

Año: XXI, Diciembre 1980 No. 476

El Apoyo Intelectual a la Economía de Mercado(1)

Por Francisco Pérez de Antón

I. La empresa privada y la viña

Cuenta una antigua leyenda el drama de cierta viña que era despojada sistemáticamente de sus uvas sin que nadie le mostrara la más mínima gratitud por su esfuerzo y de quien todos se olvidaban hasta la siguiente vendimia. Un día, la viña pidió a un hombre sabio razón y consejo sobre su fatal destino. Y el hombre sabio le contestó así:

Con toda seguridad, tu problema se debe a que la gente ya sabe que no puedes evitar el producir uvas. Por eso acuden a ti. Ahora bien, si no buscas aliados que defiendan tu derecho a usar tus frutos como deseas, jamás podrás impedir por ti sola que te los arrebaten.

Y yo tengo la molesta impresión de que el empresario privado posee también espíritu de viña. Al igual que esta, ha sido dotado por la naturaleza de un irreprimible afán de producir, más pareciera estar condenado a contemplar con desconsuelo cómo sus esfuerzos son desperdiciados y, lo que es peor, cómo las uvas del bienestar se transforman en las uvas de la ira. Replegado en sí mismo, trata de detener el saqueo confiado más en sus propias fuerzas que en los apoyos tácticos de sus posibles aliados. El empresario privado, en fin, como la viña, no está convencido aún de que la destreza para producir es cosa muy diferente a la habilidad para convencer.

Dicho de otra forma, un sistema de Economía de Mercado no necesita demostrar que puede producir más uvas que ningún otro. Su mayor dificultad consiste en persuadir al público y a los políticos de que el despojo estatal no es precisamente el mejor método de obtener la mayor cantidad de racimos.

A este problema, que hace tiempo dejó de ser económico para convertirse en un tema eminentemente institucional, a su causa y su posible solución, quiero referirme en esta oportunidad con la franqueza habitual que es común a los hombres de empresa.

Para ello, me propongo hacer, en primer lugar, un breve análisis del problema. Señalaré luego su principal causa. Trazaré a continuación una breve reseña de las experiencias en otros países, así como de la situación actual en Iberoamérica. Finalmente, concluiré con una propuesta concreta, aprovechando el extraordinario privilegio que se me ha concedido de dirigirme a este selectísimo grupo de dirigentes empresariales de América Latina, España y Portugal.

II. El problema

Un político contemporáneo, recientemente fallecido, señalaba hace algunos años que los países iberoamericanos hemos desarrollado «un sistema capitalista con verba socialista»(2).

No creo necesario insistir en el riesgo que supone practicar una ordenación social así. Es como hacer acrobacias en el trapecio económico sin colchón ideológico alguno, corriendo el albur de saltar de un mercantilismo con resabios coloniales a un socialismo subdesarrollado sin pasar por una auténtica economía libre. Un mercantilismo que se alimenta todavía del paternalismo político, de ordenanzas y reglamentaciones sinfín, de impuestos confiscatorios, de estructuras arancelarias absurdas, de teorías autárquicas insostenibles, de empresas estatales ineficientes, de controles de precios, cambios, paridades, salarios, rentas y tasas de interés, y sobre todo, del afán de convertir a los países en sociedades anónimas para que los funcionarios hagan negocios mercantiles en nombre de ellas. Nuestros antepasados, tanto los de la península como los del continente, estarán sin duda muy orgullosos de lo diligentes que hemos sido sus herederos en mantener intactas las cerradas, autoritarias y monopolísticas estructuras económicas de su época.

He ahí el problema. Independientemente del estado de desarrollo económico de nuestras naciones, la cuestión no es que la libertad de empresa haya sido probada y haya fallado, sino que nunca ha sido puesta en práctica el tiempo suficiente para mostrar sus efectos(3).

