

LA ESENCIA EMPRESARIAL DE LA ACCIÓN HUMANA*

JESÚS HUERTA DE SOTO

Introducción

No se puede entender nada de la ciencia económica sin comprender previamente el concepto e implicaciones de la función empresarial. Si algo caracteriza el enfoque de este curso y de esta cátedra —que es el enfoque de la Escuela Austriaca de Economía— es su perspectiva dinámica de los procesos de cooperación social que se fundamenta en la esencia creativa y coordinadora del ser humano que actúa. ¿Qué es el empresario? Este concepto es muy importante porque, en la terminología coloquial, tendemos a reducirlo al hombre de negocios o al dueño de una empresa. Pero hoy veremos que, en esta cátedra, el término “empresario” tiene un sentido mucho más amplio y general porque todo ser humano, por el mero hecho de serlo, siempre actúa “empresarialmente”. Por eso, dedicaremos el tema de hoy a estudiar la naturaleza empresarial del ser humano.

Si algo distingue el enfoque de esta cátedra de los enfoques tradicionales de economía que se enseñan en otras universidades, es precisamente nuestra concepción dinámica de la función empresarial. En otras asignaturas de economía, en la mayoría de facultades y departamentos, se suele enseñar la economía llenando el encerrado de fórmulas y, a menudo, sin ni siquiera mencionar al empresario o la función empresarial. Sin embargo, para entender la economía, lo más importante es conocer el papel central del empresario. Además, entender qué es la función empresarial es vital para cualquier ser humano, independientemente del ámbito en el que desarrolle su vida o actividad. Además, no hay nada más práctico

* Transcripción literal de la segunda clase del curso 2023-2024 de “Comentarios de texto y académicos” impartida por el Prof. Huerta de Soto en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

que una buena teoría, y nuestra teoría científica sobre la función empresarial no sólo nos abre los ojos al mundo que nos rodea, sino que es de una importancia vital para ustedes, especialmente para ustedes, como alumnos de grado y de máster.

Hoy comenzaremos definiendo qué entendemos por función empresarial. Vamos a ofrecer dos definiciones. La clase de hoy se centrará en una primera aproximación general al concepto de empresarialidad, o función empresarial, como parte inseparable del ser humano. Más adelante, una vez hayamos desgranado con detalle las implicaciones de esta primera aproximación, avanzaremos hacia una definición más precisa y detallada de la empresarialidad, que incluirá aspectos relacionados con la teoría del conocimiento y la transmisión y comunicación de ese conocimiento. Pues bien, en esta primera aproximación, vamos a hacer coincidir el concepto de función empresarial con el concepto de acción humana. Es decir, en esta definición inicial, amplia y general de la empresarialidad, diremos que función empresarial y acción humana son la misma cosa, porque lo que caracteriza al ser humano es que es actor, es decir su capacidad de actuar. ¿Y por qué actuamos los seres humanos? La razón por la que actuamos es inseparable de nuestra naturaleza porque estamos continuamente “haciendo”. Actuamos para, por tanteo, descubrir o crear fines que nos merecen la pena y buscar los medios para alcanzarlos.

Esta primera presentación de la empresarialidad, identificándola con la acción humana, puede parecer a primera vista una burda generalidad, incluso desconcertante: ¿cómo es que actor y empresario son sinónimos? Sin embargo, a poco que lo pensemos con detenimiento y lo reflexionemos, nos daremos cuenta de que no es ninguna tontería. En realidad, acción y empresarialidad son sinónimos, que se solapan y coinciden de manera esencial. Veámoslo más a fondo.

Algo que suelo hacer a menudo en clase es empezar analizando el origen etimológico de los términos clave. Tomemos, por ejemplo, el término “empresa.” En español, una lengua romance de la Europa continental —romance en el sentido de que procede del latín, como el francés, el italiano, el portugués o el rumano—, “empresa” deriva directamente del verbo latino *in prehendō, prehendi, prehensum*. ¿Y qué significaba este verbo en la antigua Roma?

En latín, *prehendo*, *prehendi*, *prehensum* tenía varios significados muy reveladores. Significaba descubrir algo, ver, percibir algo de golpe, atrapar —como si atrapéramos una mosca en pleno vuelo o una idea que se nos ocurre de repente—. También podía significar darse cuenta de algo que previamente nos había pasado desapercibido. Todas estas son facetas de lo que podemos llamar un verdadero diamante: *in prehendendo*, *prehendi*, *prehensum*. Y este es el término del que procede, etimológicamente, nuestra palabra en español o castellano, “empresa.” Esto ya nos da una pista muy clara, incluso en su origen etimológico, de que el término conlleva implícita la idea de acción. Descubrir, percibir, darse cuenta, atrapar: todas son acciones que implican movimiento, dinamismo. Y es que, el ser humano, al darse cuenta de algo o al atrapar una idea, ya está actuando.

Conforme se fueron formando las lenguas romances, el término fue evolucionando. Y en España, terminamos utilizando la palabra “empresa”, “empresario”, para referirnos a esta idea fundamental de actuar. En Portugal, el término equivalente es *empreiteiro*, mientras que en Francia se utiliza *entrepreneur*. Cada idioma aporta su sesgo particular, pero todos estos términos tienen la misma raíz etimológica, que nos remonta al latín *in prehendendo*, *prehendi*, *prehensum*, que contiene implícita la idea de acción y descubrimiento. Con el tiempo, este significado etimológico comenzó a concretarse en términos prácticos. Por ejemplo, durante la Edad Media en Francia, se denominaba *entrepreneurs* a los encargados o responsables de las obras públicas más importantes de la época. ¿Cuáles eran esas grandes obras que han quedado para la posteridad, esas construcciones que aún hoy son motivo de orgullo y admiración en las ciudades y capitales de Europa? Las catedrales. Tanto en Alemania, como en Francia y España, las catedrales representaban los proyectos más ambiciosos y trascendentales de aquella época. En ciudades como Burgos, Palma de Mallorca o Sevilla, las catedrales se convirtieron en símbolos de la fe, pero también de grandeza y de la capacidad humana para emprender proyectos que trascendían generaciones. Y así, en Francia, los *entrepreneurs* eran los encargados de construir estas colosales edificaciones, proyectos tan grandiosos que requerían de varios siglos para completarse. A menudo el *entrepreneur* que comenzaba la obra no vivía lo suficiente para verla terminada,

y la responsabilidad pasaba a sus hijos, luego a sus nietos, y así sucesivamente, hasta que, después de 100, 200 o incluso 300 años, la catedral eventualmente se completaba. Y es muy significativo que en la Francia medieval se llamara *entrepreneur* a quienes asumían la responsabilidad de estas acciones tan importantes desde el punto de vista constructivo. Por su parte, el término *in prehendendo, prehendendi, prehensum*, que ya sabemos es un verbo, da lugar a un sustantivo en latín: *imprehensa*. Este sustantivo significa literalmente “acción,” pero no cualquier acción, sino la acción de tomar, de agarrar, de asir algo. Así, vemos claramente cómo en su origen etimológico, *empresa* está íntimamente ligada al concepto de actuar. Sentido que se mantuvo y evolucionó en las lenguas romances.

Por su parte, en portugués, *empreiteiro* se utiliza para referirse al maestro de obras. Si hoy visitan Portugal y necesitan hacer una reforma en casa, inmediatamente les dirán: “Vamos a llamar a un *empreiteiro*.” A mí, personalmente, siempre me hace gracia cuando estoy en Portugal por negocios y escucho ese término; resulta fascinante ver cómo el significado original se ha ido depurando y adaptando con el tiempo. ¿Y qué pasó en España? En nuestro caso, el lenguaje castellano comienza a formarse a partir del siglo X, en la región norte de Burgos, y se va consolidando y depurando a medida que avanza la Reconquista. Muy pronto, el término *empresa* adquiere carta de naturaleza en nuestro idioma. En la Edad Media española, cuando se empezó a utilizar este término, *empresa* tenía un significado muy específico. Se llamaba *empresa* a las insignias que los caballeros portaban en sus escudos, insignias adornadas con símbolos y motivos florales, y que indicaban que el caballero había jurado emprender una acción de gran valor y heroísmo. Quienes veían el escudo podían reconocer inmediatamente que ese caballero pertenecía a una orden de caballería —como la Orden de Calatrava u otras órdenes militares y religiosas consolidadas durante la Reconquista— y que se había comprometido bajo juramento a realizar una gesta importante. Si ahora toman el diccionario de la Real Academia Española y buscan *empresa*, verán que una de las acepciones del término, creo que es la cuarta, dice: “Acción ardua y dificultosa que valerosamente se comienza.” Esto conecta perfectamente con el significado histórico y simbólico del término, y refleja cómo, desde sus orígenes, el término *empresa* ha estado

vinculado a acciones significativas, cargadas de valor y propósito. Además, es interesante observar cómo el término *empresa*, está definido (acepción cuarta) en el diccionario de la Real Academia Española como “acción ardua y dificultosa que valerosamente se comienza.” Definición que conecta directamente con lo que venimos explicando. Esto no es ninguna casualidad ni una idea arbitraria. Desde esta primera aproximación al concepto de función empresarial, lo estamos identificando con el concepto mismo de acción humana. Sin embargo, no cualquier acción, sino una acción humana matizada, caracterizada por el deseo del ser humano de agarrar, descubrir, atrapar, y hacerse con aquello que valora y que le merece la pena. Además, la acción humana siempre lleva implícita una dosis de heroicidad, valor y entusiasmo. Y aunque parezca que no todas las acciones humanas tengan este sesgo, incluso en los actos más cotidianos o aparentemente prosaicos y anodinos encontramos esa conexión. Como dice el dicho, “obras son amores y no buenas razones.”

