

CRÉDITO, BÚSQUEDA E INNOVACIÓN DE PRODUCTO

JOSÉ ANTONIO GARCÍA-DURÁN DE LARA*

Resumen: El problema planteado por Hayek de que los precios no sigan a los costes cuando hay innovaciones de proceso y autoridad monetaria que estabiliza de los precios, de modo que se plantean distorsiones en la asignación intertemporal y una inflación larvada no aparente, puede quedar resuelto si en vez de considerar innovaciones de proceso se centra la atención en las innovaciones de producto.

Palabras clave: Innovación, residuo de Solow, publicidad.

Abstract: The question raised by Hayek about the distortions caused by prices which do not follow the costs after a process of innovation, may be solved if one focuses on product innovation.

Key words: Innovation, Solow residual, advertising.

JEL Classification: O3O, D24, M37.

* Catedrático de Teoría Económica. Universidad de Barcelona. Muntaner, 271. 08021 Barcelona. 93 200 51 58. Correo: josgadu@yahoo.es

Mis primeros años de vida profesional fueron años keynesianos (1960-1975). Después viví los años hayekianos (1975-1990). ¿Dónde estamos ahora? Antes de intentar una respuesta conviene ganar algo de perspectiva. Ése es el objetivo de este escrito. Se comentan algunos detalles, olvidados quizás, de los debates que siguieron a la Gran Depresión.

I. HAYEK Y LA INNOVACIÓN DE PROCESO

En 1927 Hayek presenta sus tesis acerca de que el medio de pago (tanto el oro como un dinero administrado, aunque éste más) interfiere en las elecciones intertemporales de asignación.

El problema real que plantea era de actualidad: 1) El progreso técnico amplía la producción agrícola y bajan los precios de los productos del campo. 2) El oro es más valioso y se incrementa su producción. 3) Hay entradas de oro e incrementa la cantidad de dinero del mundo. 4) Suben las rentas monetarias y reales; pero no se trata de un cambio permanente de la posición de mercado de los favorecidos, porque todas las demás rentas monetarias subirán a un cierto ritmo. 5) La subida de precios hace que ya no se produzca más oro, con lo que la demanda adicional deja de actuar. 6) Parte de la producción estimulada no podrá venderse a precios que cubran los costes, habrá pérdidas. 7) Todos los sectores productivos tendrán que retornar a los niveles de rentas reales de antes: la expansión se revela injustificada. 8) Las existencias de dinero han aumentado de una forma que no tiene utilidad alguna. 9) Los ciudadanos se ven forzados a aceptar como pago final algo que no desean.

Si en vez de tratarse de un sistema de dinero mercancía como el patrón oro se trata de un sistema de dinero administrado, la situación puede ser peor porque el regulador automático que ha aparecido en 5), puede no existir, con lo que el estímulo a la producción es mayor, de modo que las pérdidas serán mayores. Habrá inflación de beneficios, oculta tras la estabilidad de precios, porque éstos no reflejan la disminución de los costes consecuencia del progreso técnico.

II. LA CONFERENCIA DE KEYNES EN CHICAGO

Cuando Keynes, en Chicago, en 1931, intenta convencer a las personas del Medio Oeste de Estados Unidos, acerca de la conveniencia de una política monetaria expansiva (como la que hubiera practicado Strong sin dudas tras la caída de Wall Street), tiene muy presente la visión de Hayek. En su consideración de los años veinte insiste en dos ideas: a) Ha habido durante ese decenio un equilibrio perfecto entre la expansión de los distintos sectores; no se trata de que unos se hayan adelantado a otros. b) No ha habido inflación de beneficios por encima de los costes normales de producción; sino que el ahorro ha sido el financiador de las inversiones enormes realizadas. Si esto es así, cuando se pide una política monetaria expansiva constante por parte de las autoridades monetarias, como respuesta a la caída de la inversión y de la bolsa, no se está incurriendo en un estímulo artificial. La caída de la inversión, por la madurez de los sectores expansivos, ha hecho que el ahorro sea mayor que la inversión y que se remansen fondos líquidos (preferencia por la liquidez, incremento de la demanda de dinero), y la solución a estos problemas ya la había formulado Bagehot: si hay más demanda de dinero, que no falte.

El frenazo a la cantidad de dinero, la liquidación, no vuelve a cada uno a sus posiciones anteriores (precios industriales que habían subido mucho que se equiparan a los agrícolas), sino que la reducción es de todos los precios, lo que eleva el valor real de las deudas y todos resultan perjudicados.

