

LA NATURALEZA DE LA COMPETENCIA*

Gary S. Becker
Premio Nobel de Economía 1992

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace algún tiempo me ha parecido que el rol de la competencia en la vida económica y social ha sido malinterpretado. Hasta el siglo XVIII, las transacciones entre individuos y empresas eran comúnmente vistas como un proceso de suma cero: la ganancia de una persona significaba la pérdida de la otra. El Marqués de Montaigne, gran ensayista francés del Siglo XVI, escribió un breve ensayo en el que afirmaba que “ninguna ganancia se efectúa sin la pérdida de otra persona”. Esto es, las transacciones eran vistas como una manifestación de explotación, por lo que era necesario que los gobiernos regularan, e incluso monopolizaran, la mayoría de las actividades económicas. Esto constituyó el corazón del sistema mercantilista.

A partir del siglo XVIII en Europa, unos pocos pioneros reconocieron el error de este sistema y de la visión de la suma cero de las transacciones. Estos pioneros advirtieron claramente que las transacciones podían resultar mutuamente beneficiosas y que la regulación a través de la disciplina impuesta por la competencia era mucho mejor que acudir a la pesada mano del gobierno.

Adam Smith acuñó la expresión “mano invisible” para indicar que mientras los individuos y las empresas están interesados exclusivamente en su propio interés, a través de la competencia siempre se verán llevados –como si existiera una “mano invisible”- a promover el interés público.

Tradicionalmente, el derecho de la competencia se ha limitado a analizar los mercados en los que aparecen precios monetarios en las operaciones efectuadas por empresas que buscan aumentar sus utilidades.

Sin embargo, esta visión resulta muy estrecha, pues no toma en cuenta que la competencia también beneficia a las personas en áreas de tanta trascendencia como la educación, la religión, la caridad, la cultura, la información y la oferta monetaria. La competencia es, en este sentido, no sólo la esencia del sistema económico, sino también el fundamento de la calidad de vida de los individuos.

* Conferencia pronunciada en ESEADE, Buenos Aires, el 9 de noviembre del año 2000. El profesor Becker deja constancia que ha recibido valiosas sugerencias de Guity Nashat y la importante ayuda de George Zanjani. El presente texto fue traducido por Augusto Townsend. Agradecemos al Doctor José Juan Haro el habérselo cedido para su publicación.

La argumentación es sencilla. En el análisis tradicional de los mercados que realizan los economistas, donde se compran y venden productos, la competencia ocasiona que los precios se reduzcan hasta el costo de producción, incluyendo las ganancias normales. Esto ocurre debido a que si los precios exceden los costos, las inusuales ganancias provenientes de la venta de unidades adicionales motivarían a los competidores a disminuir un poco sus precios con la intención de atraer a los clientes de otros productores. La presión competitiva sobre los precios continuaría hasta que los mismos se equiparen a los costos. Esta tendencia a la igualdad entre precios y costos explica por qué los economistas concluyen que la competencia es eficiente.

Creo que esta apreciación del valor y de los beneficios de la competencia, así como de las desventajas del monopolio, constituye una de las mayores contribuciones hacia la mejor comprensión de la forma en que las economías y las sociedades pueden servir mejor a los intereses de las mayorías.

Sin embargo, el análisis moderno de la competencia ha sido excesivamente estrecho. Se ha visto limitado a mercados en los que compañías venden productos a cambio de dinero, como los mercados de plátanos, automóviles, peluquerías y similares.

Pero las ventajas de la competencia no sólo se manifiestan en estos mercados, no obstante lo importante que éstos puedan ser para el bienestar económico. La competencia también beneficia a las personas en áreas como la educación, la caridad, la religión, la oferta monetaria, la cultura y el gobierno. De hecho, la competencia es esencial en todo aspecto de la vida, independientemente de la motivación y la organización de los productores, o de si hay algún intercambio de dinero de por medio.

El objeto de esta conferencia es demostrar los efectos beneficiosos de la competencia en áreas que no son tradicionalmente estudiadas desde esta perspectiva, esto es, áreas donde los competidores pueden no estar, total o parcialmente, orientados a la obtención de ganancias.

Difiero de algunos economistas porque creo que el grado de competencia es más importante para el bienestar que la motivación y la estructura organizacional de los competidores. En otras palabras, la "mano invisible" opera no sólo cuando los

productores son empresas que buscan ganancias, sino también cuando son organizaciones sin fines de lucro tales como hospitales, instituciones de caridad, cooperativas o incluso empresas gubernamentales como el servicio postal.

