
Nueva interpretación de la mano invisible del mercado

No es que la búsqueda del interés egoísta particular produzca el interés positivo general, sino exactamente al contrario. Los componentes del valor económico son tales y se manifiestan de tal forma en los intercambios convencionales, que la búsqueda del interés positivo ajeno trae, como consecuencia, un incremento de mi propio valor particular.

_____ Por José Juan Frank Meneu * _____

1. LA MANO INVISIBLE DEL MERCADO

Enclaustrada en el capítulo II de «La riqueza de las naciones», dedicado a las motivaciones de la división del trabajo, y en relación con ella, se encuentra explícitamente formulada la teoría de la mano invisible que a través de la búsqueda del interés propio, consigue el interés general.

El hombre no consigue la ayuda de sus semejantes, que le es necesaria, de la benevolencia ajena sino interesando en su favor el egoísmo de los otros: «No es la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero la que nos procura del alimento, sino la consideración de su propio interés. No invocamos sus sentimientos humanitarios sino su egoísmo». Y añade A. Smith: «En una tribu de cazadores o pastores, quien hace las flechas o los arcos con mayor presteza y habilidad los cambia por ganado o por caza (...) Siguiendo su propio interés se dedica casi exclusivamente, a hacer arcos y flechas.» (1)

* Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Titular interino del Departamento de Economía y Hacienda de la Universidad Autónoma de Madrid.

(1) SMITH: *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las Naciones*. Fondo de Cultura Económica. México 1982, p. 17.

José Juan Frank Meneu

La interpretación vulgarizada de estos pasajes ha llevado a generalizar la afirmación de que buscando el propio interés se consigue el interés del otro. El mercado produce eficiencia como efecto secundario positivo pese a no incluir, como objetivo en el proceso, el bien general, sino tan sólo el bien egoísta particular.

Los sujetos económicos, buscando sus intereses propios y su beneficio, son llevados por la mano invisible del mercado y la competencia a producir de un modo eficiente y vender a un precio equilibrado. A través de las fuerzas del mercado el aumento de beneficio propio se convierte en un bien social.

La versión más radicalizada de este hecho por Mandeville llevó incluso a la afirmación de que los vicios particulares son ventajas públicas. Motivos incluso inmorales y viciosos se transforman en bienes, en efectos secundarios positivos. Por la mano invisible del mercado un comportamiento egoísta, éticamente rechazable, se convierte en comportamiento socialmente ventajoso. Mefistófeles en el *Fausto* de Goethe plantea afirmaciones que se asemejan al principio de Mandeville: «Forma parte de aquel poder que siempre pretende urdir el mal y termina creando el bien». No es necesario querer hacer el bien, porque surge de todas formas como efecto del motivo egoísta.

Esta búsqueda del propio interés en el intercambio, daría lugar, por misteriosas combinaciones, a la consecución del interés generalizado. El comportamiento meramente subjetivista y egoísta se plantearía como el motor paradigmático en la creación del valor económico.

La astucia de la razón en la historia, proclamaba por Hegel, que al final consigue realizar sus objetivos tras un proceso efectuado a escondidas, y a pesar de los hombres, también manifestaría esta paradoja. Dichas paradojas se convirtieron en estímulo decisivo para la tradición de Cambridge en Georges Eduard Moore y John Maynard Keynes (2).

Las reflexiones de este trabajo pretenden introducir un matiz, en mi opinión decisivo, en esta paradoja. Un matiz que, en realidad, produce el efecto de girar exactamente ciento ochenta grados al argumento principal.

La naturaleza del fenómeno del intercambio y del mercado es tal, que la auténtica mano invisible se cumple, precisamente, al revés: no es que la búsqueda del interés egoísta particular produzca el interés positivo general, sino exactamente al contrario. Los componentes del valor económico son tales y se manifiestan de tal forma en los intercambios convencionales, que la búsqueda del interés positivo ajeno trae, como consecuencia, un incremento de mi propio valor particular.

