

ALLYN ABBOTT YOUNG

(1876 - 1929)

Nació en los Estados Unidos, hijo de maestros (su padre era también abogado). Cuando terminó el college trabajó como imprentero, para ahorrar y poder pagarse el resto de su educación.

Estudió bajo Richard Ely. Young fue uno de los primeros en encontrar un error en Riqueza y bienestar, el libro que Pigou publicó en 1913.

Hombre amable y modesto, luego de terminar la universidad enseñó en Cleveland, Wisconsin, Cornell, Harvard y en la Escuela de Economía de Londres, donde provocó envidias por ser americano y por... lo que cobraba. El paso de Young por Harvard fue analizado en detalle en Laidler (1993).

Acompañó al presidente Wilson a la Conferencia de paz de París de 1919, llegando a conclusiones muy parecidas a las de Keynes sobre las implicancias económicas del Tratado de Versalles; pero a diferencia de Keynes, por razones de lealtad a su gobierno no se le ocurrió hacer públicas sus ideas.

Murió de neumonía a los 52 años.

¿Por qué los economistas nos acordamos de Young? Más famoso para sus contemporáneos que para los economistas actuales, Schumpeter, Keynes y Ohlin opinaban de Young de manera muy laudatoria. Cuando a mediados de la década de 1920 la Escuela de Economía de Londres buscaba una eminencia, eligió a Young. "Según E. S. Mason, `parecía más un poeta que un economista'", recuerda Newman (1987).

Publicó poco (no escribió ningún libro), porque siempre compartía sus ideas con otros. Trabajos como los de Knight sobre Riesgo, incertidumbre y beneficio, y de Chamberlin sobre Competencia monopolística, se originaron en tesis doctorales dirigidas por Young. Al respecto,

acostumbraba a intercalar largos silencios en las conversaciones con los estudiantes a los que les dirigía las tesis. Lauchin Currie hipotetizó que Young "daba la impresión que pensaba mientras desarrollaba su discurso". "Es típico de Young que su primera contribución teórica la realizara a través de 2 artículos de reseña, en vez de publicar trabajo original propio", señala Newman (1987).

A Young hoy se lo conoce por el artículo que publicó en 1928, en el Economic journal, sobre "Rendimientos crecientes y progreso económico" (figuraba entre las lecturas obligatorias del curso sobre Desarrollo Económico que Guido Di Tella dictaba en la UBA a comienzos de la década de 1960). El mencionado trabajo no fue un esfuerzo aislado, sino resultado de sintetizar varias de sus investigaciones. Desde entonces no se avanzó mucho en la cuestión, en parte por razones metodológicas: los rendimientos crecientes serán relevantes, pero son más difíciles de manipular desde el punto de vista algebraico, que los rendimientos constantes o decrecientes.

"Por sobre todas las cosas era un gran crítico, y los grandes críticos, como los grandes periodistas, rara vez pasan a la posteridad", concluye Newman (1987).

Laidler, D. (1993): "Hawtrey, Harvard, and the origins of the Chicago tradition", Journal of political economy, 101, 6, diciembre.

Newman, P. (1987): "Young, Allyn Abbott", The new palgrave. A dictionary of economics, Macmillan.

AYUDA: ¿POR QUE EL ESTADO ES TAN INEFICIENTE?

El gobierno acaba de convenir la utilización de Caritas, la organización de la Iglesia Católica que se encarga de la caridad, para instrumentar algunos de sus programas de ayuda.

Gran iniciativa, porque según parece instrumentados por Caritas determinados programas de ayuda cuestan mucho menos que instrumentados por el Estado. Lo cual implica que con el mismo nivel de recursos, se puede asistir a más necesitados cuando el programa de ayuda lo instrumenta Caritas, que cuando lo hace el Estado.

¿Por qué?

En la lógica de la ayuda está la respuesta.

Consideremos primero el caso de Juan, fabricante de salchichas de Neuquén, que las vende en Salta. Tiene en la planta 10 personas, a las que permanentemente les exige que fabriquen buenas salchichas, y las envuelvan convenientemente; tiene un camionero, al cual le encarga que lleve las salchichas a destino en cierto tiempo, que se las entregue al distribuidor de Salta, el cual tiene que venderlas y pagarle, para de este modo reiniciar la rueda.

Consideremos ahora el caso de Pedro, hombre de buen corazón, que decidió destinar su riqueza a la producción de salchichas en Neuquén, para regalarlas entre los pobres de Salta. Todo el mundo sabe lo que está ocurriendo, como consecuencia de lo cual algunas de las salchichas que se producen en la fábrica se las llevan a sus casas los que las elaboran, quienes también se consideran pobres (después de todo; ¿no es que la caridad empieza por casa?). El camionero que las transporta de Neuquén a Salta también separa algunas, para él y su familia, porque él también se considera pobre. Cuando detiene el camión en la ruta para reabastecerse de combustible, y explicarle al encargado del surtidor para qué va Salta, también le da algunas salchichas, porque el mencionado dependiente también se considera pobre. Resultado: en este escenario el camión llega a Salta... vacío.

Nótese que, sin dejar el plano angelical, es decir, sin introducir "la corrupción" (que el funcionario anote que el camión fue para Salta pero en realidad nunca existió), pude explicar por qué una estructura administrativa que no tiene por qué tener férreas condiciones éticas,

distribuye en la práctica de manera muy diferente a cómo estaba en los papeles de quien diseñó el esquema.

Ayudar a través del Estado es como regar con una manguera llena de agujeros: lo que se llena de agua es la distancia que va entre cada una de las puntas de la manguera, y no desde el extremo opuesto al tanque de agua en adelante.

Lo ejemplifiqué con el caso de las salchichas, lo podría repetir con el caso del crédito de fomento. Cuando el Estado desea adjudicar "créditos blandos" para la vivienda; ¿cómo no va a comenzar por adjudicárselos a los propios empleados encargados de administrar el sistema, luego a los parientes y amigos de dichos empleados, etc., y si sobra algo entonces para los "verdaderos" necesitados?

En el razonamiento anterior algunos encuentran justificativo para no ayudar bajo ninguna circunstancia. Esto es una exageración. Como también lo es ignorar el punto, y derrochar recursos o auxiliar de manera muy costosa a una ínfima proporción de los necesitados.

Buscar "mangueras menos pinchadas", vía organismos que han probado conocer la tecnología, es una buena solución para implementar los programas de ayuda, de manera de poder -con determinado nivel de recursos, siempre escasos- a la mayor cantidad posible de necesitados.

¿TE ACORDAS CUANDO USABAMOS BILLETES Y MONEDAS?

Una cosa es el dinero como concepto y otra son aquellos objetos que en cierta sociedad, en determinado momento, cumplen con algún, algunos o todos, los requisitos necesarios para ser utilizados como dinero.

Dinero, como concepto, alude principalmente a 3 características: unidad de cuenta (expresión de los precios de los bienes en términos del objeto elegido como dinero), medio de pago de aceptación general (mecanismo a través del cual, por ejemplo, se cancelan operaciones) y reserva de valor (mantenimiento en el tiempo del poder adquisitivo).

En la antigüedad el oro y la plata, en la India la sal, en los campos de concentración los cigarrillos, son ejemplos de objetos que quienes integraban las respectivas comunidades, vía usos y costumbres, eligieron utilizar como dinero.

En la actualidad los billetes y las monedas emitidos por los bancos centrales, están entre los objetos que se utilizan como dinero.

En algún momento de la historia los billetes y las monedas emitidos por los bancos centrales, constituyeron una forma moderna de dinero, cuando reemplazaron a "sus equivalentes" en metales preciosos, que constituían su "respaldo" (¿se acuerda cuando en los billetes decía "El Banco Central de la República Argentina pagar al portador y a la vista"? A propósito; ¿por qué en los actuales billetes, dada la convertibilidad, no dice que "El Banco Central de la República Argentina pagar al portador y a la vista un dólar?).

Ya no. Los depósitos, y su movilización a través de los cheques, constituyen alternativas más cómodas (la prueba es cada día es mayor la relación entre el volumen de dinero que se moviliza a través del sistema financiero, y menor el que opera en billetes y monedas).

La tarjeta de crédito es también un sustituto más moderno de los billetes y monedas, como medio de pago. En igualdad de condiciones, entre mi tarjeta de crédito y mi cuenta bancaria, me desenvuelvo perfectamente con pequeñas cantidades de "efectivo".

El concepto de "efectivo" acaba de modificarse, porque ya no es más sinónimo de billetes y monedas.

En efecto, Banelco Electrón, así como Maestro (de Mastercard), acaban de lanzar tarjetas de débito. Gracias a la tecnología, dentro de muy poco será posible depositar en una cuenta mi sueldo, y portando una tarjeta ir comprando cosas debitando de dicho saldo los importes correspondientes. La compra se hace al contado, en el sentido de que en el mismo instante en que se realiza los fondos se transfieren de la cuenta del comprador a la del vendedor. Así como la tarjeta de crédito redujo mi demanda de billetes y monedas, la de débito la reducirá todavía más.

¿Cuál es el límite? El que permita la tecnología. No es descabellado pensar que, en la misa dominical, dejará de pasarse la canastita y comenzará a pasarse la máquina mediante la cual, luego de una pasada de cada una de nuestras tarjetas, y la correspondiente acreditación de nuestro número clave y el monto de la donación, podamos seguir cumpliendo el precepto de contribuir al mantenimiento de la Iglesia. Así como también es concebible que el mozo del restaurante tendrá una de esas maquinitas, de modo que le acreditaremos a su cuenta la propia.

Como todo cambio, generará víctimas. ¿Qué será de la Casa de la Moneda? ¿Cómo recibirán los numismáticos la noticia de que el stock de sus colecciones ya no puede aumentar? Paciencia, como la tuvieron en su momento todos los relacionados con la industria de los carruajes.

El "dinero plástico" es, por definición, dinero informático. Es, potencialmente, más fácilmente verificable desde el punto de vista impositivo y previsional. Buena noticia para quienes ya pagamos, porque veremos ingresar a nuevos compatriotas al club de los contribuyentes, ya que en el mundo del dinero informático quien insiste en operar en efectivo es sospechoso de algo raro.