Pero quizá nuestro mayor yerro consista en aferrarnos a este sistema y a defenderlo como el sistema. Tal actitud supone poco menos que ignorar dos siglos de historia contemporánea, los más fructíferos y por cierto de toda la trayectoria humana sobre este planeta, y exaltar un sistema de coerción y privilegio que sólo puede sostenerse gracias a los tratamientos geriátricos aplicados por sus defensores.

Salta a la vista, pues, que mientras los parámetros económicos de este orden sean dieciochescos y su verba decimonónica, no será posible crear las condiciones necesarias para institucionalizar ese caro ideal conocido con el nombre de Economía de Mercado Libre. La inmensa mayoría de los hombres de negocios estamos convencidos de que la libertad de empresa es el medio más eficaz para cubrir las carencias económicas y meta-económicas que aquejan nuestros países. Baste, sin embargo, inquirir en qué consiste dicho sistema para que surjan las discrepancias. Uno de mis maestros decía que los hombres se unen únicamente por dos razones: un interés común o un ideal común. Pero, en el caso de la empresa privada, tengo la sospecha de que los intereses no siempre crean unidad y que el ideal común suele brillar por su ausencia.

Existe, no obstante, una realidad ante la cual los empresarios suelen estar totalmente de acuerdo: la existencia de una ley malthusiana de tipo institucional según la cual el sector público crece en proporción geométrica mientras el privado lo hace en forma aritmética. Esta nueva ley tiene un corolario expresable igualmente en términos demográficos: la tasa de natalidad de nuevos empresarios se reduce en la medida que aumenta la tasa de natalidad de los funcionarios. A consecuencia de este fenómeno, la libertad disminuye, el poder crece, la corrupción embadurna y la legislación de emergencia (y con dedicatoria) se multiplica. En suma, el sector público se nutre de un sector privado cuyas existencias son cada vez más reducidas.

Lo más deplorable, sin embargo, es que la empresa privada carece de una estrategia integral e inteligente para detener esa avalancha que amenaza convertir a cada empresario en mero comparsa ejecutor de la voluntad de los funcionarios.

Trataré de ampliar un poco más este punto. Los hombres de empresa, en especial durante los últimos decenios, han adquirido mayores habilidades negociadoras, han creado tácticas mejoradas y, sobre todo, han desarrollado un criterio muy realista para lidiar con los gobiernos. La imperiosa urgencia de defenderse en la arena del *corto plazo*, como grupos de presión organizados, ha convertido esta tarea en una función extra-económica necesaria, pero, a mi juicio, insuficiente. Tal y como se ejerce hoy en la mayoría de nuestros países, la presión suele ser una táctica de fortaleza sitiada, de retirada a la defensiva si se quiere, con la cual sólo se consigue que el número de racimos cedidos sea un poco menor al de los exigidos. Una somera evaluación de los resultados obtenidos en el pasado por este procedimiento probablemente arrojaría un balance más bien flaco. El retroceso ha sido lento, pero seguro. Y algo peor. En el proceso, el hombre de negocios se ha venido acostumbrando a obtener utilidades por la vía de la gestión pública o política en lugar de por la de la eficiencia. Nos guste o no admitirlo, estos son los resultados finales de una estrategia incompleta basada exclusivamente en el corto plazo.

A las claras se ve, entonces, que la empresa privada ha sido negligente en los métodos de *largo alcance*, con los cuales es posible conformar esa acción ofensiva tan necesaria para escapar de la trampa antes mencionada.

Es menester advertir, sin embargo, que la técnica de largo plazo se juega en el reñidero de las ideas, un escenario donde el hombre de negocios es un extraño y en el que las artes y las armas utilizadas le son ajenas. El empresario ha sido dotado con una destreza específica que es lograr el éxito económico, no el ideológico. Como la viña, ha nacido para crear riqueza, pero como la viña también, carece de la habilidad específica para defenderse. Prueba de ello es que cuando lo hace, no siempre persuade ni convence.