(2) KOSLOWSKI: «Moralidad y eficiencia». *Cuadernos Empresa y Humanismo*. 1987, pp. 19-22.

Nueva interpretación de la mano invisible del mercado

Ya habíamos manifestado, en un trabajo anterior (3), que existen valores objetivos que hacen referencia a los fines objetivos de la naturaleza humana. Estos fines objetivos, que fundamentaban las causas últimas objetivas de la riqueza, se manifestaban en la realidad histórica mediante los fines subjetivos de los sujetos económicos. Los fines objetivos ejercían una atracción sobre los subjetivos y éstos, a través de las demandas de productos finales, una atracción sobre todo el proceso de producción, sobre el trabajo humano y éste sobre los instrumentos de capital y las materias primas. A su vez, uno de los fines últimos, vitales para la ciencia económica, era la propia tendencia al beneficio entendido como tendencia a incrementar el propio valor económico, y a su vez, a incrementar esa relación real de humanización respecto a las condiciones materiales, y a incrementar el valor de uso.

En una economía crusoniana, sin intercambio, el proceso es claro: la tendencia a la mejora en el valor económico de nuestras propiedades, incluido nuestro capital humano, nos lleva primero a buscar esos fines últimos objetivos de la naturaleza humana, adaptar después a ellos los subjetivos y conformar a éstos la propia tarea eficiente a través del trabajo, utilizando los mejores instrumentos para aplicarlos sobre los bienes naturales gratuitamente a nuestra disposición.

En esta situación la mano invisible funciona a la perfección en ambas direcciones, ya que el interés social coincide con el interés individual. Cabe sólo discrepancia entre los fines objetivos y los subjetivos, pero, al existir un sólo individuo, la búsqueda de su propio interés coincide con la búsqueda del interés de la comunidad.

Examinemos ahora, detenidamente, la situación cuando existen múltiples propietarios y numerosos intercambios comerciales. Se empieza a diferenciar el valor de uso del valor de cambio y comienza la posibilidad de la especialización de los agentes. Cada uno tenderá a especializarse en aquello en que tenga ventaja, incluso ventaja comparativa. Aumentará así la capacidad productiva de cada uno y, por tanto, podrán disponer ambos de mayor cantidad de bienes. Aunque el valor de cambio permanezca invariable aumentará el valor de uso de ambos.

Pero con la especialización y el intercambio las finalidades de mi trabajo ya no son marcadas por mí, sino por el cliente potencial. Si me especializo en hacer arcos o flechas, esos arcos o flechas los fabrico con intención de venderlos a otros, no de utilizarlos yo. La calidad, tamaño, características... etc., del arco y las flechas, me las indica el cliente potencial. Sería absurdo no fabricar lo que el otro prefiere, porque es para él.

(3) FRANCH: *Fundamentos del valor económico*. Unión Editorial. Madrid. 1990'.

José Juan Frank Meneu

Cuanto más y mejor se busque el servicio del cliente más incrementaré mi propio patrimonio. Buscando el beneficio del comprador consigo mejorar mi propio beneficio.

Un cazador y un pescador especializados, y trabajando para el intercambio, tratarán de cazar y pescar, una vez cubiertas sus propias necesidades de caza y pesca, las piezas preferidas por el otro. Interesándose por las preferencias del otro, conseguirá obtener mejor las suyas. Si cambiamos el orden, el efecto positivo se desvirtúa. Si el cazador busca las piezas que él prefiere en lugar de las que prefiere el pescador, su valor de cambio y, a la postre, su valor de uso, se degrada.

En una economía moderna, con alta especialización y elevado grado de intercambios comerciales, la adaptación a las finalidades subjetivas de los clientes potenciales da lugar, en consecuencia, a la más fácil consecución de las propias. Si en mi actuación productiva prima la búsqueda egoísta de mis propias preferencias se devalúa mi patrimonio. Podemos decir, entonces, que la mano invisible consiste en descubrir que mi interés resulta favorecido como efecto de la búsqueda del interés ajeno.