Por último, en un mundo informatizado el cobro del impuesto inflacionario, por parte de un gobierno que no puede explicitar el financiamiento de los gastos públicos, no será ya el deterioro del poder adquisitivo de los billetes y las monedas, sino una línea en la liquidación de nuestras tarjetas de débito y crédito.

En 1966, en la Universidad de Harvard, uno de mis profesores conjeturó que algún día todo el dinero sería plástico. Me pareció que deliraba. Estoy comenzando a pensar que en ese caso el desubicado fuí yo.

CALIDAD DISCERNIBLE Y DE LA OTRA

Puedo diferenciar un concierto muy bien interpretado, de un concierto mal interpretado. Pero no puedo diferenciar un concierto muy bien interpretado, de un concierto magníficamente interpretado.

¿Será cierto que las piruetas que más me impresionan de los equilibristas, o los trucos que más me sorprenden de los magos, son técnicamente los más difíciles de lograr?

Consideraciones como éstas ponen sobre el tapete la siguiente cuestión: ¿cuánto de la calidad de una mercadería o un servicio, puede ser captada por el consumidor... o por alguien?

Frente al mismo producto puede haber más de un consumidor o, mejor dicho, más de un tipo de consumidor. Así, la apuntada diferencia sobre la calidad de un concierto puede no ser captada por mí, pero sí por un colega o un crítico especializado (por algo se dice, y con razón, que el aplauso de los pares es el que más se aprecia).

O puede ser percibida de manera diferente en un momento, y por las generaciones posteriores (La consagración de la primavera provocó un escándalo el día de su estreno; y a Hayek varias editoriales le rechazaron el manuscrito de Camino de servidumbre).

Quien produce una mercadería o un servicio no es un agente pasivo desde el punto de vista de cómo el consumidor aprecia la calidad del producto. Dicho de otra manera: el marketing no es un adorno. Y habrá que ver en cada caso si el marketing refleja "la realidad" según la opinión especializada, o puede más que neutralizarla (¿son Carreras, Domingo y Pavarotti los mejores tenores del momento, o sólo quienes contrataron a las mejores empresas de formación de imagen?).

El punto central es el siguiente: nadie va a pagar nada por las características no discernibles de la calidad de una mercadería o servicio.

El productor que no entiende esto, pasará malos momentos.

Conocer esto puede llevar a la decisión del artesano, de renunciar a una porción de sus ingresos, en el nombre de hacer las cosas "como se deben hacer", aunque nadie se lo recompense totalmente; o a la decisión del empresario, de renunciar a las porciones no discernibles de la calidad, precisamente porque nadie le va a recompensar por ello (por algo en la historia del teatro, las peleas entre los autores, los escenógrafos y los empresarios teatrales, son eternas).

Queda un aspecto importante: uno mismo. Cualquier autor sabe lo complicado que es conseguir un lector, y con más razón un lector atento, uno que capte el giro, la intención o las implicancias de una frase, una cita, un cuadro o un gráfico que vaya a saber cuanto costó armar. ¿A quién le "apunta" uno cuando hace una obra?

Afortunadamente para nosotros mucha de la maravilla artística que existe en el mundo fue realizada por personas que sabían que no iban a ser comprendidas por nadie, o al menos por sus contemporáneos (pensemos en las obras maestras de Mozart, para divertir a una realeza ocupada en otras cosas, o en las de Bach, que servían como acompañamiento del servicio religioso dominical). Cualquiera de los 2, "de taquito", hubieran escrito obras por las cuales los hubieran aplaudido igual. Pero (sobre todo Bach) trabajaron fuertemente por la versión que ellos creían era la correcta, más allá de darse cuenta que no serían recompensados por el esfuerzo.

La calidad no discernible no tiene mercado. Lo cual no quiere decir que no exista.

CAMBIO TECNOLÓGICO: DISTRIBUCION DE SUS BENEFICIOS

Cada vez que los recursos son escasos, es decir, casi siempre, un cambio tecnológico que genera ahorro de recursos por unidad de producto, es una buena noticia.

En efecto, si dispongo de 50 toneladas de acero y para construir un edificio de determinadas dimensiones necesito 10 toneladas, un cambio tecnológico que permita construir el mismo edificio con sólo 5 toneladas, posibilitará duplicar el número de edificios que puedo construir con el mismo acero disponible, de manera que ahora podré construir más escuelas, más hospitales, más casas o más canchas de paddle.

Con más razón esto es así cuando se ahorra el insumo de mano de obra. En efecto; ¿qué está más cerca del Paraíso, un país en el cual los seres humanos se pasan el día mirando botellas de gaseosas, sin retirar la vista un instante, para verificar que estén suficientemente llenas, retirando las que no lo están, u otro país donde una máquina efectúa el referido trabajo mientras los seres humanos se pasan el día en la plaza, escuchando a Beethoven o mirando a Picasso?

Dicho de otra manera: el cambio tecnológico, en cuanto representa una liberación de recursos -y particularmente una liberación de energías humanas asignadas a tareas "inhumanas"- tiene que ser considerado como una bendición.

Esto es lo que David Ricardo tenía en la cabeza cuando en 1817 publicó la primera edición de sus Principios de economía política y tributación, rechazando las aseveraciones "antiindustrialistas" que algunos ingleses y escoceses planteaban en esa época, los albores de la Revolución Industrial.

Ricardo tenía una buena intuición, pero no completa.

Fue por eso que en la tercera edición de los Principios incluyó un nuevo capítulo, el número XXXI, titulado "on machinery" (sobre la introducción de maquinaria), que se hizo famoso porque fue allí donde reconoció que una máquina que aumenta el PBI, necesariamente aumenta la remuneración del total de los factores productivos, pero no necesariamente la de cada uno de ellos. Por ejemplo, la del factor trabajo.

¿Qué hacer, entonces, cuando la introducción de nueva maquinaria genera desempleo y/o reducción de los salarios reales? Una alternativa, ensayada al comienzo de la Revolución Industrial, consiste en tomar al toro por las astas. En efecto, si la causa de la desocupación y la reducción de los salarios reales, es la introducción de maquinaria, la solución es muy sencilla: destruyamos la maquinaria.

Otra alternativa para que el conjunto de los seres humanos pueda apropiarse del aumento de la producción generado por la nueva maquinaria, consiste en estatizar los medios de producción. Fue propuesta por Carlos Marx, aplicada en Rusia, en Europa del Este y en China... y desaplicada varias décadas después, por los desastrosos resultados que generó.

El nada fácil desafío que nos queda por delante es el siguiente: ¿cómo hacemos para que la incorporación de nueva maquinaria, que libera a los hombres y las mujeres de las tareas más inhumanas, puede ser apropiada por el conjunto de los seres humanos que vive en una comunidad, para que resulte una bendición para todos y no una mejora para algunos y un perjuicio para el resto?

La teoría económica puede aportar algunas ideas, insuficientes pero necesarias. 1) las correcciones hay que hacerlas utilizando la política fiscal, más que la intromisión directa en el uso de tecnología o rigidez laboral; 2) la estructura de incentivos tiene que premiar el trabajo por sobre el seguro de desempleo; 3) el sistema de relaciones sociales resultante no sólo no puede basarse en la socialización de los medios de producción, sino que por el contrario tiene que ratificar la vigencia del derecho de propiedad.

Angustiados por la desocupación, no estamos viendo que el desafío que tenemos por delante resulta de una mejora potencial de las oportunidades. Prefiero tener que trabajar en el diseño de un esquema de redistribución de ingresos, producto del cambio tecnológico, a tener que trabajar en un esquema de reajuste de disponibilidades de bienes resultado de un terremoto, la quema de una cosecha o el envenenamiento del sistema de aguas corrientes.

CAPITALISTAS: ¿POR QUE SON LOS JEFES?

¿Por qué el capital contrata al trabajo y no viceversa? Esta es una cuestión de vieja data en el análisis económico, a la que Eswaran y Kotwal (1989) le encontraron una respuesta que juzgo adecuada.

Según los autores mencionados en este tema hay 2 cuestiones: 1) ¿por qué las relaciones de producción generan jerarquías?; y 2) ¿por qué los dueños del capital ocupan los lugares de arriba dentro de la jerarquía?

La producción organizada en grupos genera cuestiones que la literatura especializada denomina de moral hazard (riesgo moral) por parte de los trabajadores. Resultado del hecho de que no todos los esfuerzos de cada uno de los trabajadores se pueden notar en términos de los resultados. Ejemplo: ¿cómo averiguar por el número de pedidos recibidos por teléfono, el esfuerzo que pone la telefonista en atender a los potenciales compradores?

Consiguientemente hay que nombrar a un monitor. Pero; ¿quién monitorea a los monitores?

La empresa capitalista brinda una respuesta. Monitorea a los monitores quien, porque se queda con el residuo (la diferencia entre los ingresos y los egresos totales), tiene incentivos para monitorear. Pero esto también podría ocurrir en un mundo donde los trabajadores ocuparan los puestos más altos de la jerarquía.

Si hay incentivos para que el capitalista observe por sí mismo la producción, en vez de prestar su dinero, es porque el problema radica en el mercado de crédito. La cuestión del riesgo moral se plantea en el mercado de los prestatarios, no en el de los trabajadores.

La empresa capitalista es entonces la respuesta natural de los capitalistas a la cuestión del riesgo moral de los prestatarios.

Como las obligaciones que generan los pasivos son de hecho limitadas en una sociedad civilizada (¿qué es lo más que en una sociedad como la nuestra le puede pasar, a quien

prometió pagar y no lo hace?), la cuestión del riesgo moral es tan intrínseca a los mercados de capitales como a los laborales.

El riesgo moral de los prestatarios explica lo que el riesgo moral de los trabajadores no puede: la emergencia de estructuras jerárquicas aún en actividades productivas donde no se requiere el trabajo en equipo (el trabajo muestra cómo el análisis neoclásico puede explicar la emergencia de las jerarquías en los puestos de trabajo, frente a un análisis clasista de origen marxista).

