

NUEVA ECONOMÍA, PRODUCTIVIDAD Y CAPITAL HUMANO

ALEJO JOSÉ G. SISON*

Cada época genera su propia versión de la Nueva Economía. A finales de 1990, se entendía por “nueva economía” una economía global en la que las tecnologías digitales habían producido “nuevas formas de trabajar, nuevos medios y maneras de comunicarse, nuevos bienes y servicios, así como nuevas formas de comunidad”. Su materia prima es la información, el conocimiento y las distintas formas de “capital intelectual”. Sus beneficios sólo serán válidos si las tecnologías telemáticas causan realmente un aumento en la productividad de los trabajadores.

Palabras clave: Nueva Economía, productividad, capital humano.

UN ESTUDIO realizado por Jeff Madrick para el *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy*, de la Universidad de Harvard, revela que desde la década de 1970 economistas, empresarios y periodistas ya utilizaban la expresión “nueva economía” (Madrick 2001). Lo que pasa es que la utilizaban para designar cosas diversas que a menudo no

guardaban ninguna relación entre sí. Con la crisis del petróleo de los años '70 la industria automovilística comenzó a comercializar modelos con motores más eficientes en el consumo de combustible: eran los “coches de la nueva economía”. A mediados de los años '80 revistas especializadas como *Fortune* y *Business Week* sacaban en sus portadas titulares que aludían a la “Nueva

** Alejo José G. Sison es profesor del Departamento de Filosofía de la Universidad de Navarra y secretario del Instituto Empresa y Humanismo.*

140

Economía de los Estados Unidos”, al mismo tiempo que se empezaban a publicar libros que llevaban por título *Doing Business in the New Economy* (Albrecht & Zemke 1985) y *Understanding the New Economy* (Malebre 1989). Un lugar común en estas obras era el mayor protagonismo que los sectores de servicios y de la alta tecnología comenzaban a desempeñar en la vida económica de aquel país.

Tras la caída de la bolsa de *Wall Street* en 1987 y el crecimiento lánguido de la economía norteamericana por aquel entonces, la “nueva economía” significó para el gran público nada menos que inseguridad laboral y desempleo, como consecuencias ineludibles de unas corrientes de desindustrialización, reconversión y reestructuración empresariales. Por consiguiente, parece como si cada época generase su propia versión de la “nueva economía”, y que ésta no siempre apuntase a un desarrollo positivo o esperanzador.

En noviembre de 1989, la comunidad internacional sufrió los efectos de otro derrumbamiento, el del muro de Berlín -símbolo no sólo de la división de esta ciudad y de la

nación alemana, sino también (y sobre todo) señal de la separación violenta de dos “mundos ideológicos” o “visiones de la vida” diametralmente opuestos-. Este final de la “Guerra Fría”, con el consiguiente triunfo del liberal-capitalismo democrático sobre el social-comunismo totalitario fue la llave política que abrió el paso hacia el fenómeno contemporáneo de la “globalización”. De modo que en la mayor parte de la década de los '90 la expresión “nueva economía” vino a identificarse, en la práctica, con la “globalización”: fundamentalmente, con la integración progresiva de economías hasta entonces consideradas “nacionales”, debido a los avances en las tecnologías de redes (los sistemas de transporte, las telecomunicaciones y la informática), potenciados además por la apuesta de los gobiernos por la desregulación comercial y la liberalización financiera (Held, McGrew, Goldblatt & Perraton 1999).

Aunque desde 1998 los informes anuales del Departamento de Comercio norteamericano ya mencionaban otra “nueva economía” bajo la guisa de una “economía digital emergente”, no fue hasta junio

de 2000 cuando, por fin, pudo hablarse propiamente y sin ambages de una “economía digital”: a partir de aquel momento se reconoció que los desarrollos en las tecnologías digitales habían producido “nuevas formas de trabajar, nuevos medios y maneras de comunicarse, nuevos bienes y servicios, así como nuevas formas de comunidad” (Shapiro 2000: xiii).

Aparte de la idea de una economía digital y globalizada, incluso hubo quienes propusieron una lectura más osada de la “nueva economía de la información”, como aquélla en la que las leyes de la “vieja economía” y las directrices de la estrategia empresarial convencional se habían “roto en añicos” (Evans & Wurster 2000). Las nuevas capacidades tecnológicas para utilizar y compartir la información -o sea, Internet- han transformado las definiciones de empresas e industrias, así como los significados de términos como “ventaja competitiva” o “empresa dominante”. Según Evans y Wurster, consultores de la firma *Boston Consulting Group*, las empresas líderes en el mercado se encuentran ahora en clara desventaja res-

