

Clase 17. La Gran Farsa del Libre Mercado. Cómo el Estado Controla la Economía

El video de YouTube presenta una clase del profesor Jesús Huerta de Soto, donde retoma los temas de competencia y monopolio, discutiendo sus definiciones erróneas y correctas. Se critica la legislación antimonopolio por basarse en conceptos equivocados y se aborda la discriminación de precios por parte del vendedor, explicando cuándo es posible y sus implicaciones. Finalmente, se introduce el concepto del dinero como un bien de intercambio y una institución social evolutiva, cuya aparición fue fundamental para el desarrollo de la civilización al multiplicar los intercambios y permitir afrontar la incertidumbre.

RESUMEN

Competencia, Monopolio y Dinero desde la Perspectiva de la Escuela Austríaca

Este informe analiza los conceptos de competencia, monopolio y dinero, así como sus interconexiones, desde la perspectiva económica presentada en las conferencias del Profesor Jesús Huerta de Soto. Se enfatiza la naturaleza dinámica de los procesos económicos, en contraste con las visiones estáticas predominantes en otras escuelas de pensamiento.

1. Conceptos de Competencia

El profesor Huerta de Soto establece una distinción fundamental entre dos concepciones de competencia:

- **Concepto Erróneo (Estático):** La mayoría de los economistas definen la competencia como un "estado final", una "fotografía", algo estático. Se caracteriza por la existencia de "muchas empresas" que venden el "mismo producto sin ninguna diferenciación y además al mismo precio". A esta situación la califican de "competencia perfecta". Esta visión es criticada por ser una "modelización

matemática basada en el equilibrio construida completamente de espaldas a la realidad de la vida social".

- **Concepto Correcto (Dinámico):** La competencia es un "proceso dinámico de rivalidad". Es una "película" en la que los seres humanos "continuamente rivalizando unos con otros por lograr antes que los demás los fines que tanto ansiamos". Este proceso implica la "creación de información, transmisión de información en oleadas sucesivas en el mercado y de coordinación o ajuste". Los desajustes entre el comportamiento de los seres humanos generan "oportunidades de beneficio" que son descubiertas por la "perspicacia empresarial". El primero que descubre y aprovecha una oportunidad la elimina para los demás, pero este mismo proceso "crea nueva información" y "ulteriores desajustes que a su vez se plasman en nuevas oportunidades de beneficio". Esta interpretación subraya el "carácter Dinámico y competitivo" del proceso social, "que no tiene nada que ver absolutamente nada que ver con la el concepto estático basado en el modelo de equilibrio".

2. Conceptos de Monopolio

En coherencia con los conceptos de competencia, se presentan dos definiciones de monopolio:

- **Concepto Erróneo (Etimológico/Estático):** Si en la "fotografía" estática de un "sector determinado" solo se observa "un único oferente, un único productor", se califica como monopolio. La crítica a esta definición es múltiple:
- Es imposible definir objetivamente el "sector o industria", ya que es subjetivo.
- Cualquier diferenciación mínima del producto podría llevar a considerar a todos como monopolios. El profesor usa el ejemplo de sí mismo: "Cuántos oferentes o profesores hay dando clase con el enfoque de la escuela austríaca la universidad r Juan Carlos los

miércoles y los martes de 7 a 9 solo uno tengo el monopolio mañana sale en la prensa porotos un monopolista".

- Se fundamenta en el concepto erróneo de competencia. Si un emprendedor como Steve Jobs es inicialmente el único en ofrecer un producto revolucionario, lejos de ser una explotación, es una manifestación de haber "servido a los consumidores mejor que nadie con un producto revolucionario a menor precio". Esta situación es "temporalmente" exclusiva, ya que el mercado constantemente genera nuevos competidores.
- **Concepto Correcto (Jurídico-Institucional):** El monopolio real existe "si se impide por la fuerza de la coacción institucional el libre ejercicio de la empresarialidad en cualquier parcela del mercado". Solo el "propio estado" puede "levantar barreras institucionales de tipo coactivo", reservando un área para "unos pocos en detrimento de los demás". Esta definición tiene un "rancio abolengo" y se remonta a juristas como Lord Coke en el siglo XVII, quien lo definió como "un privilegio concedido por el rey es decir por el estado para la venta compra fabricación manipulación o utilización en exclusiva de un determinado bien por lo que se le restringe la libertad previa de otras personas y se les obstaculiza en su comercio y en su función empresarial". La "persecución" de las leyes de defensa de la competencia contra "pobres empresarios" que compiten eficientemente es vista como un error, ya que deberían perseguir los monopolios creados por el estado. Se critica el "doble rasero" donde el sector privado es escrutado, mientras que el mal funcionamiento del sector público se atribuye a falta de fondos.
- **Crítica al "Precio de Monopolio" (Alfred Marshall):** Se rechaza la idea de un "precio de monopolio" basado en la elasticidad de la demanda. Las funciones de oferta y demanda no existen en la realidad económica dinámica. Solo existen "precios de Mercado Libre por un lado y los precios impuestos por papá estado en un

entorno en el que el estado establece barreras institucionales basadas en la violencia y en la coacción por otro". La intervención estatal, basada en estas teorías erróneas, a menudo lleva a "costes 100 veces más elevados", perjudicando al consumidor.