Eswaran, M. y Kotwal, A. (1989): "Why are capitalists the bosses?", Economic journal, 99, marzo.

CENSOS: ¿PARA QUE SIRVEN?

Los censos son muy costosos. Si no obstante ello cada tanto se censa algún aspecto de la vida humana (población, vivienda, actividad agropecuaria o industrial, etc.), es porque se considera que se puede responder satisfactoriamente la pregunta incluida en el título de estas líneas.

En rigor, la pregunta relevante es la siguiente: ¿es absolutamente necesario hacer un censo para responder las preguntas que aparecen habitualmente en los formularios censales?

A veces sí, a veces no. Pero hay un tipo de preguntas que sólo se pueden responder satisfactoriamente censando, por lo que en dichos casos o se hace un censo o no se conoce la respuesta.

Universo y muestra son conceptos fundamentales dentro de la estadística inferencial. Sintéticamente hablando, un universo está constituido por la totalidad de los miembros que pertenecen a un conjunto. Ejemplo: el universo de los alumnos de la Universidad Católica Argentina está formado por todos los alumnos de la mencionada institución. Una muestra, por su parte, está constituida por alguna porción de los miembros que pertenecen a un conjunto. Ejemplo: una muestra de los alumnos de la Universidad Católica Argentina está formada por algunos de los alumnos de la mencionada institución.

Averiguar algo consultando a una muestra es más barato que averiguar lo mismo consultando al universo, de manera que por razones de costo sólo consulto al universo cuando no tengo más remedio.

¿En qué condiciones no tengo más remedio? En por lo menos 2 casos. Uno de ellos es cuando quiero estar absolutamente seguro. En efecto, la única manera de averiguar con certeza cuál es la altura promedio de los alumnos de la UCA es midiendo a cada uno de ellos, calculando luego el promedio. Nunca puedo estar seguro de la altura promedio de un universo, midiendo la altura promedio de una muestra, porque nunca puedo estar seguro de la "representatividad" de la muestra en términos del universo.

Esto es cierto, pero poco relevante. Porque rara vez la pregunta que tengo que contestar depende de estar seguro de determinada medición. Ejemplo: si en una muestra tomada al azar encuentro que la altura promedio de los alumnos del UCA es de, digamos, 1,78 metros, la probabilidad de que la altura promedio de todos los alumnos difiera significativamente es muy baja; y éste es un resultado razonable para, en función de esto, diseñar el tamaño de las togas de los alumnos cuando se gradúan.

Pero hay otro caso en el cual, si estoy interesado en la respuesta, no tengo más remedio que censar. Y es aquel en el cual lo que pretendo averiguar es, precisamente, el tamaño del universo. En efecto, una pequeña muestra genuinamente al azar, me permitirá responder con razonable confianza, por quién va a votar el ciudadano en las próximas elecciones, si su casa tiene techos de tejas, o si está empleado o buscando trabajo. En cambio; ¿cómo se puede saber cuántos somos, excepto que nos contemos todos?

Por supuesto que puedo estimar el tamaño de un universo relacionando el tamaño de otro universo con características muestrales de uno y otro tomados de otras experiencias. Pero esto no elimina la necesidad de, alguna vez, estimar el tamaño de algún universo.

Del análisis anterior surge una importante conclusión práctica: que en rigor los censos deberían tener una única pregunta que se le formulara a todos (ejemplo: ¿cuántas personas viven en esta casa?), para poder determinar el tamaño del universo sobre el cual se trabaja, y que todas las otras preguntas se pudieran responder de manera muestral. En efecto; ¿por qué en los censos de población y vivienda, a todas las personas se les pregunta, digamos, por su estado civil, su edad, o el número de habitaciones que tiene la vivienda que habita? Este sí es un derroche de recursos.

Bienvenidos los censos, entonces, pero circunscriptos a aquella porción en que son insustituibles: averiguar el tamaño del universo que le importa a quien lleva a cabo el censo.

CICLOS TRIGENERACIONALES

Juan Pereira tenía una inmobiliaria. Conectaba compradores y vendedores de casas y departamentos, viviendo dignamente él y su familia con las comisiones que cobraba por su labor de intermediación.

Juan tuvo varios hijos, uno de los cuales siguió con el negocio familiar. "El viejo fue muy digno, pero demasiado prudente", pensó Javier quien actuó en consecuencia.

Efectuó profundos estudios, a raíz de lo cual concluyó que el precio de las casas y los departamentos habría de subir. Donde Juan se hubiera contentado con encontrar compradores y vendedores poniéndose de acuerdo a precios cada vez mayores, Javier pensó en un negocio mejor: comprarle los inmuebles a los vendedores... sin buscar otros compradores, financiando la operación con su propio capital. Dicho de otra manera: a la intermediación pura Javier le sumó las actividades de manejo de los fondos propios.

Si Javier tiene razón, gana plata con las operaciones de intermediación, pero también con la diferencia de precio entre el momento en que le compra al vendedor del inmueble, y aquel en el que decide venderlo. Si no tiene razón, gana dinero con las operaciones de intermediación, pero pierde con la diferencia de precio entre los momentos de compra y venta.

Javier también tuvo varios hijos, naturalmente nietos de Juan. "El abuelo fue muy digno, pero demasiado prudente. El viejo fue más vivo que el abuelo, le vió la punta al despegue, pero se circunscribió al capital propio", pensó Enrique y actuó en consecuencia.

También efectuó profundos estudios, a raíz de lo cual coincidió con su padre en que el precio de las casas y los departamentos habría de subir. Pero donde el abuelo Juan se hubiera contentado con vivir de comisiones de intermediación referidos a valores crecientes, y su padre Javier se hubiera satisfecho con agregarle a las operaciones de intermediación las que resultaran de invertir el capital propio, él le sumó la próxima vuelta de tuerca: el endeudamiento. En efecto, si es cierto que el precio de las casas y departamentos habría de subir, y que la tasa de interés a la que se consigue crédito es inferior al aumento esperado del precio de los inmuebles; ¿a qué circunscribir las operaciones al capital propio y no aprovechar también lo que los expertos en finanzas denominan el efecto de palanca?

Si Enrique tiene razón, entonces gana, no solamente con las operaciones de intermediación, no solamente con la rentabilidad del capital propio, sino también con el uso provechoso del capital ajeno. Si no tiene razón, entonces se funde, porque gana con las operaciones de intermediación, pierde el capital con las operaciones financiadas con sus propios fondos, pero además no está en condiciones de devolver los préstamos que solicitó.

Juan, Javier y Enrique muestran el desarrollo de un ciclo que, cuando las expectativas no coinciden con la realidad, tiene frecuencia trigeneracional. Porque cuando Oscar, bisnieto de Juan, nieto de Javier y uno de los hijos de Enrique, abre su propia inmobiliaria, habiéndose tenido que mudar de la casa en que nació y había vivido como un rey, entonces plantea el negocio como lo hizo su bisabuelo, es decir, de estricta intermediación, pasando los riesgos de una punta a la otra del mercado, y consecuentemente "calzando las puntas".

Leí suficiente historia como para saber que, viéndolo vivir dignamente pero no más, su hijo pensará lo mismo que Javier de Juan, y que su nieto pensará lo mismo que Enrique pensara de Juan y Javier, generándose a partir de los errores nuevas vueltas del ciclo trigeneracional.

Ejemplifiqué el punto con el caso de las operaciones inmobiliarias, donde por la naturaleza de las compraventas lleva su tiempo armar, tanto una estructura ganadora como una que hace quebrar una empresa levantada a lo largo de los años. En otros mercados, como el de las acciones, los títulos y los derivados, el ciclo trigeneracional se puede desarrollar en, digamos, semanas.

EL PRINCIPIO DE LA CLASIFICACION EFECTIVA DE LOS MERCADOS

Cada instrumento de política económica debe aplicarse a corregir el desequilibrio del objetivo de política económica sobre el cual opera con mayor efectividad relativa, dice el principio de la clasificación efectiva de los mercados, descubierto por Mundell (1960 y 1962) casi "al pasar", a propósito de su análisis acerca de cómo puede un país que tiene una economía abierta, utilizar sus políticas monetaria y fiscal para lograr simultáneamente los equilibrios interno (plena ocupación de la mano de obra) y externo (equilibrio de la balanza de pagos) de la economía.

En vez de ejemplificar el principio con un caso económico voy a hacerlo utilizando un ejemplo... médico (tomado de de Pablo, 1981. Con respecto a este artículo corresponde registrar la siguiente anécdota. Le envié una copia a José Gil Díaz quien, cenando en casa de Mundell, le explicó su contenido. Mundell dejó la cena para buscar una copia de sus artículos, para mostrar que mi "descubrimiento" de la aplicación médica del principio de la clasificación efectiva de los mercados, ya estaba en sus trabajos. Juro que si por esto gano el premio Nobel - de economía o medicina-... lo comparto).

Cuando Julián sintió un terrible dolor hepático, consultó a José Hígado, especialista en la materia. El facultativo le recetó una pastilla diaria de hepatol. A la semana siguiente Julián estaba sin dolores de hígado, pero con molestias estomacales (no tan intensas como las de hígado de la semana anterior, pero suficientemente acentuadas como para justificar una nueva consulta técnica), y por eso se acercó a Juan Estómago. Este le dijo que de ninguna manera suspendiera la receta de Hígado, porque si lo hacía volvería a aparecer el dolor original, pero que además ingiriera 2 comprimidos por día de estomacol, y que todo andaría bien. Sin embargo, 7 días más tarde Julián tuvo que volver al consultorio de Hígado. Ocurre que el dolor estomacal había desaparecido, como era de esperar, pero, "misteriosamente" había reaparecido el dolor hepático, aunque con menor intensidad que en la primera semana.

