

CAPÍTULO IV

LOS MÉRITOS ECONÓMICOS DE LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

Tardía ha sido en la ciencia económica, sino la eclosión, que data de 1776 con Condillac, al menos el triunfo, que fue sólo hasta 1872 con Carlos Menger y Stanley Jevons, de la idea de la hegemonía del consumidor. Más tardía debería ser aún la formación de la doctrina cooperativa, que no pudo ser elaborada sino muchos años después de que, mediante el éxito obtenido, las instituciones cooperativas habían demostrado su fecundidad. El año de 1844, lo hemos dicho ya, vio establecerse en Rochdale la primera sociedad netamente inspirada en el nuevo principio y desde esa fecha las nuevas instituciones se han difundido muy rápidamente en muchos países. Pero ha sido necesario esperar más o menos hasta 1900 para ver el primer esbozo un poco preciso de la doctrina cooperativista distributiva, así como de la doctrina cooperativista general.

C. Fourier y R. Owen, lo hemos dicho en el capítulo precedente, han sido, cuando más, los precursores de la idea cooperativista. Su único mérito ha sido el de crear el clima que hace más de un siglo debería favorecer la invención del mecanismo característico de la cooperativa de consumidores.

A fines del siglo pasado, Beatriz Potter y C. Gide han sido los primeros en bosquejar la nueva doctrina.

En su obra *El movimiento cooperativo en la Gran Bretaña*, 1891,¹ Beatriz Potter Webb consagra capítulos bastante extensos al progreso de las cooperativas distributivas en Inglaterra; en sus dos últimos capítulos intitulados: *Un Estado en el Estado* y *El ideal y el hecho*, aborda muy sucintamente la doctrina cooperativa. En esas páginas presenta muchos puntos de vista notables, si se atiende a la época de publicación del libro. Más tarde, en colaboración con su marido, Sidney Webb, uno de los

¹ Nueva edición, Londres, SWAN SONNENSCHNEIN, 1904, 250, pp. in 16, traducción francesa, París, Cornely, 1905.

ministros del primer gabinete socialista inglés de Mac-Donald, B. Potter-Webb publicó dos volúmenes: *A Constitution for The Socialist Commonwealth*, 1920, y *The Consumers Cooperative Movement*, 1921.² Estas dos obras completan y enriquecen en muchos puntos la doctrina que B. Poteer-Webb había expuesto desde 1891. Sin embargo, por grande que sea el interés de los trabajos de los autores ingleses, desde hace mucho tiempo los cooperativistas del mundo entero han reconocido en C. Gide el principal fundador de la doctrina cooperativa de consumidores y podría decirse que hasta de la doctrina cooperativa en general. Porque C. Gide, no obstante que se haya consagrado de preferencia al estudio de las cooperativas de consumidores, ha descrito con solicitud y dedicación todas las variedades cooperativas.

Bajo la pluma de C. Gide la doctrina cooperativista adquiere más claridad. Sin embargo, cualquiera que sea el mérito de nuestro maestro y amigo, no se podría dejar de reconocer que más bien bosqueja que construye la doctrina cooperativista, más que elaborarla con rigor, la perfila.

El propio Gide nos ha dicho que él mismo se percataba de ello.

Bien sabido es que C. Gide expuso con muy buen éxito sus doce *Conférences de Propagande* sobre cooperativismo, pronunciadas todas, salvo una, de 1885 a 1900, y después reunidas en un volumen.³ Aunque durante su larga carrera el ilustre profesor no haya cesado de volver sobre el tema, parece que jamás precisó mejor su pensamiento que en su conferencia de 1899, que intituló: *Las transformaciones que en el orden económico está llamado a realizar el cooperativismo*. En ella expone Gide que las cooperativas de consumidores tienen por fin “la toma de posesión de todos los instrumentos de producción”, lo que tendrá por efecto hacer de las clases obreras, que constituyen la mayoría de la población, “las verdaderas propietarias de todo o de la mayor parte de todo el equipo comercial, industrial y agrícola del país”.⁴ El prestigioso conferenciante agrega que en las cooperativas “el capital no es suprimido o despreciado, sino reducido a su verdadero papel, o sea, instrumento al servicio del trabajo y pagado como instrumento que es. En el régimen cooperativo, por una inversión de la situación, es el trabajador o el consumidor quien, siendo el propietario, cobrará las utilidades, y es el capital el que estará reducido al papel de simple asalariado”.⁵ En fin, señala que el “cooperativismo es la democracia en el orden económico, puesto que es la conquista de la industria por las clases populares”.⁶

² Publicados ambos por Longmans Green And Co., Londres.

³ París, Larose et Sirey, 1900. La cuarta y última edición apareció en Sirey, 1922.

⁴ GIDE, *Conférences de Propagande*, 4ª ed., p. 94.

⁵ GIDE, *ib.*

⁶ GIDE, *ib.*

Treinta y cinco años más tarde, volviendo sobre el mismo tema en su curso de 1923-1924 en el Colegio de Francia, sobre el *Programa Cooperativo*, completa su pensamiento en forma magnífica, aunque sin profundizar verdaderamente, en el curso de la comparación que hace de la doctrina cooperativista con las de la escuela liberal, de la escuela socialista y de la escuela sindicalista, haciendo destacar las analogías o, por el contrario, las oposiciones entre la doctrina cooperativista y sus ilustres predecesores.⁷ Por eso la doctrina cooperativista se encuentra allí expuesta en sus líneas y contornos principales, más que profundizada.

El doctor Fauquet, autor del *Secteur Coopératif*, ese corto, pero vigoroso estudio que ha tenido una gran resonancia; Luis de Brouckère, que en la Universidad libre de Bruselas ha dictado brillantemente numerosos cursos sobre cooperativismo —la mayoría publicados más tarde—, ha desarrollado estos últimos años nuevos aspectos de la idea cooperativa. Aunque no estamos convencidos, como el doctor Fauquet, del estrecho parentesco entre las diversas categorías cooperativas, tenemos un gran placer en expresar nuestra admiración al mérito de su contribución a la doctrina cooperativista, lo mismo que a la de nuestro amigo Luis de Brouckère, cuyo nombre es inseparable del movimiento socialista contemporáneo.

Puntualizado lo anterior, pasemos al estudio del concepto. ¿Cuál sería la enunciación, a la vez precisa y exhaustiva, que podría formularse del cooperativismo, en su sentido más general? Quizá el enunciado que desde 1926 aparece al principio de nuestro *Ordre Coopératif* alcanza el grado necesario de generalidad: “La doctrina cooperativista enseña que lo mismo que en el orden político la soberanía corresponde al ciudadano, en el orden económico y social la hegemonía debe pertenecer normalmente al consumidor y no al productor o empresario, según han pretendido hacer creer los teóricos de la economía capitalista y los reformadores socialistas durante un tiempo que ya va siendo demasiado largo. El cooperativismo es por excelencia un régimen de democracia económica. Es así efectivamente, pues reposa sobre la afirmación de *que todo ser humano, que como tal es un consumidor, tiene por este solo título y sin que sea necesaria mayor explicación, el derecho teórico de participar en la gestión directa o indirecta de los medios de producción* necesarios para la producción de los objetos que consume, por lo que conviene que adquiera progresivamente el control y la propiedad de tales bienes en la medida en que paga el uso de sus servicios.”⁸

Tal es, en nuestra opinión, la idea cooperativa ya en su plena madurez. Por lo tanto, esta idea integral va más allá del concepto expresado por C.

⁷ Este tema es el objeto de estudio del capítulo XIII del presente libro.

⁸ B. LAVERGNE, *L'Ordre Coopératif*, Alan, 1926, p. 5.

Gide, en virtud del cual sería simplemente deseable que las cooperativas de consumidores llegaran a ser “propietarias de toda o de la mayor parte del equipo industrial, comercial o agrícola del país”.