Y no creo que esto deba ser tomado como una ofensa al talento empresarial. Como decía un notable sociólogo chileno a principios de siglo: *El prejuicio de que la actividad económica no requiere talento es hijo de un concepto groseramente erróneo del talento. Si por talento se entiende el poder del discurso o la dialéctica, poca falta hacen la actividad económica. Ni con juegos de palabras ni con razonamientos hermosos se produce trigo o acero.... Pero si por talento se entiende la fuerza de la inteligencia para conocer la realidad, pocos empleos de la actividad humana requieren mayor gasto de ingenio que las industrias... Se requiere más ingenio para ser gran comerciante que abogado eminentes(4).*

Se trata pues de una diferencia de oficios, no de intelectos; de especialización del trabajo, no de superioridad en el raciocinio.

No faltan, sin embargo, voces que achacan al empresario la inconsistencia frecuente de su conducta con los principios del sistema en que vive. Pero no debemos olvidar que, en muchas ocasiones, tales conductas obedecen a situaciones que suponen nada más y nada menos que su propia supervivencia. No es mi propósito defender al hombre de negocios que acude al Estado en busca de protección, subsidios o privilegios. Pero, en rigor, no es justo criticar la complacencia con que se adapta a la tutela y los mandatos de los funcionarios sin antes llegar al fondo de la cuestión. Forzoso es admitir primero que esos deslices no son achacables tanto al empresario cuanto al ambiente intervencionista que los rodea. El hombre de negocios surge y surgirá siempre, cualquiera que sean las reglas del

juego. Si éstas tienden a un orden económico cerrado, habrá empresarios proteccionistas. Mas si las reglas están diseñadas para generar un orden abierto y competitivo, habrá empresarios competentes y competitivos. Lo que no se puede pedir es que el empresario sea eficiente bajo un diseño económico ineficiente, que sea un dechado de virtudes bajo un sistema corrupto o que se abstenga de inmiscuirse en política cuando toda la sociedad está politizada.

Estas razones abonan la tesis ya enunciada de que el problema es de orden institucional. Al cabo, los empresarios brotarán siempre, bajo un sistema u otro. Y son las instituciones del sistema, y no los empresarios, las que conducirán bien o mal los esfuerzos de éstos. Producir y crear es parte de la naturaleza empresarial. Que el entorno social le sea propicio o adverso es, a fin de cuentas, sólo una cuestión de grado. El problema está en cómo lograr que sus frutos propicien la paz y el bienestar, en lugar de la escasez y la violencia. Y en ese sentido, no me cabe duda alguna de que todo depende del marco jurídico, las normas y las leyes.

Quiero asumir que el deseo de la empresa privada iberoamericana es propiciar un sistema donde haya desaparecido el resollo de una ideología económica caduca, un sistema donde se garantice la libre iniciativa individual, un sistema donde el bienestar no tenga que mirarse por un periscopio y, en especial, un sistema donde el hombre de negocios no esté obligado todos los días a hacerse perdonar su talento. Si mi asunción es cierta, entonces el problema queda plenamente definido: cómo lograr que la evidente superioridad económica del sistema de mercado libre sea alojada de manera implícita en las instituciones políticas y en los preceptos legales.

III. La causa del problema

Otro aspecto del problema sobre el cual los empresarios estamos generalmente de acuerdo es el de conceder que la ideología intervencionista o socialista ha ido ganando terreno en los países iberoamericanos. Resulta, entonces, conveniente examinar los medios utilizados por sus simpatizantes para haber alcanzado tal grado de preponderancia.

Si comparamos nuestro problema con el atletismo, se diría que la empresa privada está magníficamente entrenada para las carreras de velocidad; en cambio, el socialismo ha preparado a todos sus corredores para la prueba del maratón. Menospreciando el pragmatismo propio del corto plazo, los socialistas plantearon desde hace tiempo la contienda en el campo de las ideas, desarrollando una extraordinaria habilidad para difundirlas, penetrando en todos los grupos sociales, creando opiniones poderosas y sesgando las decisiones políticas en la dirección que deseaban. La efectividad del plan es hoy innegable. Catedráticos, maestros, profesionales, periodistas, políticos e incluso muchos empresarios, utilizan hoy las ideas y la terminología de sus propios adversarios.

