la falta de belleza de la prenda, sino en su tamaño. Eran enormes. Yo no me podía imaginar que existieran mujeres de tan descomunales dimensiones en ninguna parte del planeta pero pensé que, si alguien había producido aquellos sujetadores es que debía haber mujeres con bustos capaces de rellenarlos. En aquellos momentos yo todavía no era economista. Años más tarde comprendí que mi razonamiento, basado en la lógica del mercado, no era cierto en un país socialista donde el sistema económico era tan malo que, a veces, acababa produciendo prendas femeninas cuya única utilización potencial era el rafting.

Finalmente, bajo el sistema de planificación, las ganancias personales o la situación económica de cada ciudadano no dependía de si el trabajo se hacía bien o mal. Eso les llevaba a producir cosas de bajísima calidad que nadie quería ni podía utilizar. La complicada red de información necesaria para hacer funcionar la economía planificada y el poco interés que ponían los productores en hacer las cosas bien o en hacer las cosas que la sociedad necesitaba, movieron que el sistema fracasara miserablemente y que se abandonara a finales del siglo XX: Hoy en día son pocos los que dudan que el mejor sistema económico que ha existido en la historia de la humanidad es el de libre mercado, y pocos son los que todavía proponen la planificación central.

Xavier Sala i Martín: *Economía liberal para no economistas y no liberales*. Ed. DeBolsillo, Barcelona, 2010.

El trabajo a realizar consiste en efectuar un resumen del contenido del texto empleando no más de 500 palabras. Léete antes las Orientaciones y directrices para escribir un resumen.

Cuestiones a tener en cuenta:

- El resumen tienes que escribirlo en Word, empleando la letra Arial 11, con un interlineado de 1,5 líneas y con los márgenes del papel que da el propio programa.
- Repasa el trabajo antes de entregarlo. No valen las faltas de ortografía, los errores gramaticales ni las presentaciones descuidadas.
- Tampoco valen los ejercicios de corta y pega. Debes hacerlo empleando tus propias palabras.
- Asegúrate de que las ideas de lo que quieres contar están expuestas con claridad
- El resumen hay que entregarlo antes del día 15 de octubre de 2011 enviándolo por correo electrónico a la dirección: vicente.jaime@uv.es