El enunciado que sugiero del principio cooperativo implica no solamente el derecho absoluto para el público consumidor, para la nación entera, de retirar por vía de expropiación el control y la propiedad de los medios de producción a las empresas capitalistas que los detentan, sino también el derecho del consumidor de expropiar inclusive al Estado, si así puede expresarse. Y efectivamente es así; porque solamente por vía de substitución pronunciada por el poder público en favor de nuestros organismos, tanto en contra de los industriales como en contra de sí mismo, podría invertirse al público consumidor del control y de la propiedad de los ferrocarriles, de las minas, de las presas para energía hidráulica, de vastas fundiciones, de todas las grandes empresas que, salvo las últimas, proceden de una concesión del poder público. Esto es tan cierto, que las cooperativas públicas descentralizadas de cuyo desarrollo hemos hablado, suponen todas la participación del poder público, bien en calidad de concedente, o al menos en calidad de accionista. En los ferrocarriles vecinales de Bélgica, en los puertos de Londres, de Liverpool, de Sidney, se trata de una concesión. En Francia, las empresas recientemente “nacionalizadas” han sido adquiridas por el Estado, no por vía de creación directa, sino de expropiación. Los organismos cooperativos deberán beneficiar un día, *a fortiori*, del mismo procedimiento legal. Y por lo que respecta a las grandes industrias en las que no haya habido una concesión, si las cooperativas quisieran competir con ellas mediante la creación de empresas rivales, ¿puede imaginarse los siglos de paciente acumulación de reservas legales que les serían necesarios para establecer altos hornos o grandes fábricas de productos químicos? No, el advenimiento del orden cooperativo implica, pues, el procedimiento de la expropiación.

Sin embargo, C. Gide ha confiado siempre en la superioridad del mecanismo cooperativo y tan hostil es a las medidas de autoridad pública, que hasta el fin de su vida, en su curso en el Colegio de Francia, 1923-1924, no vaciló en escribir estas líneas: “El cooperativismo tiene de común con el socialismo premarxista el no ser revolucionario; en ninguna época ha pedido la expropiación de las clases poseedoras y de los capitales ya apropiados. Lo que quiere es crear nuevos capitales en cantidad suficiente para dispensarse de recurrir a los capitales antiguos y para que éstos se inutilicen en manos de sus propietarios. Pero este resultado no lo espera más que de la superioridad del régimen cooperativo y sin ningún acto de desposesión

violenta. El cooperativismo ha conservado, osaríamos decir, el carácter amable del socialismo francés anterior a 1848.⁹

Lo anterior precisa la diferencia entre el punto de vista de Gide y el nuestro, que consiste, nos atreveríamos a afirmar, en el carácter utópico de la esperanza que abrigaba nuestro maestro y amigo.

El enunciado que de la idea cooperativa hemos propuesto hace ya veinte años, es sin duda también más ambicioso desde un segundo punto de vista, que el formulado por el jefe de nuestra escuela cooperativista. Sobre el plan concreto de la organización económica, C. Gide había indicado que el efecto del advenimiento del principio cooperativo debería ser la apropiación por esos organismos de los medios de producción de todas clases; en verdad, eso era ya una gran ambición.

Salvo error de nuestra parte, él no se había colocado en el plan filosófico; no había llevado la nueva idea a sus últimas consecuencias posibles, no había postulado, como lo hemos hecho nosotros, el derecho de todo ser humano, en su carácter de consumidor y “sin que sea necesaria una mayor explicación,” de retener la propiedad de todos los medios de producción cuyos servicios utiliza, lo mismo que en otros tiempos, según la tradición monárquica, el rey de Francia poseía el “dominio eminente” sobre la propiedad de todos los bienes situados en el reino.

Llevado a este grado de generalidad, quizá el principio cooperativo es subversivo en el más alto grado. En el orden práctico de la organización económica, lo mismo que en el campo filosófico, la idea de la hegemonía del consumidor no es menos revolucionaria que en el campo científico. El presente capítulo tiene por fin investigar cuáles serían los cambios que llevaría consigo la idea cooperativa en la estructura económica actual de la sociedad.

Considerada, no desde el ángulo de la abstracción filosófica, sino en el terreno concreto, la idea cooperativa integral equivale a que en lugar de mantener separado en dos personas distintas las calidades opuestas de productor y consumidor —como lo hacen casi todas las economías humanas: la economía artesanal, la economía capitalista, también la economía estatista—, el orden cooperativo yuxtapone, confunde más bien, las dos calidades de productor y consumidor. De esta situación derivan toda una serie de consecuencias, tanto en el campo económico como en el social.

Examinemos ahora si el orden cooperativo satisface las aspiraciones que alientan las naciones modernas, según hemos visto al principio de esta obra. Desde el punto de vista económico, hemos comprobado el deseo de los pueblos, muy natural, de beneficiarse con *una producción de buena calidad y lo más abundante posible*.

⁹ C. GIDE, *Le Programme Coopératiste*, Asociación para la Enseñanza del cooperativismo, Ave. de la República, 5, París, p. 54.

I. *Primera ventaja: en el régimen cooperativo la lucha entre proveedores y clientes, vieja como el mundo, desaparece* por la razón radical de que en los términos de ese estatuto el cliente se transforma en su propio proveedor. No más esas eternas engañosas más o menos graves, mediante las cuales el fabricante trata de hacer creer al cliente que los productos que se le presentan tienen todas las cualidades posibles. *Al Comercio Verdadero y Social*, tal era la orgullosa enseña que había adoptado una sociedad establecida en Lyon desde 1835 por Michel Derrion, un obrero fourierista. Esta sociedad no fue el ancestro de las cooperativas modernas por haberle faltado imaginar el mecanismo de la distribución de las utilidades, pero tenía ya su inspiración general. La preocupación de mantenerse enteramente escrupulosa y verídica respecto al consumidor, es uno de los principios directores de la economía cooperativa. No gustando a nadie el vapulearse a sí mismo, ¿por qué inconsecuencia encontraría placer en engañarse a sí mismo el accionista usuario de una cooperativa?

Vender con peso completo y a un precio justo artículos de buena calidad, tal es la razón de ser de las cooperativas distributivas. ¿Para qué le serviría a una de estas sociedades vender más caro? Los administradores de la sociedad, elegidos por el público consumidor, se verán obligados a reembolsar a los clientes accionistas todo el excedente de las utilidades realizadas sobre sus compras, una vez separada una cantidad razonable afectada a las reservas sociales de la cooperativa.

La expresión: venta al *justo precio*, de que acabamos de servirnos, está aquí desprovista, es menester señalarlo, de toda significación absoluta y, en cierto modo, metafísica. Nadie ignora que la esperanza de poder determinar de manera casi matemática el valor de cada objeto es una antigua idea fija del pensamiento medieval y, con Platón y Aristóteles, aun del antiguo. En su *Suma Teológica*, que domina todo el siglo XIII, Santo Tomás de Aquino afirma expresamente la posibilidad de determinar el “justo precio” de cada objeto, lo mismo que el justo salario debido por cada trabajo.

Defendido con ardor por los economistas a lo largo de toda la edad media, el concepto medieval del justo precio debía ser negado por los economistas clásicos, tanto fisiócratas del siglo XVIII, como liberales del XIX; para todos esos autores el justo precio es el precio derivado de la competencia porque forzosamente es el mejor posible. Habiendo tenido el gran mérito de comprender que la ciencia económica no se puede edificar sino a condición de hacer abstracción del punto de vista ético, los clásicos del siglo XIX, al menos en principio, eliminaron el concepto del justo precio por ser una idea más bien moral que económica.

No obstante, las preocupaciones éticas están —felizmente— tan ancladas en la conciencia humana, que mediante un subterfugio muchos autores del siglo XIX han vuelto a la idea medieval. Esos autores, semicanonistas sin saberlo, son todos aquellos no solamente socialistas, sino también clásicos liberales, que resueltamente han tomado por eje de sus construcciones el valor-trabajo, afirmando bajo la influencia de esta idea, que sólo el trabajo incorporado en las mercancías justifica su valor comercial. Así las cosas, puede afirmarse a grandes rasgos que el valor-trabajo es la etiqueta que sin percatarse de ello, se ha puesto a la idea del justo precio en el siglo XX.