Como decía Schumpeter cuarenta años atrás, el rasgo más característico del capitalismo es la facilidad con que sus partícipes se dejan educar por sus propios enemigos, pareciendo deseosos de dejarse convertir a un credo hostil para su propia existencia(5).

La fortaleza de la teoría económica del sistema de mercado, pues, contrasta con la fragilidad con que presenta su caso. Tal es el flanco descuidado por el cual ha penetrado la

vanguardia socialista. No nos engañemos, el desarreglo sistemático a que es conducida la libertad de empresa tiene sus raíces en las ideas de los intelectuales. *Y esa es la causa del problema.* La inflación, la regulación o el crecimiento del Estado son meros efectos de las ideas de aquéllos.

Todo el pensamiento socialista se basa en una creencia, la de que el bienestar de los hombres puede lograrse mejor por medio de los mecanismos del Estado que por las fuerzas del mercado libre. Y digo una creencia, porque ni la teoría ni la práctica han podido ratificarla como una verdad científica. El socialismo es una ética glorificada, para usar la frase de Knight, más que una proposición demostrable racionalmente. Sus errores, en cambio, han sido astutamente tapados tras una sugestiva fachada de humanismo que caía y convence.

La *intelligenzia* socialista ha abierto las esclusas del poder estatal, ha justificado sus desatinos y ha propiciado su crecimiento argumentando supuestas imperfecciones del mercado. Pero además, ha creado una alianza, más bien una simbiosis, entre funcionarios e intelectuales cuyo propósito es nutrirse y sostenerse mutuamente. Y así, el intelectual quema incienso ante el funcionario, éste se lo devuelve a aquél y ambos arrojan las cenizas al empresario. Como advierte Hunneus, cuando el Estado crece, se exaltan más los valores propios de la mentalidad socialista, como la igualdad económica, la seguridad o la regulación autoritaria, en tanto que los valores inherentes a la libertad, tales como el riesgo, la iniciativa personal o la libertad de gestión decaen(6)

El socialismo, en fin, se ha valido del armamento de las ideas, entrenando con ellas un formidable ejército de intelectuales que supera en número aplastante las magras filas de los pensadores del mercado libre.

El error generalizado de la empresa privada es precisamente su renuencia a afrontar este hecho y llegar a una decisión para fortalecer su flanco más débil. Mientras de su lado existen unos pocos francotiradores dispersos y sin apoyo logístico, el socialismo mantiene millares de hombres repitiendo slogans, ideas y conceptos que tras convertirse en opinión pública, son recogidas después por los políticos y finalmente se traducen en regulaciones, leyes o nuevos métodos de vendimia.

No niego que esta circunstancia haya pasado desapercibida al empresario, sólo afirmó que el problema no ha sido atacado en su raíz. Y la razón estriba en ese escepticismo con que el empresario mira al intelectual que apoya su causa, sea porque lo considera demasiado teórico, sea porque no favorece sus intereses inmediatos.

A mi juicio, las asociaciones empresariales deben hacer un esfuerzo por comprender y usar mejor a estos profesionales. El hombre creador y divulgador de ideas, sean éstas del corte que sean, es un espíritu independiente y atrevido, un ser apasionado por un ideal que trata de robustecer día a día con nuevas razones y argumentos. Su objetivo es siempre de largo plazo y sus intereses personales escasos. Tampoco es un individuo con compromisos políticos ni gremiales. Es simplemente un hombre que lucha por una idea porque cree en ella.

Pues bien, todas esas cualidades, toda esa energía del profesional de las ideas, podría canalizarse apropiadamente si el empresario tuviera la convicción de que la labor del intelectual es complementaria, y no opuesta, a la suya, pero sobre todo porque no puede tomar la tarea de aquél sin correr graves riesgos. El hombre de empresa no siempre puede usar todo su coraje para defender las ideas porque tiene intereses que guardar (los suyos o los de sus accionistas); carece también de las enormes cantidades de tiempo que la reflexión reposada exige; no puede enfrentarse abiertamente a los funcionarios por temor a las represalias; por último su defensa suele estar marcada con la etiqueta del prejuicio, lo cuál le hace perder credibilidad.