Ahora bien, como estamos en una universidad que valora la riqueza del idioma castellano, vayamos al culmen de su literatura. ¿Qué dice el gran Miguel de Cervantes sobre el valor de la acción? Cervantes, cuya estatua preside el patio principal de este edificio, es un símbolo de la heroicidad creativa y del impacto de la acción humana. A propósito de la estatua, ustedes, que son observadores, ¿se han fijado si representa a Cervantes antes o después de la Batalla de Lepanto? Parece que ya lo han adivinado. Correcto: es antes de la batalla. ¿Cómo lo sabemos? Porque la estatua lo muestra con ambas manos incólumes. Recordemos que fue en Lepanto donde, debido a un arcabuzazo, perdió el uso de la mano izquierda, quedándole de la misma un simple muñón. Cervantes, autor que nos dejó la obra inmortal e impercedera de la lengua castellana: *El Quijote*. Yo les recomiendo, queridos alumnos, que siempre tengan en su mesilla de noche una edición de bolsillo de *El Quijote*. Háganme caso: lean dos páginas cada noche, todos los días de su vida y cuando lo terminen, vuelvan a empezar, y así sucesivamente. Es la mejor manera de dormir. Y además, se les quedará en el subconsciente una forma primorosa de escribir y, sobre todo, una filosofía de la vida de un valor inmenso. A ver, levanten la mano, ¿quién tiene en su mesilla de noche una edición de *El Quijote*

y lo lee todos los días? ¡Nadie!, pues ya saben lo que tienen que hacer. Todo el mundo debe tener *El Quijote*. Ahora, otra pregunta ¿quién lo ha leído completo? Veo cinco o seis manos levantadas, ¡eso sí que es un paso adelante! Me alegra mucho. El otro día, cuando pregunté por las Obras de la Misericordia, nadie supo responder. Hoy, al menos, hay alumnos que han leído esta obra cumbre de nuestra literatura. Pero el objetivo es que todos la tengan y la lean y releen.

Hablemos un momento de *El Quijote* y de la orden de la caballería andante. Yo creo, sinceramente, que todos deberíamos ser “caballeros andantes”: porque no hay nada más hermoso que levantarse cada mañana pensando que uno es un caballero andante. Salir a la calle con el propósito de desfacer entuertos, de luchar contra molinos de viento. En nuestro caso, los molinos de viento son dos grandes adversarios: la escuela neoclásica y el Estado. Pero hay que enfrentarse a ellos con alegría, con entusiasmo, con una energía desbordante, una paciencia infinita y sin mayor complejo. ¿Y qué le pasaba a Don Quijote? Pues que tras sus aventuras terminaba molido, lleno de polvo, dolorido y con los dientes rotos. ¿Y saben qué? A él no le importaba en absoluto. Al día siguiente, con la ayuda de Sancho Panza, se limpiaba como podía y volvía a la carga. Ésta sí que es una filosofía de vida inspiradora: levantarse cada mañana lleno de ánimo una y otra vez, sin importar cuántas veces te hayan derribado. Seamos todos caballeros andantes, o damas andantes, si lo prefieren (pero eso sí, apuntemonos a una caballería andante “anarcocapitalista”). Y esta pequeña digresión nos permite repetir hoy tres mensajes importantes: amor en libertad, amor al oro y, como ya hemos señalado antes, la importancia de la caballería andante como un símbolo de propósito y valentía (recordemos que el amor y la libertad son inseparables, y para tener éxito en lo que hacemos, debemos amar profundamente cada aspecto de lo que hacemos).

Ahora, si vamos al capítulo 2 de la primera parte de *El Quijote*, encontramos una joya literaria que ilustra este concepto. Lo tienen ustedes en la página 43 de mi libro *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, en una nota a pie de página. Allí pueden leer conmigo lo siguiente: “Apenas se vio Don Quijote en el campo, cuando le asaltó un pensamiento terrible y tal que por poco le

hiciera dejar la comenzada empresa. Y fue que le vino a la memoria que no era armado caballero y que, conforme a la ley de caballería, ni podía ni debía tomar armas con ningún caballero. Y que, puesto que lo fuera, había de llevar armas blancas como novel caballero, caballero nuevo, sin *empresa* en el escudo. Hasta que por su esfuerzo la ganase." Fíjense bien en la riqueza de este pasaje. Cervantes, en unas pocas líneas, utiliza el término "empresa" en sus dos sentidos fundamentales. Primero, como sinónimo de "acción," cuando dice que Don Quijote no podía comenzar su empresa (es decir, no podía emprender su acción) porque aún no había sido armado caballero. Segundo, recoge el sentido medieval del término, refiriéndose a la *empresa en el escudo*: esa señal distintiva que los caballeros usaban para indicar a todos que habían jurado llevar a cabo una acción heroica y de gran importancia. Esto nos muestra cómo Cervantes, a comienzos del siglo XVII, rescata un significado que ya para entonces era anacrónico y lo integra en su obra, añadiéndole una dimensión simbólica y literaria de gran valor.

Queridos alumnos, lo que queda claro, tanto etimológica como históricamente, es que *empresa* y *acción* son sinónimos. En esencia, son la misma cosa. Entender esta conexión nos ayudará no sólo a comprender mejor la función empresarial, sino también a apreciar la riqueza de nuestra lengua y la profundidad de su legado literario. Queridos alumnos, hemos comenzado juntos una empresa, una empresa valerosa: sacar adelante este curso de economía política. Desde el principio, debemos entender claramente que todos somos en esencia empresarios. Esto es algo obvio cuando comprendemos la identificación conceptual entre *acción humana* y *empresa*. Hemos dicho que la acción humana es inseparable de su característica eminentemente emprendedora. El verbo latino *inprehendo, prehendi, prehensum* —de donde proviene *empresa*— no sólo significa acción, sino que implica desde sus orígenes etimológicos en la antigua Roma un acto de creatividad y descubrimiento. Es una acción que consiste en *descubrir*, pero para descubrir primero es necesario buscar, aunque en ocasiones los descubrimientos suceden sin que la búsqueda haya sido deliberada. Esto nos lleva al concepto de *serendipity* o *serendipia*: el hallazgo, por sorpresa, afortunado e inesperado de algo valioso que no se buscaba.

Pero vamos a dar un paso más. Descubrir y crear son sinónimos desde la perspectiva de la acción humana. Pensemos en Cristóbal Colón: históricamente decimos que descubrió América, pero desde el punto de vista de la acción humana, Colón *creó* América. ¿Por qué? Porque aunque América existiera físicamente, no tenía significado ni relevancia hasta que alguien la *descubrió* y la hizo parte de su realidad. Ese acto de descubrir es, en esencia, un acto creativo. Crear y descubrir, como veremos a lo largo de este curso, implican un salto cualitativo en la mente del ser humano. Es un momento de iluminación, un golpe de lucidez inexplicable, donde de repente somos capaces de darnos cuenta de ideas que antes nos habían pasado desapercibidas. Descubrir, crear, darse cuenta: todos estos términos son inseparables del concepto de acción humana y llevan consigo un matiz cualitativo de valor añadido que quiero que tengan muy claro. Este matiz es inherente a términos como *aprender, prender, emprender, empresa y empresario*. Así que, en esta primera aproximación, hemos definido la función empresarial identificándola con el concepto de acción humana. En otras palabras, función empresarial y acción humana coinciden. Si hemos llegado a esta conclusión sobre la función empresarial, estamos listos para profundizar en las implicaciones que tiene en nuestro entendimiento del ser humano y su interacción con el mundo.

La acción humana: y sus implicaciones metodológicas

A partir de ahora, queridos alumnos, vamos a hablar de la acción humana. Y para ello, quiero que comprendan algo fundamental: la ciencia económica cuenta con una importante ventaja frente a otras disciplinas científicas, especialmente las llamadas ciencias naturales o físicas. Esta ventaja radica en que el economista, el investigador de la acción humana, no observa su objeto de estudio desde fuera, como lo hace, por ejemplo, un físico o un biólogo. Pensemos en el científico natural: su objeto de estudio es algo ajeno a él mismo. Si estudia átomos, partículas subatómicas o procesos biológicos, necesita realizar experimentos en un laboratorio, formular hipótesis y contrastarlas empíricamente. Todo su análisis se realiza desde fuera, enfrentándose a un muro que le separa de su

objeto de estudio. Por ejemplo, alguien que estudia partículas en un acelerador lineal ni obviamente es una partícula, ni puede experimentar en primera persona cómo se comporta una partícula. En cambio, el científico social, y en particular el economista, tiene una ventaja metodológica excepcional: es un ser humano que estudia a otros seres humanos que actúan como él. Y esto le otorga un conocimiento de primera mano y de incalculable valor sobre su objeto de estudio. Yo, como profesor de economía, como investigador y como ser humano, tengo un acceso directo a la naturaleza de la acción humana porque yo mismo soy un hombre que actúa. Esto no es algo trivial, queridos alumnos, sino una herramienta de un valor incalculable. Esta ventaja se llama *conocimiento por introspección*. Al ser humanos que actuamos constantemente, sabemos, de manera íntima y directa, en qué consiste lo que hacemos. No necesitamos un laboratorio para entender qué significa tener un objetivo, valorar medios para alcanzarlo y emprender y culminar acciones. Este conocimiento introspectivo nos permite acceder directamente al núcleo mismo de la acción humana, algo que ningún científico natural puede experimentar en su campo.