Todas ellas se desempeñan de mejor manera y satisfacen mejor los deseos de sus propios clientes cuando la competencia y la "mano invisible" los fuerza, comúnmente en contra de sus propios instintos y deseos y en contraposición a su propio desinterés, a poner mayor atención en satisfacer las necesidades de sus consumidores.

Ilustraré este mensaje con tres ejemplos un poco controversiales: la religión y las necesidades espirituales; la educación; y, la información y formación de opinión.

2. ¿UNA CARRERA HACIA ARRIBA O HACIA ABAJO?

En primer término, quiero precisar que muchas de las críticas a la competencia se mantienen activas, no sólo en el mundo académico, sino también a través de comentarios de importantes periodistas en los diarios, revistas y la televisión. Ellos prefieren el puño visible del gobierno a la mano invisible de la competencia porque creen que ésta disminuye, en lugar de aumentar, el bienestar general.

Una de las críticas más populares consiste en sostener que la gente se ve comúnmente engañada por vendedores que dan una impresión falsa de los productos que venden, ya sea que se trate de automóviles, religión, opinión, arte u otras formas de cultura. Afirman de esta manera que la competencia representa una "carrera hacia lo más bajo" en vez de una presión hacia arriba, en tanto la presión de la competencia supuestamente "fuerza" a las empresas a reducir la calidad de lo que venden, lo cual no es fácilmente percibido por los consumidores.

Efectivamente, los consumidores no tienen información perfecta, especialmente sobre los atributos difíciles de percibir, por lo que muchas veces se ven confundidos y engañados. Pero ya Abraham Lincoln estaba en lo correcto cuando sostuvo que "uno puede engañar a todo el mundo algunas veces o engañar a algunas personas todo el tiempo, pero no puede engañar a todo el mundo todo el tiempo"¹.

¹ Véase Fehrenbacher y Fehrenbacher, 1996, para una discusión sobre si Lincoln efectivamente pronunció esta frase alguna vez.

Afortunadamente, una comprensión más profunda de la competencia demuestra que los mercados competitivos necesitan tan sólo de algunos compradores bien informados. La actividad de "arbitraje" de los informados generalmente mejora las condiciones de todos, puesto que mientras los proveedores tratan de ganarse a los compradores informados, ofrecen también mejores productos y condiciones a aquellos que están relativamente menos informados.

Un ejemplo obvio es el del cambio de carril en las "competitivas" autopistas de varios carriles. La mayor parte de los conductores rara vez cambia de carril y, si sólo tomásemos en cuenta su propia conducta, podrían terminar en los carriles lentos en horas de tráfico pesado. No obstante, los pocos conductores alertas y que cambian de carril para entrar en aquellos en los que la velocidad es mayor, tienden a equiparar la duración promedio del viaje para todos. Sin duda que los que cambian de carril se benefician cuando optan por otros en los que el tráfico es más rápido, pero su actividad de "arbitraje" también beneficia a los conductores menos informados, menos hábiles y más perezosos que nunca cambian de carril.

Esta "carrera hacia arriba" como consecuencia de los pocos compradores bien informados y, por ello, clientes activos, se aplica también a otros mercados competitivos.

3. LA COMPETENCIA Y EL PROGRESO TECNOLÓGICO

¿Dónde hay mayor ritmo de progreso tecnológico, en las industrias competitivas o en las monopólicas? Schumpeter creía que en las áreas monopólicas, debido a que internalizan los beneficios.

Sin embargo, creo que la competencia suele ser más efectiva en promover nuevas ideas, precisamente porque permite más fácilmente la entrada de personas con enfoques innovadores. Estos se advierte en los siguientes ejemplos.

4. RELIGIÓN

Puede parecer extraño comenzar con la religión pero, a pesar de ser poco usual, es un ejemplo excelente para ilustrar la amplitud de los principios de la competencia, por la gran importancia de las necesidades espirituales. El grado de competencia para satisfacer estas necesidades de hombres y mujeres ha variado enormemente a través de la historia. Muchas veces, una religión ha recibido privilegios especiales del

gobierno de turno, como el *status* especial del Islam en Irán y en otros países del mundo musulmán, el judaísmo ortodoxo en Israel y el catolicismo en la República de Irlanda y en algunas otras naciones. Estos privilegios podían impedir o desalentar el desarrollo de otras religiones, como cuando los romanos perseguían a los cristianos, cuando los católicos perseguían a los protestantes en tiempos de Lutero, cuando la inquisición española atacaba a judíos y a musulmanes o cuando los mormones, en el siglo XIX, fueron perseguidos en los E.E.U.U. por ser polígamos.

