

Competencia

El miedo a la competencia

La competencia no es un juego de suma cero, en el que la ganancia de uno significa la pérdida para el otro, (*Montaigne, Ensayo XXI*), sino más bien, como la experiencia ha demostrado, una ganancia neta para los individuos.

La vida es un cambio constante y cada transformación desata una competencia por encontrar nuevas soluciones: con ganadores y perdedores. El cambio y la competencia obligan al ser humano a realizar alteraciones difíciles, aunadas al temor de quedar entre los perdedores en el proceso de cambio. Visto con mayor detenimiento, el temor a la competencia que cunde cuando las transformaciones son aceleradas es, en realidad, temor al cambio.

Esto es especialmente válido para aquellos que ven peligrar, junto con su lugar de trabajo, su cobijo social. Y lo aprovechan los críticos antimercado de la globalización:

se responsabiliza a la competencia de los problemas y temores individuales, por ello se promueve la limitación de la competencia, no obstante que ayude a todos a resolver los problemas de adaptación frente al cambio imparable.

El progreso tecnológico y organizacional, impulsado por las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, ha venido a modificar drásticamente el mundo laboral para la mayoría de los seres humanos, exigiéndoles un constante reaprendizaje en un entorno de cada vez mayor interrelación entre educación y las oportunidades en los mercados de trabajo, en el curso de la transformación mundial.

Los nuevos empleos se encuentran preponderantemente en el sector de servicios.

En el resto de la economía se denota una mayor pérdida neta de puestos de trabajo, entre más inflexible es el mercado laboral, y pese a las nuevas oportunidades.

La formación profesional, la educación y el trabajo constituyen para casi toda la gente la mayor parte de su vida. No debe sorprender, por lo tanto, el miedo a la competencia con el cambio vertiginoso ocurrido en las exigencias de cualificaciones en los estudios y el trabajo. Sin embargo, el coartar la competencia no conduce a la tan ansiada seguridad.

Las personas que por la competencia se ven presionadas a adaptarse al cambio, pueden beneficiarse con la Economía de Mercado.

Este es el campo de la libertad y la responsabilidad, de la solidaridad sobre la base ineludible de la subsidiariedad.

Quien no acepta a la competencia como parte integral de la solución a los problemas de la globalización, responsabilizándola de todos los males, ignora que con los cambios vertiginosos del mundo laboral, a consecuencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, traen consigo problemas de adaptación como consecuencia de la integración de países en vías de desarrollo y de estados socialistas a la economía mundial, desde los años noventa.

Estos temores y problemas de adaptación de las personas deben ser tomados en serio; además de una política consecuente de promoción del empleo y reformas al sistema social, deben incluirse campañas de orientación pública sobre la función social que desempeña la competencia.

Con el ritmo del cambio aumenta la necesidad legítima de tener seguridad, pero también, la tendencia a mantener y conservar posesiones a costa de los demás; al resguardarse de la competencia se espera una mayor seguridad.

La competencia como proceso de descubrimiento

F.A. von Hayek resumió mediante imágenes elocuentes en "La competencia como proceso de descubrimiento" la función social de la competencia: desconocemos el futuro y los recursos son escasos. Sólo la competencia que induce al manejo prudente de los recursos permite que, dentro de la casi infinita variedad de intentos y fracasos humanos que hay en el proceso de búsqueda, se llegue a descubrimientos totalmente nuevos.

La competencia como "destrucción creativa"

El descubrimiento o la creación de nuevos bienes, procesos productivos, las ventajas de emplazamientos y los sistemas de información implican también que artículos y procesos productivos que antes eran competitivos y con ello, los empleos y lugares, sean sometidos a presiones de ajuste. Schumpeter denominó a esta faceta de la competencia como la "Destrucción creativa", que implica más oportunidades, a la vez que más problemas sociales. En la medida que personas innovadoras, como pioneras, entre más ingeniosas sean como imitadores para ampliar mercados, generan más bienestar, para todos, a partir de los nuevos bienes.

El orden de la competencia y la libertad

El nuevo orden de la competencia, con muchas ofertas y en mercados abiertos, debe ser creado de tal manera, que se estimule la fuerza creativa de seres libres, persuadiéndolos a consentir la competencia incómoda en la búsqueda de logros inciertos. El desempeño de los ciudadanos se antepone siempre a cualquier distribución, sea por la participación de todos en los logros productivos individuales resultantes de incrementos de calidad y reducción de precios con la afluencia de nuevos competidores y mercados abiertos, o bien, por la redistribución que hace el Estado a través de la tributación de entes.

Por lo tanto, el Estado debe asegurar:

- Libre acceso a mercados abiertos
- Competencia como control del poder
- Estabilidad monetaria para dar seguridad de planeación
- Protección a los derechos de propiedad privada
- Responsabilidad ("Libertad con responsabilidad")
- Política económica sustentable

Estos son los "principios constitutivos" de la Economía de Mercado como "orden de competencia" y como Constitución para la Libertad.

Cuanto mejor se plasmen estos principios fundamentales, específicamente en estos tiempos, mediante mercados laborales flexibles, tanto más eficiente será el amortiguamiento social obtenido con ayudas individuales dirigidas, haciendo más llevadera la carga personal de adaptarse a los ajustes estructurales.

Para que pueda funcionar la libre competencia con precios de mercado, el ámbito de las transferencias sociales debe ser separado del ámbito del mercado. Para que pueda haber ayuda precisa y efectiva y beneficios sociales confiables, una buena política social necesita de etiquetas de precio y de la competencia.