pecto a su competencia, de acuerdo con las reglas de la “nueva economía de la información”, debido precisamente a factores en los que hasta el momento habían basado su fortaleza. Todos sus “activos tradicionales” (*legacy assets*), consistentes en ordenadores centrales (*mainframes*), sistemas de producción, venta y distribución, sedes materiales “de ladrillo y mortero” (*bricks and mortar*), marcas y hasta sus venerables “competencias nucleares” (*core competencies*) y culturas corporativas se han convertido ahora en fardo, peso muerto que les impide competir con eficacia y éxito. Las metáforas actualmente en boga tienen reminiscencias nietzscheanas y schumpeterianas: la desconstrucción (de la organización), la desintermediación (en la cadena de distribución), la ruptura (en las tradiciones y culturas), la “destrucción creativa” o “reinención” de las líneas de negocio... Parece como si nada de lo anterior siguiese en pie y que lo válido ahora fuese justamente todo lo contrario. Aunque ha habido reacciones académicas que, desde la teoría, han cuestionado semejante hipérbole y optimismo, el golpe definitivo

I42

contra esta postura lo han dado los correctivos que el propio mercado experimentó - primero en los EE.UU. y, luego, prácticamente en todo el mundo- a partir de diciembre de 2000.

Sin embargo, la misma persistencia de la expresión “nueva economía” a pesar de los descabros bursátiles y financieros de la primera parte de 2001 parece indicar que hay otro significado posible, más moderado y ajustado a la realidad. Según esta opinión se habría vencido, si no el mismo ciclo económico, al menos gran parte de los efectos perniciosos de sus descontrolados picos y valles, gracias a la libre circulación de información por las redes de telecomunicaciones e Internet. Desde 1990, la economía estadounidense había entrado en una fase de crecimiento; sin embargo, a partir de 1996 el ritmo de aceleración fue vertiginoso. Lee Price, economista jefe de la Administración Económica y Estadística del gobierno norteamericano, afirmó al respecto en junio de 2000: “Los aumentos de productividad, las tasas de inversión así como el crecimiento real de los salarios son mucho más altos; las

cifras de desempleo y de inflación son mucho más bajas; la expansión (económica) acaba de establecer en EE.UU. un récord de máxima duración. El aumento en la confianza de que el futuro de la economía real se parecerá más a los últimos cuatro años que a los 22 años precedentes ha llevado a que cada vez mayor número de analistas e incluso economistas acepten la etiqueta mediática de la Nueva Economía” (Price 2000: 59).

Por tanto, en su formulación estricta, estadísticamente contrastada, la Nueva Economía se refiere a la situación estadounidense de 1996 a 2000, durante la cual este país experimentó una tasa de crecimiento sin precedentes, junto con una inflación baja y el logro de unos mínimos históricos en las cifras de desempleo. Según el Secretario de Comercio, William M. Daley, la clave de este “milagro económico” no fue tanto la introducción de las nuevas tecnologías por sí misma como su impacto en la actividad de los trabajadores o en el aumento de su productividad (Daley 2000: iii).

Aunque las estadísticas del Departamento de Trabajo

norteamericano dan fe de ello, no han faltado quienes han puesto en tela de juicio este “aumento milagroso de productividad” o han propuesto para estos mismos datos una lectura muy desvirtuada. Según Stephen Roach, economista jefe del banco de inversión *Morgan Stanley Dean Witter (MSDW)*, el aumento de productividad experimentado a finales de la década de los '90 se detectó ante todo en el sector servicios -transporte, comercio, finanzas, seguros, inmobiliarias, etc.- que da empleo al 77% de los trabajadores, 2/3 de los cuales son oficinistas de “cuello blanco” (*white-collar*), o sea, no son trabajadores manuales; además, de entre éstos, casi la mitad se considera “directivos” o “gerentes” (*managers*), pertenecientes a la categoría de los “trabajadores del conocimiento” (*knowledge workers*) (Roach 2000). Ahora bien, es público y notorio que para este tipo de trabajo las medidas tradicionales de productividad son muy poco fiables. No se mide tanto lo que estos trabajadores teclean con sus dedos como lo que se les pasa por la cabeza.

Entonces Roach se aventura a explicar que, de hecho, no ha aumentado tanto la productividad como las horas que se dedican al trabajo (que no se contabilizan igual que las de los trabajadores manuales). Gracias a las nuevas tecnologías -los ordenadores portátiles, los teléfonos móviles, los fax- que sirven de “correas electrónicas”, los empleados siguen trabajando estén dónde estén, en sus casas o de viaje, en coche, tren o avión. Por tanto, se sobrevalora la productividad en la medida en que se infravalora el tiempo de trabajo. Roach llega incluso a decir que, con la excepción de algún milagro de la ingeniería genética, es muy poco probable que los “trabajadores del conocimiento” aumenten su productividad por el mero uso de nuevas tecnologías, como sucede con los obreros manuales de planta.