La continuación de la historia es simple: una vez por semana Julián se juntaba con un médico, alternando entre José Hígado y Juan Estómago, recibiendo dosis adicionales cada vez menores de hepatol y estomacol respectivamente. El final de la historia, aunque irrelevante desde el punto de vista del análisis económico, es suficientemente interesante como para compartirlo con el lector. Julián, octogenario, se encontró 7 días después de su última visita a

Estómago sin dolores hepáticos que justificaran una nueva visita a Hígado. Emocionado salió corriendo a la calle, tropezó con el peón que estaba sosteniendo la sogá con la cual estaban subiendo un piano de cola al departamento ubicado encima del suyo, y murió instantáneamente.

¿Por que le desaparecieron a Julián al mismo tiempo las molestias hepática y estomacal, si estaba siendo asistido por 2 médicos distintos, que hasta podrían haber ignorado cada uno lo que estaba haciendo el otro? Porque, sabiéndolo o no, estos aplican el principio de la clasificación efectiva de los mercados de Mundell. En efecto, el hepatol es un remedio que opera más fuertemente sobre el hígado (aliviándolo) que sobre el estómago (desmejorándolo), y lo propio ocurre con el estomacol. Por consiguiente, la receta "cada vez que le duela el hígado tome hepatol, y cada vez que le duela el estómago tome estomacol" implica un resultado convergente, al aplicar una regla adecuada entre intensidad del dolor y frecuencia de ingestión de comprimidos, a una situación en la que ambos dolores terminasen desapareciendo simultáneamente.

Para clarificar la cuestión, en el ejemplo anterior los medicamentos tienen ventajas absolutas (ejemplo: el hepatol cura el hígado pero deteriora el estómago). Pero el principio de la clasificación efectiva de los mercados también se aplica a aquella situación menos exigente en la cual el hepatol alivia tanto dolores hepáticos como estomacales (aunque es relativamente más efectivo con respecto al hígado que con referencia al estómago), y otro tanto ocurre con el estomacol. Vamos a repetir la explicación del caso bajo las nuevas circunstancias, suponiendo que (como probablemente ocurra en medicina, como seguramente ocurre en economía) un exceso de medicación también tiene efectos contraproducentes.

Si cuando Julián acude a Hígado con su dolor hepático éste le receta hepatol, aquel saldrá del consultorio sin dolores hepáticos pero con molestias estomacales (porque el hepatol, a un estómago sano, le causa molestias), por lo que ir al consultorio de Estómago, quien le recetará estomacol, etc., reproduciéndose exactamente la historia ya conocida.

¿Qué ocurre si, en presencia de dolores hepáticos, Hígado receta estomacol, debido a que en el prospecto adjunto a dicho medicamento se dice que éste efectivamente sirve para aliviar el hígado? Luego de ingerir la dosis estomacol suficiente para hacer desaparecer el dolor de hígado, Julián se encontrará con una gravísima molestia de estómago (porque su estómago estaba bien, pero quedó totalmente desequilibrado por el medicamento mencionado). Entonces acudirá a visitar a Estómago, quien, para seguir con el caso, le recetará hepatol, dado que en el prospecto de éste dice que sirve también para aliviar dolores de estómago. Pues bien, luego de tomar la dosis de hepatol que necesita para eliminar su dolor de estómago, Julián se encontrará con un dolor de hígado superior al que tenía cuando comenzó la historia, y está claro que, debido a la falta de aplicación del principio de la clasificación efectiva de los mercados, para fallecer Julián no necesita ahora que se le caiga un piano en la cabeza (esto es así porque el estomacol, siendo relativamente poco efectivo para curar el hígado, exige una gran dosis. Lo cual tiene como efecto un gran desequilibrio del estómago. Por otra parte, como el hepatol es también relativamente poco efectivo para remediar la dolencia del estómago, requiere una grandísima dosis, la cual produce entonces en el hígado un desequilibrio mayor que el que existía inicialmente).

Como ocurre normalmente con los grandes descubrimientos, la explicación es obvia... luego de que alguien la encuentra por primera vez. El principio de la clasificación efectiva de los mercados dice una cosa intuitivamente clara, pero empíricamente muy importante, a saber: sólo si objetivos e instrumentos se relacionan según lo especifica el principio, es decir, dirigiendo cada instrumento hacia el objetivo sobre el cual, en forma relativa, actúa en forma más potente, es posible lograr un conjunto de objetivos a partir de la aplicación descentralizada de la política económica.

El principio de Mundell de modo alguno invalida el teorema de Tinbergen. En efecto, cuando en un país se busca lograr n objetivos independientes de política económica, se necesitan n instrumentos. La aplicación de dichos n instrumentos se puede hacer en forma centralizada, o según lo prescribe el principio de la clasificación efectiva de los mercados; la diferencia radica en las demandas informativas de cada forma de ejecución de la política económica, no en el número de instrumentos requeridos en un caso y en el otro.

En efecto, Un país donde las autoridades operan en forma centralizada, es decir, donde una sola persona o un gabinete ejecutivo establece el vector de objetivos, y donde además esa autoridad conoce perfectamente el valor de los coeficientes de la matriz que describe la economía (y no solamente sus signos y el valor relativo de sus pendientes), es un país que puede gobernarse utilizando el teorema de Tinbergen. Claro que, normalmente, esto requiere cantidades de información en manos de los funcionarios que hacen las políticas económicas, que resultan improbables desde el punto de vista práctico.

Por eso, si la administración pública está descentralizada, en el sentido de que distintos organismos del gobierno tienen responsabilidades primarias sobre diferentes objetivos de política económica, de modo que en vez de determinarse simultáneamente el vector de los instrumentos cada oficina mira su objetivo y si éste se encuentra fuera del valor deseado modifica el instrumento que maneja, como también si la administración está centralizada pero quien la comanda no conoce el valor de los coeficientes de la matriz mencionada sino apenas el valor relativo de las pendientes, y por consiguiente tiene que actuar "tanteando", entonces corresponde aplicar el principio de la clasificación efectiva de los mercados de Mundell.

de Pablo, J. C. (1981): "La clasificación efectiva de los medicamentos", Económica, 27, 1 y 2, enero-agosto.

Mundell, R. A. (1960): "The monetary dynamics of international adjustment under fixed and flexible exchange rates", Quarterly journal of economics, 74, mayo.

Mundell, R. A. (1962): "The appropriate use of monetary and fiscal policy under fixed exchange rates", International monetary fund staff papers, 9, 1, marzo.

¿QUIEN PAGA LA COMISION INMOBILIARIA?

Para contestar la pregunta: ¿quién paga el impuesto a los combustibles, a las ganancias o las contribuciones sociales?, los economistas desarrollamos el análisis de incidencia impositiva y previsional.

Tal análisis aclara que para responder con precisión al interrogante planteado hay que ignorar quién es el que efectúa el pago en sentido administrativo, para concentrar la atención en la comparación del precio que incluye el impuesto y el precio neto del impuesto por una parte, con el precio que existiría en ausencia del impuesto bajo análisis por la otra. En términos no técnicos, el análisis de incidencia busca establecer las condiciones bajo las cuales el responsable legal del pago de un impuesto o carga social, lo puede trasladar a terceros.

Como parte de un nuevo plan de viviendas, en julio de 1994 el gobierno decidió modificar la legislación, de manera tal que el agente inmobiliario que intermedia entre el comprador y el vendedor de un inmueble, sólo le podrá cobrar comisión al vendedor, y no - como ahora- al comprador y al vendedor.

El referido análisis de incidencia sirve para averiguar qué posibilidades tiene el gobierno de lograr su objetivo.

Toda persona que quiere comprar un inmueble sabe que tendrá que pagarle una suma al vendedor, otra al Estado, otra al escribano y otra al dueño de una inmobiliaria -esto último, si utiliza sus servicios, porque no es obligatorio comprar y vender inmuebles a través de un agente inmobiliario-. De manera que cuando realiza una oferta de compra al vendedor, tiene en cuenta el resto de los gastos (de hecho, hace una oferta sabiendo cuánto tendrá que pagar por todo concepto, si ofrece cierta suma de dinero).

Al vendedor le ocurre lo mismo. Sabe que recibirá cierta cantidad del comprador, una parte de la cual ir al Estado, otra -quizás- al escribano, y otra al agente inmobiliario. De manera que cuando acepta una propuesta del comprador tiene en cuenta el resto de los gastos (de hecho, acepta una oferta sabiendo cuánto de tal oferta le llegará a sus bolsillos si el vendedor está dispuesto a comprar por cierta suma de dinero).

Imaginemos un país como Argentina donde, sin obligaciones resultantes de la legislación, la costumbre, la competencia o lo que sea, determina que por cada operación inmobiliaria en la que actúa, el agente intermediario le cobra 5% al comprador y otro tanto al vendedor de cierto inmueble. En base a esto, y al resto de las circunstancias que para aclarar el punto suponemos constantes, para cada transacción que se realice existirá un precio, a partir del cual el vendedor sabe que recibirá el 95% y el comprador también sabe que pagará el 105%.

¿Qué ocurriría, en esta economía, cuando las autoridades dispongan que los agentes inmobiliarios sólo le podrán cobrar comisión al vendedor, y que las autoridades pueden hacer cumplir este requisito?

Si nada del resto cambió, el agente inmobiliario pretenderá cobrar lo mismo que antes, pero si ahora sólo le puede cobrar al vendedor, le pedirá 10% de comisión. Por su parte, si nada del resto cambió, el comprador estará dispuesto a gastar por todo concepto en la compra de un inmueble, lo mismo que antes; pero como ahora no le tiene que dar 5% al agente inmobiliario, estará dispuesto a dárselo al vendedor. A su vez, si nada del resto cambió, el vendedor estará dispuesto a recibir por la venta del inmueble, lo mismo que antes; pero como ahora tiene que pagarle al agente inmobiliario 5% más que antes, se lo pedirá al comprador, el cual no tendrá ningún inconveniente en dárselo.

El análisis de incidencia muestra claramente que el único efecto de la medida bajo consideración es un aumento de 5% en el precio al cual se realiza la operación, sin modificación del precio bruto que paga el comprador, del precio neto que recibe el vendedor, o los honorarios que percibe el agente inmobiliario.

