

Acabado (aunque no agotado) el repaso pormenorizado de lo que supone la Economía en Red, es el momento de reconsiderar y de actualizar

## ¿Una nueva economía o una economía que se renueva?

**P**revisiones, perspectivas, incluso profecías, dominan todos los análisis sobre la transformación de la economía. Si olvidamos lo que está por venir y nos centramos en el presente ¿cuál es la situación real hoy? ¿Es cierto que la economía *ya es diferente*?

Basta reparar en la publicidad que nos rodea o repasar nuestros hábitos de comportamiento para admitir que, incuestionablemente, *algo* sí ha cambiado. Pero ¿en qué medida? ¿cuál es la envergadura de estos cambios? Pues bien, no existe una respuesta única y definitiva. Depende no sólo de hacia dónde miremos sino también del ánimo con que lo hagamos, o, más exactamente, de lo que esperemos ver.

En efecto, aquellos que se apuntaron a la corriente optimista y anunciaban el inminente advenimiento de una nueva economía que prácticamente se iba a *super-*

*poner* a la antigua, se sentirán defraudados en las etapas de *parón* en las que se habla más de petróleo que de internet.

Pero los moderados, los que pensábamos y pensamos que la economía en red es un proceso de evolución, de adaptación de postulados válidos a realidades nuevas, nos maravillamos de la trascendencia de las transformaciones a las que asistimos. Y es que la aceleración de las innovaciones en actividades y procesos no ha de implicar cambios fulminantes e instantáneos. El germen de las *revoluciones económicas* toma su tiempo en extenderse por los sistemas productivos: los diferentes aspectos de lo que se pretende un fenómeno homogéneo evolucionan con ritmos desiguales y a veces desembocan en resultados distintos de los esperados. El prudente alejamiento de posturas extremas parece, por tanto, reafirmarse hoy como la opción preferida.

**BURBUJAS QUE LO ERAN**  
Comencemos considerando uno de los ejemplos más claros y sin duda el más periodístico: la situación de la Bolsa. La “burbuja financiera” perdió todo su gas y los valores actuales, para lamentación de muchos que creían haber descubierto una versión moderna de la piedra filosofal, en nada se parecen a los alcanzados en el momento álgido de la escalada prodigiosa. ¿Supone esto el fracaso de la nueva economía?

Esta progresiva corrección es el triunfo de la lógica económica tradicional. La fe ciega en los valores internet y multimedia era demasiado *irracional*. Como dijimos en su momento, los *nuevos* parámetros de valoración pueden admitir mayores dosis de riesgo pero no pueden oponerse frontalmente a los habituales, o lo que, es lo mismo, a la sensatez económica.

Sin embargo, este “fiasco” no debe esconder que los valores tecnológicos se han consolidado como los motores del mercado. Los “Nuevos Mercados” abiertos en casi cada plaza suelen marcar el sesgo que los índices generales toman al final de la sesión. Además, el que la burbuja se haya deshinchado y no explotado ha evitado consecuencias traumáticas. Es evidente que no todos han salido indemnes y que las repercusiones son importantes. Pero, en general, el capital seguirá afluyendo a los nuevos proyectos tecnológicos siempre, claro está, que detrás de la dirección internet se encuentre algo más que unas fabulosas, pero inexplicadas, previsiones.



Iguals claroscuros se alternan en el resto de los capítulos de la economía en red que habíamos tratado. Hagamos un repaso.

## GOZOS Y SOMBRAS

El comercio electrónico crece pero desde luego no con las vertiginosas pendientes exponenciales que tantos gráficos de previsión anunciaban para el inicio del milenio. Racionalidad y lógica económica vuelven a ser las palabras clave. Como no podría ser de otra manera, evolucionan con mayor velocidad aquellos segmentos en los que el binomio rentabilidad-dificultad de desarrollo tiene un ratio más favorable. Es sencillamente un cálculo de beneficios y utilidades. Y es que no en todos los casos la facilidad de implantación es la misma. Ni tampoco el interés de las empresas. En determinados sectores *se está en la red* porque nadie puede permitirse mantener una imagen *vetusta* alejada de la *modernidad*, aunque el atractivo real sea escaso. Con estas premisas, los intercambios entre empresas se incrementan con rapidez sobre una base sólida. Pero el comercio dirigido a los particulares no acaba de arrancar.