Vamos a explorar juntos las profundas implicaciones metodológicas de esta diferencia. Esta capacidad introspectiva nos abre la puerta a una comprensión única y privilegiada del ser humano en acción, que es el fundamento de toda la ciencia económica. ¡Adentrémonos en este fascinante descubrimiento! Esto nos otorga una ventaja enorme frente a los científicos de otras disciplinas. En otros muchos aspectos estamos en desventaja porque no podemos realizar mediciones precisas ni experimentos de laboratorio como se hace en las ciencias naturales. Sin embargo, Dios, en su infinita sabiduría y bondad, no ha querido dejar al científico social o economista en desventaja total. Por el contrario, nos ha dado la capacidad única de compartir la misma naturaleza que los entes que analizamos: otros seres humanos. Esto nos brinda una herramienta muy poderosa que otros campos no poseen. Gracias a esta conexión directa, esta capacidad de comprender desde dentro lo que hacemos como seres humanos, tenemos un trampolín para el análisis de enorme valor. Entonces, ¿qué es la acción humana? Vamos a verlo enseguida, pero antes y si han culminado las lecturas asignadas, habrán llegado al capítulo inicial de *La acción humana*

de Ludwig von Mises, justo después de mi estudio introductorio. Allí encontrarán una afirmación fundamental que marca el comienzo del tratado. Dice literalmente: “*La economía es la más joven de todas las ciencias.*” Esa es la primera frase del tratado, que a partir de ahí avanza hacia la esencia misma del concepto de acción humana.

Definición de la acción humana

Mises define la acción humana como “todo comportamiento o conducta deliberada que lleva a cabo el ser humano.” Es importante entender esto porque definir algo tan intrínseco a nosotros como la acción humana sin usar sus propios términos es un desafío. Por eso, se recurre a sinónimos o aproximaciones para transmitir su significado esencial. La acción humana, como nos dice Mises, es un comportamiento deliberado que lleva a cabo el ser humano, es decir, no es un acto mecánico ni un reflejo automático. Pensemos en ejemplos cotidianos. Si alguien va al médico y este utiliza un martillo en nuestra rodilla para realizar un test de reflejos, el movimiento de la pierna no es una acción humana. Es un acto reflejo, involuntario, que no implica deliberación alguna. Del mismo modo, si alguien es sonámbulo y camina dormido, su comportamiento no es deliberado. Por tanto, no es una acción humana.

El término *deliberado* es crucial aquí, porque señala que la acción humana siempre implica una intención, una elección consciente, incluso cuando no somos plenamente conscientes de todos los factores que influyen en nuestra acción. Cada uno de estos aspectos, queridos alumnos, tiene un significado profundo que iremos desentrañando juntos. ¡Apunten todo esto, porque no lo encontrarán de esta manera en ningún libro! Este es el tipo de reflexiones que enriquecerán nuestra comprensión a lo largo del curso. Por ejemplo, como he dicho, el comportamiento de un sonámbulo no es considerado una acción humana deliberada. ¿Saben ustedes qué hacen los sonámbulos? Les cuento el caso de una de mis nietas, que es sonámbula y tiene a sus padres desesperados. Por la noche, mientras todos duermen, la niña se levanta, abre la nevera, se prepara un colacao, se lo bebe y vuelve a la cama, todo sin ser consciente de nada. Está

completamente dormida. Si alguien, en estado de sonambulismo, se levanta, salta por la ventana y cae en el apartamento del vecino, lo que haga en ese estado no es una acción humana porque no es deliberado. Está dormido, y no hay intención ni consciencia detrás de sus movimientos. Por tanto, al definir la acción humana como un comportamiento deliberado, estamos excluyendo aquellos comportamientos que, aunque desde fuera parezcan acciones, no cumplen con el criterio de deliberación. Este es un punto fundamental para entender qué es y qué no es una acción humana. Pero no nos engañemos, actuar no sólo implica acciones positivas, como realizar algo tangible, sino también acciones por omisión, es decir, decisiones conscientes de no actuar cuando las circunstancias lo permiten o requieren.

Esto me recuerda un clásico chiste inglés, que refleja muy bien este concepto. Imaginemos un barco en medio del océano. A bordo, hay un hombre relajándose, tomando el sol, pero las olas empiezan a balancear el crucero, y el hombre comienza a deslizarse lentamente hacia el borde, con riesgo de caer a un océano lleno de tiburones con las fauces abiertas. En ese momento, otro pasajero británico, con toda la flema característica, pasa junto a él y le pregunta: "*A propósito, ¿tiene usted seguro de vida?*" El hombre, todavía sin darse cuenta del peligro, responde alegremente: "*Sí, ¿por qué?*" El británico replica: "*Oh, por nada.*" Y, acto seguido, el hombre cae al agua y los tiburones hacen el resto. Este chiste nos ilustra que las acciones humanas no siempre son "directas". El hombre británico, al no intervenir para salvar al otro, ha actuado por omisión. Podría haber ayudado, pero deliberadamente decidió no hacerlo. Así, actuar no se limita a lo que hacemos, sino también a lo que elegimos no hacer. Esto es crucial para comprender la acción humana en su totalidad. Aparentemente, a veces desde fuera no apreciamos ningún movimiento ni comportamiento, pero sí que puede haber acciones humanas. Esto nos lleva a considerar otra faceta interesante: las acciones pueden ser deliberadas incluso cuando no se perciban externamente, como ocurre con las omisiones deliberadas.

Ahora bien, si hemos dicho que las acciones humanas son comportamientos deliberados, surge la pregunta del millón: ¿los animales actúan? Reflexionemos sobre esto. Hace años leí algo curioso sobre un chimpancé supuesto graduado en derecho en la

Universidad de Columbia. Aunque es inverosímil, nos plantea una reflexión interesante sobre el comportamiento animal. Pensemos en los documentales de *National Geographic* que todos hemos visto. Observamos a abejas y hormigas, y la narración suele describir su comportamiento como si actuaran de manera organizada: se levantan “por la mañana”, siguen rutas establecidas, recolectan alimentos, construyen almacenes, y vuelven a su base. Todo parece indicar que las hormigas y las abejas están llevando a cabo acciones deliberadas. La “sociedad” que forman está estructurada y organizada, lo cual podría interpretarse como un signo de que “actúan”. Sin embargo, ¿realmente podemos considerar que esas acciones son comparables a las humanas? Vamos a profundizar en esto. ¿Quién tiene perros en casa? Porque, como se dice, es el mejor amigo del hombre. ¡Qué cariñoso es un perro! Cómo se alegran al vernos, ¿no? Y todos pensamos: “Mira qué inteligentes son, cómo interactúan con nosotros.” (Yo no tengo perros en casa; en cambio, tengo 510 peces y dos tortugas, pero eso es otra historia.) Ahora bien, de nuevo la gran pregunta: ¿los animales actúan? Este es un tema filosófico muy interesante, pero lo que está clarísimo es que hay una diferencia esencial entre los animales y el ser humano. Los animales no actúan en el sentido que estamos otorgando al concepto de acción humana. Piensen, por ejemplo, en ese perro tan cariñoso que tienen en casa. Ese mismo comportamiento que vemos hoy, de saltar, ladrar de alegría al vernos, fue exactamente igual hace 500 años, hace 5,000 años, o desde que el hombre, evolutivamente, logró domesticar y convivir con ellos.

Mientras tanto, el ser humano ha sido capaz de hacer cosas extraordinarias: poner un hombre en la luna, componer la Novena Sinfonía de Beethoven o, para quienes tienen gustos más delicados como yo, “La Grande” de Schubert, que, dicho sea de paso, me gusta más que Beethoven. También ha sido capaz de concebir el cubismo de Picasso o de escribir *El Quijote*. ¿Y las hormigas? Pues siguen haciendo lo mismo que hace 100, 500, 1.000 o 10.000 años. No actúan, ni tienen consciencia de que lo hacen, ni son capaces de descubrir o crear algo nuevo. Esa es la gran diferencia entre el ser humano y los animales. ¿Y qué pasa si, como dicen, un mono se gradúa en derecho en la Universidad de Columbia? Bueno, eso no

indicaría nada sobre la capacidad del mono para actuar, pero sí, y mucho, sobre el bajísimo nivel de algunas universidades norteamericanas. Bromas aparte, es verdad que puede ser muy atractivo hacer una interpretación antropomórfica del comportamiento animal, pero cuidado: estamos proyectando nuestra visión humana en ellos. ¿Han visto alguna vez una batalla de hormigas? Es impresionante, parece una guerra entre ejércitos humanos, como si fueran los rusos y los ucranianos. Se enfrentan, se cortan la cabeza y, al final, retiran los cadáveres. Es fascinante, sí, pero no es una acción en el sentido humano de la palabra. Es puro instinto. Las hormigas, por fascinantes que puedan parecer en sus complejas interacciones, no han puesto ninguna otra hormiga en la luna ni han compuesto sinfonías o desarrollado conceptos como el cubismo, ni mucho menos han concebido y lanzado los móviles, Starlink o los coches Tesla. En definitiva, queridos alumnos, por muy apasionante y fascinante que sea el mundo animal, no debemos confundirlo con el de la acción humana. Esa diferencia esencial es clave para lo que estamos estudiando aquí. El concepto de acción humana, como lo estamos explicando, excluye cualquier comportamiento que no sea deliberado, incluyendo aquellos puramente instintivos, los de un sonámbulo o los de los animales. Por tanto, lo que entendemos por acción humana se refiere exclusivamente al comportamiento deliberado de los seres humanos, sea por acción u omisión.

