

PESOS Y CONTRAPESOS



IMPORTANCIA DE LA CONFIANZA (1/2)

POR ARTURO DAMM ARNAL

No hay manera de minimizar el papel que la confianza juega en la economía. Sin ella los mercados no funcionarían. Sin los mercados la división del trabajo no sería posible. Sin la división del trabajo nos veríamos condenados a la autarquía. Si fuéramos condenados a la autarquía nuestro bienestar bajaría considerablemente. El grado de pobreza aumentaría y el número de personas en condición de pobreza también.

¿Quién es capaz de producir, por si solo, en condición de autarquía, de manera autosuficiente, todos los bienes y servicios que habitualmente consume para satisfacer sus necesidades? La gran mayoría de los satisfactores con los que satisfacemos nuestras necesidades, gustos, deseos y caprichos, son producidos por alguien más, en el marco de una amplísima, profundísima y complejísima división del trabajo, que es posible gracias a que el mercado, que es la relación de intercambio entre compradores y vendedores, es posible. Y el mercado es posible, para empezar, gracias a la confianza que los compradores tienen en los vendedores, y a la que los vendedores tienen en los compradores. La causa de esa confianza es el propio interés.

Si el vendedor tiene el interés de que el comprador le siga comprando, entonces debe respetar su derecho a recibir, en los términos acordados, la mercancía comprada y pagada. Por su parte, si el comprador tiene el interés de que el vendedor le siga vendiendo, entonces debe respetar su derecho a recibir, en los términos pactados, el pago por la mercancía vendida.

Lo anterior tiene que ver con la más importante autorregulación del mercado, practicada por los agentes económicos por conveniencia, y que no es la económica, que se da por medio de los ajustes en las cantidades demandadas y ofrecidas, y en los precios, sino la ética, que tiene lugar a través del respeto de los derechos de las partes involucradas, compradores y vendedores. Esa autorregulación es la mejor garantía, por ser la motivación más fuerte, del respeto a los derechos del comprador y del vendedor. Si el vendedor quiere que el comprador le siga

comprando debe respetar sus derechos, de la misma manera que si el comprador quiere que el vendedor le siga vendiendo debe respetar los suyos. El respeto habitual de esos derechos genera confianza, que es, según el Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia de la Lengua, la "esperanza firme que se tiene de alguien o algo", siendo la esperanza, según la misma fuente, "el estado de ánimo que surge cuando se presenta como alcanzable lo que se desea". ¿Y que desea el comprador? Que el vendedor le entregue, según lo pactado, la mercancía comprada pagada y comprada. ¿Y el vendedor? Que el comprador le pague, en los términos acordados, la mercancía vendida y entregada.

Si el comprador pierde la confianza en el vendedor, le deja de comprar, con el daño inmediato (en lo que encuentra un oferente sustituto), sobre su bienestar. Y si el vendedor pierde la confianza en el comprador, le deja de vender, también con el daño inmediato (en lo que encuentra un comprador sustituto), sobre su bienestar.

Sin confianza los mercados no funcionan, la división del trabajo es imposible, la única opción sería la autarquía, y el resultado sería menor, ¡mucho menor!, bienestar, situación que podemos calificar de antieconómica.

Continuará.

arturodamm57@gmail.com / @ArturoDammArnal

