




U B E R

desregular o regular

Arturo Damm



**¿Puede un taxista tradicional
competir con un taxista uberiano?**

CASO UBER: ¡VERGÜENZA Y PREOCUPACIÓN!

“¡Cuidado con el gobierno!”

Leemos, en el artículo quinto de la Constitución, que **“a ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos”**, siendo lícito todo lo que es, así lo aclara el diccionario, “según justicia y razón”.

En el artículo quinto constitucional se reconoce plenamente y garantiza jurídicamente, ¡como debe ser!, el derecho a la libertad individual para trabajar y, si somos congruentes, a la libertad de los agentes económicos para emprender, invertir, producir, distribuir, anunciar y ofrecer bienes y servicios, reconocimiento y garantía de esa libertad individual que es condición necesaria del progreso económico. Se trata de lo que los fisiócratas del siglo XVIII llamaron *laissez faire*, dejar hacer, siempre y cuando lo que se haga sea según justicia y razón, es decir, lícito.

Ofrecer servicio de transporte terrestre es una actividad lícita, y la prestación del mismo es el resultado de un contrato entre particulares: de la decisión del oferente de prestar el servicio a cambio de un pago, y de la decisión del demandante de realizar el

pago a cambio del servicio, algo que la Constitución reconoce plenamente y garantiza jurídicamente, respetando a la libertad individual para trabajar y la propiedad privada sobre los medios de producción: sin la segunda la primera es impracticable.

Pero una cosa es lo que dice la Constitución y otra la que, en una de esas, terminan haciendo los gobernantes, quienes se han visto tentados, por presiones políticas provocadas por intereses pecuniarios, a prohibir la prestación del servicio de transporte terrestre, y por ello los contratos entre particulares, siendo tal el caso de Uber, mismo que resulta increíble, y no por la oferta de un nuevo servicio de transporte terrestre, sino por la posibilidad de que el gobierno lo prohíba (en el peor de los casos) o lo regule (en el menos malo), lo cual supondría violar lo que reconoce y garantiza el quinto constitucional, algo que causa vergüenza y, mucho más importante, preocupación. ¡Cuidado con el gobierno!

UBER: CRITERIO PARA DECIDIR

“Al preguntarnos si Uber debe ser prohibido, hagámosle caso a Bastiat.”

Decía Federico Bastiat que para juzgar cualquier decisión relacionada con la economía, sobre todo si la

misma proviene del gobierno, hay que considerar los efectos que tal decisión tendría sobre el bienestar de todos los consumidores, por dos razones. Primera: el consumo es la actividad económica terminal, la que le da sentido a todas las demás, comenzando por la producción. El consumo es el fin y la producción es el medio. Segunda: consumidores somos todos, desde el niño recién nacido que consume pañales hasta el anciano a punto de morir que, probablemente, también consume pañales.

A los consumidores lo que nos conviene es que los bienes y servicios se nos ofrezcan al menor precio posible, con la mayor calidad posible, y con el mejor servicio posible, lo que yo llamo la trilogía de la competitividad, que se logra a partir de la competencia entre los oferentes de bienes y servicios sustitutos, que sirven para satisfacer de manera distinta la misma necesidad (por ejemplo: distintas marcas de refrescos de cola).

¿Qué es lo que el gobierno debe hacer para garantizar, en todos los sectores de la actividad económica, y en todos los mercados de la economía, la mayor competencia posible? Permitir que todo aquel que quiera participar produciendo y ofreciendo mercancías lo pueda hacer, sin necesidad de pedirle permiso, sin la condición de ser regulado por él, todo lo cual es necesario para conseguir, en beneficio de los

consumidores, la mayor competencia posible, en todos los sectores de la actividad económica, en todos los mercados de la economía. Los consumidores no debemos conformarnos con menos.

Al preguntarnos si Uber debe ser prohibido (lo cual eliminaría del mercado a un competidor eficaz) o regulado (lo cual reduciría la verdadera competencia en el mercado), hagámosle caso a Bastiat: preguntémonos cuál sería el efecto sobre el bienestar de los consumidores del servicio de transporte terrestre, no cuál sería la consecuencia sobre los ingresos de los taxistas tradicionales o sobre los intereses políticos de quienes, regulándolos, los controlan.

UBER Y LA DESTRUCCIÓN CREATIVA

“Uber es un buen ejemplo del proceso de destrucción creativa, de la nueva competencia que ocasiona la aparición de mejores opciones de consumo.”

El progreso económico consiste en la capacidad para producir más (dimensión cuantitativa) y mejores (dimensión cualitativa) bienes y servicios para un mayor número de gente (dimensión social). La dimensión cualitativa del progreso tiene que ver con lo que

Schumpeter llamó el proceso de destrucción creativa: **en los mercados, gracias a la capacidad de los empresarios para inventar mejores maneras de satisfacer las necesidades de los consumidores, lo bueno sustituye a lo malo, lo mejor desplaza a lo bueno, y lo excelente reemplaza a lo mejor, en un proceso de mejora que, hasta el día de hoy, no conoce límites, siempre en beneficio de los consumidores**, quienes gracias al mismo son capaces de satisfacer de mejor manera (a menor precio, con mayor calidad, con mejor servicio), sus necesidades.

