

Sistema de Mercado: Soberanía del Consumidor

¿Qué es un sistema de mercado?

En primer lugar, necesitamos trazar una distinción entre sistema de mercado y mercado. Si bien no todas las sociedades adoptan o contienen un sistema de mercado, todas las sociedades existentes hacen uso de los mercados. Paseando por una calle ya fuera en la China maoísta o en la Unión Soviética, cualquier distraído visitante habría visto mercados de bienes de consumo y de servicios como los de peluquería o de reparación de bicicletas. Y es que, efectivamente, dondequiera que la gente paga de modo usual a otra gente para que haga algo —sea cantar una canción o cavar para extraer carbón— esos intercambios constituyen mercados.

Y sin embargo, pese a lo común de esos intercambios en la China maoísta o en la Unión Soviética, de ninguna de esas sociedades podía decirse que fuesen sistemas de mercado, puesto que un sistema de mercado existe solamente cuando los mercados proliferan y se interrelacionan unos con otros de una forma muy particular. El sistema de mercado organiza y coordina las actividades humanas no a través de la planificación estatal sino mediante las interacciones mutuas de los compradores y vendedores.

No basta que la gente compre y venda para que exista un sistema de mercado, se requiere asimismo que sean sus compras y ventas las que coordinen la sociedad y no una autoridad central. Y esto nos permite dar una definición del sistema de mercado suficientemente útil para nuestros propósitos inmediatos: un sistema de mercado es un sistema de coordinación de las actividades humanas a escala de toda una sociedad que procede no mediante un sistema de órdenes centralizadas sino vía las interacciones mutuas en forma de transacciones.

Tres son los tipos de mercados más habituales: los mercados de trabajo, los mercados agrícolas, y los mercados para los bienes y servicios que la industria ofrece a los consumidores. Pero para que un sistema de mercado funcione son necesarios dos tipos de mercado menos evidentes. Son, por un lado, los mercados de bienes y servicios intermedios producidos para el uso de otros productores; y por otro, los mercados de capital, y específicamente, los mercados de préstamos, acciones y otros tipos de activos de inversión. En estos dos tipos de mercados, los participantes ya no son gente común y corriente sino empresarios, empresas o instituciones financieras.

Sistema de Mercado: Soberanía del Consumador

LAS DIMENSIONES DEL SISTEMA DE MERCADO

El sistema de mercado es, al igual que el Estado, un método para controlar y coordinar el comportamiento de la gente ... Cuando un centenar de trabajadores aparecen en la puerta de una fábrica cada mañana a las 8 de modo enteramente previsible, su aparición no está ordenada por el Estado. Si están allí es porque la promesa de unos pagos monetarios los controla y coordina.

¿Puede ser cierto que el desorden aparente de las actividades de compraventa sea realmente capaz de lograr algo tan profundo y complicado como el control y la coordinación de toda una sociedad? Cualquiera puede percatarse de que el Estado consigue cierta coordinación de una sociedad a escala nacional, pero es mucho más difícil ver cómo el sistema de mercado hace lo mismo, como en efecto lo hace, tanto a nivel nacional como a escala internacional.

En los sistemas de mercado los individuos no siguen sus propios y particulares caminos, sino que se encuentran ligados mutuamente en la persecución de sus objetivos a través de sus interacciones en los mercados. Si realmente les hubiese sido permitido hacer lo que les viniese en gana no habrían conseguido las prodigiosas hazañas productivas que caracterizan a los sistemas de mercado. El que los participantes en los mercados se vean a sí mismos haciendo elecciones libres y voluntarias no niega en absoluto que estén controlados por los procesos de compra y venta.

El sistema de mercado de nuestros días no es el Laissez-Faire de Adam Smith ni tampoco un sistema de mercado ligado a un Estado mínimo. Hoy, el sistema de mercado es un sistema dirigido en el que el Estado es el comprador más importante. De todos los agentes es el que tiene la lista de la compra más larga, incluyendo en ella al ejército, las obras públicas y los servicios de policía y de los funcionarios. También es un oferente a gran escala, aunque muchos servicios —por ejemplo, la educación elemental— no los venda sino que los "proporciona" así sin más, de modo que en vez de dejar que las fuerzas de la oferta y la demanda fijen los precios, a menudo lo hace él mismo, manteniendo por ejemplo los precios de los productos agrarios altos para ayudar a los campesinos o, por contra, bajando esos mismos precios para combatir el malestar social entre los pobres de las ciudades.

De una forma u otra, el Estado subvenciona la mayoría de las industrias. Recoge ingentes fondos para repartirlos a través de los programas de bienestar social. Y, finalmente, es un poderoso y activo agente en la oferta de dinero y crédito vía el control que ejerce sobre el sistema bancario y su propia política fiscal. Algunas de estas actividades estatales son necesarias para que un sistema de mercado florezca, otras son menos valiosas, y las hay que son un entero derroche. Hay algunas que no son otra cosa que rapiñas de los caudales públicos. Sea como sea la evaluación que se haga de ellas, son sin duda parte de la historia de cómo funciona un sistema de mercado.

Sistema de Mercado: Soberanía del Consumador

Referencia:

Lindblom, Charles. (2002). El sistema de mercado. México: Alianza.