El intelectual, en cambio, sí puede hacer todo esto. Generalmente no tiene intereses, pero sí valor, tiempo y credibilidad. No es un hombre, en cambio, que pueda ser sujetado ni dirigido. Por eso es necesario dejarle libre, aunque a veces diga cosas que no le gusten al mecenazgo. En el intelectual tiene el empresario su más comprometido aliado, porque cuando las ideas son coherentes, documentadas y bien presentadas, sus consecuencias políticas suelen ser más devastadoras que las de la presión de grupo.

Al hilo de estas razones, resulta simple concluir que, si unos intelectuales fueron la causa del problema, habrán de ser otros intelectuales los llamados a resolverlo.

IV. La experiencia de otros países

Es posible, entonces, rescatar el Mercado de las manos del Estado. El trayecto a recorrer es relativamente sencillo y se encuentra señalado por tres jalones: el intelectual, el político y la opinión pública. Dos acontecimientos recientes, las elecciones en Inglaterra y los Estados Unidos, nos servirán para demostrar cómo las ideas de intelectuales apoyadas y financiadas por el esfuerzo privado, pueden influir en la opinión pública y en los políticos.

Para algunas personas, las victorias de Margaret Thatcher y Ronald Reagan obedecen a otros factores distintos a los aquí señalados. La verdad es, sin embargo, que el pueblo inglés respondió positivamente a este llamado de su Primer Ministro, quien no pierde ocasión de repetirlo siempre que puede: *Yo gobierno para servirles, no para mandarles. Yo quiero que los ingleses tengan derecho a trabajar como quieran, a gastar su dinero como quieran, a considerar el Estado como un servidor, no como un amo*(7). De modo similar, el pueblo norteamericano apoyó masivamente las ideas del hoy Presidente Reagan sintetizadas en esta frase que repitió sin cesar durante toda su campaña: *Voy a liberar de sus espaldas el peso del Gobierno*.

La victoria de ambos candidatos es la victoria de las tesis que los intelectuales de la Economía de Mercado han venido sosteniendo y que tanto Mrs. Thatcher como Mr. Reagan hicieron propias. Tales ideas conformaron una plataforma política con la que ambos dirigentes lograron romper las endurecidas posiciones de la opción socialista.

Ustedes se preguntarán cómo sucedió todo esto.

Empezaré por el caso del Reino Unido. En 1957, un hombre de negocios inglés, Antony Fisher, convencido de que era en el terreno de las ideas donde había que plantear la batalla por la libertad de empresa, fundó el *Institute of Economic Affairs (IE-A)*. Su objetivo era

«extender la comprensión pública sobre la forma en que los principios económicos pueden iluminar los grandes temas del momento y en particular analizar las políticas económicas en relación a los requerimientos de una sociedad libre»(8). En 1959, bajo la dirección de Sir Ralph Harris y Arthur Seldon, el Instituto había establecido nexos con los más brillantes académicos del mundo, dos de los cuales, Hayek y Friedman, se harían acreedores años después al Premio Nobel de Economía. A través de los años, la influencia del Instituto fue consolidándose por su seriedad, imparcialidad y carencia de compromisos con los diversos grupos de presión. Financiado privadamente por empresarios y suscriptores, sus análisis, seminarios y publicaciones no iban dirigidos a las masas, sino a quienes podían entender y distribuir sus ideas, como profesores, escritores, políticos, periodistas, etc. En 1975 la prensa y los círculos políticos ingleses reconocían abiertamente su enorme influencia. El centro de la reflexión económica, decía el *Sunday Telegraph* en un artículo aparecido en enero de ese año, no está ni en la sección económica del Tesoro, ni en el Banco de Inglaterra, ni en las universidades, sino en las oficinas del IEA. Finalmente, la influencia del IEA en el ala no- intervencionista del Partido Conservador y en la propia Margaret Thatcher era un hecho sabido y divulgado durante las últimas elecciones. Poco más de 20 años después, el Instituto había logrado desviar la decisión política del pueblo inglés hacia el sistema de Economía de Mercado a través del poder político.