El proceso de destrucción creativa, que supone la aparición en el mercado de mejores bienes y servicios, y por lo tanto de mejores maneras de satisfacer las necesidades de los consumidores, genera competencia nueva, ante la cual, **quienes ya competían en el mercado, pueden reaccionar de dos maneras: elevando su competitividad, es decir, su capacidad para, en términos de precio, calidad y servicio, hacerlo mejor que los nuevos competidores, reacción que es la correcta, o reduciendo la competitividad de los nuevos competidores, reacción que es la incorrecta, y para la cual necesitan la cooperación del gobierno, quien, a golpe de regulaciones, que elevan los costos de producción, puede reducir la competitividad de los nuevos competidores, en detrimento del bienestar de los**

consumidor, detrimento que es lo más antieconómico que puede haber, razón por la cual el gobierno debe evitar tal conducta.

Lo dicho en los párrafos anteriores tiene que ver, obviamente, con el caso Uber, que es un buen ejemplo del proceso de destrucción creativa, de la nueva competencia que ocasiona la aparición de mejores opciones de consumo, ante la cual el gobierno no debe hacer absolutamente nada, permitiendo que, en beneficio de los consumidores, Uber haga lo que hace de la manera más competitiva posible.

LA IMPORTANCIA DEL CASO UBER

“Hay quienes creen que en México la libertad individual para ofrecer el servicio de transporte terrestre (¡y muchos otros!) debe estar limitada, primero, por el permiso del gobierno y, segundo, por la regulación gubernamental.”

Hay quien afirma que la atención que se le ha dado al caso Uber es excesiva, y que el mismo no es prioridad en la agenda nacional, habiendo otros casos mucho más importantes, lo cual es cierto, pero ello no le quita su importancia, sobre todo porque el caso Uber manifiesta una patología (conjunto de síntomas de una enfermedad), que se remonta al artículo

25 constitucional, en el cual se afirma que entre las tareas del Estado (que para todo efecto práctico es el gobierno en turno) está la de planear, conducir, coordinar y orientar la actividad económica nacional, lo cual solamente es posible si el gobierno planea, conduce, coordina y orienta las actividades de los agentes económicos, lo cual supondría limitar, en el mejor de los casos, o eliminar, en el peor de ellos, la libertad individual, la propiedad privada y la responsabilidad personal, tal y como sucede en las economías gubernamentalmente planificadas, inspiradas en el marxismo.

Hay quienes creen que en México la libertad individual para ofrecer el servicio de transporte terrestre (¡y muchos otros!) debe estar limitada, primero, por el permiso del gobierno (sin dicho permiso/concesión no puedes ofrecer el servicio) y, segundo, por la regulación gubernamental (si no sigues las reglas impuestas por el gobierno, por ejemplo en materia de precio, no debes ofrecer el servicio), todo lo cual resulta, desde el punto de vista de la ética injusto: se limita arbitrariamente la libertad individual para trabajar, y desde la perspectiva de la economía ineficaz: se limita la competencia, se encarece el servicio y, consecuencia de ello, se reduce el bienestar del consumidor.

Hay quienes creen que la libertad individual para ofrecer bienes y servicios debe estar limitada, por lo menos, por el permiso y la regulación gubernamental, creencia avalada por lo dicho en el artículo 25 constitucional, creencia falsa en la gran mayoría de los casos, uno de los cuales es el del servicio de transporte terrestre, el “taxismo”, que debe ofrecerse en libertad, sin intervención del gobierno.

CASO UBER: DESREGULAR A LOS REGULADOS

¿Puede un taxista tradicional competir con un taxista uberiano? La respuesta depende de qué se entienda por “competir”, y en concreto por competir en “el mercado”.

Competir en el mercado supone ser capaz de ofrecer una mercancía a menor precio, mayor calidad y mejor servicio que los otros oferentes, lo cual supone reglas del juego justas (que reconozcan plenamente y garanticen jurídicamente la libertad individual para producir, ofrecer y vender) y parejas (que ese reconocimiento y esa garantía sea para todos los productores, oferentes y vendedores, sin excepción), algo que no sucede en el mercado del transporte terrestre ofrecido por medio de taxis.

En dicho mercado opera un grupo de oferentes, los taxistas tradicionales, concesionados y regulados por el gobierno, lo cual limita su “capacidad de respuesta” frente a la nueva competencia generada por los taxistas uberianos, no concesionados ni regulados por el gobierno, restándoles a los primeros, ¡de manera artificial, gracias a la intrusión del gobierno con sus concesiones y regulaciones!, competitividad. **No, los taxistas tradicionales no pueden, tal y como están las cosas, competir con los taxistas uberianos,** quienes les están comiendo el mandado. El piso no está parejo. ¿Qué hacer al respecto?