Otra voz discordante e incrédula respecto al “milagro de la productividad” auspiciada por las nuevas tecnologías es la de Robert Gordon, profesor de economía de la Universidad de Northwestern (*The Economist* 2000). Según este autor, cualquier mejora en la productividad debería explicarse por

I44

una combinación de dos elementos: un incremento en la inversión financiera (“*capital deepening*”) o un aumento en la productividad del factor-total (“*total-factor productivity*” o “*technological progress*”). Este segundo aspecto se divide en el sector informático y en el no-informático. Ahora bien, según la investigación de Gordon, la contribución del sector no-informático a la productividad del factor-total es cero, y el incremento en la inversión financiera, por sí solo, puede dar cuenta holgadamente de cualquier aumento experimentado en la productividad durante estos últimos años. Más sorprendente aún es su descubrimiento de que, para la mayor parte de la economía norteamericana, el crecimiento de la productividad del factor-total, de hecho, ha decelerado.

Finalmente, Gordon echa la culpa de este fenómeno a que los “trabajadores del conocimiento” emplean ahora sus horas de trabajo en actividades de entretenimiento y diversión por Internet -antes confinadas a sus “horas privadas”, al tiempo que pasaban en sus respectivas casas-. No en vano, el volumen de tráfico en las páginas *web* dedicadas al con-

sumidor -la compraventa de acciones por la red se ha convertido en un pasatiempo muy popular- es mayor durante las horas de oficina que por la noche, cuando en principio la gente está en sus casas. En definitiva, Internet, como cualquier medio o instrumento de trabajo, no mejora por sí la productividad; depende de cómo se utilice. Desafortunadamente, son todavía muchos los que desaprovechan esta nueva oportunidad que Internet les brinda y la emplean más bien para perder el tiempo.

En octubre de 2001, la consultora *McKinsey* publicó un informe titulado *Productivity in the United States*, por ahora el estudio más comprehensivo sobre el tema (McKinsey Global Institute 2001). La investigación abarca la mejora a largo plazo de la productividad experimentada en EE.UU. desde 1972 a 2000. De 1972 a 1995, la productividad laboral nacional aumentaba en un 1,4% anuales, pero a partir de 1995 hasta 2000 -los años coincidentes con la Nueva Economía- esta tasa de crecimiento casi se duplicó, hasta llegar al 2,5%. Durante este segundo período, las empresas nortea-

americanas aumentaron en casi un 100% su inversión en tecnología informática, y muchos expertos pensaron que ésta fue la razón exclusiva de la mejora. Sin embargo, un examen más detenido de los datos reveló que la tecnología informática sólo fue un factor entre varios; entre ellos se incluían la innovación (no necesariamente limitada a la informática), la competencia y algunas circunstancias relacionadas con la demanda cíclica, como la burbuja bursátil y la alta confianza de los consumidores. De hecho, casi todas las mejoras en la productividad se centraron en sólo seis sectores de la economía -la venta al por menor, la venta al por mayor, el mercado de valores, las telecomunicaciones, los microprocesadores y la fabricación de ordenadores-; mientras que en el resto, las pequeñas ganancias y pérdidas de productividad acabaron cancelándose. Paradójicamente, en sectores como el de la hostelería, el de la banca al por menor y el de la transmisión de datos a larga distancia, no se produjeron mejoras en la productividad, a pesar de las grandes inversiones en tecnología informática. La clave del éxito en la productividad

parece estar en la “aplicación vertical” de la tecnología informática a las actividades nucleares de las empresas -máxime si el negocio trata de productos digitalizables- en lugar de en su mera utilización en actividades auxiliares o de apoyo.

No existe una “nueva economía” si por esta expresión se entiende una economía donde las antiguas “leyes” o los principios generales de buen funcionamiento (aunque sean meramente “tendencias estadísticas”) han quedado invalidados. Lo que ha cambiado ha sido la tecnología; en concreto, por primera vez se ha logrado la fusión sin solución de continuidad entre la informática y las telecomunicaciones. Pero tampoco podemos exagerar el impacto de Internet, positivo o negativo, en el trabajo y en la productividad. Para sacar mayor rendimiento de las oportunidades que Internet nos ofrece como herramienta de trabajo, hemos de dirigir nuestra atención hacia una mejor gestión del “capital humano”, específicamente y en primer lugar, del “capital intelectual (humano)”.