Para comprender este sorprendente resurgimiento de la idea antigua es preciso recordar que antes de la revolución científica debida a Menger y a Jevons, en 1872, todos los economistas, salvo Condillac, creían que la economía política entera debía ser concebida y escrita desde el punto de vista del productor. De donde, si el valor de todos los objetos debía observarse del exterior, podía ser susceptible de medidas objetivas, como los gastos de producción, en particular los salarios pagados por el empresario a los trabajadores, gastos todos conocidos con la mayor precisión por el jefe de la empresa, puesto que los ha pagado. Según esta concepción, cualquier producto recolectado o cosechado nace a la vida económica recubierto con un precio de costo objetivo, por definición inamovible, inscrito casi todo en el pasado.

En los términos de esta teoría, cuya puerilidad hay que señalar, pero que ha sido nada menos que la de todos los clásicos desde Adam Smith, Malthus, Ricardo, Stuart Mill, incluido hasta el mismo Carlos Marx y aun en ciertos aspectos a Warlas, mucho más próximo a nosotros, todo producto debe normalmente venderse a su precio de costo, añadiendo un ligero excedente que corresponde al trabajo de dirección del empresario, excedente al que incorrectamente se ha llamado utilidades, puesto que según esta concepción no se trata de ganancia, sino remuneración de un trabajo efectuado. Si la competencia se desarrollara sin ningún obstáculo, ni material ni legal, el precio de venta en el mercado igualaría siempre el costo de producción del objeto y ese sería el “justo precio”, el que no comprendería más que la remuneración directa o indirecta de todo el trabajo absorbido en las diversas fases de la producción del objeto, comenzando desde la materia prima. Evidentemente, clásicos y socialistas, Ricardo y Carlos Marx, sin confesárselo, recogen en este punto la idea medieval del “justo precio”. Si según Marx, al venderse los productos dejan una plusvalía en manos de los empresarios, eso es un abuso escandaloso de la organización capitalista, la que obstaculiza la libre competencia: si el mundo se desembarazara del incalificable esquilmio que el capital efectúa sobre el valor de las

mercancías, todos los objetos se venderían a un precio igual al monto de los salarios ganados por los obreros. Entonces habría justo precio. En este punto la concepción socialista hace causa común con el pensamiento clásico; la teoría del valor-trabajo, piedra angular de la concepción marxista, no es más que la teoría de Ricardo. Este gran liberal, jefe de la escuela clásica, sin haber tenido el más leve presentimiento de ello, ha sido el padre nutricio de todos los socialistas, por su teoría del valor, totalmente falsa.

Es tal la huella que las nociones morales imprimen en el cerebro humano que, para nuestra desgracia, solamente desde hace pocos años, con la teoría psicológica del valor, los estudios económicos han llegado a construirse y pensarse sobre un plan autónomo, a desprenderse de toda finalidad moral, lo que es la condición, no suficiente, pero sí necesaria, para que la investigación económica —no decimos social— pueda llegar a tener algo de verdadera.

De este modo ha sucedido que, más o menos sin saberlo, la noción del justo precio ha seguido siendo un postulado no solamente de los socialistas, sino aun de los clásicos, quienes hasta habían condenado este concepto, y también de los moralistas sujetos a una disciplina eclesiástica, desde el Papa hasta el más humilde vicario de parroquia; diremos más, continúa siendo la convicción íntima de las grandes masas humanas, en suma, de todas las personas no familiarizadas con los estudios económicos modernos. Es, en fin, la idea directriz de la economía dirigida que el infortunio de estos tiempos nos obliga a sufrir. Efectivamente, todo sistema de economía autoritaria tiene por axioma la convicción tan simplista de que los precios de venta que rigen en los mercados coincidirán con los precios fijados por el poder público, los que son dictados en función directa, ya de los precios de costo tal y como se les imagina, o bien de consideraciones sociales tan variadas como imprevisibles.

También la gran mayoría de los cooperativistas y entre ellos C. Gide, debían pertenecer fieles a la idea del justo precio. C. Gide enseñó toda su vida que el orden cooperativista debía al fin realizar el justo precio, siendo precisamente el título, “El Justo Precio”, el de una de sus conferencias en el Colegio de Francia.

En nuestra opinión, la posición adoptada por Gide no deja de ser criticable. Comienza por aceptar la formación del precio corriente en el mercado por el juego de la oferta y la demanda: “No tenemos la intención, aunque se nos haya acusado de ello, de rebelarnos contra la ley de la oferta y la demanda”,¹⁰ de la que, él lo señala con razón, la teoría psico-

¹⁰ GIDE, *Le Juste Prix*, París, Prensas Universitarias de Francia, 1941, p. 38.

lógica del valor o ley de la utilidad final no es más que la expresión moderna y sabia. Pero apenas aceptada esta enseñanza elemental de los economistas, la refuta abiertamente, agregando: “No vemos en ella (en la ley de la oferta y la demanda) más que un hecho brutal, natural, si ustedes quieren, pero rechazamos la idea de que el valor o el precio así formado sea al mismo tiempo justo, porque resultaría del consentimiento de ambas partes.”¹¹ Y el ilustre cooperativista añade que en nuestras sociedades modernas la mayor parte de los precios se denominan fijos, es decir, indicados, y aun impuestos por el productor. Sin debates contradictorios entre compradores y vendedores, como entre los campesinos que en las ferias no convienen en un precio sino después de larga discusión, la casi totalidad de los precios practicados en nuestras sociedades modernas no serían justos. “Por esta razón, al admitir los cooperativistas la existencia de la ley económica de la oferta y la demanda, no se creen obligados a admirarla y a inclinarse ante ella. Si están dispuestos a reconocer que el precio corriente es el precio ‘natural’, se guardan muy bien de decir que es el ‘justo precio’.”¹²

¿Lograría la competencia realizar el justo precio, al menos según Gide, cuando la oferta y la demanda fracasaran? De ningún modo: “No negamos que la competencia de los productores no tienda, en principio, a reducir el precio corriente a un ‘precio normal’. Pero no creemos que este freno sea suficiente para la seguridad del consumidor.”¹³

En fin, que con poca diferencia, Gide tiene del justo precio la misma idea tradicional que los canonistas, los clásicos y los socialistas; que todos aquellos, en suma, que no han conocido la revelación de la teoría psicológica del valor: “Los cooperativistas se dan por tarea colocar el precio corriente al nivel del justo precio, entendido éste en el sentido de precio de costo”,¹⁴ “es decir, de jugar exactamente el papel que los economistas quieren hacer jugar a la libre competencia. Los cooperativistas creen que la libre competencia es impotente para obtener este resultado, y que es a ellos a quienes corresponde realizarlo”.¹⁵

Existen razones permanentes, principalmente la imprevisibilidad de los deseos humanos esencialmente móviles, para pensar que, aun si reinara una competencia tan perfecta como humanamente fuese posible, jamás el precio de costo y el precio de venta coincidirían exactamente. O, si se prefiere, es cierto que una libre competencia verdaderamente perfecta y

¹¹ GIDE, *Ib.*

¹² GIDE, *Ib.*, p. 41.

¹³ GIDE, *Ib.*, p. 48.

¹⁴ GIDE, *Ib.*, p. 51.

¹⁵ GIDE, *Ib.*, p. 55.

absoluta igualaría precio de costo y precio de venta, pero tal estado de cosas no se ha presentado ni se presentará jamás. Lo que puede afirmarse es que los organismos cooperativos son adecuados, sino para crear ese estado paradisiaco de competencia que esperaba Gide, al menos para acrecentar sensiblemente el grado de competencia al que las sociedades llegaron ayer o llegarán mañana, lo que bastará para lograr que precio de costo y precio de venta estén más próximos que si no hubiese existido la intervención de las cooperativas.