Esto es así porque se busca limitar el precio de una parte que forma parte indisoluble de un todo. ¿Qué es más caro, comer en un restaurante que regala el pan pero cobra \$ 20 la manteca, o en otro que regala la manteca pero cobra \$ 20 el pan, y en ninguno de los 2 uno puede renunciar a consumir pan y manteca? (distinto sería el caso si la legislación, al tiempo que le prohíbe al agente inmobiliario cobrarle a una de las partes, además fija un techo a la comisión que le puede cobrar a la otra parte, por debajo del nivel de equilibrio. Allí podrían producirse efectos reales... o trampas).

COMPETENCIA LEAL Y DESLEAL

Nadie elige la competencia, a lo sumo uno se resigna frente a la competencia.

Los economistas estamos en favor de la competencia, no porque nos guste sentirla en carne propia sino porque conocemos los efectos beneficiosos que produce sobre el direccionamiento de la energía humana.

Pero precisamente porque estamos en favor de la competencia debido a sus frutos, no estamos a favor de cualquier competencia sino de cierta competencia. O, mejor dicho, de la competencia dentro de ciertas reglas de juego. Y en función de dichas reglas del juego los economistas calificamos a la competencia en leal y desleal.

Nuevamente aquí la postura del integrante de cualquier mercado, debe diferenciarse de la del economista que ve la cuestión desde una perspectiva general. Porque para cada uno de los que ya integran un mercado, toda nueva competencia es "desleal". Este no es el punto de vista del economista.

Qué es competencia leal y cuál es desleal es hoy una cuestión fuertemente planteada en el comercio internacional, a raíz de las consideraciones sobre el medio ambiente. Algunos sostienen que las producciones realizadas sin tener en cuenta al medio ambiente deben ser penalizadas por los países que sí lo cuidan; otros interpretan que esta argumentación esconde razones proteccionistas, bajo ropaje moderno ("si los chinos quieren polucionar sus ríos vendiendo barato, que lo hagan" contestaría un ricardiano moderno).

En el plano interno se ha vuelto a poner sobre el tapete un caso de evidente competencia desleal. Una empresa de transporte automotor de larga distancia se presentó en convocatoria de acreedores, alegando no poder competir con colegas "truchos", es decir, quienes no pagan sus obligaciones impositivas y previsionales.

Así como en el caso del medio ambiente hay lugar para la discusión, así como en el plano interno a veces hay motivos para la discusión, estamos delante de uno de esos casos en los cuales no hay duda posible: competir sobre la base del no pago de las obligaciones impositivas y previsionales es inequívocamente DESLEAL.

Los economistas estamos en contra de esta clase de competencia desleal, porque que un transportista desplace a otro por no pagar impuestos y cargas sociales, además de fundir al Estado -¿cómo se van a financiar los gastos públicos, si todos hacemos lo mismo?-, alienta la ineficiencia (porque si pagando ambos los impuestos y las cargas sociales la gente elegiría al primero, esto quiere decir que en competencia leal el primero es mejor que el segundo).

La competencia leal, la que le conviene a la gente porque sólo deja manifestar en los precios los costos reales, y no los "curros" por no pago de obligaciones fiscales y previsionales, es la que está por la lucha contra la evasión fiscal y previsional, junto a la continuación de la eliminación de los impuestos distorsivos y la reducción de las tasas impositivas de los impuestos remanentes.

La defensa del sistema económico pasa por la defensa de las reglas del juego que acerquen lo más posible los beneficios y costos privados (los que enfrentan cada una de las unidades económicas) a los sociales (los que corresponden a la sociedad en su conjunto), para que la competencia -lealmente planteada- le sirva a la gente.

COMPETENCIA: ¿A QUIEN LE GUSTA?

José Flash intentó ganarse la vida sacando fotos en la Rambla Marplatense. De inmediato se acercó otro fotógrafo, habitué, para increparlo, mostrándole una "autorización" que él tenía desde hacía 25 años para sacar fotos delante de los lobos de mar.

José Flash, en rigor, no era un fotógrafo sino un actor de Videomatch, el programa que Marcelo Tinelli hace todas las medianoches por Canal 11. Como en el resto de los episodios, la idea era la de divertir, a propósito de una situación donde sólo algunos tienen toda la información.

No lo ví directamente, sino que me enteré del episodio porque Germán Sopena lo refirió en La Nación el 31 de agosto de 1994. Definiéndolo acertadamente como "un documento extraordinariamente ilustrativo", Sopena agrega que el caso muestra "la mentalidad que genera una economía cerrada, de rechazo a la competencia y cotos de caza privados de la que no es fácil desprenderse a pesar de la desregulación, la apertura y la libertad de trabajo".

En las líneas que siguen se ensaya una interpretación diferente del episodio, que sirve para explicar por qué un fotógrafo que trabajara en el Central Park de Nueva York, la Plaza Mayor de Madrid o The Peak de Hong Kong, reaccionaría exactamente igual que el de Mar del Plata, a pesar de que dichos países no sufrieron todas las restricciones que sufrimos nosotros.

La teoría económica basa buena parte de su análisis en el denominado principio hedónico, según el cual el hombre busca lograr lo más posible con el mínimo esfuerzo. Se trata de un principio de generalizada verificación práctica, que desde el punto de vista valorativo la teoría económica no califica ni a favor ni en contra.

Desde el punto de vista de las formas de mercado en las cuales cada ser humano prefiere operar, según el principio hedónico cada uno de nosotros pretende ser monopolista y se resigna a competir cuando no tiene más remedio. Por eso, en mis cursos de microeconomía, primero presento el caso monopolístico y luego introduzco un segundo oferente que no se pone de acuerdo con el primero, luego un tercero que no acuerda con ninguno de los otros 2, etc. La competencia resulta de la interacción de un importante número de oferentes que se disputan de

manera no coordinada al mismo consumidor (por eso quien cuando aparece otro fabricante de su mismo producto dice "bienvenida la competencia", macanea).

El economista está en favor de la competencia porque en dicho escenario las energías humanas no tienen más remedio que dirigirse a identificar qué queremos cada uno de nosotros como consumidores, y actuar en consecuencia. El resultado son mejores productos, mejor atención, etc.

La cuestión, entonces, no es cómo reacciona cada uno frente al competidor, sino si las reglas del juego crean, inducen o dificultan, los acuerdos entre productores. La apertura de la economía, la desregulación, etc., favorecen la competencia, porque dificultan la posibilidad de que acuerden quienes ya abastecen un mercado.

Este es el momento de reconectar el análisis con el ejemplo que lo inspiró. ¿Por qué la Municipalidad de General Pueyrredón tendría que autorizar a quienes quisieran ganarse la vida sacando fotos en la Rambla Marplatense? (salvo que la autorización sea "trucha", es decir, escrita por el mismo fotógrafo, o por un vivo que abusando de la ignorancia ajena privatizó en su propio provecho el cobro de una tasa). La primera razón es puramente fiscal: el municipio se hace de pesos para financiar sus gastos locales. La segunda razón es de congestión: si miles de seres humanos intentaran sacar fotos en la Rambla no quedaría lugar para turistas. La primera razón es bien discutible (e inconsistente con el Pacto Fiscal), la segunda es empíricamente absurda.

Gracias Tinelli, por haber proporcionado tan buena materia prima para ilustrar una vez más la relevancia de los principios del análisis económico.

CONFIABILIDAD DE MUESTRAS PARA RECHAZO DE HIPOTESIS

Porque a veces resulta imposible, porque con frecuencia resulta antieconómico, rara vez se averigua el valor que tiene una variable en el universo (el conjunto de elementos que tienen determinado atributo). Ejemplo: ninguna persona interesada en conocer la altura promedio de los argentinos, mide a cada uno de ellos y luego promedia los resultados obtenidos.

Lo que se averigua es el valor que tiene dicha variable en una muestra (algún subconjunto de elementos que tienen determinado atributo). No porque interese el dato de la muestra en sí, sino como estimador del valor que la variable que interesa tiene en el universo. Ejemplo: se mide la altura de algunos argentinos, la cual se promedia, para estimar la altura promedio de los argentinos.

La certeza sólo se logra averiguando qué ocurre en el universo. Toda muestra está sujeta a error, denominado error muestral. Una rama de la teoría estadística, denominada test de hipótesis, se ocupa de analizar la confiabilidad del valor de una variable obtenido en una muestra, como representativo del (desconocido para el observador) valor de la variable en el universo. Ejemplo: cuál es la probabilidad de que la altura promedio de los argentinos no sea superior a 1,70 metros, si el promedio de una muestra dio, por ejemplo, 1,75 metros.

La mencionada rama de la teoría estadística dice algunas cosas obvias, y otras no tanto.

La primera, obvia, es que una muestra es confiable cuando es al azar. Quien, interesado por averiguar la altura media de los argentinos, se para a la salida de un club de basquet, obtendrá un valor muestral sesgado con respecto al universo; como lo obtendrá quien quiera averiguar el ingreso medio de los argentinos encuestando a quienes cenan en La Recoleta. Por consiguiente, de aquí en más, sin mencionarlas, vamos a hablar de muestras tomadas al azar.

La segunda cosa, no tan obvia, es que la confiabilidad de una muestra aumenta rápidamente con el tamaño de la muestra. Es obvio que uno confía mas cuando le dicen que la altura promedio de los argentinos es de, digamos, 1,75 metros, cuando se midió a 1.000 personas, que cuando se midió a solamente 3 personas. No lo es que la confiabilidad, esto es, la probabilidad de rechazo de una hipótesis alternativa, aumenta fuertemente cuando se eleva el número de observaciones. Una encuesta al azar en los Estados Unidos, país con 260 millones de habitantes, normalmente no demanda más de unos pocos miles de encuestados.

La tercera propiedad, obvia y muy relevante en mayo de 1995, es que -dado un tamaño muestral- la confiabilidad de una muestra para rechazar una hipótesis, depende de la distancia que hay entre el valor muestral y el límite que interesa (denominado "hipótesis nula"). En una elección donde se gana con mayoría absoluta, para muestras de igual tamaño la confiabilidad de una muestra es mayor cuando la intención de voto es de 72% que cuando es de 52%; porque la probabilidad de que alguien no gane por mayoría absoluta, cuando la intención de voto es de 72%, es menor que cuando la intención de voto es del 52%.

