

El significado de la Competencia*

Daniel Krawisz**

SUMILLA

Este artículo aborda el tema de la Competencia, pretendiendo brindarnos su real concepto, el que nace a partir del mercado, lugar donde interaccionan productores, consumidores y en ocasiones reguladores, ante la distorsión del mercado, la que se produce por el monopolio a alguna otra intervención del privado para limitar la Competencia. Finalmente, debe tenerse presente que muchas veces este concepto es usado para fines políticos, dicho supuesto se analizará en el último punto de este artículo.

Es perturbadoramente fácil que argumentos originalmente empleados a favor del libre mercado se vuelvan contra él. En este artículo espero redimir el concepto de Competencia, que quizá se haya corrompido al servicio del estado más que ningún otro.

En lugar de verse como una red pacífica, cooperativa y ordenada, el libre mercado se demoniza como una brutal lucha darwiniana, en la que todos deben pelear con uñas y dientes para continuar existiendo. En lugar de una fuente dinámica de innovación y riqueza, el libre mercado se ve como una hegemonía de monopolistas poderosos. En la primera de estas visiones, se ve el libre mercado como demasiado competitivo y en la otra como no suficientemente competitivo. Pueden sostenerse ambas visiones simultáneamente, y en ambos casos la solución propuesta es la intervención del gobierno.

Finalmente, puede afirmarse que, al ser la competencia una característica buena del libre mercado, llevar competencia a la burocracia gubernamental sería una forma de mejorar el gobierno; de esta forma la gente que en un tiempo defendía la disminución del Estado se la hace creer engañosamente de que en su lugar puede reestructurarse en una forma más benigna.

¿Cómo podemos salvaguardar el concepto de Competencia contra estas interpretaciones? Para responder a esto, debemos ver cómo se aplica la

competencia específicamente al libre mercado, en oposición a un sistema de intervención del estado.

Hasta donde yo sé, hay tres tipos de Competencia en el libre mercado. Primero, hay una competencia dentro de nosotros entre todos nuestros deseos. Sólo podemos perseguir un grupo limitado de nuestros deseos, así que siempre debemos decidir cuáles son los más importantes. Segundo, hay competencia entre todos por los bienes consumibles disponibles. Este tipo de competencia existirá en cualquier economía, sea capitalista o socialista. Describir estos tipos de competencia es simplemente describir de otra manera el hecho universal de la escasez.

Competencia en el libre mercado

Finalmente hay competencia entre los productores por servir a los deseos de los consumidores. Este tipo de competencia solo existe en el libre mercado. Cuando la gente interactúa por la fuerza, por definición, no tiene ningún interés en servir a otros.

Solo en el libre mercado, donde la gente debe cooperar con el fin de lograr sus objetivos, la gente quiere satisfacer los deseos de otros. Aquí deben competir para satisfacer a otro porque sólo hay un número limitado de personas a agradar. Es una forma superficial de competencia: no es una lucha para defender la vida propia contra depredadores, sino una competencia sobre quién pueda ser el

* Traducido al español por Mariano Bas Uribe, el mismo que autorizó su publicación en la Revista de Derecho Administrativo N° 10 "Derecho de la Competencia".

Disponble en: <http://mises.org/Community/blogs/euribe/archive/2010/04/14/el-significado-de-la-competencia.aspx>

** Estudiante de física en la Universidad de Texas, en Austin.
Escribe en el blog libertarianlonghorns.com

mejor cooperador, sobre quién puede beneficiar a más gente.

Como todos los productores buscan lo mismo, el dinero, del que solo hay el que hay, todos los productores están necesariamente en competencia entre sí¹. La suposición de que los panaderos solo compiten con otros panaderos es por tanto falsa: como he indicado antes, todos nuestros deseos están en competencia entre sí y corresponde a cada productor convencernos de que su servicio es el que nos traerá la mayor felicidad.

Hasta cierto punto, todos los bienes de consumo pueden sustituirse entre sí y no hay razón para suponer que el sustitutivo más cercano a mi objetivo más deseado se le parezca lo más mínimo. Nuestra capacidad de ajustar nuestros objetivos basada en costes y beneficios significa que bienes muy distintos pueden ser sustitutivos. Si quiero ver mi programa favorito, pero descubro que hoy no lo dan, podría decidir ver otro programa, prepararme la cena, leer un libro, salir a correr, jugar con el ordenador o cualquier otra cosa que tenga poco que ver con la televisión. Por tanto, todas estas actividades están en competencia entre sí por ser mi mayor prioridad y por tanto los productores de todas están en competencia por ofrecer la mayor satisfacción.

El fantasma del monopolio

En suma, la competencia entre productores es universal. Pero ¿qué es exactamente un productor? La mayoría de la producción requiere la cooperación de muchas personas, que se organizan en empresas para coordinar así su trabajo. ¿Es más correcto usar "productor" para referirse a una de estas empresas o a los individuos que las componen?

