



SENTIDO COMÚN

MANUEL F. AYAU CORDÓN

Precios y progreso

NO OLVIDEMOS QUE VIVIMOS en un mundo donde los recursos son escasos. Es decir, que no alcanzan para todo lo que quisiéramos, sin privar otros destinos que consideramos más importantes de esos mismos recursos.

Por ejemplo: una mesa se puede hacer de madera, mármol, acero, aluminio, etcétera. Se progresa cuando a los recursos empleados les asigna menor valor que lo que van a producir. De lo contrario, uno se está empobreciendo, privándose de algo a lo que uno mismo le asigna mayor valor con objeto de producir algo de menor valor.

Para comparar valores, todos usamos los precios. ¿Pero cuánta gente sabe cómo se forman esos precios?

Sin duda, algunas personas —la mayoría, quizá— creen que los precios se fijan como mejor convenga a las personas o al Gobierno o a los empresarios.

Como veremos, cuando se alteran los precios del mercado todas las decisiones resultarán antieconómicas; es decir, producirán pérdidas, y para colmo, la alteración de los precios hace imposible calcular para saber cuánto se perdió. Por otro lado, las distorsiones de precios jamás podrían producir ganancias, porque No se podrá calcular la extensión de las pérdidas causadas por la distorsión de otros precios.

Los empresarios, aunque no lo sepan, son “tomadores de precios”; es decir, “toman” los precios de mercado, y si pueden producir a menor costo, será factible su producción y venta. Cada vez que suben costos debido a más impuestos y tienen que subir precios, pierden clientela y se produce menos.

Nótese que lo que se compra y vende en el mercado es propiedad privada. Es decir, los aguacates son propiedad privada de la aguacatera hasta que los venda, pues no son de “la sociedad”. Su produc-

ción es ajena al Gobierno.

En un mercado no intervenido por los gobiernos, los empresarios tienen que competir para comprar en el mercado de recursos. Todos somos dueños de algún recurso, aunque sea solo del producto de nuestro trabajo, y todos competimos para vender. Igualmente, los empresarios compiten en el mercado de artículos de consumo para vender sus productos. Y es en esa continua competencia entre ambos mercados que se determinan los precios. Si el vendedor pretende un precio muy alto, no vende e induce al uso de sustitutos, y si el comprador pretende un precio muy bajo, no logra comprar. Y debe tomarse en cuenta que la competencia no es entre artículos iguales, sino sustitutivos, pues todos tene-

mos varias satisfacciones insatisfechas que compiten entre sí.

Pero no termina allí el problema de

formación de precios, porque las decisiones de la gente son siempre “al margen”; por ejemplo, nadie compra una camisa porque no tiene camisas. Se trata de comprar una camisa más de las que ya se tiene, y no asignamos el mismo valor a la primera camisa que la décima, aunque tengan el mismo precio.

No es tan simple como parece: inclusive, el precio de una fábrica o maquinaria es derivado del beneficio que brinda su producto, y no de lo que costó fabricarla. Si aparece un sustituto más barato y mejor que el que produce esa maquinaria, esa máquina ya no valdrá nada aunque sea nueva.

Cuando los gobiernos, en su infinita sabiduría, intervienen en el mercado, ya los precios no cumplen su función de reflejar relativa escasez de los recursos ni de las cosas, ni los órdenes de prioridad de la población. Ya no son precios reales, y por tanto todos actúan con información falsa. Toda la sociedad pierde.

Todos usamos precios para decisiones económicas. Pero pocos aprecian sus funciones.