

XIV ANIVERSARIO EL MUNDO ES UN PAÑUELO LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA / LA REVOLUCIÓN DE INTERNET - El histórico crecimiento de Estados Unidos.

Por Xavier Vives.

1,655 palabras

26 de mayo de 2000

Expansión

10

español

(c) Recoletos Cia. Editorial, S.A., 2000. <http://www.recoletos.es/economica>.

La tecnología de la información ha cambiado las reglas de los ciclos económicos, pero no ha acabado con ellos. La continuada fortaleza de la economía en los EEUU, con una expansión histórica de 110 meses, suscita numerosos interrogantes y una cierta perplejidad. La expansión se traduce en tasas de crecimiento muy elevadas (más del 6% en la segunda mitad de 1999) y sostenidas con una inflación moderada, tasas de desempleo decrecientes y por debajo del crítico 5%, y crecimiento de la productividad (desde 1995 el producto por hora ha crecido más del 2.75% anual, que es más del doble de la media de los 25 años anteriores). A esta bonanza económica se añade el alza impresionante de la bolsa y, en particular, de los valores tecnológicos. Cuatro son los factores que están detrás de la expansión extraordinaria de la economía americana. El primero es el aumento muy importante de la inversión empresarial (casi se dobla en la década de los noventa).

Este incremento se da sobre todo en tecnología de la información (por ejemplo, en 1998 llegando a un 8% del PIB). El segundo es el proceso de reestructuración y consolidación empresarial empujado por la tecnología de la información. El tercero es la presencia de mercados competitivos o con un grado de rivalidad elevada (incluyendo el mercado de trabajo). El cuarto es un sistema financiero en donde la financiación de nuevas empresas a través de capital riesgo es fácil. ¿Ha llegado el fin del ciclo económico empujado por el aumento de la productividad inducido por la tecnología de la información? La respuesta es que, con toda probabilidad, no. Alan Greenspan advierte que no se puede bajar la guardia contra la inflación a pesar de la revolución tecnológica. La rebaja de costes y el aumento de la productividad ayudan en el corto plazo a controlar la inflación pero los aumentos de productividad no son eternos. La inflación es esencialmente un fenómeno monetario y dependerá por tanto de la política del banco central. De hecho, las tensiones inflacionistas han empezado a aparecer en los EEUU, el déficit por cuenta corriente está cerca de 4% del PIB y los niveles de endeudamiento de las familias y empresas son muy elevados. Además no es descabellado pensar que existe una burbuja especulativa en la bolsa americana que arrastra al dólar. Esto sería así aún después de las correcciones recientes en los valores tecnológicos. Una de las preocupaciones de Greenspan es precisamente que el alza de la bolsa crea un efecto riqueza que añade leña al fuego de la expansión de la economía. Las similitudes entre los EEUU de la década de los años veinte y de los noventa son inquietantes en términos de alza espectacular de la bolsa junto con una inversión elevada y un cambio tecnológico rápido. Sin embargo, podemos esperar que en caso de crisis el comportamiento de la Reserva Federal tenderá a amortiguarla en lugar de exacerbarla como ocurrió después de 1929. Así fue en la crisis de la bolsa de 1987. En cualquier caso, no hay duda de que la aplicación de la tecnología de la información pondrá una revolución similar a la de la introducción del ferrocarril o el teléfono. Posiblemente, será más importante puesto que se aplica prácticamente a toda la economía constituyendo una revolución organizativa. Las fuerzas de fondo de la Nueva Economía son el cambio tecnológico, con la aportación principal de los avances en la tecnología de la información e Internet (estos cambios dan lugar a necesidades de inversión importantes en I+D y capital humano especializado); la rebaja de los costes de transporte y de las barreras al comercio, y el proceso de liberalización y reforma de la regulación de mercados. El resultado es un aumento potencial importante de la competencia. Sin embargo, el incremento de la importancia de las externalidades de red, los costes de cambio para los consumidores y usuarios de servicios, los problemas de compatibilidad entre productos y redes, y los cuellos de botella en la provisión de insumos productivos pueden dar lugar a tendencias monopolísticas y posiciones dominantes. El caso de Microsoft, con su control del sistema operativo de los ordenadores, es un ejemplo claro. La lucha entre empresas por imponer un estándar en sectores en donde el beneficio que un usuario obtiene de un producto depende del número total de usuarios (como en una red telefónica o aplicaciones de software, por ejemplo) puede ser feroz. Las expectativas de los usuarios juegan un papel crucial, puesto que la creencia que un producto dominará el mercado puede auto-validarse y desplazar a otros productos. Al aumentar la base instalada de usuarios crece el valor de adopción de la tecnología por otros usuarios. La consecuencia es que obtener una base instalada suficiente de usuarios es necesario para tener posibilidades de éxito, en particular dado que éstos en general soportan un coste de cambio de proveedor elevado (por ejemplo, de cambio de sistema operativo). Las actividades dirigidas a ampliar o conseguir una base de usuarios del producto, tales como la publicidad o fusiones y adquisiciones, son fundamentales. La captura de una base crítica mínima de clientes es uno de los factores que explica el nuevo papel del tamaño empresarial en la economía. Otros factores son aumentar la diversificación para poder apostar por proyectos innovadores pero arriesgados y permitir la experimentación (dado el incremento de la incertidumbre generado por la aplicación de las nuevas tecnologías), aumentar el músculo financiero para invertir en I+D y crecer en presencia de un mercado de capitales con limitaciones importantes a la capacidad de financiación externa de las empresas. El resultado de la importancia del tamaño empresarial es que en muchos