¿Cómo puede aumentar la confiabilidad de una muestra, cuando el valor de la variable en la investigación muestral está muy próximo al valor límite? Aumentando el tamaño de la muestra. En efecto, la confiabilidad de que venza un candidato con intención de voto de 52%, según una muestra de 100 personas, aumenta si el resultado se repite en una muestra de, digamos, 1.000 personas.

¿Sacará Menem por lo menos 45% de los votos, o por lo menos 40% de los votos y más de 10 puntos porcentuales con respecto al segundo candidato más votado? Esta fue, durante la primera quincena de mayo de 1995, la "pregunta del millón" en Argentina. Pregunta incontestable por los encuestadores, dado que sus datos muestrales generaban valores muy próximos a los necesarios para ganar o tener que competir por una segunda vuelta. En tales condiciones lo prudente hubiera sido el silencio... o aumentar sustancialmente el tamaño de sus muestras. Pero, en el mundo profesional, a nadie le pagan por quedarse callado y no había fondos ni tiempo para organizar una maxiencuesta. Hubo que esperar la consulta al universo para averiguar quién iba a gobernar Argentina entre 1995 y 1999.

COPARTICIPACION FEDERAL

La coparticipación federal no tiene que ver con la división de poderes que aprendimos en la escuela primaria (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), sino con los niveles de gobierno (Nacional, Provincial y Municipal).

Cada municipio debería afrontar sus propios gastos, cada provincia debería afrontar los suyos más aquellos que afectan a más de un municipio, y cada nación debería afrontar los suyos más aquellos que afectan a más de una provincia.

Me explico: la municipalidad de Lomas de Zamora debería hacerse cargo del sueldo de su intendente; la provincia de Buenos Aires del sueldo de su gobernador, pero también del asfalto de la calle que divide al municipio de Lomas de Zamora y el municipio vecino; y la Nación del sueldo del presidente y también del asfalto de la avenida General Paz.

Del lado de los ingresos públicos ocurre algo parecido: la municipalidad de Lomas de Zamora debería recaudar impuestos cuya base imponible es municipal (el impuesto inmobiliario, por ejemplo); la provincia de Buenos Aires debería recaudar, además de los impuestos propios, aquellos cuya jurisdicción trasciende al ámbito municipal; y la Nación debería recaudar, además de sus impuestos propios, aquellos cuya jurisdicción trasciende al ámbito provincial (¿en qué municipio, y en qué provincia, debería pagar sus impuestos a las ganancias, o al valor agregado, una fábrica que tiene domicilio en la Capital Federal, plantas en 4 provincias y vende en todo el país?

Pues bien, la coparticipación federal ajusta la diferencia entre los ingresos y los gastos públicos así definidos, entre Nación y provincias. El estado Nacional coparticipa sus ingresos (esto es, reparte entre las provincias parte de sus ingresos), toda vez que el problema interjurisdiccional es mayor en el plano de los ingresos que en el de los gastos, y debería recibir fondos de las provincias en caso contrario (de la misma manera, la coparticipación provincial ajusta la diferencia entre los ingresos y los gastos públicos entre cada provincia y sus municipalidades).

Claro que la coparticipación federal no se nutre solamente de consideraciones de eficiencia en la tributación, minimización de la elusión impositiva, etc., sino también con el

hecho de que cada funcionario público quiere gastar lo más posible y recaudar lo menos posible. Y cuando existe la coparticipación federal, una forma alternativa a enfrentar a sus propios contribuyentes es lograr fondos extraídos de las otras jurisdicciones vía una modificación en las reglas de la coparticipación (deliberadamente hablé de jurisdicción y no de territorio, para explicitar que la polémica Nación/provincias no debe confundirse con la polémica Buenos Aires/provincias. De hecho, la Capital Federal es una jurisdicción que recibe coparticipación de fondos nacionales como el resto de las provincias. La Nación está en todas las provincias, de la misma manera que la Provincia está en todas las municipalidades, y no sólo en la capital de la provincia).

Ni los gastos ni los ingresos públicos están en la práctica clasificados según el criterio expuesto en esta columna. Por eso la puja se plantea entre la Nación, que busca transferirle a las provincias gastos específicos, para que ellas los financien con los recursos -propios o de coparticipación- que ya tienen, y las provincias, que buscan no recibir más gastos transferidos de la Nación, pero sí aumentar el porcentaje de fondos que la Nación coparticipa a las provincias -y en particular, a la de la provincia de quien puja- (y lo mismo, sospecho, ocurre entre cada provincia y sus respectivas municipalidades). Cualquiera que lea historia, nacional e internacional, puede anticipar que esta lucha será... eterna.

CORRUPCION EN PERIODISMO

Un buen periodista selecciona las cuestiones que él cree más le interesan -o le deben interesar- a su audiencia, las analiza con objetividad y las presenta de manera balanceada, en idioma entendible.

¿Por qué un periodista habría de desviarse de este ideal, y qué consecuencias tendría para él?

Antes de contestar esta pregunta conviene saber que en el armado de la edición de un diario, o programa de radio o TV, no hay más remedio que adoptar muchísimas decisiones discrecionales. Ejemplos: cuál tema/cuál no; cuál tema en tapa/cuál no (cuál tema primero/cuál después); recogiendo las opiniones de quién; con qué extensión qué tema y cuál otro, etc.

También conviene saber que ningún periodista es experto en cuestiones complejas (normalmente las cuestiones específicas de política económica lo son), de modo que en el mejor de los casos -y a la carrera- intenta informarse de los puntos principales.

Y por último es indispensable saber que el periodista presenta su material con "lógica periodística", es decir, buscando atrapar al lector, oyente o televidente (saber que el presidente de la Nación respira normalmente es muy importante para la toma de decisiones, no obstante lo cual nadie compraría un diario que cotidianamente publicara la lista de los personajes importantes que respiran normalmente. Dicho de otra manera: los medios de comunicación se ocupan de las noticias, no del conjunto de hechos que importan para tomar las decisiones).

Ahora sí podemos contestar la pregunta planteada antes: ¿por qué un periodista podría ocuparse de temas "que a la gente no le importan", podría hacerlo sin analizar en profundidad la cuestión, o presentando los datos de manera sesgada; y qué le ocurriría?

La respuesta hay que plantearla en un contexto donde es imprescindible tomar decisiones discrecionales. Así que el cargo al periodismo no puede ser el de no ocuparse de todas las cuestiones, la de analizar toda la evidencia en cada cuestión, etc., porque eso es materialmente imposible (lo cual no justifica la fiaca, que aunque no parezca también en periodismo es parte de la realidad).

Las razones por las cuales un hombre de prensa se desvía del ideal son básicamente de 2 tipos. Elijo ciertos temas y no los que le interesan a la gente, elijo cierto material y no otro, elijo ciertos invitados y no otros, predico en favor de ciertas causas y no otras: 1) porque ideológicamente me parece así; 2) porque comercialmente me conviene.

Un periodista convencido de lo bien que funcionaría el mundo si en todos lados rigiese la economía de mercado, va a hablar de la libertad económica en toda circunstancia, va a contrastar a Berlín Occidental con Berlín Oriental (este ejemplo ya es viejo), y va a entrevistar a Milton Friedman y no a Kenneth Galbraith.

Este caso irrita menos que el otro.

Me refiero al caso del periodista que, no contento con lo que le paga el diario, la radio y la TV (si es que le paga algo, en vez de cobrarle, en cuyo caso también el medio de comunicación entra en el juego), comercializa las referidas decisiones discrecionales, es decir, elige los temas, el posicionamiento dentro de ellos, y a quienes entrevista, no según el interés del lector, oyente o televidente, sino según el interés de quien le paga (un productor, un profesional, etc., que quiere pasar un "avisito"). Podría incluir aquí el caso del periodista que chantajea con la publicación de una nota, para que le paguen por no publicarla; o el dueño del medio de comunicación que, a través de sus tapas modifica las cotizaciones de los títulos y las acciones, para operar con ganancia (un título catástrofe ayuda a comprar más barato; un título maravilla ayuda a vender más caro).

¿Por qué quien quiere decir algo no contrata un espacio de publicidad? Porque dicho por "un comunicador social", en medio de un programa y no en la tanda, tiene un efecto diferente. Una cosa es que el fabricante de helados "Qué Calor S.A." ponga una placa en mi programa de TV, y otra cosa es que convide a mis invitados con helados durante la entrevista, y que Michel Camdessus diga "qué rico helado" (con el zapping, esto es mucho más cierto que antes).

Los ingredientes del mercado están ahora claros. Hay demanda de "corrupción periodística" porque el avisito pasado por un comunicador rinde más que la tanda publicitaria; hay oferta de "corrupción periodística" porque hay comunicadores dispuestos a cobrar por desviar las decisiones discrecionales en favor de quienes les pagan (los pagos se pueden hacer de manera tan sutil, que ni los sabuesos de la DGI se dan cuenta).

Para que haya corrupción efectiva se necesitan las 2 partes, de la misma manera que el pecado efectivamente cometido requiere la tentación por una parte y quien sucumbe por la otra. Lo que aquí explico es el mecanismo de funcionamiento.

¿Puede un periodista, por razones ideológicas o comerciales, desviarse del ideal sin que su audiencia se de cuenta? Como en el caso de los amantes, la "cana al aire" circunstancial es difícil de detectar, las campañas sistemáticas son más claramente perceptibles.

La audiencia es siempre heterogénea y su nivel de atención no es constante. Por consiguiente, un periodista que normalmente funciona dentro del ideal puede corromperse de

vez en cuando con gran efectividad para quien le paga (por algo quienes quieren pasar un mensaje de manera no santa buscan particularmente el concurso de periodistas "creíbles").

Las "causas" son más fácilmente identificables. Quien paga por ser entrevistado a un programa de TV, no sólo es el dueño de las respuestas sino también de las preguntas. Por eso cuando quien normalmente es un periodista de fuste hace una entrevista tonta, o no repregunta siguiendo el hilo de la conversación, puede tener "una mala noche"... o haber vendido la entrevista.