Adam Smith consideraba que las necesidades espirituales serían mejor atendidas si fueran abolidos los subsidios y otros privilegios ofrecidos a la iglesia de Inglaterra para que el catolicismo y las demás religiones pudiesen competir con ella. En un sentido más general, decía lo siguiente: "El clero de una religión establecida y bien financiada frecuentemente se constituye por hombres instruidos y elegantes, que poseen todas las virtudes de un caballero (...) pero gradualmente pierden estas cualidades que les dan autoridad e influencia ante personas de rango inferior (...). Un clero así, cuando es atacado por gente tal vez estúpida e ignorante, (...) no tiene más remedio que acudir al magistrado para perseguir, destruir o sacar del camino a sus adversarios, como si fuesen perturbadores de la paz pública".

Iannoccone verificó las conclusiones de Smith con relación a los efectos de la competencia al relacionar los distintos grados de religiosidad en diferentes países – representados por factores como la asistencia a las iglesias, la creencia en Dios y algunos otros criterios – con el grado de competencia, medido a partir de la concentración de miembros en las diversas denominaciones religiosas. Así, encontró que los países más religiosos tenían mayor distribución de individuos entre las distintas religiones, lo cual interpreta como una indicación de que las religiones florecen mejor en ambientes competitivos.

Estados Unidos es un buen ejemplo de esta conclusión, ya que es una de las naciones más religiosas de occidente y, al mismo tiempo, el lugar donde hay más competencia entre religiones. Más de dos mil denominaciones compiten por miembros, lo que ha producido grandes cambios en el tiempo con respecto a la importancia de las distintas denominaciones. Aquellas religiones que menos satisfacen los deseos de la feligresía pierden miembros, mientras que otras se mostraron abiertas al cambio y ganaron nuevos seguidores. Esta tendencia se observó claramente en el siglo XIX, cuando los baptistas crecieron rápidamente, a expensas de los metodistas y los congregacionistas.

La religión también provee evidencia con respecto a si el ambiente competitivo o el monopolístico motivan mayores innovaciones. El mercado altamente competitivo de la religión en los Estados Unidos ha producido numerosas innovaciones, las cuales incluyen el crecimiento de muchas denominaciones cristianas, la implementación de distintos tipos de servicios religiosos, modificaciones del Islam para incluir a los afro-americanos, el nacimiento del Judaísmo reformado y tantos otros ejemplos.

Los fundadores de los Estados Unidos tenían muy claras las ventajas de la competencia en el mercado de la religión. Se opusieron tenazmente a los subsidios especiales y a otros privilegios en favor de una religión establecida por el propio gobierno, porque consideraban que esto reduciría la presión para aumentar y satisfacer las necesidades espirituales. Jefferson manifestó en un ensayo sobre libertad de culto en la Universidad de Virginia² que "(...) las relaciones que existen entre el hombre y su Creador, y las obligaciones resultantes de dichas relaciones, son de gran interés e importancia para todo ser humano, y asimismo resulta necesario su estudio e investigación. Pero el deseo de instrucción en los varios credos de fe religiosa existentes entre nuestros ciudadanos presenta un abismo respecto de lo que ocurre en muchas instituciones. Al contrario de lo que se ha pensado, resulta de gran importancia que cada asociación pueda instruir su propia doctrina y no debe encargarse a las autoridades públicas que dicten los modos y principios de la instrucción religiosa y no deben otorgar ventajas a una secta sobre otra".

5. LA EDUCACIÓN

Los colegios estatales que no cobran por la educación que imparten se encuentran muy difundidos. En muchos casos, los estudiantes deben asistir al colegio estatal de su localidad, aunque algunas veces pueden acudir a escuelas en otras localidades.

Este sistema de mercados cautivos permiten que sindicatos de maestros y funcionarios del gobierno dirijan las escuelas públicas y las manejen de acuerdo con sus propios intereses y no con los de los alumnos. En muchos países, los estudiantes reciben una mala educación precisamente en un momento en el cual el valor económico de una buena educación resulta esencial.