Ahora con nuestra definición aclarada, vamos a analizar los elementos que conforman el concepto de acción humana. Hemos seguido una lógica muy clara en esta clase: primero, identificamos el concepto de función empresarial con el de acción humana, insistiendo en el sesgo creativo y descubridor que la empresarialidad conlleva, y lo hemos fundamentado con su origen histórico y etimológico. A continuación, definimos la acción humana como el comportamiento deliberado de los seres humanos y, ahora, vamos a desgarnar uno a uno sus distintos elementos. Lo que vamos a estudiar juntos sobre los componentes de la acción humana no presenta ninguna dificultad porque es algo intrínseco a nuestra naturaleza como seres humanos. Analizaremos de forma estructurada realidades que son enormemente cercanas e íntimas para cada uno de nosotros, precisamente porque todos los que estamos aquí somos

seres humanos que actuamos cada día. Desde que nos levantamos hasta que nos acostamos, nuestra vida está repleta de acciones humanas. Por tanto, este análisis nos resultará no sólo accesible, sino profundamente relevante.

Elementos esenciales del concepto de acción humana

Vamos a analizar los elementos fundamentales del concepto de acción humana, pues aunque podamos pensar que es algo evidente, no estamos perdiendo el tiempo: en torno a cada uno de estos elementos se erige un pilar fundamental de la ciencia económica. Así, al estudiar los diferentes componentes de la acción humana, comenzaremos juntos a construir las bases del edificio científico de la economía. ¡Qué maravilla! Veremos cómo cada uno de estos fundamentos cobra vida en nuestra reflexión. El primer elemento esencial del concepto de acción humana es el concepto de *fin*.

¿Qué es el *fin*? Lo definiremos de la siguiente manera: el *fin* es todo aquello que el actor pretende lograr con su acción. Es una definición abstracta, formal, pero extremadamente útil para entender el concepto. En inglés, el término utilizado es *goal*, fin u objetivo. Para ilustrarlo con un ejemplo, pensemos en algo tan sencillo como un partido de fútbol. Imaginemos que el Real Madrid juega contra el Espanyol. ¿Cuántos goles les metió el otro día? Cuatro. ¿En qué consiste esa acción? Pues hay 11 jugadores corriendo (y ahora también señoras, porque el fútbol femenino está intentando ganar protagonismo, aunque aún le cuesta atraer público). El objetivo, si lo pensamos bien, es de lo más prosaico: consiste en tomar un objeto redondo —un balón—, usar el pie y tratar de meterlo en un espacio delimitado por una red, llamado portería. Cuando logran meter ese balón en la portería, ocurre algo mágico: 100.000 personas enfervorizadas gritan “¡gol!” — que procede obviamente de “goal” en inglés — con un entusiasmo casi delirante. Pero, ¿por qué gritan así? Pues porque el gol es el objetivo que se había propuesto el equipo. Así de claro. Los deportes, en general, fueron inventados en Inglaterra, un país donde llueve todo el día y, como diría alguien, está lleno de gente excéntrica que necesita entretenerse. Para ellos, idear deportes como el cricket, el golf o el fútbol

se convirtió en una forma de matar el aburrimiento. Y aquí estamos, viendo cómo el fútbol, que nació con una idea tan simple, ahora mueve masas. Aunque parezca trivial, este ejemplo nos muestra claramente cómo el fin u objetivo guía la acción. Y esto es aplicable no sólo al deporte, sino a cada decisión y acción en nuestras vidas. ¿Cuál es nuestro objetivo? ¿Qué queremos lograr? Esas son las preguntas clave que debemos hacernos para entender la naturaleza de la acción humana. ¿Por qué de la acción humana es inseparable el fin? Porque no cabe concebir una acción que no tenga un fin. Previamente, el ser humano se ha dado cuenta o ha descubierto que existe un propósito que nos merece la pena, es decir, que valoramos.

Y aquí es donde entra el segundo elemento esencial del concepto de acción humana: el concepto de valor. Fíjense, justo en la primera clase, introducimos este segundo elemento del concepto de la acción humana. Hemos dado entrada al término “valor”, que recoge una idea sobre la que gira y se construye toda la economía desde sus orígenes: el concepto de valor. Miles de mentes brillantes y de economistas han reflexionado sobre qué es el valor. Se han escrito miles y miles de páginas, ríos de tinta, sobre este concepto esencial en torno al cual pivota toda la construcción de la ciencia económica. Y hoy, aquí, lo acabamos de presentar en clase. ¿Por qué? Porque los seres humanos descubren fines que les merecen la pena; es decir, que para ellos tienen valor. O bien, son capaces de crear esos fines. Pero entonces, ¿qué es el valor? Vamos a definir el valor de la siguiente manera... Aunque, aquí surge un pequeño problema desde el punto de vista científico. Haré una pequeña digresión —una mini digresión, por así decirlo— la economía y la psicología son ciencias radicalmente distintas. Y, en términos de las ciencias de la acción humana, que ya explicaremos más adelante, estas se agrupan bajo un campo llamado ciencia praxeológica.

La ciencia praxeológica proviene del término griego *praxis*, que significa acción. El valor es algo que se revela en la propia acción, sin embargo, no debemos caer en un psicologismo, porque la psicología pertenece a otro ámbito, aunque esté muy relacionado —podríamos decir que es primo hermano de la economía en muchos aspectos. Hoy, al presentar y definir el concepto de valor, no tengo más remedio que aproximarme, si se quiere, a la frontera

de la psicología. Voy a definir el valor de la siguiente manera: el valor es la apreciación psíquica, más o menos intensa, que el actor da a su fin. Repito: el valor es la apreciación psíquica, más o menos intensa, que el actor da a su fin.

Querría decirles, además, que estas realidades que estamos desgranando juntos y que nos son tan íntimas y, a la vez, importantes, son el fundamento de toda la economía. Sin embargo, no disponemos en nuestro lenguaje de términos específicos y concretos para describirlas con precisión. Por eso, nos vemos obligados a utilizar términos analógicos para explicarlas. Fíjense, por ejemplo, cuando digo —y todo el mundo suele decir—: “Ah, tiene mucho sentido esta definición. El valor es la apreciación psíquica más o menos intensa.” Es decir, expresiones como *te aprecio mucho* o *yo te aprecio mucho*, *te valoro mucho* (que en realidad, son sinónimos) a primera vista, parece que la definición tiene sentido. El valor, como lo estamos describiendo, es una apreciación psíquica que el actor otorga a un fin, y este concepto es crucial en el marco de la economía subjetiva. Pero fijémonos bien: la palabra “apreciación” proviene del término “precio”, lo que ya nos coloca en una especie de razonamiento circular, porque el precio, como veremos más adelante, no es más que el resultado objetivo de un proceso basado en valoraciones subjetivas.

Sin embargo, no debemos olvidar que, al usar términos como “psíquico” o “apreciación”, nos estamos moviendo en un terreno conceptual que intenta explicar algo intrínsecamente subjetivo y profundamente personal, es decir que procede de la psique. El valor no es algo tangible ni medible en sí mismo; no podemos pesar o medir el valor de un fin, porque este depende única y exclusivamente de la percepción individual del actor. Por ejemplo, yo puedo valorar intensamente un fin que he descubierto o que he hecho mío, y podría tratar de explicar esa apreciación a un amigo o un familiar, pero nunca podrán sentirlo exactamente como yo lo hago, y aunque podamos transmitir entusiasmo o inspiración, lo que la otra persona sentirá será una acción distinta, un proceso completamente nuevo que nace de su propia subjetividad. ¿Podré contagiar mi entusiasmo, esa apreciación, a otra persona? Es posible, pero entonces esa otra persona será, creará o formará parte de otra acción distinta, donde incorporará un fin

más o menos próximo al mío, al que también dará una determinada apreciación. Pero insisto: será otra acción distinta.

La apreciación psíquica significa que es subjetiva, que el actor la otorga al fin, y puede ser más o menos intensa. Estamos en el mundo interior de la psique del ser humano, que es un mundo ordinal. Es un mundo en el que continuamente estamos descubriendo fines que valoramos, y podemos compararlos asignándoles un orden, es un mundo ordinal, pero no podemos medirlos. Por ejemplo, yo aprecio psíquicamente ese fin “mucho más”, “algo más”, “por el estilo”, o “menos” que otros fines. Pero lo que no puedo hacer es medirlo. No puedo decir: “Yo aprecio este fin exactamente 3,14 veces más que otro”, porque el mundo interno de las valoraciones subjetivas no permite mediciones. Sólo permite comparaciones de intensidad, y esas comparaciones son siempre dentro de la propia persona, no entre personas.