Quienes están por una causa son fácilmente identificables porque se refieren a ella cuando es noticia y también cuando no lo es. Si quiero que pinten el Obelisco de azul, cada vez que agarro el micrófono lo voy a decir, cada vez que choquen 2 autos lo voy a explicar porque el Obelisco no está pintado de azul, y voy a tratar muy mal a quienes no lo quieran pintar o lo quieran pintar de rojo.

Contra lo que piensan los "formadores de opinión", la gente es menos ingenua de lo que parece. Termina "fichando" a cada uno de los periodistas, sabiendo qué puede llegar a encontrar en cada uno de ellos (quienes en un medio de comunicación sólo buscan la ratificación de sus propias ideas eligen al periodismo ideologizado; quienes buscan más elementos de juicio para sacar sus propias conclusiones eligen al periodismo más balanceado, perdonándole al periodista ocasionales incursiones en la venta de espacios o entrevistas).

Por esto creo la "corrupción en periodismo" no es una cuestión mayor, que por supuesto no pretendería solucionar formando la Dirección Nacional de Anticorrupción en Periodismo, ni un tribunal de ética entre los pares.

LA TRAMPA DE LA CREDIBILIDAD

Cualquiera de nosotros se pasa el día tomando decisiones en base a lo que cree que vaya a pasar. Esta es la forma en la cual las expectativas influyen a la realidad.

Parte de esas expectativas se centran en el cumplimiento de los pactos. Esta es la forma en la cual la credibilidad influye a las expectativas, y éstas a la realidad.

Cuando yo era chico en la heladería de mi barrio primero me servían el helado y luego yo lo pagaba. Yo compraba tranquilo y el heladero sufría (pensando que, con el helado en la mano, yo podría salir corriendo sin pagarle). En las heladerías modernas, por el contrario, primero se saca el vale y luego se retira el helado. El vendedor ahora vive tranquilo pero yo sufro (pensando que, con el vale en la mano, ahora él podría salir corriendo sin entregármelo).

Es difícil, sin embargo, pensar en una crisis de credibilidad en el caso de las heladerías. Porque tanto antes como ahora quienes quedan expuestos corren con riesgos muy limitados, y consiguientemente están dispuestos a correrlos. Por empezar, se puede estafar una sola vez, por montos muy poco importantes. Pero además en el barrio me conocían, de modo que el heladero siempre podría haber venido a mi casa para cobrarle a mis padres; de la misma manera que hoy un heladero tiene que ser muy miope para arriesgar el escándalo que le puedo hacer, en el local, si me cobra el vale y luego no me entrega el helado.

¿Por qué las operaciones financieras generan problemas de credibilidad diferentes a los de las heladerías? Porque los montos son, generalmente, mucho más significativos (¿quién dejaría de dormir si el plazo fijo que tiene depositado en el banco X, equivaliera a 1% del salario de un mes?), porque los plazos son distintos (no es mucho lo que un heladero puede hacer, entre el momento en que pago un vale y aquel en que me tiene que entregar el helado, en cambio es "mucho" lo que un banquero puede hacer en 30 días), y porque en la heladería "las cosas se ven" mientras que todo lo financiero, finalmente, es etéreo (¿hay alguna otra cosa más que papeles, en el lugar donde tengo depositados mis ahorros?).

Las crisis financieras, cualquiera sea su origen, se magnifican porque las demandas de credibilidad aumentan significativamente, justamente en el momento en que desde el punto de vista del funcionamiento del sistema, deberían reducirse.

También ocurre en el matrimonio. El marido (o la esposa) del cual no se sospecha puede tener comportamientos normales, y hasta poder explicar indicadores equívocos (después de todo, el pañuelo de seda encontrado en el bolsillo del saco del marido no sospechado; ¿no podría deberse a que la secretaria le pidió que se lo tuviera un momento, y él se lo olvidó en el bolsillo porque estaba muy interesado en seguir los acontecimientos de la crisis mexicana?).

En cambio el marido bajo sospecha, no sólo no puede tener comportamientos normales sino que hasta puede ser víctima de hechos equívocos, de los cuales no tiene nada que ver (una esposa muy sensibilizada, que sigue a su marido, puede encontrar muy sospechosa a la mujer que acaba de sentarse en el subte, en el asiento contiguo al de su marido, un hecho bien normal bajo circunstancias normales).

A quien metió la pata se le exige mucho más que a quien no lo hizo. Al hecho de que a quien se lo piensa más débil se le exige más firmeza que a quien se lo conoce como normal, el economista israelí Nissan Liviatan denomina trampa de la credibilidad.

Muchas veces las demandas de credibilidad son insólitas, puramente fetichistas (hay gente que cree que, para hablar con gente importante que no me conoce, yo debería usar corbata. ¿Cómo "creerle" a alguien que no usa corbata?

En el caso de la falta de credibilidad financiera esto es particularmente así. "Tengo un plazo fijo en el banco J. ¿Está seguro?". En mi condición de astro de la televisión soy el asesor económico gratuito de cuanta persona anda por la calle, comparte conmigo un ascensor y maneja el taxi donde me traslado. Por eso, a comienzos de 1995 la pregunta que acabo de reproducir me la hacen con gran frecuencia. ¿Qué respondo? ¿Qué quiere decir seguro? ¿Seguro que llegaré a destino en el taxi donde voy? ¿Seguro que no se caerá la marquesina que está encima mío, en el lugar donde me pararon para preguntarme? Pero resulta que esta reflexión, muy lógica en tiempos normales, llena de pánico a quien, por su sensibilidad, es víctima de la trampa de la credibilidad. Porque se convence, como sospechaba, que el banco no es "seguro".

¿Cómo se cura una crisis de credibilidad? Algunos piensan en alternativas exógenas, generalmente mágicas (un "paquete" salvador, un "anuncio" contundente, etc.). La historia dice que, tal como era de esperar, una crisis de confianza no se soluciona de un día para el otro. La ausencia de nuevos meteoritos, la firmeza en el rumbo, el costo de seguir sin hacer nada, terminarán por calmar los ánimos y harán retornar los comportamientos hacia funcionamientos más normales.

CUENTAS NUMERADAS

Diálogo entre Juan Pérez, general del ejército de Bananalandia, y Karl Brunner, gerente general de un banco suizo que opera cuentas numeradas.

Pérez: Soy Juan Pérez, general del ejército de Bananalandia. En nuestro país acaba de triunfar una Revolución, así que vengo a averiguar los nombres de mis compatriotas que tienen fondos depositados en este banco, en cuentas numeradas.

Brunner: Lo siento, pero el sistema de cuentas numeradas me impide darle información, a usted o a cualquiera que no sea el titular de la cuenta.

Pérez: Ud. no entendió. Soy Juan Pérez, general del ejército de Bananalandia. En nuestro país acaba de triunfar una Revolución, así que necesito los nombres de mis compatriotas que tienen fondos depositados en este banco, en cuentas numeradas.

Brunner: Le entendí perfectamente, lo que ocurre es que -como le dije- el sistema de cuentas numeradas me impide darle la información que usted pide, a usted o a cualquiera que no sea el titular de la cuenta.

La conversación sube de tono, pero sin cambiar de tenor. En un momento dado Pérez extrae de su maletín una ametralladora, que ubica sobre la mesa, apuntando a Brunner.

Pérez: Sr. Brunner, si no me proporciona la información, dentro de 3 segundos disparo.

Brunner (sin perder la calma): Puede comenzar a disparar, Sr. Pérez, porque no le puedo proporcionar la información que usted solicita.

Entonces Pérez guarda la ametralladora en su maletín, y le pide a Brunner... un formulario para abrir una cuenta numerada.

El cuento ilustra un punto básico: si (una porción al menos) el sistema bancario suizo no funciona como lo ilustra el comportamiento de Karl Brunner, entonces se desploma.

Porque la esencia de las cuentas numeradas es cierta forma de "trampa" ¿se imagina al encargado de un albergue transitorio, teniendo que identificar a algunos de los que tomaron el servicio?

Este funcionamiento de las cuentas numeradas, posibilita 2 tipos de comportamientos.

Por una parte, el de aquellos que defienden a los sospechosos, quienes pueden afirmar con seguridad que ninguno de ellos tiene una cuenta numerada en Suiza. Y por la otra, el de aquellos que atacan a los sospechosos, quienes pueden afirmar con igual seguridad que cualquiera de ellos tiene una cuenta numerada en Suiza.

Lo cual inicia un diálogo de sordos, que sólo puede acabar cuando el banco suizo se digne proporcionar la información, es decir, "nunca".

DEFLACION: ¿QUIEN QUEDA ARRIBA?

La inflación es el aumento sistemático del nivel general de los precios. Aumento de precios, y no precios altos; aumento sistemático, y no único o una vez cada tanto; del nivel general de los precios, y no del precio de un bien aislado.

La deflación, consiguientemente, es la disminución sistemática del nivel general de los precios.

Tanto en la inflación como en la deflación, la modificación de los precios no siempre tiene igual intensidad en todos los bienes (si la tuviera, bastaría con observar la evolución del precio de un bien cualquiera, para estimar la tasa de inflación o deflación de un país).

Dicho de otra manera: tanto en una economía inflacionaria como en una deflacionaria, no solamente se modifican los precios absolutos sino también los relativos (el aumento del nivel general de los precios no es incompatible con la caída de algún precio absoluto, de la misma manera que la reducción del nivel general de los precios no es incompatible con el aumento de algún precio absoluto).

En una economía inflacionaria esto plantea el siguiente interrogante: ¿quién queda abajo o, si se prefiere, quién queda más abajo? Mientras que en una economía deflacionaria se plantea el interrogante simétrico: ¿quién queda arriba o, si se prefiere, quién queda más arriba? De inmediato se analiza este último caso.

Quien en una economía deflacionaria "naturalmente" queda arriba es el dinero. En efecto, decir que el nivel general de los precios disminuye en forma sistemática, es lo mismo que decir que el poder adquisitivo del dinero aumenta sistemáticamente.