He definido implícitamente a los productores como quienes intentan ganar dinero y esta definición se aplica sólo a individuos, no a las organizaciones que crean. Una empresa no se mueve con una sola voluntad, sino que existe solamente porque sus miembros individuales encuentran conveniente pertenecer a ella como medio para sus propios deseos. Por el momento trabajan juntos bajo el mismo plan, pero fundamentalmente siguen en

competencia por ganar la mayor cantidad posible de una oferta limitada de dinero.

Se organizan porque les va mejor la competencia por ser el contribuidor más importante a un solo producto que la competencia por vender productos distintos. La misma empresa es una ilusión, una abstracción, y para nuestros fines una distracción que nos impide ver qué está sucediendo en la realidad.

La gente se equivoca al creer que la competencia opera principalmente entre empresas en lugar de entre individuos, porque su elección cuando compran se hace entre productos fabricados por diversas empresas, no entre productores individuales dentro de esas empresas. Sin embargo esos productos existen a causa del deseo de los productores individuales de sobrepasarse entre sí en ganancias. Si no hubieran estado en competencia entre sí, en primer lugar no se habrían reunido en empresas.

Bajo esta perspectiva de la competencia se aprecia inmediatamente que no hay amenaza de monopolio en el libre mercado. Como todos los bienes son intercambiables hasta cierto punto, hay en primer lugar un problema inevitable de *identificación* de un monopolio²: incluso si el producto de una empresa es único, los productores en esta empresa siguen en competencia con todos los demás productores. Su producto debe ofrecer para venderse una satisfacción superior a todos los demás, al menos en algunos casos.

Independientemente de la cuota de mercado de la empresa (suponiendo que pueda haber una medición con sentido), todos los productores dentro de esa empresa siguen en competencia entre sí, así que el que un mercado esté dominado o no por una sola empresa no tiene nada que ver con que ese mercado sea competitivo.

Dentro de una empresa, puede esperarse de la competencia que haga a la empresa más eficiente, igual que hace la competencia con otras empresas. La rentabilidad no solo de la empresa como un todo, sino de cada departamento y de cada empleado puede calcularse mediante el sistema de precios. Cada parte puede juzgarse bajo el patrón de la rentabilidad y quienes

¹ Ver HAYEK, F., "The Meaning of Competition", Individualism and Economic Order, 1958, para una explicación de los modelos de competencia perfecta y por qué son una idea imposible y dañina para la economía real.

² Ver ROTHBARD, M., "Man, Economy, and State: A Treatise on Economic Principles, With Power and Market: Government and the Economy", Ludwig von Mises Institute, 2009, para un desarrollo de este problema en la teoría del monopolio de la corriente principal.

aprueben pueden esperar verse recompensados, promocionados o recibir presupuestos más altos y quienes no lo hagan pueden esperar lo contrario.

Una empresa sólo es capaz de seguir siendo grande y dominante si su organización le permite una producción más eficiente de lo que sería posible a dos o más empresas distintas. Sin ofrecer este servicio, la empresa necesariamente perdería su posición pues habría beneficios disponibles para un empresario que fundara una compañía similar. De hecho, pocos de los miembros de la empresa mayor tendrían razones para permanecer en ella. Los propietarios desearían vender sus acciones para invertir en un negocio más pequeño con mejores perspectivas y los empleados, en su mayoría, estarían deseando dejar la empresa por un mejor contrato en una empresa más rentable.

El único grupo que no querría irse serían los directivos, quienes se ocupan de la organización a gran escala y se benefician directamente del tamaño de la empresa. No podrían esperar encontrar un empleo mejor en organizaciones más pequeñas. Así que su única alternativa es mejorar la eficiencia de su empresa y hacer útil su volumen o si no aceptar que su responsabilidad debe disminuir.

La Competencia puede promocionar tanto empresas más grandes como más pequeñas, dependiendo de si el grado de organización en el sector es muy grande o muy pequeño. Para cualquier tipo de producción en una economía concreta habrá un grado ideal de organización para llevarla a cabo. La competencia llevaría a las empresas hacia su tamaño ideal. No hay razón concreta por la que este tamaño ideal deba ser pequeño y, una vez alcanzado, es bastante posible que sólo una empresa siga produciendo una cosa concreta.

El ser el único productor de un bien concreto en el libre mercado no da una capacidad especial de beneficios negada a otras empresas, pues en el libre mercado siempre existe el riesgo de que los consumidores se cambien a un producto distinto o que un empresario funde una empresa similar³. La posición de una gran empresa sólo es tan segura como su capacidad de producir eficientemente lo que quieren los consumidores.

Si quiere evitar realmente la imitación, una organización no sólo debe fabricar un producto

único, sino que debe *prohibir* la imitación. Sólo de esta forma puede crecer más allá del punto en que ya no es útil una mayor centralización. Aún mejor, no debe dar a la gente la alternativa de comprar otra cosa, sino *obligar* a la gente a comprarlo. Sólo de esta forma puede aumentar sus beneficios sin riesgo. Sólo de esta forma puede escapar de la competencia con otros productores. Este tipo de monopolista, sin embargo, no es una empresa, ¡es un gobierno!