Por “capital” entendemos cualquier recurso productivo, acumulable, del que se puede

obtener rendimientos económicos en el futuro. La formulación del concepto de “capital humano” se atribuye a Gary Becker (1975) y a Theodore Schultz (1981), galardonados con el premio Nobel de Economía en 1979 y en 1982, respectivamente. Schultz lo define como las “cualidades” o los “atributos adquiridos” (a diferencia de los “innatos”) de una población, que son valiosos y que aumentan con una inversión apropiada. Becker, por su parte, explica cómo las diferencias de sexo, edad, estado de salud, nivel educativo, grado de formación o desarrollo del carácter y experiencia influyen en el “capital humano” y, por consiguiente, en el rendimiento de los trabajadores.

Por otro lado, la elaboración de la noción de “capital intelectual” se debe primordialmente al trabajo pionero del escritor y columnista de la revista *Fortune*, Thomas Stewart (1997). Este autor parte de la observación de que cada vez se valoran más los “activos intangibles” de una empresa -como las informaciones que maneja, las experiencias y los conocimientos de sus trabajadores- que los tradicionales “activos

tangibles”. Este hecho se ve reflejado en la gran diferencia que suele existir entre el valor contable de una empresa según los libros y su valor en el mercado, el precio que un comprador estaría dispuesto a pagar por ella. Los contables atribuyen esta diferencia al activo genérico del “fondo de comercio” (*goodwill*), a la “buena reputación” de la empresa y sus integrantes, y a la propiedad intelectual de la que la empresa es titular, ya sea en forma de *copyrights* o derechos de reproducción, patentes, marcas registradas y secretos comerciales.

La contribución de Stewart consiste en la formalización y en el “apalancamiento” (*leveraging*) de estos “activos intangibles” bajo el concepto de “capital intelectual”. Stewart distingue tres componentes del “capital intelectual”: el “capital humano”, que es la suma de los conocimientos, las destrezas y las actitudes favorables de empleados individuales; el “capital estructural”, formado por las capacidades institucionales de la organización, fruto en gran parte de la sinergia entre los profesionales que trabajan en la empresa; y el “capital de clientela”, que proviene

de la franquicia o la cuota de mercado fidelizada, una fuente privilegiada de conocimiento sobre los productos demandados. De estos tres componentes, el “capital estructural” es el que más se acerca a una “propiedad exclusiva”, relativamente estable de la empresa, ya que tanto el “capital humano” como el “capital de clientela” -en determinadas condiciones- pueden salir por la puerta y ponerse al servicio de otro patrón o de otro proveedor, respectivamente. Basándose en estas herramientas conceptuales, se pueden elaborar nuevos paradigmas para la medición y la gestión de los recursos y los activos de la empresa, nuevos modelos para la dirección y el gobierno de las personas que en ella trabajan.

En definitiva, hablar de “nueva economía” sólo se justifica en la medida en que se registren mejoras considerables en la productividad de los trabajadores. Los aumentos más significativos de productividad derivan del mayor rendimiento del capital humano e intelectual, con ocasión de la tecnología informática. Por tanto, el principal reto de la dirección en la Nueva Economía -más que la coordinación del trabajo

de quienes ocupan lugares y tiempos no-contiguos- consiste en el gobierno de personas cuya contribución al proceso económico no proviene de la fuerza de sus brazos, sino de su inteligencia y creatividad.

BIBLIOGRAFÍA

Albrecht, K. y Zemke, R. (1985), *Service America. Doing Business in the New Economy*, McGraw Hill, Nueva York.

Becker, G. (1975), *Human Capital*, Columbia University Press, Nueva York.

Daley, W. (2000), “Foreword from the Secretary of Commerce”, *Digital Economy 2000*, U.S. Department of Commerce, www.ecommerce.gov.

The Economist (2000), “Productivity on stilts”, 10 de junio.

Evans, P. y Wurster, T. (2000), *Blown to Bits. How the New Economics of Information Transforms Strategy*, Harvard Business School Press, Boston.

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. y Perraton, J. (1999), *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, Polity Press, Cambridge.

Madrack, J. (2001), “*Each Generation Has Its Own ‘New Economy’*”, *New York Times*, 10 de mayo.

Malebre, A.L. (1989), *Understanding the New Economy*, Dow Jones Irwin, Nueva York.

McKinsey Global Institute (2000), “Productivity in the United States”, octubre, www.mckinsey.com.

Price, L. (2000), “*What Is New In the ‘New Economy’*”, *Digital Economy 2000*, U.S. Department of Commerce, www.ecommerce.gov.

Roach, S. (2000), “*Working Better or Just Harder?*”, *New York Times*, 14 de febrero.

Schultz, T. (1981), *Investing in People: The Economics of Population Quality*, University of California Press, Berkeley.

Shapiro, R. (2000), “*Introduction*”, *Digital Economy 2000*, Washington, D.C., U.S. Department of Commerce, www.ecommerce.gov.

Stewart, T. (1997), *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Doubleday, Nueva York.



Copyright of *Empresa y Humanismo* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.