III. ALVIN HANSEN Y LA PRESIDENTAL ADDRESS DE 1938 EN DETROIT

Cuando Hansen (todos los alumnos del profesor Lasuén en Barcelona nos introducimos en la macroeconomía a través de su *Guía de Keynes*) hace balance ante la profesión de los economistas sobre la Gran Depresión, señala que se ha entrado en una nueva era.

Los tres motores del crecimiento son los inventos, el descubrimiento de nuevos territorios o recursos y el crecimiento de la población. De estos tres motores sólo el primero seguía en pie (ya sabemos que no es así, que luego el crecimiento de la población volvió a acelerarse, para volver a caer en los últimos años). Pero si de eso se tratara, la primera constatación ha de ser que las innovaciones de proceso no son suficientes.

Es verdad que los cambios rápidos de tecnología para hacer los mismos bienes permiten crear empleo en la producción de las nuevas máquinas; pero incluso con población estacionaria no bastaría, porque con competencia imperfecta, con obsolescencia monopolizada, «sólo se introducen las nuevas máquinas si el valor restante de la máquina antigua es cubierto por las economías que implica la nueva técnica».

Lo que ha de mover el mundo ha de ser la innovación de producto. Esa es la lección de la historia: ferrocarriles y automóvil han marcado la expansión económica. «No basta con que una industria madura continúe su actividad en un plano horizontal a un nivel elevado. Es el cese del crecimiento lo que resulta desastroso. En la década que hemos vivido «no ha aparecido nada así», lo que «explica en gran medida el incremento del gasto federal».

Por otro lado, no ha habido gran desequilibrio de la producción: ha habido más incremento del capital con la producción (*widening*, ampliación), que incremento del capital por encima de la producción (*deepening*, profundización). «La espera, por así decirlo, implicada en nuestras acumulaciones de capital no es mayor hoy que hace medio siglo».

¿Cuál puede ser nuestro comentario a esas proposiciones? Las distorsiones enfatizadas por Hayek no parecían estar muy presentes. Pero su análisis consideraba sólo innovaciones de proceso, reductoras de coste, y no innovaciones de producto, que son los verdaderos motores o frenos del crecimiento.

¿Significa algo para la visión macroeconómica ese desplazamiento intelectual de la innovación de proceso a la innovación de producto? Desde luego. Recordemos que toda la preocupación de Hayek proviene del acompañamiento monetario a un shock positivo de oferta, que infla la burbuja hasta que explote. Ahora la perspectiva es distinta. Hace falta liquidez para mover

recursos hacia el diseño de nuevos bienes, hace falta liquidez para cuando el nuevo sector llegue a su madurez devolver poder adquisitivo hacia los sectores tradicionales que aún tienen algo de cuerda.

La superación del patrón oro significaba que puede ponerse el dinero antes que el ahorro para financiar la búsqueda de las nuevas industrias.

IV. LA PREOCUPACIÓN DE JOAN ROBINSON POR EL NUEVO SECTOR

En 1956, superada ya la segunda guerra mundial, Joan Robinson escribe un libro titulado *La acumulación de capital* con el objetivo de discutir las tesis adelantadas por Rothbard en 1946 sobre la supremacía industrial de los Estados Unidos. Robinson escribe bajo los mismos supuestos restrictivos de Hayek : 1) «la producción total de bienes de consumo se compone de unidades de una mercancía rígida compuesta»; 2) si se introducen «nuevos tipos de bienes, tales como automóviles o aparatos de TV...entonces...todo tratamiento realista tropieza con las ambigüedades de los números índice»; 3) de modo que «podemos evitar esta dificultad introduciendo en el modelo una concepción abstracta del progreso técnico, que consistiría en mejoras de los métodos de producción sin ningún cambio en el producto compuesto que representa la producción total de bienes de consumo». Ya estamos, al igual que en el factor residual de Solow, evitando la significación de los nuevos productos. De hecho, la producción de lo nuevo puede ser menos eficiente que la de lo antiguo, en la que hay ya experiencia, de modo que los momentos con menor residuo pueden ser los de mayor progreso técnico.

Pero Joan Robinson escribe en el momento de la expansión de la publicidad, de Madison Avenue, y no puede por menos que reconocerlo:

«Consideremos ahora un caso extremo de atrofia del mecanismo de la competencia. Salarios constantes y los precios han

dejado de bajar con los costes; la competencia que subsiste toma la forma de publicidad y técnica de ventas. (Para simplificar suponemos que la publicidad emplea un monto insignificante de trabajo, de manera que los publicistas están absorbiendo, en efecto, una parte de los beneficios de los empresarios productivos)...Una vez arraigada la competición en ventas, los empresarios...descubren que tienen necesidad de aumentar los márgenes de ganancias para cubrir los crecientes costes de ventas, de modo que las rebajas de precios parecen quedar absolutamente fuera de cuestión».