Imaginemos este ejemplo: ¿Cómo se llama usted? Cristina. ¿Y usted? Margarita. Muy bien. Supongamos que yo digo: “Quiero a Cristina mucho más que a Margarita”, o “la quiero algo más”, o “la quiero por el estilo”, o “la quiero menos”. Todo esto tiene sentido en términos de apreciación psíquica, más o menos intensa. Pero lo que no puedo decir es: “Quiero a Margarita exactamente 3,14 veces más que a Cristina.” ¡Eso no tiene sentido! ¿Por qué? Porque el mundo interno de la psique no permite mediciones, sólo permite comparaciones de intensidad. Y atención: estas comparaciones son siempre internas, nunca interpersonales. No puedo decir: “Ah, tú también estás cortejando a Margarita. Pues te fastidias, porque yo la quiero el doble que tú.” ¿Cómo voy a saber eso? ¿Cómo te vas a meter en mi mente, o yo en la tuya, para medir cuánto quieres tú a Margarita comparado con lo que la quiero yo? No es posible. No se pueden hacer comparaciones interpersonales de valoración.

Todo esto forma parte de la subjetividad interior de cada persona. Y para captar esta riqueza conceptual, lo he recogido de manera sintética en la definición de valor: apreciación psíquica, subjetiva, más o menos intensa, que el actor da a su fin. Lo he hecho a sabiendas de que estoy adoptando un concepto que exploraremos más adelante, pero creo que queda claro: la apreciación es psíquica, subjetiva, más o menos intensa, y permite comparaciones internas dentro de una persona, pero no mediciones ni comparaciones entre

personas distintas. En definitiva, el valor es la apreciación psíquica que el actor da a su fin, y todos los valores son subjetivos. ¿Qué significa que el valor es subjetivo? Vamos a aclararlo, porque también en lo terminológico esto es importante. Subjetivo significa que lo determina el sujeto implicado en la acción. Sólo el sujeto —el hombre o la mujer— involucrado en la acción concreta puede determinar el valor que tiene el fin que ha descubierto o que considera que le merece la pena. Los valores no son objetivos. Los fines no son objetivos. Sólo los seres humanos, en el contexto de las acciones que decidimos emprender, determinamos qué fines nos merecen la pena. Aquellos que afirman que hay valores objetivos y que, por tanto, está justificado que “papá Estado” nos los imponga, mienten. Es una manipulación diseñada para esclavizarnos y convertirnos en siervos de otros: de idearios, de personas, o de organizaciones que buscan manipularnos. El valor siempre es subjetivo. Sólo lo determina el sujeto, porque es el único que posee la información de primera mano sobre el fin cuando descubre, crea, o se da cuenta de un fin que previamente le había pasado desapercibido, y quien dice: “¡Ah! Esto me merece la pena. Voy a por ello, porque le doy valor.”

Así, el fin y el valor son los dos primeros elementos esenciales del concepto de acción humana. Y en torno a ellos empieza a pivotar toda la construcción del edificio de la ciencia económica. Sin embargo, la acción humana es mucho más compleja que simplemente reconocer algo que valoro. La economía no es una teoría de la decisión. No se limita a mi reflexión interna, como si fuera sólo pensar: “¡Ah, me gusta esta chica! Voy a ver si la cortejo, porque la valoro.” No, la acción humana es mucho más que eso, es acción, y la acción humana es inseparable de su naturaleza “activa”.

Y aquí pasamos al tercer elemento esencial de la acción humana: movilizamos nuestro ser para tratar de alcanzar ese fin y como somos cuerpo y alma —lo he mencionado antes—, necesitamos movilizarnos en el mundo que nos rodea para buscar procedimientos que nos permitan alcanzar ese fin; continuamente estamos buscando, tratamos de encontrar lo que se conocen como *medios*. El medio es el tercer elemento esencial del concepto de acción humana. En inglés se dice *means*, curiosamente siempre en plural, aunque se refiera a uno solo. Pero ¿qué es un medio? Un medio es todo aquello

que el actor cree que le permitirá alcanzar su tan ansiado fin. Es el puente que conecta nuestra situación actual con el objetivo que valoramos. Como es lógico, los medios no son entes objetivamente discernibles desde fuera, sino que únicamente el ser humano que actúa es capaz de crearlos y reconocerlos como tales. Es decir, así como el fin y el valor son inseparablemente subjetivos, porque los determina el sujeto que actúa, el medio también es subjetivo. Algo se convierte en medio, y más adelante veremos que lo llamaremos medio económico o bien económico, en el momento en que un actor piensa, se da cuenta o cree —aunque esté equivocado y desde fuera pudiéramos reírnos de su error— que algo le va a servir para alcanzar un fin de importancia para él. Si un actor, subjetivamente, cree que algo es un medio, entonces eso se convierte en un medio dentro de la economía y entra, por así decirlo, en la rueda de todas las leyes económicas. Por el contrario, si el actor no cree subjetivamente que algo le servirá para lograr un fin, entonces no se convierte en un medio y queda fuera del ámbito de las leyes económicas, independientemente de lo que desde la perspectiva de las ciencias naturales se pudiera pensar al respecto.

Les voy a poner un ejemplo. Supongamos que el Papa Francisco acaba de hacer un viaje pastoral a Nueva Guinea, donde todavía hay tribus en la selva, perdidas en el tiempo. Imaginemos una tribu de exantropófagos, caníbales —espero que ya no se sigan matando ni comiendo entre ellos pues la evolución de la humanidad prácticamente ha eliminado estas prácticas, aunque en determinadas zonas del mundo aún quedan pueblos bastante rezagados—. Ahora imaginemos que el hijo del jefe de la tribu se está muriendo con unas anginas, como las que tuve yo la semana pasada, y el jefe de la tribu está desolado, viendo a su hijo con 39 o 40 grados de fiebre, postrado en cama y prácticamente en sus últimas. Si el jefe piensa que lo mejor que puede hacer para curar a su hijo es llamar al brujo de la tribu para que realice unos cantos y exorcismos alrededor del enfermo, en ese momento esos cantos y exorcismos se han convertido en un medio desde la perspectiva de la ciencia económica. ¿Por qué? Porque él, subjetivamente, cree que eso le permitirá lograr su tan ansiado fin: salvar a su hijo. Es completamente irrelevante, queridos alumnos, que desde nuestra arrogancia y superioridad occidental nos riamos y digamos: “¡Este tipo

es un idiota! Lo que debería hacer es buscar al médico de la misión de las monjitas que está a 10 kilómetros y que le dé un antibiótico.” No, queridos alumnos. En el mundo de la economía, lo que manda son los seres humanos que actúan. Y es el ser humano quien determina, de manera subjetiva, su fin, el valor que otorga a ese fin y el medio que cree adecuado para alcanzarlo.

¿Cuánto se gastan los seres humanos, las mujeres y, cada vez más, los hombres —especialmente si son italianos— en cosméticos? Miles de millones. Y ahí están, aplicándose cremas sin parar. Algunos podrían decir, incluso con cierta sorna: “Oiga, si hacemos un estudio científico, eso no sirve para nada.” Pero me da lo mismo. Basta con que un ser humano, un hombre o una mujer, piense que comprando ese producto y aplicándose lo estará mejor, para que eso, *ipso facto*, se convierta en un medio. Y, al convertirse en medio, entra inmediatamente en los procesos y leyes que estudia la ciencia económica. ¿Por qué? Porque los medios no son algo objetivo, sino que se determinan subjetivamente por el sujeto actor en el contexto de cada acción. Está claro: fines, valor y medios son eminentemente, inseparable, y ontológicamente subjetivos, no objetivos.

Ahora damos entrada al cuarto concepto, al cuarto elemento del concepto de acción humana, que también tiene un largo recorrido en la ciencia económica: el concepto de *utilidad*. El valor, como dijimos, es la apreciación psíquica que damos a un fin. Es el deseo, la motivación que sentimos al proyectarnos hacia ese tan ansiado objetivo: “Estoy como una moto por conquistar a esta chica.” Ese valor que asignamos al fin se proyecta en los medios, que son aquello que pensamos que nos permitirá alcanzarlo, y esta proyección es lo que llamamos utilidad. Así como el valor está vinculado al fin, la utilidad está vinculada al medio. A los medios los apreciamos en términos de utilidad, pero no porque sean fines en sí mismos, sino porque son instrumentos que nos permiten alcanzar el fin. Si yo valoro mucho un fin y encuentro o descubro un medio que creo que me ayudará a alcanzar ese fin tan valorado, le otorgaré mucha utilidad a ese medio. En alemán se dice “nutzen”, y en inglés, “utility”.

Resulta que toda la ciencia económica, al igual que en el caso del valor, ha dedicado miles y miles de páginas y ríos de tinta al concepto de utilidad. Vamos a hablar juntos sobre utilidad, utilidad

marginal, cómo se determina el valor de los bienes económicos, y mucho más a lo largo de este curso. Valor y utilidad son, por así decirlo, las dos caras de la misma moneda: una hace referencia al fin, y la otra, a la proyección sobre el medio. Por ejemplo, imagínense que voy dando un paseo por el Monte del Pardo y, de repente, me encuentro con un problema: se me ha salido la rueda de la bicicleta y no voy a poder volver a casa. Estoy preocupado, sin herramientas, pensando: “¿Qué voy a hacer?” De pronto, mientras voy caminando por el camino de arena, casi me caigo y me pregunto: “¿Qué es esto?” Al mirar, veo una llave inglesa medio oxidada. Entonces, en ese momento, yo, como actor, digo: “Mi fin es volver a casa, algo esencial. Pero para eso necesito arreglar la rueda. Necesito un medio.” Y de pronto, ese objeto que nadie valoraba, que estaba oxidado y al que la gente incluso golpeaba, digo: “¡Anda! Esto me sirve.” Lo recojo, y resulta que me encaja perfectamente; puedo arreglar la rueda. He descubierto un medio, subjetivamente, en el contexto de mi acción, y le otorgo mucha utilidad, me lo llevo. Alguien podría decirme: “Oye, ¿por qué recoges esa herramienta oxidada del suelo?” Y mi respuesta sería: “Porque, en este contexto, me soluciona la vida.” Proyecto el valor sobre ese medio que yo, subjetivamente, he descubierto, a través del concepto de utilidad. Por tanto, los cuatro elementos —fin, valor, medio y utilidad— son subjetivos.