Las familias adineradas evitan el sistema escolar público y envían a sus hijos a colegios privados de prestigio que operan en un ambiente competitivo. Incluso familias de clase media aprovechan las ventajas de la competencia entre las escuelas públicas de los suburbios y de otros distritos pequeños para "votar con los pies". Estas se mudan a comunidades con un buen sistema educacional y una carga de impuestos razonable. La competencia entre comunidades pequeñas prueba ser, por consiguiente, un buen sustituto para la competencia dentro de una misma comunidad³.

Desafortunadamente, las familias rurales o urbanas de escasos recursos no pueden acceder a la educación privada ni sacar ventaja de la competencia entre las comunidades. Son ellas las principales víctimas de la pobreza de las escuelas públicas.

Es interesante observar la contribución que han realizado muchos colegios católicos en los Estados Unidos, en los que se matricula un aproximado del cinco por ciento de la población de edad escolar. Estas escuelas son mucho más exitosas en educar a sus estudiantes, ya sea midiéndolos por los resultados obtenidos en los exámenes, por su propensión para ingresar a una universidad o por sus ingresos una vez que pasan a formar parte del mercado laboral. Estas ventajas se acentúan si se incluyen otros factores en el análisis⁴.

Aquellos que proponen que los colegios públicos deben ser monopolios insisten en que éste es un sistema más democrático ya que reúne a estudiantes con muy diversos antecedentes dentro de una misma escuela. Tal vez esto haya sido cierto hace mucho tiempo, pero lo que hoy observamos en los colegios públicos es una segregación por motivo de ingreso, raza, educación de los padres y otras características. De hecho, las escuelas privadas resultan ser mucho menos segregadas por motivo de raza, ingresos, condición social y virtualmente toda característica relevante.

Las familias que mandan a sus chicos a estas escuelas públicas en los Estados Unidos y en muchos otros países se han visto severamente afectados por la decreciente calidad en la educación pública, a pesar del crecimiento en gasto por alumno. Cada vez hay más quejas en este sentido y pedidos de competencia,

² Véase PADOVER, 1943. p. 957.

³ Véase TIEBOUT, 1956, por el primer trabajo en esta materia 3.

⁴ Ver COLEMAN, 1982; NEAL, 1997; y, TYLER, 1994.

lo que forzaría a los administradores a mejorar la calidad del servicio. Muchos padres han presionado a los políticos para resistir ante los sindicatos de maestros y sus aliados, que suelen ser líderes de comunidades minoritarias que quieren preservar el *status quo*.

En respuesta a esta presión, la competencia entre las escuelas en los Estados Unidos se ha multiplicado durante la pasada década. En algunos casos, los estudiantes pueden asistir a colegios públicos fuera de su vecindario, o las familias pueden fundar su propia escuela y así escoger a sus propios profesores y directores. El paso más radical implica entregar comprobantes de enseñanza o *vouchers* que las familias pueden usar para enviar a sus hijos a las escuelas privadas o públicas que elijan.

Los *vouchers* han resultado la mejor manera de estimular la competencia del sector privado en un sistema escolar fundado por el gobierno. La competencia no sólo ayudaría a emparejar a la educación con las necesidades de los estudiantes, sino que también introduciría un mayor grado de innovación en las currículas y en la enseñanza. Todas las escuelas privadas deberían ser susceptibles de elección para competir por estudiantes con *vouchers*, y no sólo las instituciones seculares sin fines de lucro sino también aquellas con fines de lucro y las que profesan distintas religiones.

Los defensores del sistema de *vouchers* no están de acuerdo sobre si debería permitirse que todos los estudiantes participen en el sistema, o sólo aquellos estudiantes relativamente más pobres. Personalmente, me inclino porque este sistema esté dirigido hacia las familias pobres, pues tiene poco sentido que primero se imponga impuestos a todos y que luego se devuelva este dinero en forma de *vouchers*. Pero sin duda, los *vouchers* para todo el mundo sería mucho mejor que seguir ofreciendo educación "gratuita" en todas las escuelas públicas.

El magnífico sistema de educación universitaria en los Estados Unidos demuestra los beneficios de la competencia. Más de tres mil *colleges* y universidades de este país ofrecen una amplia educación, que va desde universidades como Princeton, Stanford, Chicago y otras universidades de primer nivel, hasta programas de dos años para atender requerimientos vocacionales muy diversos. Este sistema es el mejor de todos, a juzgar por la cantidad de estudiantes de otros países que van a estudiar a los Estados Unidos, no sólo a las universidades de élite.