sectores la estructura del mercado sea un "oligopolio natural" en donde aunque el tamaño del mercado aumente el número de empresas presentes en el mercado no se incremente o incluso disminuya dado que un mercado más grande simplemente potencia el gasto en I+D y publicidad. En algunos sectores, pues, la competencia global dará lugar solamente a un reducido número de competidores. Este parece ser el caso en los segmentos globales en banca (banca al por mayor y de inversión) y en telecomunicaciones. El proceso de consolidación en estos sectores en los EEUU, y en el resto del mundo, es formidable. Aglomeración Se podría pensar que la rebaja extraordinaria de costes de transporte y de comunicación tenderá a dispersar la actividad económica al difuminarse en la red las economías de aglomeración. Sin embargo, la evidencia de los EEUU no confirma esta idea. Las empresas de sectores de tecnología avanzada tienden a aglomerarse en polos o clusters (los cinco más importantes están situados en Silicon Valley, Dallas, Los Angeles, Boston (Route 128) y Seattle), y las industrias de bienes de capital de alta tecnología son las más concentradas. Asimismo, grandes empresas (como General Motors o Boeing) utilizan crecientemente el global outsourcing mediante Internet. Este fenómeno disminuye la importancia de las aglomeraciones verticales en las que empresas pequeñas se sitúan cerca de empresas grandes. Sin embargo, fomenta las aglomeraciones funcionales que se aprovechan de una mano de obra especializada (como ingenieros de software) y de externalidades tecnológicas. Entre los factores más importantes de localización de los sectores tecnológicos destaca la proximidad a centros de investigación y de enseñanza de primera línea internacional: Stanford y Silicon Valley, MIT-Harvard y la Route 128 en Boston son los ejemplos más destacados, así como el éxito del triángulo Raleigh-Durham-Chapel Hill en North Carolina. Los efectos para una región de tener un polo tecnológico son importantes: en los años noventa, el 65% del crecimiento diferencial total entre áreas metropolitanas en los EEUU se explica en base a su crecimiento relativo en los sectores de tecnología avanzada y en su posición inicial en concentración en tecnología avanzada. Éxito El éxito de la Nueva Economía en los EEUU se debe fundamentalmente a sus mercados competitivos, vigilados por autoridades fuertes de defensa de la competencia, y el liderazgo científico y tecnológico de sus centros de investigación. Por ejemplo, la competencia en telecomunicaciones rebaja precios y facilita el acceso masivo a Internet creando un proceso de autoalimentación en el crecimiento de la red. En contraste, en Europa, con precios de acceso más elevados, la penetración de Internet es menor. El resultado en los EEUU es un proceso de inversión en tecnología de la información y de creación de empresas formidable. Los gigantes de hoy no existían ayer (Microsoft, Cisco, Oracle, Dell,). No hay duda de que este desarrollo redundará en beneficios a largo plazo muy importantes para los consumidores y usuarios aunque a corto plazo exista alguna amenaza proveniente de la fragilidad y volatilidad de los mercados financieros. ¿Cuáles son las lecciones para Europa? Quizás la implicación más importante es la vigilancia de las empresas dominantes, los antiguos monopolios regulados, para que no abusen de su posición y retrasen la penetración de Internet. ¿Qué país europeo se hubiera atrevido con una empresa como Microsoft? Aún así hay que reconocer que Europa lleva ventaja en telefonía móvil. Ello se debe fundamentalmente a la coordinación en un único standard, en contraste con la proliferación presente en los EEUU. Finalmente, cabe esperar que la distribución geográfica de la actividad en alta tecnología tenderá a concentrarse. Hay que prepararse pues para beneficios generales, pero desigualmente repartidos, de la tecnología de la información. El resultado de la Nueva Economía es un aumento potencial de la competencia "Las similitudes económicas con los años veinte son inquietantes, pero podemos esperar que si se produce una crisis la Reserva Federal sabrá amortiguarla "El tamaño de las empresas es importante para lograr una base de clientes" "Europa debe aprender a vigilar a los antiguos monopolios de comunicaciones" Xavier Vives Director del Instituto de Análisis Económico del CSIC.

(c) Recoletos Cia. Editorial, S.A., 2000.

Documento expnsi0020010808dw5q00qz2