Más ambicioso que nosotros a este respecto, a C. Gide no le satisface esta aproximación entre precio de costo y precio del mercado; él entiende que el cooperativismo llegará un día a hacer coincidir ambos precios. El precio de costo deberá remunerar el valor de los tres factores de la producción, trabajo, tierra y capital (según nosotros habría muchas reservas que hacer acerca de la exactitud de esta teoría simplista que cree poder reducir a esta célebre y, en cierto modo, sagrada cifra de tres, la infinidad de elementos de la producción, pero este es un debate que no puede tener cabida aquí).

Establecido esto, Gide no llega al fin de sus penas, porque encuentra embarazoso el problema de saber si el precio de locación de la tierra es legítimo o no. Se inclina hacia la negativa. En cuanto al interés o alquiler del capital, cree que está destinado a disminuir sin cesar. Por último, “el precio del trabajo constituirá cada vez más, si no la totalidad, por lo menos la mayor parte del costo originario de producción, lo que de hecho nos aproximará mucho a la teoría socialista”.¹⁶ El justo precio consistirá, pues, según dice Gide, principalmente en la remuneración de la fuerza de trabajo.

No hay necesidad de grandes reflexiones para demostrar las contradicciones del punto de vista adoptado por nuestro autor. En el punto de partida acepta la teoría psicológica del valor como perfectamente fundada. Incluso, con la publicación de su prestigioso libro, *Principios de Economía Política*, es sin duda el economista francés que más ha contribuido a popularizar la nueva teoría del valor, cuyo resorte esencial es la idea de la primacía de los deseos del usuario en la determinación del valor económico. Pues bien, he aquí que apenas admitida la ley de la utilidad final, expresión perfeccionada de la vieja ley de la oferta y la demanda, limita estrechamente su alcance. La utilidad final determinaría el precio corriente, pero de ningún modo el justo precio. De buen grado reconocemos con Gide que toda competencia es siempre imperfecta. Pero no estamos de acuerdo con él cuando persiste en seguir bajo el hechizo de la idea-mito

¹⁶ GIDE, *Ib.*, p. 67.

del “justo precio”, que no sería otro que el precio de costo de los clásicos y los socialistas. De este modo el precio corriente, inclusive cuando resulta de la libre competencia sería un precio engañoso, un precio abusivo, y el progreso humano consiste en combatirlo y eliminarlo donde quiera que sea posible. Ahora bien, no solamente no es humanamente posible hacer coincidir jamás exactamente precio de costo y precio de mercado, sino que si se pudiera, habría que guardarse de hacerlo; toda la enseñanza económica moderna ha probado que el precio de mercado o precio corriente, es el precio óptimo para la nación entera, produciendo el número máximo de operaciones de compra y de venta, mientras que cualquier otro precio, ya sea más bajo o más alto, elimina del mercado un cierto número, bien de vendedores o bien de compradores. Sorprende que un espíritu habitualmente de un rigor lógico inexorable como el de C. Gide, se haya cegado respecto a este punto, influido por sus ideas morales.

Por otra parte, ¿cómo puede nuestro autor proclamar a la vez la perfecta exactitud de la ley de la utilidad final, expresión de los deseos del consumidor y preferir el valor — costo de producción, expresión manifiesta de la primacía de las exigencias del productor? Si el primero de esos modos de formación del valor es legítimo, el segundo no podría serlo, e inversamente. Aunque en el campo concreto de la organización económica haya sido Gide el defensor entusiasta del régimen del consumidor, en el del análisis científico, donde a pesar de que la idea de la hegemonía del consumidor ha triunfado desde 1872, se ha separado de ella y, por su doctrina del justo precio, se ha adherido a las teorías productivistas del valor, que no toman en cuenta al usuario. De cualquier modo, las teorías basadas en la noción del precio de costo son inconsistentes y falsas. Desde 1872 en que triunfaron las teorías psicologistas, todos sabemos que los precios a que el empresario paga los diversos factores de la producción no son datos iniciales, autónomos; por regla general, el precio de los elementos de la producción depende del precio a que se venden en el mercado los productos fabricados, mucho más que el precio de los productos fabricados, del de los elementos productores. Cuando el empresario compra o alquila los diversos factores de la producción, no es más que un representante, un mandatario del comprador final. No los paga caros sino está cierto de que el usuario aceptará comprarle el producto fabricado a un precio por lo menos igual al del costo de producción que él acepta soportar.

Decir, como lo hace Gide, que: “El justo precio es el precio de costo del producto”, es una idea engañosa, e incluso un círculo vicioso.

El justo precio no se determina de manera válida remitiendo, por hipótesis, al precio de costo, puesto que en gran parte este último es, a su vez, un efecto del precio de venta o precio corriente, del que Gide pre-

tende desligarse. Tratando de dar al fin una base sólida a esta idea-mito del justo precio, que tantas generaciones se han esforzado por definir (sin lograrlo), también Gide fracasó.

Otra dificultad de la teoría del valor-costo de producción es que no hay ningún medio para determinar cuál será el monto que deban alcanzar las utilidades, o sea la remuneración del empresario, para que puedan considerarse legítimas. De este modo, el precio de costo "legítimo" continúa indeterminado. También por esta razón el justo precio de un objeto cualquiera no tiene jamás una consistencia precisa. Este concepto es el tipo exacto de la falsa idea científica.

Si se quieren ver las cosas objetivamente, las ideas a retener son netas y simples. El único precio efectivo y real es el fijado por la oferta y la demanda, siendo la competencia de los compradores la única que determina el precio del mercado en la medida en que el productor no retenga el producto, de donde resulta que el precio de la oferta es, cuando más, igual al coeficiente del deseo o precio de demanda de los candidatos consumidores. Es un craso error sostener, como por instinto lo cree el público, que los cambios se hacen de un valor contra otro valor equivalente. Al contrario, para que las dos partes acepten el cambio es menester que cada una de ellas estime subjetivamente que es más valiosa la prestación que recibe que la que paga. Si una y otra no ganan nada en el cambio, no consentirán en cambiar.

Aunque desde el punto de vista formal se considere a productores y consumidores en un plano de igualdad, *la ley de la oferta y la demanda no es un obstáculo a la hegemonía del consumidor*. Esto se presenta desde un doble punto de vista.

1º Jamás ocurre que el consumidor compre, si entre comprar el objeto o guardar el dinero, considera preferible lo segundo.

En fin, no se decide a comprar sino cuando desde su punto de vista personal juzga que adquiere más utilidad comprando el objeto que dejándolo al vendedor. Pero la recíproca no es cierta: el vendedor, ya sea por razones económicas o bien porque tema una baja de las ventas, puede verse obligado a vender el objeto aunque estime la venta desventajosa. En pocas palabras: el comprador tiene juicios de valor absolutamente autónomos; no consulta jamás sino su propio deseo. Inversamente, las decisiones del productor están subordinadas a los juicios de otro.

2º Los planes que de producción o de compra al mayoreo elaboran el productor o el vendedor están por completo subordinados a los deseos que suponen puedan ser los del consumidor futuro. Por el contrario, el consumidor no se aventura jamás por adelantado, inclusive no se traza

ningún plan. Permanece libre en sus gustos y deseos hasta el momento mismo en que se decide a comprar. Así pues, tiene completa espontaneidad, libertad que conserva siempre; por el contrario, en el productor hay subordinación de sus decisiones a las decisiones probables de otro. Además, toda producción exige que el empresario haga inversiones, adquiera anticipadamente fuertes compromisos que le ligarán durante meses y años. En pocas palabras, la hegemonía del consumidor sobre el productor es la traducción del hecho de que el fabricante forzosamente produce con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y siempre tiene necesidad de grandes plazos, mientras que el usuario, siempre libre para cambiar de actitud, no tiene ninguna cuenta que rendir al productor.