Competencia sobre el poder fiscal

Dentro de la jerarquía del gobierno, la gente sigue compitiendo por dinero, pero ya no deben satisfacer al consumidor para obtenerlo. Como no hay un concepto objetivo de pérdida y beneficio en las empresas del gobierno, no hay escala con la que pueda medirse a todos.

Los poderes del gobierno pueden persistir mientras se considere que son únicos, propios de una sola organización en un territorio concreto. Más allá de esto, no hay nada en particular que haya que hacer. Por tanto, la mayor ganancia va a quienes tengan más éxito en expandir el poder gubernamental y dirigirlo en su propio beneficio.

Para obtener responsabilidad sobre la mayor parte del presupuesto, burócratas, políticos y cabilderos compiten por el favor de sus superiores y por la responsabilidad sobre los mayores proyectos. Esto es cierto en toda la jerarquía, hasta las élites que controlan el presupuesto. Ellas, a su vez, intentan controlar la mayor porción del presupuesto para tener la mayor cantidad de subordinados. Todos ganan aumentando el presupuesto global porque potencialmente hay más dinero disponible.

El resultado de esta forma de competencia es la mentira, la intimidación, la desigualdad y el despilfarro. El gobierno promueve así el desorden y la anarquía para crear una aparente necesidad de mayor intervención. Luchando en guerras, creando mercados negros e interfiriendo en la economía, incita como puede al caos echando la culpa a fuentes externas.

Se incita a la gente a creer que éste es el estado natural de las cosas. La propaganda del gobierno atrae la atención hacia los problemas y los hace parecer tan terribles como sea posible. Una vez

³ Ver REISMAN, G., "Capitalism: A Treatise on Economics", Jameson Books, 1998, así como BLOCK, W., "Total Repeal of Antitrust Legislation: A Critique of Bork, Brozen, and Posner", Review of Austrian Economics, vol. 8, n° 1, 1994, pp. 35-70 para refutaciones detalladas de muchos argumentos de los supuestos peligros del monopolio.

que el gobierno controla las escuelas, enseña una historia falsa presentándose como el salvador de la sociedad. El gobierno promueve teorías que hacen que su poder parezca inevitable y deseable, como son las teorías de Hobbes, Marx y Keynes. El peso de todo este complejo sistema de fraude acaba convenciendo a la gente para someterse cada vez más al control del Estado.

La competencia dentro de la burocracia gubernamental o entre individuos privados por el dinero del gobierno, empeora necesariamente estos problemas. El que una organización se haga más o menos competitiva no cambia la naturaleza de la competencia, por tanto, aumentar la competencia del gobierno sólo hará su maldad más eficaz e insidiosa. Como dice Hoppe "la competencia en la producción de bienes es buena, pero la libre competencia en la producción de malos no lo es"⁴.

Mucho de los que tienen alguna comprensión sobre los beneficios del libre mercado han quedado bajo la impresión de que la competencia es beneficiosa sin importar qué forma tome y, por tanto, proponen traer más competencia a la burocracia gubernamental sin alterar los poderes monopolísticos del gobierno. En lugar de insistir en que los impuestos deben ser voluntarios y que debe permitirse a otros competir para ofrecer servicios públicos, defienden la expansión del estado en una especie de pseudomercado.

Es lo que pasa, por ejemplo, con el sistema de cheques escolares. Como bajo este sistema

las escuelas compiten por el dinero del estado, aunque lo reciban por una ruta indirecta, tiene los mismos incentivos que cualquier departamento del gobierno y pronto se dedicarán a servir al crecimiento del estado, al igual que cualquier otro beneficiario del dinero de los impuestos.

Subvencionar un sector es cambiar las circunstancias bajo las que prospera. Ya no debe satisfacer al consumidor. Sino promover el agrandamiento de los burócratas al cargo de su proyecto. Sin embargo, se sigue viendo a la industria como representativa del libre mercado, en lugar de ora rama del gobierno, así que cuando fracasa debido a los problemas de la planificación central, el gobierno puede sencillamente echar la culpa de su fracaso al libre mercado.

Conclusión

El concepto de Competencia es una herramienta traicionera para usarla en nombre de la libertad. La Competencia es tanto una característica de la burocracia estatal como del mercado, pero su efecto es muy diferente en cada contexto. Aunque he tratado de mostrar en este artículo cómo pueden evitarse que las discusiones sobre la competencia sean equívocas, puede que a menudo sea mejor destacar más bien la *cooperación* del mercado, pues ésta es la característica más fundamental de un orden capitalista y eso es lo que promueve la Competencia en el libre mercado.

⁴ Ver HOPPE, H., "Why Bad Men Rule", 2004, para la fuente de esta citáis como para una explicación más detallada de los incentivos de la élite que controlan el estado que la que hemos resumido aquí.