No cabe duda que, conocido este mecanismo, podemos señalar que buscando mi propio interés busco el interés general. Pero considero más apropiada la formulación contraria, porque si, habitualmente, mis esfuerzos se concentran en la búsqueda del beneficio ajeno, resulta automático el incremento del beneficio propio; no hace falta pensar en él. Si habitualmente me concentro en la búsqueda de intereses propios acabo por adjudicar, erróneamente, a los demás, los propios.

Formulando terminológicamente el proceso de una u otra forma, el hecho cierto es que: dada la propiedad, intercambio y especialización y dado, por lo tanto, un grado apreciable de libertad, el valor de un patrimonio físico y humano se incrementa notablemente según su grado de servicio, según su capacidad de servicio a los objetivos subjetivos ajenos en primer lugar, y a las finalidades objetivas ajenas a más largo plazo. Si conseguimos servir a esos fines objetivos será más fácil convencer al cliente potencial para que rectifique sus juicios subjetivos aproximándose a los objetivos. Al contrario, si servimos a fines subjetivos alejados de los objetivos, más tarde o más temprano decrecerá su demanda.

La capacidad de servicio se constituye en la característica definitiva de las realidades económicas en orden a su valor, en sistemas con alta especialización y elevado intercambio voluntario.

2. SOBERANÍA DEL CONSUMIDOR, DEL USUARIO FINAL

La capacidad de generar servicios futuros en que consiste el valor impli-

Nueva interpretación de la mano invisible del mercado

aca la referencia en primer lugar al objetivo o fin de la actividad considerada. Esa capacidad aumenta en la medida que sirva mejor a las necesidades propias, en la medida que produzca bienes y servicios de uso propio o interno a mi patrimonio. Pero como por la división del trabajo y la especialización de las producciones, los patrimonios se dedican en gran medida a la producción para el intercambio, a utilizar sus productos para la compraventa y no para el servicio propio, el patrón de medida del valor de esa riqueza lo darán las necesidades de los demás, las necesidades, objetivos y conveniencias de los patrimonios ajenos. De ahí que podamos concluir que un conjunto de bienes, una riqueza determinada, tendrá mayor valor, mayor capacidad de generar servicio futuro en la medida que más volcada hacia las necesidades y conveniencias de los demás esté. El acrecentamiento del valor (siempre subjetivo) de los demás, acrecienta el valor de la riqueza propia.

No es la oferta quien crea su propia demanda, es la demanda quien crea su propia oferta y es la demanda de otros la que crea mi propia demanda para poder constituir mi propia oferta hacia ellos. La demanda siempre va por delante, la demanda ajena condiciona mi propia demanda. La demanda autónoma, original y novedosa de uno genera una serie de relaciones de interdependencia que repercuten sobre las demandas y ofertas futuras del resto.

El crédito hace que la demanda real, cuando es creíble, se convierta en demanda efectiva aun sin medios por parte del agente económico. La credibilidad del proyecto de demanda para construir una oferta exitosa, la capacidad de generar riqueza futura que entraña ese proyecto, hace que no deje de realizarse por falta de medios financieros. El crédito financiero debe valorar fundamentalmente esa capacidad del proyecto de generar esa futura oferta para satisfacer la demanda que se atisba. La concesión del crédito cumplirá mejor su función, y valdrá más en sí ese mecanismo de crédito, si valora fundamentalmente esa capacidad que si se fija en otros parámetros, tales como la capacidad de aval del proyectista.

La necesidad económica, la incapacidad del hombre para bastarse a sí mismo en todos sus apremios, es un estímulo para la vida social y para la cooperación especializada. No es suficiente un solo hombre para producir todos los bienes necesarios. Por ello ya en el pensamiento de Tomás de Aquino está presente la afirmación de que el hombre es un animal social por naturaleza.