Y algo más tarde empieza a reconocer la nueva realidad: la política monetaria administrada, es decir, liberada del patrón oro, que impide cualquier conato de deflación aunque bajen los costes de producción, permite el incremento de la publicidad, y con él, el desarrollo de todo un sector nuevo, gran creador de empleo, porque la publicidad financia los programas de televisión, pasa a financiar las emisiones de radio, buena parte de la prensa, y , a través del concepto de «imagen corporativa», incluso las universidades o los congresos profesionales. Pero la autora no se atreve a seguir ese camino.

Sus consideraciones sobre la publicidad son limitadas: «una gran parte del precio que paga el consumidor cubre los costes de persuadirlo a que compre»; «el consumo es en gran medida un acto social» ...»tendencia reforzada por la presión de ventas de los empresarios en competencia» ... »uno se ve acosado por la publicidad y la tentación de nuevas mercancías»; «los consumidores conformistas obtienen más por su dinero...uno de los propósitos de la publicidad es uniformar los gustos (a menudo mediante una especie de extorsión basada en el temor humano de dar la impresión de ser raro) para que ciertos productores obtengan economías de escala».

Y acaba con una consideración negativa que vuelve a reaparecer hoy con insistencia: «cuando las nuevas necesidades se crean más rápidamente que los medios de satisfacerlas, la satisfacción subjetiva baja mientras el consumo físico aumenta».

V. DESDE LA PERSPECTIVA

La lectura de los trabajos de teoría económica como interpretaciones de lo que está pasando en aquel momento en la realidad puede resultar esclarecedora. Habría que hacer un libro de historia económica que fuera un collage de los escritos de los autores teóricos. ¿Qué nos ha aparecido en estas cuatro notas de lectura? Primero, que Hayek veía con claridad como detrás de la expansión de los veinte había un elemento perturbador que era que los precios no seguían a los costes. Keynes, sin embargo, ve con más claridad que la disminución de los precios no resuelve nada: contaba para ello con toda la experiencia financiera codificada por Bagehot. Hansen insiste en que sólo los nuevos productos permiten emplear los recursos liberados por las innovaciones de proceso, sobre todo si no hay crecimiento de la población. Robinson, en un libro cuyo 95% está destinado a estudiar las innovaciones de proceso, reconoce la fuerza motora de la televisión, el nuevo producto estrella de la postguerra (que se había presentado ya en 1929, poco después del inicio de la Gran Depresión), pero no explica que se paga a través de la publicidad de otros productos a pesar de que entrevé que el hecho de que los precios no sigan a los costes es una de las condiciones de su expansión.

La moraleja de esta lectura es doble: a) Las relaciones entre la microeconomía y la macroeconomía son más *ad hoc* de lo que a primera vista, o leyendo la literatura sobre los fundamentos macroeconómicos de la macroeconomía, pudiera parecer: el problema teórico que planteó Hayek existe, pero lo resolvió un producto nuevo que se configuró a partir de esa situación. ¿Es la I+D el nuevo favorecido? . b) Hemos aprendido que el dinero no debe faltar (Gran Depresión) y que no debe sobrar (inflación de los setenta), pero para resolver cuestiones de fondo hay que olvidarse de la innovación de proceso —a la que se han dedicado tantos esfuerzos— y estudiar con detalle la innovación de producto por separado.

BIBLIOGRAFÍA

- HANSEN, A.H. (1939), «Economic progress and declining population growth». *American Economic Review*, marzo 1939, págs. 1-15.
- HANSEN, A.H. (1953), *Guía de Keynes*, México, Fondo de Cultura Económica, 1957.
- HAYEK, F. (1927), «El equilibrio intertemporal de los precios y los movimientos en el valor del dinero». Capítulo V de *Ensayos de Teoría Monetaria I*, Madrid, 2000, Unión Editorial, págs. 267-316.
- KEYNES, J.M. (1931), «An economic analysis of unemployment». En *The Collected Writings of John Maynard Keynes*, vol. XIII, págs. 343-373, y vol. XX, págs. 529-588.
- ROBINSON, J. (1956), *La acumulación de capital*, México, Fondo de Cultura Económica.