Voy a ponerles otro ejemplo que se ha hecho famosísimo. Es algo que, además, está grabado. Pero hoy, 24 de septiembre, les ha tocado a ustedes escucharlo aquí en clase. Miren esto: en términos tecnológicos o físicos, esto es simplemente un trozo de papel, es un trozo de celulosa con una tintada, casi no cuesta nada fabricarlo. Si lo comparan ustedes con lo que verdaderamente fue dinero, con una moneda de oro, por ejemplo, no tiene comparación. Una moneda de oro —2.700 dólares la onza esta mañana— eso sí tiene valor. ¿Y esto? ¿Qué es esto? Esto es una porquería. Este papel, ¿para qué sirve? Pues, literalmente, para nada. Podría decir: “Para limpiarme con él, quizá.” Esto no tiene valor intrínseco, esto no es nada. Y sin embargo, miren esto: mi billete de 10 euros. ¡Miren, miren! ¡Hala! Miren lo que hago con él. ¡Y lo rompo delante de ustedes y lo tiro!

¿Qué acaba de pasar en clase? Esto, más que un experimento —porque no me gustan los experimentos, y menos en el ámbito de

las ciencias sociales—, es una ilustración de lo que acabo de decir. La clase se ha revolucionado, especialmente los más jóvenes. En el momento en que he sacado el billete de 10 euros y he empezado a romperlo, algunos han soltado una sonrisa nerviosa; otros han puesto cara de preocupación; a algunos, incluso, se les ha volcado el corazón. ¿Por qué ha sucedido esto? La respuesta es muy sencilla: porque, el que más o el que menos, vamos ajustados de dinero. Cada uno, en su contexto vital, ha pensado: “¿Pero qué está haciendo el profesor Huerta de Soto?” Para ustedes, esos 10 euros representaban algo importante. Tal vez pensaron: “Tengo hambre y con eso me compraría un bocadillo.” O: “Podría invitar a Cristina a una discoteca, y a lo mejor la conquistaba.” O incluso: “Con eso puedo volver a casa, pagar el metro o devolver lo que me han prestado.” Cada uno, en su constelación de acciones y en su vida particular, ha proyectado el valor de determinados fines concretos sobre este medio. Y entonces, cuando he destruido el billete, han sentido un impacto. Se han dado cuenta de que algo que para ustedes tenía importancia ha sido destruido impunemente. ¿Cómo puede ser que un simple trozo de celulosa haya causado este vuelco en el corazón de toda la clase? La respuesta es sencilla: porque cada uno ha proyectado subjetivamente el valor de sus fines sobre este medio. Cada uno ha pensado: “Esto es un medio con utilidad porque me permitiría alcanzar fines que valoro profundamente.” ¡Y el profesor lo ha destruido! ¿No es esta la prueba definitiva de los conceptos de medio y utilidad? Un medio sobre el que proyectamos utilidad en función del valor que creemos que podemos alcanzar con él, relacionado con un fin importante para nosotros.

Pero déjenme decirles algo más: cuando me preparé esta clase el sábado por la noche, justo antes del partido, ya tenía claro que esto iba a ser el mejor ejemplo para ilustrar la conexión entre fines, medios, valor y utilidad. Yo tengo un fin: mi fin es explicarles hoy, de manera clarísima, los conceptos subjetivos de fin, medio, valor y utilidad. Para lograr esto, necesito encontrar un medio. ¿Qué medio utilizo? Preparo mis clases, tomo mi medicación para las cuerdas vocales y pienso: “Hay un medio maravilloso que llevo usando hace 40 años.” Decido sacar un billete de 10 euros y destruirlo delante de los alumnos, provocando un vuelco en sus corazones. Así, logran entender perfectamente cómo un trozo de papel,

que en principio sólo serviría —como mucho— para limpiarse quién sabe qué, puede generar inquietud. ¿Por qué ocurre esto? Porque cada uno de ustedes ha proyectado subjetivamente que ese billete podría ser un medio con utilidad para alcanzar un fin: desde satisfacer el hambre comprándose un bocata, hasta resolver cualquier otra necesidad urgente. Ustedes podrían pensar: “Pues qué prosaico, no era necesario que el profesor hiciera esto y destruyera el billete.” Esa es su opinión, pero no la mía. Les aseguro que todos los que han asistido hoy a esta clase y han presenciado este acto jamás olvidarán el concepto de utilidad. Y, sobre todo, que la utilidad del medio es siempre subjetiva.

Por cierto, mientras vena a clase, recordé una anécdota muy graciosa. Hace años me invitaron a dar una serie de conferencias en Polonia. Fue agotador. Por la mañana tenía que dar una conferencia en una universidad, luego en otra, después en la Bolsa de Valores... Recuerdo que, al segundo día, el embajador de España en Varsovia me vio tan demacrado que me dijo: “Oiga, ¿le pasa algo?” Y le respondí: “Sí, me voy a desmayar. Estos no me dejan ni respirar.” Terminábamos a las 12 de la noche en el Club Liberal, en el centro de Varsovia. Yo no podía más. El embajador, al verme en ese estado, me subió a su Mercedes, me llevó al hotel, me pidió una sopa de tomate y esa sopa me salvó la vida, porque si no, creo que me hubiera muerto. Desde entonces, ya no acepto viajes tan intensos. Ahora que Javier Milei me ha invitado a Argentina, ya he dicho que voy a planificar el programa de manera muy selectiva. Daré dos conferencias y me llevaré a mi “Estado Mayor”, compuesto por cuatro profesores, para que ellos vayan a la radio y los medios de televisión. Eso sí, no pienso dejar que me agoten, que quede claro. Bueno, esto era simplemente un pequeño exabrupto. Volviendo al tema, les cuento una anécdota de una de las conferencias que di en una universidad pública de Varsovia. Era un auditorio enorme, lleno con unas 700 personas, y estaba presente todo el claustro de profesores, además de algunos ministros del gobierno. Yo estaba explicando exactamente lo mismo que les explico hoy. Entonces, hice el show del billete de 10 euros, porque ya estábamos en la era del euro. En ese momento, uno de los miembros más importantes del claustro, que además había sido ministro, se levantó y me dijo: “Eso está muy bien, profesor Huerta de Soto, muy bien, pero

apuesto a que no lo haría usted con un billete de 500 euros.” Yo, sin inmutarme, le respondí: “¿Ah, que no?” Saqué mi cartera en ese mismo momento, tomé mi famoso “Bin Laden” —el billete de 500 euros, que llamamos así porque todos saben que existe pero pocos lo han visto—, lo levanté y dije: “Pues ahora lo hago.” No tienen idea de lo que se organizó. Fue un auténtico caos. Para empezar, hay que entender el contexto: esto ocurrió hace unos diez años, antes de la pandemia, y 500 euros en Polonia en términos de poder adquisitivo eran como 5.000 euros aquí, en términos de poder adquisitivo. Lo que hice fue un farol, como en el póker. Hice el gesto de romperlo, pero, claro, no lo rompí. Sin embargo, como acababa de romper un billete de 10 euros, todos pensaron que lo iba a hacer. En ese instante, casi tuvieron que llamar a la fuerza pública. Se levantaron las 700 personas del auditorio, se arrojaron sobre mí, incluidos los del claustro, y todo terminó siendo un motivo de comentario y jolgorio. Les cuento esto porque todavía llevo uno de estos billetes de 500 euros conmigo. ¿Alguien aquí ha visto alguna vez un “Bin Laden”? ¿No? Pues aquí está, un billete de 500 euros. Díganselo a sus padres o a quien quieran, porque seguramente no lo han visto nunca. Este billete es famoso, sobre todo en el mercado negro, donde siempre trabajaban con fajos de 500 euros. Bueno, ahora pasaremos el billete de 500 euros para que lo vean y lo toquen uno a uno, igual que la moneda de oro que siempre llevo conmigo.

Hay un concepto adicional en el marco de la acción humana, un quinto elemento esencial sin el cual no se puede concebir la economía, la acción humana, ni la ciencia económica: el concepto de *escasez*. Queridos alumnos, los medios, por definición, son escasos. Pero ¿qué significa exactamente la escasez? La escasez significa que el actor considera que los medios a su disposición no son suficientes para lograr todos los fines que valora. Y este concepto, que parece tan básico, es algo realmente maravilloso que debemos comprender desde hoy mismo: la escasez tampoco es algo objetivo. La escasez, al igual que los fines, el valor, los medios y la utilidad, es una realidad íntima, psíquica y subjetiva. Lo que convierte a algo en medio es que pensamos que nos servirá para alcanzar un fin, le damos utilidad si ese fin tiene valor. Pero además, debemos considerar que el medio es escaso. Si no lo consideramos escaso, entonces no lo percibimos como un medio útil, no entra en nuestros procesos de acción,

ni en los procesos de cooperación voluntaria, ni en la “rueda” de los procesos económicos.