La educación está descentralizada y los diversos sistemas educativos compiten entre ellos, lo cual sostiene mi afirmación anterior en el sentido que la intensidad de la competencia es mucho más importante que las características de los competidores. El sector privado ha sido siempre mucho más innovador, y la mayor parte de las universidades de primer nivel son privadas, aunque existen también instituciones públicas sobresalientes. No obstante ello, la educación superior pública es comúnmente subsidiada, lo cual requiere un esfuerzo adicional de las universidades privadas para ser más eficientes y poder competir contra instituciones subsidiadas.

6. INFORMACIÓN Y OPINIÓN

La libertad de prensa ha sido considerada como la piedra angular que salvaguarda a la sociedad de las tendencias dictatoriales de los gobiernos. Una prensa libre significa básicamente la posibilidad de entrada al mercado de diarios, revistas, libros, programas de radio y televisión para competir por audiencias sin censura ni obstáculos artificiales. Los defensores de la libertad de opinión, de publicación y de difusión entienden que la competencia produce la mejor información posible al proporcionar los argumentos alternativos a los reclamos y a las opiniones.

De Tocqueville creía que los gobiernos descentralizados también estimulaban un gran número de diarios para proveer información sobre políticas locales: "La extraordinaria subdivisión del poder administrativo tiene más que ver con el enorme número de diarios estadounidenses que la libertad de política en el país y la absoluta libertad de prensa".

Los efectos de la competencia en el mundo de la información y la opinión no son fundamentalmente diferentes de los efectos de ésta en la producción de bienes y servicios. Sin embargo, los defensores de la libertad de información y de opinión se han opuesto frecuentemente a este tipo de competencia de bienes y viceversa. Por ejemplo, los socialismos democráticos del siglo XX han apoyado fervientemente la libertad de prensa y de opinión, pero han promovido a su vez el monopolio gubernamental, en lugar de la competencia, en la producción de bienes. Nunca han explicado por qué consideran tan valiosa la competencia en la producción de información y opinión, pero no en la producción de bienes y servicios⁵.

⁵ Para ver críticas sobre esta inconsistencia, véase Director y Coase.

Algunos de los que apoyan las libertades económicas también han sido inconsistentes al no reconocer el valor de la libertad de acceso a la información y a las opiniones. Singapur tiene una economía relativamente abierta, pero su gobierno ha eliminado los diarios y las revistas que imprimen opiniones desfavorables con respecto a sus políticas y a sus líderes políticos. China se ha movido hacia una economía relativamente más libre, pero al mismo tiempo no permite que los diarios y las organizaciones políticas tengan una libertad semejante. Incluso en los Estados Unidos algunos de los más ávidos partidarios del libre mercado con respecto a los bienes pretenden censurar el arte, el cine y la televisión para así prevenir la publicación de materiales que consideran pornográficos o antirreligiosos.

Los críticos de la competencia libre y abierta en el mundo de la opinión no tienen confianza en la habilidad del ciudadano promedio para elegir racionalmente entre puntos de vista rivales. Piensan que, especialmente en el corto plazo, muchas personas no pueden distinguir entre propaganda e información, entre pornografía y arte y, en general, entre afirmaciones correctas e incorrectas.

La evidencia es enorme en el sentido de mostrar que la libertad intelectual, económica y política es indivisible, que la apertura y la competencia en un área no pueden ser mantenidas sin tener apertura y competencia en las otras. Por ejemplo, las libertades económicas no sólo promueven la prosperidad y el progreso, sino que también estimulan la incorporación de la democracia política⁶, y estimulan la innovación en el arte y en la cultura⁷.

Afortunadamente, el desarrollo reciente en la comunicación electrónica ha reducido seriamente la capacidad de los gobiernos totalitarios para suprimir el acceso a información y opiniones "no deseadas". Internet es la innovación más importante para un sistema descentralizado y competitivo de información y opiniones que, además de rápidas y baratas, permite la comunicación entre individuos.

Hasta los setenta, los países podían tener algún grado de libertad en las transacciones de bienes y movimientos de capital, sin permitir el acceso al mundo exterior a la mayor parte de las personas. Eso ya no es posible en el mundo actual. Cualquier país que parti-

cipa en la economía del mundo moderno debe permitir el uso del fax y de Internet, y no puede evitar que los satélites proporcionen acceso a programas televisivos o información del extranjero. Como consecuencia, las personas pueden ver y oír información y opiniones muy críticas de las políticas de sus propios gobiernos y, al mismo tiempo, informarse acerca de las ventajas de los sistemas más abiertos desde el punto de vista político, económico y social.