Esa tendencia a la vida social por naturaleza, a la especialización y al intercambio, permite que surja esa mano invisible en la que la servicialidad ocupa el lugar de principal protagonista. Se hace posible, cotidianamente, que la ordenación al bien común lleve aparejada la mejora del

José Juan Frank Meneu

bien particular; que la ordenación al valor económico ajeno consiga la mejora del propio orden económico.

La interconexión y especialización del sistema económico acelera la necesidad de acomodar la propia actuación económica a la de terceros. Su éxito o fracaso dependerá, fundamentalmente, de esta habilidad para ajustarse a los fines subjetivos y objetivos, futuros, de otros.

La razón permite al hombre superar su indigencia natural, precisamente porque es capaz de descubrir, lo que no ocurre con los demás animales, que, en sociedad, todos los demás seres humanos son colaboradores potenciales en la lucha por la propia supervivencia.

La complementariedad vertical, necesaria para incrementar la riqueza, se convierte en una complementariedad dirigida por los usuarios potenciales de nuestros productos. El provecho ajeno se convierte en medio imprescindible para alcanzar el propio. La acción cooperativa del mercado lleva a que los distintos partícipes pueden alcanzar sus fines. Sirviendo acertadamente a los consumidores es la única forma, en la sociedad de mercado, de adquirir y conservar la riqueza.

«El hombre, en cuanto comerciante, deviene servidor de los consumidores, quedando obligado a atender los deseos de éstos. No puede entregarse a sus propios caprichos y antojos. Los gustos y fantasías del cliente constituyen norma suprema para él, siempre y cuando el adquiriente esté dispuesto a pagar el precio correspondiente. El hombre de negocios ha de acomodar fatalmente su conducta a la demanda de consumidores. Si la clientela es incapaz de apreciar la belleza y prefiere el producto tosco y vulgar, aún contrariando sus propios gustos, aquel habrá de producir, precisamente, lo que los compradores prefieran.» (4).

El consumo siempre mira a la capacidad productiva propia, a la capacidad de oferta propia, y ésta siempre debe mirar, si quiere crecer, a la demanda ajena. También ésta mirará por el aumento en su capacidad productiva.

El fin del valor económico: incrementar la capacidad de crear riqueza futura de los demás, hace que aumente mi propio valor, mi propia capacidad de riqueza futura. La «mano invisible» funciona con tres supuestos:

- Intento de búsqueda de incremento de la riqueza ajena.
- Búsqueda de incremento de la riqueza propia en términos de ajena.
- Libertad y rapidez de intercambio para aprovechar sus ventajas.

(4) MISES: *La acción humana* Madrid. Unión Editorial. 1986, pp. 373-374.

Nueva interpretación de la mano invisible del mercado

La búsqueda de aumento de capacidad de riqueza ajena ejerce un efecto *boomerang* sobre el propio aumento de riqueza.

En la economía de mercado todos, para atender las necesidades propias tratan de satisfacer las de los demás. Invariablemente, siguiendo el orden natural, han de ponerse al servicio de los conciudadanos y, éstos, al servicio de aquellos. «El hombre es, al tiempo, medio y fin, fin último para sí mismo y medio en cuanto coadyuva con los demás para que puedan alcanzar sus personales objetivos.» (5).

Ni los empresarios, ni los terratenientes, ni los capitalistas, ni los trabajadores en general, deciden, según sus propias convicciones, qué bienes serán producidos. Tal decisión corresponde primordialmente a los consumidores, a los demandantes últimos en general. Cuando no se es dócil a las directrices marcadas por éstos a través de su manifestación en los precios de mercado, se sufren pérdidas patrimoniales. Si continúa la obstinación se llega a ser relevado por otras personas que, en su actuación, cumplan más respetuosamente las órdenes de los consumidores. Para conservar el capital físico y humano, no queda más remedio que perseverar libremente en el servicio de los usuarios finales, manifestado, asimismo libremente, a través de los precios.