En los Estados Unidos, el número de centros intelectuales como el IEA, se ha venido multiplicando también en forma extraordinaria durante las últimas décadas. La mayoría de ellos están asimismo financiados por personas privadas, empresarios, profesionales, etc. Sería prolífico nominarlos a todos, dado el gran número existente(9). Quisiera, sin embargo, señalar uno de estos *think tanks* (literalmente, reservas intelectuales), el Hoover Institution de la Universidad de Stanford, el cual ha orientado sus estudios al análisis y la difusión de las ideas de la libertad. Un conocido político norteamericano, asociado y miembro honorario de dicha Institución desde hace años, ha venido transmitiendo, en lenguaje político, las ideas de la Economía de Mercado con decisión y sin compromisos, ante toda clase de auditorios. Durante algún tiempo fue rechazado y su figura y sus ideas recibieron de la prensa y de otros intelectuales los peores epítetos. Pero al final, sus ideas ganaron y el público le dio su voto. Su nombre es Ronald Reagan. Hoy, varios de los miembros del Hoover Institution son sus asesores políticos y económicos.

He aquí dos casos del mundo anglosajón en los que se ha cumplido la máxima del Prof. Hayek: «Una vez que los intelectuales, unos pocos, estén convencidos, el proceso por el cual son generalmente aceptados es casi automático e irresistible».

Los dos casos señalados son indicios de un claro retorno a los valores y principios que conforman un orden social libre, competitivo y pacífico. Y la tarea de los intelectuales ha sido precisamente hacer políticamente factible lo que al empresario le parece políticamente imposible. Así pues, la estrategia funciona. Y yo tengo para mi por cierto que ese es el camino para resolver el problema que la empresa privada tiene ante sí.

V. La propuesta

Veamos ahora qué ha sucedido entretanto en América Latina y España.

El resurgimiento del movimiento intelectual iberoamericano a favor de la Economía de Mercado, en los últimos cuarenta años, ha tenido un peculiar desarrollo que es interesante recoger y analizar, sobre todo porque en él está basada la propuesta que deseo presentarles.

A efectos metodológicos, yo divido los núcleos divulgadores de ideas sobre la libertad económica en cuatro tipos: ideológicos, educativos, técnicos y prescriptivos. La clasificación no es, por supuesto, exhaustiva.

Un centro o un club ideológico suele ser siempre el germen del movimiento intelectual. Generalmente, las personas agrupadas a su alrededor no son muchas y los recursos con que cuentan muy limitados. El entusiasmo, en cambio, suele ser extraordinario. El centro ideológico ha sido, en casi todos los casos que recuerdo, el principio de todo. Existen ejemplos de este tipo en México, Argentina, España, Uruguay, Venezuela, El Salvador, Chile y Guatemala. Estoy seguro que muchos de ustedes conocen sus actividades, sus publicaciones y su influencia. Algunos han desaparecido, otros prosiguen aún en su tarea.

Si el entusiasmo de los fundadores (profesionales, empresarios, estudiantes) se mantiene y los miembros del núcleo logran atraer la atención de otros interesados, el centro ideológico puede evolucionar a un centro educativo. Tal es el caso de la Universidad Francisco Marroquín en Guatemala, la Escuela de Negocios de Valparaíso (Chile), la Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas de Buenos Aires, el Instituto Iberoamericano de Integración en México o la Universidad Autónoma de Centro América de San José (Costa Rica).

En otros casos, los sectores privados organizados han formado Centros Económicos cuya función es proporcionar una información objetiva y bien fundamentada, a fin de persuadir al sector público mediante estudios académicos concienzudos. El único centro técnico de este tipo que conozco es el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado de México. Al igual que los anteriormente citados, ha procurado aislarse de las necesidades de corto plazo de los empresarios, aunque está financiado por éstos. Se ocupa también de la divulgación económica mediante seminarios, conferencias y publicaciones. Sus profesionales son de primera línea, pero los estudios que realizan no tratan de ser normativos ni polémicos.