7. COMPETENCIA ENTRE MONEDAS

Me he opuesto al Euro mucho antes de que se presentaran las dificultades que hoy son de dominio público. Una propuesta mucho mejor hubiera sido adoptar la competencia en el mercado de monedas, como lo propuso Hayek hace algunos años.

Una propuesta alternativa hubiera sido permitir a cada uno de los miembros de la Comunidad Europea que autorice que los impuestos que recibe puedan ser pagados en cualquiera de las monedas de los países miembros. Los negocios, los empleados y los productores también deberían poder realizar sus transacciones en aquellas monedas. La oferta y la demanda de dinero hubieran determinado los tipos de cambio entre las distintas monedas, de modo que las menos populares perderían valor en el mercado. Este tipo de competencia hubiera permitido la disciplina fiscal de los gobiernos al reducir los incentivos para aumentar la emisión de moneda y financiar los déficits presupuestarios incrementando gastos dudosos, tales como las ineficientes empresas del estado. Las monedas perderían valor si los gobiernos intentaran recurrir a la inflación para evitar dificultades fiscales, dado que los individuos y las empresas optarían por realizar sus transacciones en monedas más estables.

Eventualmente la población de cada país hubiera continuado con su propia moneda. Sin embargo, conforme obtengan mayor familiaridad con el nuevo sistema, los consumidores, trabajadores y empresarios utilizarían las monedas más estables.

Luego de un periodo de ajuste, los costos de transacción derivados de utilizar distintas monedas serían un inconveniente menor. Después de todo, muchos son los negocios que aceptan docenas de monedas, lo que encuentran muy parecido a operar con tarjetas American Express, Eurocard y otras tarjetas de crédito.

⁶ Véase Lipset, 1959, y Barro, 1996.

⁷ Véase Cowen, 1998.

Más aún, las empresas pueden economizar estos costos si deciden operar con una o dos monedas. Ello puede hacer que aparezca una moneda dominante, pero fruto de la elección libre y debido a la estabilidad de la moneda de la que se trate.

Las naciones de todas partes y de todos los tiempos han encontrado en la práctica enormes ventajas de la competencia sobre el monopolio en la producción de acero, en las telecomunicaciones, en el transporte aéreo y otros bienes y servicios. La Comunidad Europea ha ignorado esta lección con la creación de una moneda única.

De hecho, la unidad monetaria hubiera sido apoyada por la mayoría de la población de los quince países miembros de la Comunidad Europea si tuvieran la confianza de que el futuro banco central europeo se manejará como el alemán. Sin embargo, temen que las políticas monetarias de la Unión Monetaria Europea surjan de compromisos y discusiones políticas de acuerdo con las diferentes necesidades monetarias y fiscales. Prueba de ello es que la mayoría de los alemanes cree que una moneda común no será ni remotamente tan estable como el marco alemán, lo que probablemente explica por qué el canciller alemán Helmut Kohl no quiso arriesgar un referéndum sobre el tema. Esta es también la razón por la cual en Inglaterra se decidió no entrar en este sistema hasta el

2002 y los daneses recientemente votaron por no adoptar el Euro.

8. CONCLUSIONES

He tratado de demostrar que todas las áreas importantes de la actividad humana se basan en el rol fundamental de la competencia en promover los intereses de la gran mayoría de los participantes. Esto resulta especialmente relevante en el mundo moderno porque las diversas libertades se han vuelto cada vez más interdependientes. La eliminación de algunos tipos de competencia y algunas libertades tiende ahora más rápidamente a debilitar la competencia y las libertades en otras áreas.

Por ello el énfasis en la “mano invisible” de la competencia no es simplemente un tema de economistas en su torre de marfil que saben poco del mundo real. La competencia es en realidad la sangre vital de cualquier sistema económico dinámico. Más aún, la competencia es el fundamento de la calidad de vida y está vinculada a los aspectos más trascendentes de la existencia humana desde el punto de vista educacional, civil, religioso, cultural y además económico. Esta es la herencia intelectual de los debates que han ocurrido en los últimos siglos con miras a explicar las consecuencias benéficas de la competencia, el mayor descubrimiento de este milenio.