No sería exagerado proclamar que el solo precio legítimo de cada objeto resulta del concurso de consumidores y de productores antagonistas; en consecuencia, de la ley del mercado. Todo precio impuesto autoritariamente, ya por un productor investido de un monopolio, ya por el poder público, por la fuerza de las cosas es arbitrario; en efecto, no tiene ninguna probabilidad de llegar a producir la igualdad del número de demandas y de ofertas. Solamente el precio del mercado, que se desplaza sin cesar bajo la influencia de demandas y de ofertas constantemente diferentes en número y en intensidad, tiene la ventaja de equilibrar con precisión el número de ofertas con el de demandas. Todo precio fijado fuera de los debates que representa un mercado, es una penalidad o un favor; decimos a la vez tanto lo uno como lo otro, porque todo precio fijado por encima del que resulta de la ley del mercado es una penalidad para el consumidor y un favor para el productor. La situación inversa se presenta cuando el pretendido precio es fijado por debajo del precio del mercado.

Por lo tanto, no hay más que un precio que no sea erróneo o, lo que es lo mismo, que no sea abusivo: es el que se forma en un régimen de competencia. Es indudable que, como todas las cosas humanas, la competencia no es jamás absoluta, ilimitada. Entonces, no hay ningún precio que no contenga algunos elementos de inexactitud, hasta de injusticia, podría decirse. El justo precio absoluto, el que desde hace siglos han buscado tantos pensadores, no podrá ser encontrado en nuestra pobre y necesaria práctica humana. Ni siquiera abstractamente puede ser determinado, porque no tenemos ninguna regla que nos permita afirmar con certidumbre que sería justo bajar en 5, en 10, o 100% el precio de cada objeto. Pero mientras menos nos alejemos del estado ideal de competencia, más nos aproximamos al justo precio. Y precisamente, el elemento de competencia que representan las cooperativas distributivas respecto de las empresas comerciales, sirve para mantenernos menos alejados del justo precio que si no se hubiese ejercido la influencia cooperativa.

La primordial regla de conducta, tanto de los poderes públicos como de los consumidores, debería ser aproximarse lo más posible al estado absoluto de competencia. La economía dirigida por el Estado puede en ocasiones ser una necesidad social en periodos de gran penuria, a fin de evitar mayores sufrimientos a los elementos más pobres de la población. Pero en cierto modo, este régimen es siempre un error económico porque no solamente altera el nivel espontáneo de los precios, sino que como lo veremos más adelante, disminuye la producción general.

Siendo todo verdadero precio el que resulta del mercado, es evidente que en nuestra época, en que los acuerdos entre productores y las intervenciones del Estado son tan frecuentes, hay un gran número de precios arbitrarios o abusivos —todos aquellos que han sido formados en mercados estrangulados o fijados más o menos al azar por el poder público, o inspirados por móviles políticos, con el fin de favorecer a una clase social con detrimento de otras—; en esta situación, ¿cómo saber lo que es justo? Antes que nada, los cooperativistas deberán tratar de mantener siempre y en todas partes el máximo de competencia. Tal es la idea sencilla y fuerte que debe substituir a la idea imprecisa e inconsistente del justo precio.

II. *El orden cooperativo presenta una inmensa ventaja: no podría practicar el precio abusivo y esto aun cuando no existiese competencia, aun donde reinase el monopolio.*

Este problema de los precios de monopolio merece una muy seria atención.

A) El primer punto que hay que examinar es que *siempre que puede el orden cooperativo evita el monopolio*, y esto desde dos puntos de vista.

En primer lugar, la filosofía de este régimen excluye la idea de abolir, aun si pudiese hacerlo, la competencia que le hace el capitalismo. Por la fuerza de las cosas es necesario considerar aparte las empresas que teniendo un monopolio de derecho (concesión otorgada por el poder público), o de hecho (una muy grande concentración industrial), tengan que llegar a ser, necesariamente, objeto de medidas de nacionalización el día en que el poder público decida retirarles el carácter capitalista. Felizmente, fuera de esas grandes empresas, inevitablemente detentadoras de un monopolio, existen todavía, particularmente en Francia, y en mayor medida de lo que se piensa, un importante número de sociedades que viven en estado de competencia. Piénsese no solamente en las manufacturas de textiles, en las fábricas de automóviles, sino en las grandes fundiciones, a despecho de ciertos cartels.

Inclusive el día, que quisiéramos muy próximo, en que el poder público admitiera las ideas que defendemos, los organismos cooperativos traicionarían sus propios principios si pidieran que se perjudicase a esas grandes empresas capitalistas, sus competidoras. Corresponderá a los organismos cooperativos estar tan bien administrados como las empresas capitalistas. Si estos nuevos organismos son incapaces de ganar por sí mismos su lugar bajo el sol en un combate leal, sería mejor que no existiesen; en ese caso sería más ventajoso para el consumidor que continuaran abasteciéndolo las empresas capitalistas. No hay nada, pues, que cause tanto horror al orden cooperativo, como prohibir toda competencia y armarse de privilegios, como lo hace siempre el Estado. Por otra parte, ¿cómo es que los partidarios del estatismo no se han dado cuenta de que esta voluntad absoluta del poder público de prohibir a quien quiera que sea, pisar en los dominios que, semejantes a una veda de caza, celosamente se reserva, aparece como una franca confesión de la inferioridad de su propia gestión económica? ¿Temería el Estado la competencia de otro productor si estuviese seguro de la superioridad de su rendimiento industrial? Como la mira del orden cooperativo es servir al público y no servirse de él, y como tiene fe en su propio valor, desdeña todos esos puntales artificiales con los que, en detrimento de toda la nación, los gobiernos protegen engañosamente sus tentativas económicas.

La cooperativa distributiva se muestra fiel al espíritu de competencia desde un segundo punto de vista: porque mantiene viva la emulación entre sus propios establecimientos. Si la cooperativa está mal administrada, corre el riesgo de ver establecerse frente a ella otra cooperativa que le hace competencia. Con mucha frecuencia, y este desmenuzamiento del esfuerzo cooperativo ha perjudicado gravemente la extensión del movimiento, por simples razones confesionales, en muchas ciudades francesas se ha visto erigirse una cooperativa de tendencia católica o burguesa, frente a otra de tendencia obrera o socialista. Pero el respeto cada vez más acentuado que nuestras sociedades guardan hacia el principio de neutralidad política y religiosa, vuelve cada vez menos frecuente entre cooperativas esas rivalidades debidas a divergencias de opinión o de fe. Pero a pesar de las fusiones realizadas como consecuencia del gran movimiento de concentración comercial al que tanto las cooperativas como las empresas capitalistas han tenido que obedecer, es todavía muy frecuente que dos o más cooperativas distributivas existan en el mismo barrio o en la misma localidad. Al consumidor inscrito en una cooperativa se le deja toda libertad, inclusive moral, para aprovisionarse en los establecimientos capitalistas o bien en otra cooperativa si así le parece ventajoso.

Por lo demás, hay cooperativas “cerradas” que prohíben vender a los que no son sus miembros. Pero estas cooperativas, con frecuencia profesionales, formadas entre ferrocarrileros, mineros, empleados de correos... son cada vez más raras. Sus miembros se han dado cuenta de que por su propio interés, sería ventajoso que la sociedad, vendiendo al público, aumentara su cifra de negocios, de donde resultaría para la sociedad y sus miembros la posibilidad de obtener precios de compra más bajos para todos los productos. Siendo poco elevado el número de esas cooperativas, del conjunto de las distributivas puede afirmarse que permanecen fieles al espíritu de competencia. De este modo cualquier miembro del público, lo mismo que cualquier socio, tiene la facultad de comprar a la sociedad los productos que le convenga. Pero como no está inscrito en la sociedad, las utilidades que la cooperativa obtenga sobre sus compras no le serán reembolsadas, sino que serán aplicadas a las reservas impersonales e indivisibles de la sociedad.¹⁷

Así las cooperativas permanecen fieles al principio de la competencia, tanto activo como pasivo; aludimos tanto a la competencia que ejercen, cuanto a la que sufren.