Les voy a poner un ejemplo para ilustrar este punto. Todos los aquí presentes estamos implicados en una acción. ¿Cuál es el fin? Asistir a esta clase de economía del martes 24 de septiembre, siendo además la primera clase lectiva del curso. Le damos valor a esta acción porque queremos aprobar el grado o el máster, queremos aprender, quizá pensamos que el profesor es simpático, hemos hecho las lecturas, queremos culminar el curso, graduarnos y, en última instancia, ganarnos y mejorar nuestra vida. Para lograr este fin, buscamos medios. ¿Cuáles son esos medios? Primero, nuestro tiempo. Hoy podríamos estar en otro sitio, pero decidimos estar aquí. Segundo, todos estamos vestidos, no veo a nadie desnudo, lo cual también requiere medios. Tercero, tenemos herramientas: ordenadores, papel, lápices. Cuarto, estamos en un edificio, con pupitres y mobiliario que facilitan la clase. Pero ahora les pregunto algo: ¿alguien se ha planteado la necesidad del oxígeno para respirar y sobrevivir durante la clase? Que yo sepa, nadie. ¿Por qué? Porque desde la perspectiva de esta acción, ninguno de nosotros subjetivamente piensa que el aire es insuficiente para asistir a la clase sin morir por asfixia. Entonces, hay “medios”, entre comillas, que no lo son. Si no son percibidos como escasos o insuficientes para lograr todos nuestros fines, ni siquiera los tenemos en cuenta a la hora de actuar. Por tanto, el concepto de medio es inseparable del concepto de escasez. El concepto de escasez lo determina subjetivamente el actor en cada contexto. La escasez significa que el actor considera que los medios a su disposición no son suficientes para lograr todos los fines que pretende alcanzar. Sin embargo, también existen “medios” que, entre comillas, no son tales porque no se consideran escasos; es decir, no son insuficientes para lograr los fines en el contexto de nuestra acción entonces no hay escasez, y cuando no hay escasez no hay acción humana. En ausencia de escasez, no nos planteamos nada de forma creativa, no nos preocupamos por economizar, no definimos derechos de propiedad, ni consideramos intercambios. Nada de esto, que veremos a lo largo del curso, tiene lugar cuando no hay escasez.

A esos “medios” que no son escasos, en economía tradicionalmente los llaman bienes libres. Personalmente, no me gusta mucho

este término. En contraste, los bienes económicos son los verdaderos medios, aquellos que son escasos. Murray N. Rothbard los llama condiciones dadas del bienestar humano. Existen múltiples condiciones dadas del bienestar humano que no son escasas y, por lo tanto, no se tienen en cuenta para nada a la hora de actuar. Por ejemplo, nadie actúa en relación con el aire que estamos respirando en este momento, porque no lo percibimos como escaso. Sin embargo, la categoría de “bien libre” o “condición dada del bienestar humano” no es una categoría estática. ¿Qué significa esto de estático y dinámico? Ambos términos proceden del griego. “Estático” se refería a algo quieto o parado, algo que podía ser pesado y medido. Era un concepto utilizado incluso teológicamente en la antigua Grecia. Por otro lado, “dinámico” significaba fuerza, potencia, algo en movimiento. Por lo tanto, los “bienes libres” o “no escasos” no son una categoría estática. Digo “medios” entre comillas porque, como ya hemos dicho, los verdaderos medios por definición deben ser escasos. Por ejemplo, ahora mismo ninguno de nosotros se plantea ningún problema ni acción en relación con el aire que respiramos en el contexto de esta clase. Pero, ¿y si cambia el contexto? Imaginen que mi madre, que es una magnífica cocinera, ha preparado una fabada espectacular. ¡“Con fabes y sidrina, ¡nun fai falta gasolina”! Me la he comido al mediodía, y todos sabemos que la digestión de los judiones puede ser... más o menos pesada. ¿Y si resulta que, como consecuencia de la digestión, alguno de nosotros aquí sentados produce un gas maloliente que se extiende paulatinamente entre los compañeros? ¿Qué ocurre en ese momento? El bien libre, del que nadie se había preocupado antes, pasa a ser un problema. En cuanto olemos la peste, empezamos a actuar. Uno dice: “Oye, macho, qué guarro.” Otro se levanta y se cambia de asiento. Otro se queja. Es decir, la categoría de bien libre no es estática, puede cambiar. Pueden ocurrir hechos o fenómenos que transformen algo que antes era libre en algo que pasa a ser o considerarse, subjetivamente, escaso. Y claro, empezamos a actuar: me levanto, el otro se queja, el otro lo afea, etc. Esto lo abordaremos con más detalle más adelante en el curso.

Pero aquí surge una paradoja interesante: cuando un bien es libre, no actuamos sobre él, y por tanto, el ser humano no vuelca su capacidad creativa ni su acción para solventar nada relacionado

con él. Sin embargo, cuando los bienes se vuelven escasos, movilizamos nuestro ser activo y empresarial para solucionar esa escasez. Paradójicamente, es en ese momento cuando surge el “cuerno de la abundancia” y la prosperidad.

Veamos esto con un ejemplo histórico. En la Cantabria de las cuevas de Altamira, hace 40,000 años, casi todos los bienes eran libres. Había muy poca población, unos pocos miles de personas, organizados en tribus. Los bisontes eran libres, el agua era un bien libre, la tierra también. Sin embargo, vivían en condiciones de absoluta pobreza y subsistencia, refugiados en cuevas, con una esperanza de vida de apenas 20 o 30 años. Todo era superabundante, pero eran pobres. Hoy en día, si observan Cantabria, o simplemente la buscan en Google Maps, verán que toda su superficie está parcelada. Todo es propiedad privada: granjas, terrenos, viviendas. En lugar de unos pocos de miles de personas, ahora hay dos millones y medio, y, además, con una prosperidad “infinitamente” superior. ¿Por qué? Porque en cuanto el medio empieza a considerarse escaso, el ser humano se ve obligado a volcar su creatividad empresarial para superar esa situación de escasez. En ese momento, se pone en funcionamiento la inmensa capacidad creativa del ser humano, y esto termina generando el “cuerno de la prosperidad y la abundancia”.

La historia de la civilización es, por tanto, una historia en la que un número creciente de bienes libres han pasado a ser escasos, y esta transformación ha culminado en los avances y la prosperidad que conocemos hoy. Tomemos como ejemplo los océanos. Tres cuartas partes de la superficie terrestre están cubiertas por océanos, prácticamente deshabitados. Pensemos también en regiones como el Polo Norte, la Antártida, o vastas extensiones del planeta como el Sahara, sin embargo, la población tiende a concentrarse en áreas donde los recursos comienzan a ser escasos, y es precisamente ahí donde surgen las civilizaciones y las ciudades. Ahora bien, somos apenas 8.000 millones de seres humanos. ¿Sabían ustedes que toda la población del mundo podría caber en la mitad de la extensión de Argentina si tuviera la densidad de población de Bruselas? En realidad, el mundo está prácticamente vacío. Con un entorno de libertad, capitalismo y respeto por el derecho de propiedad, podríamos ser 80.000 millones, 800.000 millones, o incluso

más, y vivir en un mundo mucho más próspero, con niveles de abundancia que ni siquiera hoy podemos imaginar. Pero para lograr esto, sería imprescindible que el proceso evolutivo no encontrara obstáculos, que no se pusieran trabas a la creatividad empresarial. Sin embargo, ¿cómo reaccionan hoy en día los Estados y los grandes organismos internacionales, como la ONU? En lugar de permitir que el ser humano actúe creativamente, economice y asigne derechos de propiedad, como lo ha hecho durante miles de años, estos organismos intervienen. Por ejemplo, cuando los océanos, las plataformas continentales, o los recursos que contienen comienzan a ser escasos —petróleo, minerales, ballenas, bancos de peces—, o cuando empieza a escasear el espacio, incluso en lugares como la Luna, aparece “papá Estado” y dice: “Un momento, aquí nadie actúa libremente. Vamos a declarar esto bien público y a asignarlo según lo decidan la ONU o la UNCTAD.” Esto, queridos alumnos, no es más que bloquear el avance de la civilización. La única solución cuando un bien comienza a ser escaso, por la razón que sea, es abrirlo a la acción humana creativa. Esto requiere respetar las leyes de la economía, los derechos de propiedad, y permitir la innovación. Lo contrario, es decir, declarar los recursos bienes públicos sujetos a la intervención centralizada, es frenar el progreso de la Humanidad.

Por tanto, tomen nota: al comenzar la próxima clase, discutiremos todas las preguntas relacionadas con esto. Recuerden que los medios, por definición, han de ser escasos. Y esto no tiene nada que ver con lo que se observe en el mundo exterior. Puede ocurrir que, desde un punto de vista físico o ingenieril, algo parezca abundante pero, desde la perspectiva económica, sea extremadamente escaso. O viceversa: algo que parece muy escaso podría, en realidad, ser un bien libre.