Asociado con lo que ocurre con el dinero en una economía deflacionaria, está lo que pasa con el costo del crédito en términos reales, entendiendo por tal en términos del precio de los productos.

El concepto de tasa de interés real surge de relacionar la tasa de interés nominal con la tasa de modificación de los precios. Así como en un país donde la tasa de interés nominal es del

10% anual, y la tasa de inflación es del 2% anual, la tasa de interés real es de (aproximadamente) 8% anual; en un país donde la tasa de interés nominal es del 10% anual, y la tasa de deflación es del 2% anual, la tasa de interés real es de (aproximadamente) DOCE % anual.

Junto a las consideraciones de "todos los precios contra el dinero" y "cada precio contra su respectiva tasa de interés", están las consideraciones de "el precio de unos bienes contra el de los demás".

Aquí resulta relevante la distinción entre los bienes que son objeto de comercio internacional, y aquellos que sólo se pueden vender en el mercado interno; así como resulta relevante el tipo de mercado de cada uno de los productos.

Quien sólo vende en el mercado local no tiene más remedio que seguir exclusivamente sus vicisitudes. En Argentina 1995 muy probablemente el precio de dichos productos, como regla general, resignar posiciones con respecto a los productos que se pueden exportar, quienes no consiguiendo en el mercado local el costo de oportunidad de vender en el exterior, desplazan su producción del mercado local al externo.

Al mismo tiempo, existe la tentación de pensar que en una economía deflacionaria, el precio relativo de los bienes que se transan en mercados competitivos, disminuye con respecto al de los bienes que se comercializan en mercados monopólicos (el precio de los artículos que se venden en los supermercados, con respecto al precio de las tarifas telefónicas).

Esto depende esencialmente de si, con anterioridad a la deflación, los monopolistas estaban utilizando todo su poder monopólico, o si les quedaba "resto". Queda para algún lector cuidadoso trazar los gráficos competitivo y monopolico, y desplazar las curvas de demanda hacia la izquierda, para ver si algún resultado de tipo general se puede derivar del cambio de precios relativos en función del tipo de mercado.

Por último, una para pensar: ¿si la inflación es mala; por qué la deflación es buena?

DEMANDA DE BIENES DURADEROS Y DURABLES

Los servicios son bienes no duraderos, en el sentido de que por su naturaleza no tienen más remedio que ser consumidos en el mismo momento en que se producen.

Las mercaderías, por el contrario, pueden ser producidas en un momento y ser consumidas después (poco después, en el caso del pescado no conservado; mucho después en el caso del buen vino).

Los servicios son bienes no duraderos; las mercaderías son bienes duraderos.

No todos los bienes duraderos son bienes durables. En efecto, hay bienes que pueden permanecer producidos por mucho tiempo antes de ser consumidos, pero se agotan en el primer uso. Son bienes no durables. Ejemplo: un caramelo. Puede ser producido en febrero de un año, y consumido en junio del año siguiente; pero una vez que me lo comí... desapareció.

Otros bienes, por el contrario, no sólo pueden permanecer producidos por mucho tiempo antes de ser consumidos, sino que además admite más de un uso (unos pocos, en el caso de una hojita de afeitar; muchísimos en el caso de una casa).

¿Qué importancia tiene esto desde el punto de vista de la demanda? Más precisamente; ¿cómo afecta una reducción del ingreso de los consumidores la demanda de bienes no duraderos, la de los duraderos no durables y la de los duraderos durables?

En todos los casos vamos a analizar el caso de bienes superiores, es decir, bienes cuya demanda disminuye cuando cae el ingreso de los consumidores. De manera que la pregunta es si, más allá de las características particulares de cada bien algo concreto puede decirse sobre la intensidad de la caída de la demanda de cada uno de los tipos de bienes mencionados.

Por definición, los servicios no se pueden acumular en inventarios. ¿Qué le ocurre a mi demanda de teatro, cuando disminuye mi ingreso? Cae, porque voy menos al teatro. Nótese que en este caso menor compra es sinónimo de menor consumo.

Las mercaderías, por el contrario, pueden acumularse en inventarios. En el caso de los bienes duraderos no durables puedo tener la heladera llena de alimentos; en el caso de los bienes duraderos durables puedo tener equipos en uso, como mi auto, mi casa, mi videograbadora, mis zapatos, etc.

Pero cuando esto es así, la pregunta: ¿qué le ocurre a mi demanda de caramelos, o de autos, cuando disminuye mi ingreso, no es igual a la pregunta: ¿qué le ocurre a mis compras de caramelos, o de autos, cuando disminuye mi ingreso?

No solamente no es igual; durante algún tiempo cuantitativamente puede ser muy distinta.

En efecto, cualquier consumidor que trate de mantener su nivel de consumo, frente a una caída del ingreso -máxime si cree que la caída es transitoria-, asignará la misma cantidad de recursos que antes a la compra de servicios, compensando totalmente las menores compras de mercaderías duraderas no durables con disminución de sus inventarios, y utilizando más tiempo del previsto las mercaderías duraderas y durables. Ejemplo: cuando disminuye mi ingreso, no dejo de asistir al teatro, compro menos caramelos (¡pero como tengo algunos en el bolsillo no disminuyo mi consumo de caramelos!), y sigo andando en la bicicleta que tengo, y que quizás en condiciones normales hubiera cambiado por una más moderna.

Los seres humanos no somos iguales, pero frente a un shock económico respondemos de manera muy parecida. En otros términos, cuando le cae el ingreso a todos los habitantes de una ciudad o un país, la asistencia a los teatros sufre menos que las compras de caramelos o de autos nuevos.

Este dato es particularmente importante para los fabricantes de bienes durables. Desde el punto de vista del consumidor el bien durable presta un servicio. Dicho de otra manera, lo que el consumidor ajusta en cada momento es el stock actual de bienes durables, al stock deseado. Un cambio en las condiciones económicas implica la demora masiva en la reposición de un bien durable, porque desde el punto de vista del consumidor implica la diferencia en la calidad de servicio del bien usado y el nuevo (¿tanto sacrificio para quienes tienen autos modelo 1991 en adelante, es esperar un poco más para cambiarlo en Argentina 1995?); en cambio desde el punto de vista del producto implica una abrupta caída en las ventas.

Ajustado por las características del bien, la elasticidad-ingreso de las compras de servicios parecería ser menor que la de bienes duraderos no durables, y particularmente de las de bienes duraderos durables.

DESCOLOCACION LABORAL

"Cuando coloco un aviso en el diario pidiendo pintor, telefonista o subgerente de cobranzas, la mitad de los que se presentan no es que no sirvan para los puestos mencionados; no sirven para NADA".

Esto lo escuché más de una vez, en 1994, hablando con empresarios.

Lo cual me lleva a hablar de un tema que, cuando se analizan las cuestiones de empleo y desempleo, rarísima vez se menciona: el de la descolocación laboral.

Me explico. Integra la fuerza laboral cualquier ser humano que quiera trabajar. Algunos de ellos lo consiguen (son los ocupados), algunos de ellos lo consiguen pero no durante el tiempo deseado (son los subocupados), y por fin otros no lo consiguen de ninguna manera (son los desocupados).

Pero; ¿cómo va a conseguir trabajo alguien que, según los empleadores, "no sirve para nada"? Esa persona pertenece a la fuerza laboral en el sentido de que demanda trabajo, pero así como está nunca va a solucionar su problema porque no está en condiciones de ofrecer ningún servicio laboral que pueda hoy ser usado convenientemente por algún empleador.

¿Como llegó hasta aquí!? "Becado", porque los costos laborales antes eran bajos, y porque además la atención de los empresarios estaba centrada en la posición financiera de la empresa y no en su porción operativa; o "becado", porque ocupaba un puesto en una empresa pública que ahora dejó en claro que puede perfectamente prescindir de sus servicios; o trabajando según otros métodos de trabajo, otra maquinaria, etc.

¿Problema de quién es la descolocación laboral? Primero y principal, de la persona misma la cual, en el caso de los retiros voluntarios del Estado, se juntó con una interesante suma para "intentar algo nuevo" (mi impresión es que el grueso lo logró, y la minoría hace sentir su voz en los medios masivos de comunicación).

En consumos esenciales, como salud, hay también un efecto de solidaridad -cuando alguien acude a un hospital público no le preguntan por su capacidad laboral-.

El fenómeno de la descolocación laboral es un proceso continuo. Me manejo con las computadoras -algunos colegas míos, no más viejos que yo, las aborrecen-; pero cuando tengo que grabar un programa de televisión en la video que hay en mi casa, llamo a mis hijas las cuales, con velocidad impresionante, aprietan convenientemente las perillas del control remoto y operan el infernal aparato con enorme eficiencia.

En este mundo, el que se duerme pierde. Y el mundo es así, de manera que "ponerle la proa" no es una estrategia.

Consecuentemente, hay que prepararse y preparar a toda la gente que trabaja con uno. Para identificar qué es permanente y qué no lo es en el negocio de cada uno. Pregúntese en el suyo. Ejemplo: dentro de 100 años habrá productores por un lado y consumidores por el otro, consecuentemente tendrá sentido la labor de conexión entre unos y otros. Pero así como en un momento el "almacén de la esquina" era clave en dicho proceso de conexión, luego fue el supermercado y dentro de un siglo sólo Dios sabe cómo será la conexión. Por consiguiente, la inteligencia pasa por decir: dentro de 100 años estaré conectando productores y consumidores, pero sólo Dios sabe cómo.

Seguir en carrera, consiguientemente, es un proceso continuo. La cuestión, muchas veces, es principalmente una de vencer actitudes, más que dificultades técnicas.

NOTA: todo lo que aquí se dice de la descolocación laboral se podría reproducir en el caso de los equipos. Claro que no es lo mismo que sufra un ser humano, a que lo haga una máquina... aunque detrás de las máquinas están los dueños de las máquinas y sus asalariados. Pero Dios creó al Mundo de forma tal que quienes pretendan pertenecer al club de los empresarios, tienen que tener suficiente flexibilidad como para adaptarse a los cambios.