¿Es fiel al espíritu liberal la segunda categoría de los nuevos organismos, las cooperativas públicas descentralizadas? Existen cooperativas públicas que, por la naturaleza de las cosas, disponen de un monopolio, por lo menos local. Todas aquellas que están encargadas de la gestión de un ferrocarril o de un puerto, de la utilización de una presa para captación de fuerza motriz, de un servicio de suministro de agua o de gas están, por la fuerza de las cosas y por la concesión que hayan recibido, investidas de un monopolio. Pero son numerosas las cooperativas públicas que funcionan bajo el régimen de competencia. El Crédito Comunal de Bélgica no tiene ninguna protección contra la competencia de los bancos capitalistas; las comunas belgas no están obligadas a recurrir al Crédito Comunal para sus empréstitos. Tampoco tienen ninguna obligación de confiar a la Sociedad Nacional de Distribución de Aguas su aprovisionamiento de agua potable. En Bélgica cada comuna, cada grupo de industriales, es igualmente libre de confiar o no a la Sociedad Nacional de Habitaciones y Alojamientos baratos, otra cooperativa pública, el cuidado de construir inmuebles. Ninguna obligación tienen las municipalidades

¹⁷ Las cooperativas distributivas, plenamente altruistas, admiten a cualquier miembro del público como adherente. Desde ese momento todas las utilidades que sobre sus compras haga la sociedad serán puestas en una cuenta abierta al adherente y cuando el haber de esa cuenta equivalga al monto de una acción, el adherente será declarado socio. Así pues, se puede llegar a ser socio sin ningún desembolso. ¿Puede presentarse una prueba más brillante del altruismo que anima a las cooperativas?

belgas de contratar con la Sociedad Mutualista de la Administración Pública para el seguro contra incendio.

El día que las cuatro sociedades de crédito estatizadas en Francia en 1945-1946, sean, así lo esperamos, convertidas en cooperativas públicas, deberán mantener la competencia y no gozarán, como ahora gozan, de monopolio bancario, de cualquier índole que éste sea. Por el contrario, por razones técnicas decisivas, la naturaleza misma de las cosas tiende a la constitución de una red eléctrica única por región y aun por país. De este modo, lo mismo que las sociedades distributivas, las cooperativas públicas, siempre que puedan, se mantendrán fieles al principio de emulación entre empresas rivales.

Consideremos el caso de las harineras, de las manufacturas de textiles, de las fundiciones. Ninguna de ellas tiene necesidad de una concesión del Estado para su fundación. Pero si el poder público participa en la formación de la sociedad, ésta será una cooperativa pública. Por el contrario, si la empresa pertenece a una gran cooperativa de consumidores, a un almacén de mayoreo o *Wholesale* formado entre cooperativas distributivas, la empresa será simplemente el taller de producción del, o de los organismos cooperativos que la habrán establecido. Por lo que respecta al principio de competencia, poco importa que se trate de la primera o de la segunda hipótesis.

Tanto en un caso como en el otro, es de interés general que haya multiplicidad de empresas. Entre esos organismos cooperativos concurrentes podrán celebrarse acuerdos en lo concerniente a los salarios y condiciones de trabajo, a los métodos técnicos y procedimientos de fabricación, en ocasiones aun respecto al reparto entre esas empresas de la fabricación de diversos artículos semejantes, pero no idénticos; una cierta especialización en la producción de artículos de fabricación complicada o difícil que exige enormes capitales, será técnicamente favorable. Pero será esencial que ni las empresas de producción dependientes de organismos cooperativos ni las cooperativas públicas se adjudiquen jamás, como lo hacen corrientemente los cartels y trusts capitalistas, el monopolio exclusivo del abastecimiento del producto a la clientela en tal o cual zona geográfica, en tal o cual país extranjero. Ese es uno de los más indignantes excesos del capitalismo, tanto estatista como privado.

El ejemplo más característico de este abuso quizá nos lo proporciona el acuerdo de 1936 entre Francia y Alemania, en los términos del cual estos países se atribuyeron el monopolio mundial del abastecimiento de la potasa. Estos Estados, propietarios de las más grandes minas de potasa entonces conocidas en el mundo, no solamente decidieron reservar a sus propios nacionales, agricultores, la potasa a precio de favor, sino —lo que es

peor— repartirse entre los dos, de modo imperativo, todos los demás países. Por ejemplo, en caso de que tal o cual nación se hubiese dirigido a Francia, si conforme al acuerdo su clientela hubiese sido adjudicada a Alemania, el Estado francés habría rehusado abastecer su demanda. De este modo ningún país del mundo hubiera podido escapar al monopolio que el trust Francia-Alemania había cómodamente erigido. Inútil es decir que los dos Estados cómplices habían cuidado de estipular que toda cantidad de potasa que se proporcionara a un tercer Estado sería a un precio muy alto, de suerte que obteniendo considerables ganancias, pudieran vender la potasa a los franceses y a los alemanes muy por debajo del precio de costo. Lo curioso es que los altos funcionarios franceses reputaron este acuerdo y otros análogos, firmados entre los dos países, como capaces de crear tal solidaridad económica, que jamás estallaría otra guerra entre ellos. Eso era ignorar totalmente que los motivos decisivos de los conflictos armados son de orden pasional y de ningún modo económicos.

El trust franco-alemán de la potasa pertenece al problema llamado del reparto equitativo de las materias primas entre las naciones, de que más adelante trataremos. Por el momento nos limitaremos a decir que no hay nada que cause más horror al orden cooperativo que esos escandalosos tráficos mediante los cuales dos o más Estados se adjudican discrecionalmente el monopolio exclusivo de la venta en tal o cual país. De este modo, los grandes públicos nacionales, convertidos gratuitamente en pecheros y siervos, son tratados como simple rebaño por los autores cómplices de este entuerto comercial.

En el régimen cooperativo, cada vez que un producto pueda ser proporcionado por diferentes centros de producción en buenas condiciones técnicas en cuanto a su precio de costo, esos centros deberán continuar comercial y jurídicamente autónomos de modo que entre ellos exista una sana emulación.

En Francia, probablemente cinco o seis regiones pueden dar origen a tal o cual industria sin aumento del precio de costo, por ejemplo, una fábrica de harina, una fundición; sin duda cuatro, cinco o seis sociedades de crédito pueden subsistir simultáneamente sin ningún inconveniente. En ese caso no hay nada que sea más opuesto al espíritu cooperativo que la deplorable idea tan difundida en los medios populares, y que parte también de los círculos políticos, de que se realizarán economías fusionando en cada categoría las diversas empresas en una sola. Nada más erróneo que ese prejuicio tan en boga.

Desde luego, es nula la economía que consiste en tener sólo un director general en lugar de cinco o seis. Porque en cuanto se le nombre, se apresu-

rará a nombrar cinco o seis subdirecciones, cada una con su respectivo estado mayor. La fusión tendrá por resultado inmediato la creación de nuevos rodajes: la gestión se habrá entorpecido y no simplificado. Es muy probable que resultaran fusiones semejantes a la de la Electricidad de Francia. ¿Cuántas veces no se dijo que la fusión de las dos mil quinientas sociedades independientes que existían en Francia antes de su nacionalización tendría por efecto una enorme disminución de los gastos generales? Las multitudes ingenuas se dejaron llevar por este burdo sofisma. Ahora bien, ¿qué es lo que pasó? Hasta ahora no solamente no se ha suprimido ningún puesto de director o de técnico; naturalmente, tampoco ningún puesto de obrero, sino que varios equipos directores o técnicos han sido superpuestos a los que existían en el seno de cada una de las sociedades expropiadas. Y se ha llegado a esta maravilla: al presente, entre los humildes abonados y el director general se interponen tantos escalones que debe poder franquear cada una de nuestras reclamaciones para llegar a la cima de la escala, que la vía jerárquica y el papeleo son, en este campo por lo menos, iguales a los que hay en el ejército. Así es que tratando de mejorar el rendimiento, la estatización de la electricidad ha arribado al reino sin control de los técnicos y de los burócratas, a la irresponsabilidad en la gestión, en una palabra, al encarecimiento del rendimiento. La prueba es que algunos han anunciado con clarividencia el gran peligro que corre la democracia, en razón de los poderes crecientes concedidos a los “tecnócratas” ¡más dueños del Estado moderno que jamás en el pasado lo habían sido los funcionarios de las oficinas administrativas!