3. EL CONSUMO COMO BIEN INTERMEDIO ORDENADO POR LA SERVICIALIDAD A LA MEJORA DE LA ACTIVIDAD AJENA

Tras el desarrollo de su teoría de la demanda de los consumidores, Hicks indica al comienzo de su capítulo IV (dedicado al «Equilibrio General del Cambio»): «A medida que avanzamos nuestro estudio, hemos tenido en cuenta sobre todo la aplicación más evidente de nuestro análisis: al consumidor ordinario que gasta su ingreso en la satisfacción de sus necesidades personales e inmediatas»... «Pero éste no es el único caso a que se aplica el análisis»... «No es preciso que los objetos que se compran y venden sean bienes de consumo, o al menos, no es preciso que lo sean todos; la única condición necesaria es que sean deseables, que se puedan comprar y vender, y que sean susceptibles de ordenarse siguiendo un orden de preferencias (un sistema de indiferencia) que sea independiente de los precios. En consecuencia, están incluidos tanto la demanda de bienes de consumo como la oferta de servicios de trabajo».

Y más adelante añade: «Como señaló acertadamente Wicksteed (2), también se incluyen la compra y la venta de bienes que no se destinan

(5) Id. p. 397.

José Juan Frank Meneu

a satisfacer las necesidades individuales propias, sino las de otros, o lo que se supone que éstas sean.» (6).

Abre así Hicks el inmenso panorama de la aplicación de los desarrollos de la teoría del consumidor (ciudadano) al caso de bienes no necesariamente de consumo y a salir del círculo de las propias necesidades de consumo o de inversión para aplicar la misma teoría al caso de las necesidades de los demás.

Al capital humano también se le pueden aplicar las mismas consideraciones. El incremento del valor del capital humano depende de su servicialidad. Cada uno decide libremente en qué medida va a emplear sus facultades y conocimientos en servicio de los demandantes potenciales. Los consumos necesarios estarán orientados por la tendencia a incrementar la valía de ese capital humano en orden al servicio ajeno. Se produce un incentivo a que todo el mundo aplique sus conocimientos y aptitudes con el máximo rendimiento en términos de servicialidad.

Igualmente, las propiedades físicas, la propiedad de los medios de producción, llevan aparejada una importante responsabilidad social en su administración.

El trabajador acude a aquellas ocupaciones en las que más servicio presta y de las que, por tanto, mayores beneficios económicos va a obtener. Pero, a su vez, se dedica a aquellas tareas cuya utilidad, desde el punto de vista de los consumidores es mayor. De igual modo, los medios de producción, asimismo, serán dirigidos y transformados hacia aquellas necesidades más perentorias de los usuarios finales.

Al ser la demanda quien crea su propia oferta es ésta la que debe adaptarse a aquella y no al revés. En el ámbito del mercado de trabajo es éste un error continuo en el que se incurre: el tipo de trabajo mejor valorado es el que se demanda, no el que se ofrece. Vale más aquél trabajo que más se necesita. Existe paro, voluntario en gran parte, porque hay una resistencia a trabajar en aquello que necesita la sociedad si no coincide con el tipo de trabajo que yo desearía hacer. La formación profesional en todos los niveles debe ser lo suficientemente flexible como para adaptarse con rapidez a las necesidades sociales.

Con la especialización y el intercambio todos los componentes que forman parte de los patrimonios físicos y humanos deben estar marcados por la inclinación hacia el servicio a los fines subjetivos y objetivos de los propietarios de patrimonios ajenos.

Los intercambios llevan incorporados los servicios mutuos que permi-

(6) HICKS: *Valor y capital* México. Fondo de Cultura Económica 1974, p. 58. Cfr. Wicksteed *Common Sense of Political Economy*.

Nueva interpretación de la mano invisible del mercado

ten un mayor grado de complementariedad horizontal y vertical entre los elementos de los dos patrimonios que intervienen. La capacidad de servicios es fuerza complementaria, en este sentido, del valor económico.