Por ejemplo, imaginen que tengo un saquito de granos de arena de una playa de Japón. Solamente un pequeño saquito. Es probable que nadie piense que eso pueda ser útil para algún fin, y a todos los efectos, se consideraría un bien libre, no un bien económico. Esto me recuerda un ejemplo curioso de la España de Franco. En aquella época, era común ver en las parroquias pequeñas “botellitas de agua del río Jordán”, que se utilizaban para bautizar a los niños. Supongamos que yo ahora viajo a Israel, me llevo un bidón

de cinco litros de agua del Jordán y lo traigo de vuelta. Aparte de que probablemente me miren raro en el aeropuerto, nadie valoraría esa agua; seguiría siendo, a todos los efectos, un bien libre. Pero, ¿y si se me ocurre una idea empresarial? Decido embotellar esa agua y presentarla de una manera especial: “¿Le haría ilusión bautizar a su hijo con agua del río Jordán?” Le añado una historia, un contexto, y la vendo por 10 euros la botella. De repente, algo que antes no tenía valor subjetivo empieza a ser percibido como escaso y valioso. Se convierte en un bien económico. Esta ilustración nos muestra cómo algo puede pasar de ser un bien libre a un bien económico, dependiendo únicamente de la percepción subjetiva de las personas.

Otro ejemplo. El otro día regresaba de Baleares y mi avión estaba aterrizando por la pista tres de Iberia del Aeropuerto de Barajas. Desde la aproximación, observé unos inmensos depósitos redondos. Pregunté: “¿Qué es eso?” Me respondieron que eran depósitos de combustible. Había decenas, enormes, algunos del tamaño de un edificio. Desde el punto de vista físico, parecía una abundancia tremenda, toneladas y toneladas de combustible. Sin embargo, a pesar de esa abundancia aparente, el combustible sigue siendo percibido como escaso en relación con nuestras necesidades. Por eso está bien guardado, protegido, y considerado un bien económico. Por tanto, el concepto de escasez no debe obnubilarlos ni hacerlos confundir por lo que parece observable desde el mundo externo o lo que puedan decirnos la tecnología o la ingeniería. En el ámbito de la economía, de las ciencias de la acción humana y de la ciencia social, la escasez siempre se determina en términos subjetivos. Un bien es escaso si, y sólo si, el actor lo considera escaso. Si no se percibe como escaso, el actor ni siquiera se molesta en actuar sobre él.

Por eso existen definiciones burdas y completamente erróneas sobre economía. Por ejemplo, en una nota a pie de la página 44 de mi tratado, menciono una que dice que “la economía es aquella ciencia que estudia la acción humana afectada por la escasez”. ¡Pero qué idiotéz! Sí, por definición, sólo se actúa en entornos donde se percibe que los medios son escasos. Nadie actúa ni se plantea fines y medios en relación con el aire que respiramos, salvo, claro, que nuestra madre nos haya preparado una fabada. Es

un pleonasma absurdo decir “acción humana afectada por la escasez” si es que la acción humana presupone, en todas sus formas, que existe escasez; porque si no, no se actúa.

Y como quiero comenzar la clase de mañana hablando del tiempo —*kairós, chronos*— (¡lo vamos a pasar fenomenal mañana!) vamos a terminar hoy con dos elementos finales del concepto de acción humana. Ya hemos hablado de fin, valor, medio, utilidad y escasez. Ahora pasemos al sexto y séptimo elementos. Bien, el ser humano, una vez que descubre un fin que le merece la pena y encuentra medios a los que da utilidad para alcanzarlo, y que, por definición, son escasos, lo que hace es elaborar, de manera implícita o explícita, un *plan de acción*. Porque, atención, la economía no es una ciencia sobre la decisión. ¿Qué significa esto de “ciencia sobre la decisión”? Cada vez que escucho esta expresión, me pongo literalmente enfermo. Como si pudiéramos meter datos en un ordenador y este, mágicamente, nos escupiera la decisión correcta. ¡No! La economía es sobre acciones. Hay que moverse, y moverse exige un plan de acción. ¿Y qué es un plan de acción? Lo defino, de nuevo, en una nota a pie de la página 44: “Es la proyección mental prospectiva que hace el actor sobre las diferentes etapas por las que debe pasar antes de alcanzar su tan ansiado fin.” Es decir, es la representación mental, de tipo prospectivo, que el actor elabora sobre las etapas, elementos y posibles circunstancias relacionadas con su acción.

El plan, por tanto, también es eminentemente personal. Y cuidado con esto del plan. La inmensa mayoría de las acciones en las que estamos implicados son tan habituales que nuestro plan es tácito, implícito; ya lo sabemos y no lo elaboramos conscientemente. Pero no por eso deja de existir. Alguien podría decir: “Hoy en la clase con el profesor Huerta de Soto hemos hablado de que toda acción humana presupone un plan. Entonces, mañana me levanto, y antes de hacer nada, papel y lápiz en mano, escribo mi plan del día: punto número uno, me levanto de la cama; punto número dos, voy al cuarto de baño; punto número tres, voy a la nevera; punto número cuatro, me preparo el desayuno. ¡Este tipo está loco!” No, no es eso. El hecho de que realices estas acciones automáticamente, porque forman parte de tu rutina habitual, no significa que no tengas un plan. En estos casos, el plan está tan

internalizado que no necesitas formalizarlo por escrito. Sin embargo, en acciones más complejas sí nos sentamos a elaborar un plan explícito. Por ejemplo, supongamos que decides irte de vacaciones con unos amigos. ¿Qué hacemos? Definimos los días que tenemos disponibles, calculamos el presupuesto, elegimos las fechas de salida, reservamos alojamientos rurales. Todo esto implica la creación de un plan más detallado y formalizado. El grado de especificidad o formalismo del plan dependerá de la naturaleza de la acción. Pero toda acción humana presupone, de una forma u otra, un plan.

Déjenme compartirles un ejemplo personal. Cuando era soltero, llevaba un "fichero de chicas". Conocía a una chica, me gustaba, y apuntaba: "Se llama tal, le gusta esto, pasó aquello." Si me daba calabazas, también lo anotaba. Llegaba el fin de semana y decía: "¿A quién llamo?" Abría el fichero, revisaba las fichas, y hacía una lista. Llamaba a cuatro, una tras otra: calabazas, calabazas, ¡esta me ha dicho que sí!. Salíamos, y si no iba bien, lo registraba en mi fichero. Mis hermanos se reían de mí y decían: "Estás loco, Tito." Pero yo lo veía como un sistema planificado. Admito que quizás me pasaba un poco, pero todo esto demuestra que planificamos nuestras acciones, incluso las más triviales. Por supuesto, la mayoría de nuestras acciones diarias son tan prosaicas que no requieren un plan tan detallado. Sin embargo, la planificación está siempre presente, aunque no lo notemos.

Iba a contarles algo más polémico sobre Keynes, pero quizás sea demasiado para la primera clase. Bueno, lo diré: Keynes también era alguien que apuntaba todo, incluso los encuentros homosexuales casuales que tenía en parques, metros, o baños públicos; muchas veces con jovencitos. Esto está documentado en sus biografías gracias a los listos que nos dejó. No llegaremos normalmente a esos extremos, claro está, pero sirve para ilustrar que la planificación, aunque pueda ser más o menos explícita, dependiendo de la acción, siempre existe. Toda acción siempre presupone un plan, más o menos explicitado.

Ahora bien, el tema relevante no es sólo que toda acción requiera un plan, sino quién debe ser el responsable de ese plan. Piensen en esto, porque es crucial para la clase de hoy y para que se vayan con un buen sabor de boca. ¿Quién creen ustedes que debe elaborar el

plan de una acción? ¿Cada uno de ustedes, como actores implicados, o un tercero? ¿Debe planificarlo el propio actor, que conoce su fin, los medios a su alcance, la utilidad que otorga a esos medios, las circunstancias específicas de su acción? ¿O debe planificarlo “papá Estado”, delegando esta tarea a unos supuestos expertos que nos impongan desde arriba la planificación de nuestras vidas? Reflexionen: ¿Quién planifica con más éxito, no sólo desde el punto de vista moral —es decir, lo que es correcto—, sino también desde el punto de vista práctico? La respuesta es clara: el actor mismo. Solo él sabe lo necesario para planificar su propia acción. Es imposible planificar correctamente la acción de otros seres humanos. Este es el tema clave. Esta pregunta ya queda planteada desde hoy. Más adelante, veremos cómo se relaciona con la teoría de la imposibilidad del estatismo y del socialismo pero, por ahora, sigamos avanzando.

Por último, y con esto termino la clase de hoy, recapitulamos los elementos del concepto de acción humana: fin, valor, medio, utilidad, escasez, plan de acción. Y ahora introducimos el séptimo elemento: *el acto personal de voluntad*. ¿Qué significa esto? Significa que, aunque estamos diseccionando la acción humana en sus diferentes elementos, en la vida real todo está unido, integrado. La economía no es una ciencia de la decisión, como algunos la presentan. No es una teoría abstracta que se limita a construir árboles de decisión, asignar pesos, probabilidades, y alimentar un ordenador para que arroje la “decisión óptima”. No, señores. La economía es una ciencia de la acción. Actuar significa movilizar toda nuestra persona, todo nuestro ser, todo nuestro yo, en pos de un fin. Y esto exige un acto de voluntad. Construir la economía al margen del ser humano, como una simple teoría de la decisión, es un absurdo. Lo que estamos estudiando son acciones humanas, y cada acción exige actos concretos de voluntad.

Muchas gracias, queridos alumnos. Mañana a la misma hora continuamos.