Así pues, ningún sofisma más engañoso que el de que la fusión de las grandes empresas en una sola sería fuente de economía.

1º Lo cierto es todo lo contrario: cada vez que una empresa pasa de una cierta dimensión, su administración se hace tan difícil que no pudiendo ya ningún cerebro humano ni ningún personal dirigente controlar eficazmente su marcha, inevitablemente se introducen en ella grandes fugas. El precio de venta de los productos resulta más elevado que en las empresas de menor tamaño. La dimensión óptima de la empresa es muy diferente según la producción de que se trate. Pero con frecuencia esa dimensión óptima está muy por debajo de la que resulta de la fusión de todas las empresas de un ramo en una sola.

2º El mantenimiento de varias empresas competidoras presenta otro gran interés: gracias a esta multiplicidad de gestiones serán aplicados diversos métodos de fabricación. Por experiencia se verá cuál procedimiento técnico de fabricación, cuál método comercial de gestión es mejor.

Tarde o temprano esta técnica superior será adoptada por todas las empresas similares. Si hubiera existido una sola gran empresa gigante, habría habido muy pocas oportunidades de que se descubriera la técnica más eficaz.

No ignoramos que esta observación es contraria a un prejuicio tenaz: la idea de que basta establecer, donde quiera que sea, un servicio central, una empresa única investida de un monopolio, para que ese servicio, esa empresa, dotada de poderosos medios, necesariamente descubra la técnica, el modo más fecundo de gestión. ¿Hasta cuándo tendrá el hombre el prejuicio de la infalibilidad? Sin embargo, tanto en materia comercial e industrial, como científica, el error es el patrimonio común de todos los hombres. Si Francia, en vez de haber tenido en el Ministro de la Guerra un solo servicio de pólvora, un solo servicio encargado de la fabricación de tales o cuales municiones, de tales o cuales explosivos, hubiese contado con varios, sin duda se habrían dictado mejores disposiciones y las existencias de municiones no se hubieran encontrado súbitamente agotadas desde las primeras semanas de la guerra, tanto en 1940 como en 1914. Ciertamente, no es concebible que una nación pueda tener varios estados mayores a la cabeza de su ejército. Pero eso no impide ver que con frecuencia la unidad de dirección del ejército ha tenido trágicas consecuencias: siendo una sola dirección, todo error que comete es “irreparable”. ¡Desgraciadamente la nación francesa ha pagado cara esta enseñanza, puesto que lo mismo en los años que precedieron 1940 que 1914, nuestro estado mayor no sospechó el ritmo y la técnica de la guerra futura!

Así pues, que no se pretenda que el único medio de descubrir la verdad es confiar ese cuidado a un organismo único ¡Crear eso es cometer el más abominable, puede decirse, de todos los pecados: el pecado del orgullo! Quienquiera que no está penetrado de modestia en cuanto a sus medios intelectuales y al valor de las conclusiones a que llegue, constituye un verdadero peligro para la sociedad. Por desgracia, es tal la flaqueza de nuestro espíritu, que en el mundo abundan los orgullosos, es decir, ¡los necios! Salvo el caso en que se impone una extraordinaria concentración de medios materiales, en todo y en todas partes el monopolio es tan nocivo como odioso. Modificando las admirables frases con que C. Fourier estigmatizaba la imposición, yo diría: “Todo monopolio es frágil y denota falta de genio.” ¿Cómo es posible que en nuestra época que se jacta de luces y de espíritu crítico podamos conservar la superstición de la infalibilidad?

Por convencidos que estemos de la gran fecundidad de la idea cooperativa, estamos ciertos de que se nos han escapado algunos aspectos de los problemas que hemos estudiado. Por imposible que ello parezca, si un des-

pota nos propusiera el monopolio para la difusión de nuestras propias ideas y doctrinas, rechazaríamos con horror este exclusivismo. Como todos somos susceptibles de caer en el error, el único medio con que contamos para aproximarnos más a la verdad, aun en los dominios en que no siendo subjetiva sólo puede haber una, es permitir a cada uno proponer sus ideas en la búsqueda apasionada de lo verdadero. Los errores inversos casi se anulan y habitualmente hay probabilidades de que la media que se obtenga de esas proposiciones divergentes, esté menos alejada de la verdad que cualquiera de las proposiciones individuales que se hayan hecho. De modo que no hay sobre la tierra bien más precioso, tanto para la sociedad como para el individuo, que la libertad de elección, la que no desagrada sino a aquellos a quienes, como consecuencia de las dos guerras mundiales, ha contaminado el espíritu retrógrado y hecho retornar el suyo a pretéritos siglos de intolerancia.

Tal es la ideología profunda del orden cooperativo, proyectada sobre el plan filosófico: nada le es más opuesto que aquello que sea exclusivo. Esta es la razón por la cual no estando las cooperativas, libres o públicas, más seguras de infalibilidad que las demás instituciones humanas, reconocen que en los casos en que esté técnicamente indicado, una cierta emulación entre esas empresas será eminentemente favorable al descubrimiento de mejores procedimientos de producción, a la obtención de producción barata, en pocas palabras, a los intereses evidentes de los consumidores.

3º Todavía milita una razón más en favor de la multiplicidad de empresas rivales cuando la competencia es técnicamente posible. En todos los países la economía pasa necesariamente por periodos auge, luego de depresión. Ineficaces, casi peligrosos son los pretendidos remedios propuestos por diversos sectores; por ejemplo, que el poder público asegure perpetuamente el pleno empleo financiando sin limitación créditos para obras públicas, sean útiles o no. Por el contrario, otros paliativos tienen la ventaja, si no de suprimir las fluctuaciones económicas, al menos de hacer menos grande su amplitud.

Tales fluctuaciones vienen fundamentalmente, como más adelante tendremos ocasión de demostrarlo con alguna precisión, de la inexactitud con la que el conjunto de productores ha sabido prever el momento en que el comportamiento del público consumidor vendría a modificarse en cuanto a su voluntad de comprar o de no comprar. El conjunto del público, según las épocas, ya tienen el deseo de utilizar casi plenamente su poder de compra, ya la voluntad de restringirlo. Esencialmente, lo que desata las crisis o provoca el auge son los cambios de la voluntad de compra del público en relación con los bienes de consumo disponibles.

Pues bien, mientras más pequeño sea el margen de error con que los productores pronostiquen esos cambios de psicología pública, menos amplia será, ya sea la caída, bien el alza de los precios; de allí la gran ventaja para la nación de un pronóstico acertado, puesto que todo desnivel brusco y profundo de las compras ocasiona terribles sufrimientos sociales.

Sin embargo, ¿qué medio podría emplearse para obtener el menor error posible en cuanto a previsiones sociales? No siendo la infalibilidad patrimonio de ningún hombre sobre la tierra, el único medio de reducir lo más posible el margen de error consiste en poner frente a frente el mayor número posible de diversas proposiciones presentadas por los productores, ilustrados por la opinión de los mejores economistas y estadistas.