Acceso y confianza siguen siendo las claves para dar el salto cualitativo. La generación de confianza pasa por garantizar la seguridad en los intercambios y necesita imperiosamente el progreso de los sistemas de pago telemáticos. Sistemas que no han avanzado desde las posiciones en que se encontraban cuando comenzamos a escribir estos artículos. Ante la falta de acuerdo en la adopción si no de un estándar al menos sí de

unas posiciones comunes mínimas, aún dan la impresión de soluciones disgregadas y particulares.

Otra de las *visiones felices* anunciaba un panorama ideal de competencia casi perfecta, con consumidores informados eligiendo libremente la más ventajosa de entre múltiples ofertas. Sin embargo, en todos los sectores de la economía mundial no dejan de formarse conglomerados gigantes dispuestos a hacer valer su posición de dominio, lo que sin duda está lejos de ser una buena noticia para los consumidores.

Un magnífico ejemplo es precisamente el sector de las TIC. Aunque veremos muchos movimientos hasta que tomen forma definitiva, ya comienzan a insinuarse los perfiles de la no más de media docena de actores que dominarán el panorama mundial en unos años. No es diferente la situación si nos fijamos exclusivamente en el comercio electrónico: la puerta que en opinión de casi todos va a expandir la oferta a golpe de ratón da paso de momento a un pasillo estrecho. Tras una fase explosiva de lanzamiento de nuevos proyectos, la integración en todas las direcciones es el resultado de los fracasos y de los procesos de compra y de alianza. Cada eslabón de la cadena condiciona el siguiente: el operador que ofrece el acceso *sugiere* el portal de inicio desde el que se accede a *todo* lo necesario. El coste de búsqueda de información no sólo no ha desaparecido sino que se maneja como barrera para fidelizar al cliente perezoso o incómodo delante de un teclado. De nuevo no serán

muchos los invitados con derecho a sentarse a la mesa donde se juega la partida del oligopolio.

Claro que si nos alejamos del sector y observamos desde mayor distancia el conjunto de la economía, los vendedores *virtuales*, pocos o muchos, no son otra cosa (al menos mientras no logren acabar con los negocios tradicionales) que rivales de los comerciantes *reales*. Rivales que deben ofrecer algún incentivo para atraer a la demanda, luego, a la postre, si suponen nuevas posibilidades de elección, un incremento de competencia favorable para el consumidor.

## UN PASO ATRÁS, DOS ADELANTE

La escasa penetración del teletrabajo se puede interpretar como otro fracaso. Pero, una vez más, las afirmaciones contundentes ocultan todos los matices que asoman en el examen detallado. Las condiciones y entorno laborales no han variado tan drásticamente como en el caso de una implantación masiva del teletrabajo, desde luego. Ahora bien, es indiscutible que la organización y las relaciones en el interior de las empresas sí que están cambiando por efecto de las TIC. Las habilidades buscadas en los procesos de selección muestran esta evolución. El propio macrosector convergente demuestra su pujanza *tirando* de las cifras de creación de empleo hasta el punto de que en determinadas circunstancias se ha comenzado a considerar la "importación" de especialistas.

Otra prueba innegable de que la nueva economía avanza es el

interés de los investigadores y de los poderes públicos por comprender y cuantificar mejor el impacto de los cambios. Aunque el camino que queda por recorrer es largo se ha comenzado (al menos planteado) la elaboración de nuevas estadísticas o la adaptación de las existentes.

Finalmente, el análisis de los ciclos económicos tampoco escapa a la ambivalencia. De un lado, la dependencia de la "salud general" respecto de las *nuevas* tecnologías es muy acusada. Por el peso creciente del sector, pero también, indirectamente, a través de la influencia en los mercados financieros o en la productividad. Del otro, la vieja economía no se ha desvanecido y los símbolos de los viejos tiempos, el petróleo o el cemento, siguen presentes. Aunque (¿quién lo diría hace diez años!) compartiendo titulares en la sección de economía de los periódicos con las noticias relacionadas con las TIC.



## Michel Berne

• Ingeniero Civil y Doctor en Ciencias Económicas.

-- Institut National des Télécommunications (INT, Francia), Département Sciences de Gestion; michel.berne@int-evry.fr

## José Luis Gómez Barroso

• Ingeniero de Telecomunicación, Licenciado en Ciencias Económicas y Licenciado en Derecho.

-- Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Departamento de Economía Aplicada e Historia Económica; jlgomez@cee.uned.es