4. LA LIBERTAD Y LA CAPACIDAD DE SERVICIO

Si esta capacidad de disposición a la utilidad ajena, surge gracias al propio mecanismo del intercambio y la especialización, también la libertad interviene en este despliegue servicial de la economía de mercado. Se convierte en una libre proyección creadora hacia la actualización de las posibilidades de los patrimonios físicos y humanos ajenos.

La apertura universal de la inteligencia humana, que fundamenta su libertad, impide que en su actuación económica el hombre se cierre en sí mismo. Sus propiedades, continuación de su propio ser, también precisan estar orientadas y abiertas hacia las de los demás.

Como al valor económico, también a la libertad se le puede aplicar el mismo mecanismo autogenerador en que consiste la capacidad de servicio. Cuando la libertad no termina donde comienza la de los demás, sino que la libertad de los otros es el destino de la mía, entonces se produce una resonancia multiplicadora y amplificada en la realización de las actuaciones libres que repercute sobre la complementariedad y adaptación a los fines.

Con la reducción del egoísmo individualista, que todo lo refiere al propio yo, no sólo no incremento mi valor, como erróneamente pretendo, sino que lo disminuyo y empobrezco al autolimitarme a unos bienes tan pocos que no bastan para satisfacerme a mí sólo.

Si la libre realización de mis fines se cierra en el estrecho horizonte de mi propio interés, sin abrirse al de los demás, la plenitud de alcanzar los fines con mi riqueza queda truncada de raíz. Mediante el intercambio libre de prestaciones mutuas, a través del trabajo, subordinado o directivo, en cambio, se estructura el crecimiento acelerado de la riqueza en la sociedad de servicios.

La libertad, unida a la servicialidad, se convierte en una fuerza autoexpansiva en la que, basándose en la libertad de los otros, se proyecta hacia ampliadas perspectivas. Deja en el olvido el reducido cerco de los intereses particulares. Traspasando activamente los meros intercambios, se convierte en fuerza creadora que apunta hacia proyectos de mayor calado social.

Las tendencias gratificantes del estado de bienestar, contrarrestan esa fuerza autoexpansiva dirigiendo el camino de la libertad hacia el callejón

José Juan Frank Menew

sin salida de los exclusivos y propios intereses. El individuo, sin apenas hacer nada, sino introducir un sentido operativo abierto, servicial, a su propia libertad, se convierte en alguien que recibe prestaciones y gusta de experiencias gratificantes, confundiendo las motivaciones últimas de la naturaleza humana.

La fuerza expansiva de la capacidad de servicio es tal que Gary Becker, hablando del altruismo y el egoísmo en el caso del hogar, afirma que, incluso un beneficiario egoísta que desea maximizar la renta familiar, si reflexiona, llegará a la conclusión de la conveniencia de actuar como si fuera altruista con su benefactor (7).

Es el «Teorema del Niño Malvado» (*Rotten Kid*) en el que, independientemente de que un individuo sea egoísta, maximiza la renta familiar de su benefactor internalizando los efectos de las acciones de éste último sobre otros beneficiarios. Este teorema y los teoremas sobre la envidia lleva a que los hijos egoístas y envidiosos se comporten como si fueran altruistas con los demás miembros de la familia si éstos son altruistas con ellos; y actúan como si fueran envidiosos si les tienen envidia.

Los objetivos radicalmente egoístas son contradictorios en el fondo. Las cosas están hechas de otra forma. Se alcanza propio beneficio, el realmente intrínseco, cuando se dirige todo nuestro actuar económico hacia la servicialidad a los patrimonios ajenos como meta próxima y cotidiana.

(7) BECKER: Si h es el esposo y w la esposa. «Altruista significa que la función de utilidad de h depende positivamente del bienestar de w ». «Efectivamente» quiere decir que el comportamiento de h cambia con su altruismo. *Tratado sobre la familia*. Madrid. Alianza ed. 1987, p. 227.