- **Crítica a la "Competencia Salvaje" (Cut-throat competition/Dumping):** El concepto de "competencia salvaje" o "dumping" es calificado de "relato falso y manipulado" utilizado por los "enemigos del mercado" para justificar la intervención estatal. La narrativa es que un productor vende a un "precio ridículo" para arruinar a competidores y luego explotar a los consumidores. Sin embargo, el profesor argumenta que esta estrategia es suicida y que "en el momento que ponga el precio que me dé la gana para explotar a mis consumidores vamos desde el día siguiente me salen competidores de debajo de las piedras". Quienes promueven la idea del dumping son "los menos eficientes" que buscan "privilegios en forma de Barreras de entrada que les protejan de la la de la eficiencia creativa". Este proceso "favorece clarísimamente es a los consumidores" y ha sido clave para que millones de personas salgan de la pobreza a nivel global.

3. Discriminación de Precios por el Vendedor

Se analiza la "discriminación en el precio por parte del vendedor", donde un vendedor cobra precios diferentes a distintos clientes. Aunque el mercado tiende a fijar un "precio uniforme para el mismo bien" debido a la acción empresarial de arbitraje ("comprar barato, vender caro"), la discriminación de precios es posible bajo dos condiciones:

1. El vendedor "piense que sale ganando con esa estrategia".
2. "Que no sea posible la reventa del bien o la comercialización o los intercambios del bien entre los diferentes compradores".

Ejemplos típicos donde no hay reventa y la discriminación ocurre son los servicios, como los médicos o cirujanos, o la prostitución (ejemplo de

Pretty Woman). La capacidad negociadora del comprador es crucial en estas situaciones.

4. Interconexión de los Precios: Complementariedad y Sustitución

Se explican dos relaciones fundamentales entre bienes y servicios:

- **Bienes Complementarios:** Sus "demandas son conjuntas y van o evolucionan en el mismo sentido". Ejemplos: zapatos y cordones, azúcar y café. La "relación social por excelencia es la relación de complementariedad". El proceso productivo se basa en la complementariedad de factores. Si la demanda de un bien complementario sube, también lo hará la del otro, afectando sus precios en el mismo sentido.
- **Bienes Sustitutivos:** Sus "demandas evolucionan en sentido contrario". Si se demanda uno, "se deja de demandar el otro". Ejemplos: gafas y lentillas, café y té, gasoil y gasolina. Si la demanda de un bien sustitutivo aumenta, la del otro disminuirá, afectando sus precios en sentido contrario. Es vital para las empresas estar al tanto de lo que sucede con sus bienes sustitutivos.

Se encarga a los alumnos un ejercicio práctico de identificar ejemplos de estas relaciones en su vida diaria, subrayando la importancia de estos conceptos para la cultura general y la actividad empresarial.

5. La Teoría del Dinero

El dinero se presenta como un "tertium genus", un tercer tipo de bien económico, distinto de los bienes de consumo y los bienes de capital.

- **Definición:** El dinero es "todo medio de intercambio común y generalmente aceptado".
- **Valor Subjetivo y Utilidad Marginal:** El profesor reitera que el valor es siempre subjetivo, determinado por la "utilidad marginal" de las unidades adicionales de un bien. La "paradoja del valor" (por qué el

agua, siendo útil, es barata y el oro, menos útil, es caro) fue resuelta al entender que las decisiones se toman en términos marginales.

- **Teorema Regresivo del Dinero (Mises):** La aplicación de la teoría de la utilidad marginal al dinero planteó un "razonamiento circular": la demanda de dinero depende de su poder adquisitivo (precio), y su precio depende de la demanda. Este problema, que mantuvo en vilo a la ciencia económica por un siglo, fue resuelto por Ludwig von Mises en 1912 con el "teorema regresivo del dinero". Este teorema demuestra que el dinero "Está sometido exactamente a las mismas leyes de valoración que el resto de los bienes en términos de utilidad marginal", no para consumo o producción, sino "como medio de intercambio". Esto unifica la ciencia económica, rechazando la dicotomía artificial entre microeconomía y macroeconomía.
- **Origen Evolutivo del Dinero:** El dinero es una "institución social que surge de forma evolutiva y consuetudinaria", no inventada deliberadamente. Su origen se remonta a "héroes anónimos" que descubrieron que, para superar el "gravísimo problema de doble coincidencia de necesidades que plantea el cambio directo o trueque", era más eficiente demandar un bien que, aunque no se necesitara directamente, era "objeto de intercambio con mucha mayor frecuencia". Este bien, inicialmente con demanda de consumo o producción (como el oro o el trigo), progresivamente desarrolló una demanda adicional como medio de intercambio, generalizándose hasta convertirse en dinero.
- **El Dinero como Motor de Civilización:** El surgimiento del dinero "multiplican exponencialmente los intercambios", lo que a su vez impulsa el desarrollo de otras instituciones sociales esenciales para la civilización: el derecho, la moral, la familia, y el lenguaje. Al permitir la "liquidez", el dinero también ayuda a los seres humanos a "enfrentarnos a la incertidumbre incable del futuro".

- **Crítica al Papel Moneda Estatal:** El oro fue el dinero "elegido libremente por la humanidad" hasta que "papá estado nos lo expropió y no lo instituyó por una mierda para limpiarse el culo que es el papel moneda". El profesor denuncia que esto se hizo para "manipular nuestras vidas engañarnos comprar votos subsidios financiar guerras conflictos etc. la casta carajo".
- **Competencia Monetaria y Unificación:** El proceso de competencia entre diferentes medios de intercambio sigue vivo. La función del dinero se cumple mejor cuanto más "generalmente se ha aceptado", al igual que el lenguaje. El profesor lamenta el "nacionalismo monetario" y las regulaciones que van "para atrás" en lugar de buscar la unificación global de la moneda, proceso que fue interrumpido por la intervención estatal.