Por último, el movimiento intelectual se puede consolidar en una reserva intelectual más compleja (*think tank*). Personalmente considero que esta es la última y definitiva etapa hacia una Economía de Mercado. En estas instituciones, la ideología, la técnica y la formación universitaria se integran para dar prescripciones y recomendaciones a problemas específicos. No temen ser polémicas. Es más, buscan y propician el debate abierto sobre las decisiones públicas. En el mundo iberoamericano, el Instituto de Economía de Mercado de Madrid, fundado recientemente, está diseñado y concebido no sólo para divulgar los fundamentos teóricos de la Economía de Mercado, sino también para analizar problemas concretos y dar soluciones específicas. Un grupo muy selecto y reducido de intelectuales españoles lleva a cabo esta tarea.

Con esto no pretendo decir que el proceso consta de cuatro etapas. Hay casos, como el chileno, en que sin necesidad de formar centro alguno, un grupo de jóvenes intelectuales,

de manera espontánea, preparó un plan económico que fue políticamente atractivo y sencillamente se puso en práctica.

En los demás casos citados, quizá sea prematuro pronosticar un éxito tan inmediato. Me anima, sin embargo, el saber que, al volver veinte o treinta años la vista atrás, sólo contadas personas de América y España llevaban a cabo este esfuerzo en medio de un mar de dificultades, rechazos y soledad. Hoy, al mirar hacia adelante, observó que la libertad está mejor equipada que antes para continuar en su ascenso. Hay cosas que es necesario ver para creer, pero en el caso de la libertad sucede lo contrario, se necesita primero creer para ver. Eso es lo que se hizo antes y eso es lo que se está haciendo ahora a través de los centros profesionales para la divulgación de ideas.

Pero ya va siendo hora de que haga la propuesta .

El aliado natural de la empresa privada es el intelectual independiente y no comprometido. Su influencia sobre el político puede ser decisiva. Y el político, en última instancia, es el único que puede llegar a tener el poder de convertir un sistema intervenido en otro de Economía libre. Aceptada esta relación causa-efecto, debemos admitir, sin embargo, que con hacer la observación no es suficiente. El movimiento iberoamericano de apoyo intelectual a la Economía de Mercado requiere la ayuda de los empresarios. Ustedes, que son dirigentes y comprenden el problema, tienen en sus manos la posibilidad de acelerar su solución. Ustedes en gran medida pueden contribuir a que estos centros se multipliquen y financien adecuadamente para que su labor no se interrumpa. De ustedes depende que esos profesionales, tanto los ya formados, como los que se están formando, prosigan en sus esfuerzos por implantar un orden económico abierto y libre en nuestros países.

La empresa privada iberoamericana necesita más personas que investiguen, hablen y escriban coherentemente sobre la libertad, más cartuchos económicos para ser explotados políticamente, más libros y publicaciones que puedan influir en los hombres públicos, más esfuerzo profesional e intelectual para configurar y apuntalar el perfil de un auténtico Estado de Derecho.

Yo les exhorto a proporcionar el respaldo de sus convicciones, de sus recursos, de sus entidades y de sus asociados. Sólo así la empresa privada contará con una estrategia coherente, inteligente y de largo plazo que permita, no la sobrevivencia de un sistema económico adulterado y mediocre, sino la preponderancia de otro, económico y moralmente superior: la Economía de Mercado.

VI. Resumen

1. Sin una alianza persuasiva con intelectuales y profesionales de la divulgación ideológica, la empresa privada será siempre como una viña junto a un camino. Y no podrá detener el saqueo a menos que los políticos y el público puedan ser convencidos de que la vendimia sería más copiosa bajo una ordenación jurídica y económica de mercado libre.
2. Todos los empresarios coinciden en aceptar que han sido cazados en una especial trampa malthusiana donde el sector público crece en proporción geométrica mientras el

privado lo hace en forma aritmética. Asimismo, también están de acuerdo en admitir la ausencia de una estrategia integral para escapar de ella.