Dos son las opciones: concesionar y regular el servicio de taxi uberiano, ¡con lo cual dejaría de ser uberiano!, o desconcesionar y desregular el servicio de taxi tradicional, ¡con lo cual tendría la posibilidad de convertirse en uberiano! ¿Cuál es la opción correcta? La que beneficie, con menores precios, mayor calidad y mejor servicio, a los consumidores, siendo esa la segunda, no la primera, y a las pruebas me remito: ¿del lado de quién, el taxi tradicional o el taxi uberiano, está la mejor oferta?

La mayor traba para hacer realidad la opción correcta no es principalmente económica sino política, y tiene que ver con el poder que la concesión y la regulación le concede, a quien la otorga e impone, sobre quienes

las reciben y aceptan, poder que es control político a costa de eficacia económica. ¡Mal!

TAXIS TRADICIONALES: ¿COMPETENCIA REAL?

“La verdadera competencia, la que se traduce en más y mejores opciones para los consumidores, es la que se da entre bienes sustitutos que satisfacen, de distinta manera, una misma necesidad.

La verdadera competencia, la que se traduce en más y mejores opciones para los consumidores (ojo: no sólo más, sino mejores), es la que se da entre bienes sustitutos que satisfacen, de distinta manera, una misma necesidad. Si aparecen más oferentes, pero no mejores oferentes, el beneficio para el consumidor será menor, sobre todo si esa oferta está regulada por el gobierno, de tal manera que todos los oferentes deban seguir las mismas reglas, lo cual limita su competitividad, su capacidad para hacer lo que hacen mejor que los demás, sobre todo si lo que está regulado es el precio, la principal variable de competitividad de cualquier oferente.

Tres son las variables de competitividad: precio, calidad y servicio, debiendo tener claro que la competencia se da entre opciones de más o menos la misma

calidad (la comida de McDonald's no compite con la del Churchill's), con más o menos el mismo servicio (el servicio de McDonald's no compite con el del Churchill's), por lo que la variable más importante en materia de competitividad es el precio: más o menos misma calidad, y más o menos mismo servicio, condiciones para que haya competencia, resulta más competitivo el oferente capaz de ofrecer a menor precio, para lo cual se requiere que el precio lo pueda determinar el oferente libremente.

¿Qué sucede si el precio está regulado por el gobierno, tal y como sucede con las tarifas que cobran los taxis tradicionales, no uberianos? Que la tarifa oficial impide la competencia vía precio, precio que es la principal variable de competitividad de cualquier oferente, taxistas incluidos, precio en función del cual, con relación a los taxis tradicionales, el consumidor no tiene la libertad de elegir. Así las cosas, ¿se puede hablar de competencia real entre los taxis tradicionales? No, claro que no, competencia real que se debe a la aparición, no de más opciones iguales, sino de mejores opciones, en los tres frentes de la competitividad: precio, calidad y servicio, precisamente lo que ha logrado Uber.

ARTURO DAMM ARNAL

Autor de trece libros sobre temas de economía y filosofía, siendo los tres últimos *El engendro tributario*, *La Economía mexicana: nadando de muertito*, y *Gobierno, ¿héroe o villano?*.

Comentarista en los programas de TV Informativo 40, Info 7 y en los programas radiofónicos *Enlace de Núcleo Radio Mil*, y *En los Tiempos de la Radio*, de Grupo Fórmula.

Estudió la licenciatura en economía en la Universidad Autónoma Metropolitana, y la licenciatura en filosofía en la Universidad Panamericana, en donde también cursó la especialidad en filosofía política y social. Realizó estudios doctorales en filosofía en la Universidad de Navarra, España. Es profesor de Teoría Económica, y de Análisis Económico del Derecho, en la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana, y de Historia del Pensamiento Económico, en la Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales de la misma universidad.

Es autor de la columna *Pulsaciones económicas* que se publica en varios diarios del interior del país, y de la columna *Pesos y Contrapesos* que se publica en *La Crónica*. Colabora en las revistas *Negocios y Bancos*, *Entorno y Este País*. Es autor del espacio literario *De libros, lectores y lecturas*, que se publica en la revista *Istmo*.

El Centro de Investigaciones Sobre la Libre Empresa, A.C. (CISLE), es una institución sin fines lucrativos. Sus actividades y publicaciones son posibles gracias al apoyo de instituciones y personas comprometidas con la libertad.

Tenemos como objetivo demostrar que el mejor camino para el desarrollo de Iberoamérica es la integración económica; la que solamente puede darse ampliando a toda la región el funcionamiento de los mecanismos de mercado. Economía social de mercado en lo económico y democracia en lo político, son el marco social que propone el CISLE.

Demostrar que la base fundamental del desarrollo sustentable y de la riqueza de las naciones, es un orden jurídico estable que garantice la propiedad y el funcionamiento de los mecanismos de mercado en un ambiente de competencia y libertad, son los objetivos de nuestra institución.

Conferencias, folletos, libros:

Tels.: 5662-4500 y 5662-4250

www.cisle.org.mx

Email: buzon@cisle.org.mx