3. Los procedimientos de urgencia, por otra parte, han dado resultados más bien decepcionantes. En última instancia, sólo han conseguido proteger porciones del viñedo cada vez más pequeñas, abandonando áreas de acción mayores a los intrusos, pero dejando en el campo perdido un rastro de connivencias y privilegios que poca salud pueden dar a un sistema de por sí enfermo.

4. Para poder pasar a la ofensiva, la empresa privada necesita fomentar, propiciar y financiar las actividades partisanas de intelectuales y profesionales que estén dispuestos, por convicción intelectual, a rescatar la viña de los depredadores. Tal estrategia no significa para el empresario abandonar las tácticas de corto plazo. La acción directa de las entidades privadas, organizadas en grupos de presión, es una actividad imprescindible mientras no se disponga de un sistema mejor. Es preciso reconocer, sin embargo, que tal procedimiento, aunque necesario, es insuficiente.

5. Los avances del socialismo se explican por la importancia que sus dirigentes han otorgado a la batalla intelectual de largo alcance. Y el retroceso de la libertad de empresa obedece precisamente a la negligencia en reforzar este flanco, el más vulnerable y desguarnecido del sistema. La experiencia de otros países demuestra, sin embargo, que si unos intelectuales fueron la causa de esta situación, otros intelectuales pueden asimismo cambiarla. Un importante movimiento de esta naturaleza se está desarrollando ahora en España y América Latina, el cual requiere el soporte de los empresarios a fin de lograr la dimensión y el protagonismo público imprescindibles para alcanzar la meta propuesta.

6. El hombre de empresa, como la viña, no puede refrenar sus impulsos de crear y producir frutos. Cualquiera que sea la organización social existente, siempre habrá personas dispuestas a obtener un beneficio a cambio de un riesgo. Por lo tanto, la función económica del empresario no puede ser suprimida, sino sólo mal dirigida.

7. Bajo una ordenación libre y justa, donde el derecho está por encima de todo poder, el empresario será siempre el gran ordenador de la producción. Pero sus esfuerzos estarán orientados a satisfacer las decisiones de los consumidores y no los caprichos de los funcionarios.

Y en esa sociedad, renovada por el espíritu de la libertad y la competencia, la viña dejará de ser expoliada y las uvas serán cosechadas no por quienes se han arrojado el poder brutal de vendimiarlas, sino por quienes han adquirido el derecho pacífico de merecerlas.

(1) Ponencia presentada en la VII Asamblea de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, Guatemala, Nov. 1980.

(2) Véase Joaquín Garrigues Walker et al. **Empresa Pública Vs. empresa privada en economías en proceso de desarrollo.** (Dopesa, Barcelona, 1973).

(3) Excluyo, por supuesto, algunos períodos excepcionales como aquellos en que Argentina, Uruguay y Chile adoptaron esta política económica, así como el reciente caso de este último país.

- (4) Francisco A. Encina, **Nuestra Inferioridad Económica**, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1978, p. 58.
- (5) Joseph A. Schumpeter. **Capitalismo, Socialismo y Democracia**, Aguilar, Madrid. 1971, p. 216.
- (6) Pablo Huneeus, **Nuestra mentalidad económica**, Fundación de Estudios Económicos, BHC, Santiago de Chile, 1979. p. 38.
- (7) Entrevista de Margaret Thatcher a la revista NOW, y aparecida en Gerencia, Guatemala, No.145, abril 1980.
- (8) Anthony Fisher, **Fishers Concise History of Economic Bunglin**, Caroline House, Illinois, 1978.
- (9) Sería injusto, sin embargo, no resaltar aquí el trabajo pionero de la **Foundation for Economic Education**, entidad modelo de todas las demás, así como la Incansable tarea del **American Enterprise Institute**.