¿Hay un solo productor? No hay ninguna posibilidad de que la proposición única que haga sobre el futuro próximo no pique gravemente por exceso de optimismo o de pesimismo; la depresión o el auge que sobrevendrán fatalmente serán, pues, más bruscos y más amplios de lo que habrían sido si se hubiere hecho una previsión menos defectuosa. Por el contrario, imaginemos cinco o diez competidores. Teniendo los administradores delegados de estas diversas empresas diferente visión de las cosas, según sus temperamentos y sus psicologías, serán diferentes sus previsiones de las crisis y de la recuperación: unos restringirán su producción muchos meses antes de la aparición de la crisis; por el contrario, otros mantendrán el ritmo de sus fabricaciones hasta la aparición de la depresión. Por ser opuestos estos comportamientos, tendrán como efecto global una acción económica más próxima a la acción óptima que la que habría resultado de una acción individual. En esto, como en lo que concierne al descubrimiento y aplicación del mejor procedimiento técnico o comercial de producción o de gestión, juega con más o menos exactitud la ley de los grandes números, aun cuando los diversos casos no sean más que cinco o diez.

Así pues, dado que los errores opuestos cometidos por las diversas empresas competidoras se compensan ampliamente, hay un gran interés económico y social en evitar el monopolio, y en mantener para ello en actividad el número de productores rivales que se considere razonable según la técnica de fabricación del producto de que se trate.

4º Hay una última razón, tan evidente e indiscutible que bastaría ella sola para determinar la elección: la competencia de los productores es ventajosa para el público consumidor. Tan luego como existe un monopolio de producción o de venta, inevitablemente el monopolizador tiene toda clase de facilidades para abusar de su situación en detrimento de su clientela: como todos tenemos la tendencia a seguir la línea del menor esfuerzo, es

temerario dejar a los productores expuestos a tan grandes tentaciones, cuando puede evitarse.

Este es el conjunto de pruebas definitivas por las cuales, contrariamente a un prejuicio tan arraigado como erróneo, desde ningún punto de vista es provechoso instituir un monopolio de producción o de venta, si es posible impedirlo. Imaginemos que cinco o seis fábricas de harina, fundiciones o establecimientos bancarios coexisten en el mismo país. ¿Cómo se repartirán entre sí las compras del público? Produciendo en competencia, con precios de costo ligeramente diferentes, verán que los consumidores compran sus productos a precios un poco desiguales, según las regiones.

Se producirá la misma situación que, por ejemplo, se produjo antes de la guerra, cuando el carbón francés y el carbón inglés se hacían competencia en nuestro mercado interior. ¿Bajaba el carbón francés 5 o 10%? Inmediatamente aumentaba su zona de venta; el carbón inglés retrocedía más hacia los puertos por los que había sido introducido. A la inversa, ¿disminuía el precio del carbón inglés?; la franja que representaba la zona de venta del combustible inglés se extendía, penetrando hacia el interior de Francia. Estableciéndose, por hipótesis, dos harineras, dos fundiciones, una en el norte y otra en el sur del país, la línea que marcaría la zona de venta de una y otra se desplazaría sin cesar según las fluctuaciones de los precios de las dos empresas. Resultando imperfecta la competencia entre las dos empresas por los pesados gastos de transporte, cada una podría subsistir a despecho de la ligera diferencia en sus precios de venta. Semejante mecanismo no deja de ser enteramente sano y favorable a los intereses del usuario.

B) A pesar de todo esto ¿qué sucedería con la economía cooperativa si las ventajas técnicas de la mayor concentración industrial posible hicieran inevitable la creación de una sola empresa para un artículo determinado? Es tal la virtud del principio cooperativo que también resuelve este angustioso problema de los tiempos modernos, el cual tenía toda la apariencia de ser insoluble. ¿Cómo conciliar la concentración industrial y hasta el monopolio, impuesto en ocasiones por necesidades imperiosas, asegurando, no obstante, a la actividad económica la misma fecundidad de la época en que reinaba la competencia? Nadie puede pensar en destruir la concentración que representan los trusts y las grandes sociedades. Entonces ¿cómo recobrará el mundo la fecundidad que el sistema capitalista tenía cuando su base era la emulación? Hemos visto que en el campo del estatismo no hay ninguna esperanza de llegar a una solución satisfactoria. Una vez examinadas todas las posibilidades, se acaba por darse cuenta de que sólo el orden cooperativo permite asociar esos dos términos que parecen opuestos

uno al otro: la concentración, en ocasiones hasta el monopolio o el cuasi-monopolio de la producción, por una parte y, por otra, a pesar de ese monopolio, el deseo de vender barato, de servir al público y no de servirse de él. Las posiciones de monopolio adquiridas por el capitalismo le han sido fatales; mientras ha estado al alza, las ha aprovechado para extorsionar al público cada vez que ha podido. Este es el gran abuso que es preciso hacer desaparecer sin privar a la humanidad de la considerable reducción del precio de costo que representa un grado conveniente de concentración industrial.

¿Con qué finalidad se propasarán los organismos cooperativos vendiendo caro, si deben reembolsar cada año la mayor parte de sus utilidades a sus accionistas-clientes? ¿Para qué entonces acumular grandes cantidades de utilidades, si estando la sociedad en manos de los accionistas-consumidores, aun en el caso de que la dirección no lo desee, deberá reembolsarles la mayor parte de esas utilidades, salvo la porción que por prudencia aplicará a las reservas? En estas circunstancias, aun en el caso de monopolio, aun si la sociedad, por error o por desconocimiento del precio corriente, fija demasiado alto su precio de venta, no se lesionarán los intereses del usuario, puesto que éste recibirá al fin del año lo que se le había cobrado en exceso. El mecanismo del reembolso de las utilidades automáticamente aparta a los directores de los organismos cooperativos de la tentación de abusar del cliente cuando, por la naturaleza de las cosas, estén investidos de un monopolio. La venta a precio excesivo pierde su razón de ser.

En vano algunos estadistas socialistas temen a las veces que el capitalismo, renaciendo de sus cenizas como el ave Fénix, por un ignorado subterfugio, encontrara en los nuevos organismos, particularmente en las cooperativas públicas, un astuto medio de adquirir nuevo vigor. Se puede prever que en ocasiones las cooperativas públicas comprenderán sociedades privadas que agrupen usuarios profesionales, industriales que tengan necesidad de carbón, de acero, de créditos bancarios. ¿No hará perder su carácter desinteresado a las cooperativas públicas la acción de esos poderosos capitalistas?

Tal temor es vano, por muchas razones. En primer lugar, en la ley o el decreto que instituya la administración y en los estatutos que al aplicarla se adopten, se prohibirá en forma absoluta que la empresa distribuya dividendos a las acciones, pudiendo pagar sólo un cinco o seis por ciento. No será posible ninguna distribución capitalista de las utilidades. Esta disposición esencial será tanto menos violada cuanto que los industriales en cuestión no serán más que una pequeña minoría entre todos los miembros de la cooperativa. Por último, al mismo título que los indus-

triales miembros de sociedades de compras que con frecuencia constituyen cartels capitalistas, los industriales miembros de las cooperativas públicas querrán tener la inapreciable ventaja de obtener a precio de costo todos los productos y servicios del organismo cooperativo, los que necesitan para sus propias fabricaciones. Una distribución capitalista de las utilidades no representaría para ellos tanto interés. Así pues, la anticipada desconfianza que en relación con las cooperativas públicas abrigan algunos socialistas demasiado estatizados, no es más que una fobia sin fundamento objetivo.

La verdad es que, por su estructura misma, los organismos cooperativos son y serán llevados a obrar como si el poderoso impulso de la competencia jugara todavía, lo mismo que en el siglo XIX, durante el apogeo del régimen capitalista. Como produce para sus propios miembros, aun cuando dispusiera del monopolio de fabricación de una mercancía, ¿por qué había de aprovechar la empresa esta situación para vender caro o producir artículos de mediocre calidad? Haciéndolo así, la cooperativa se extorsionaría a sí misma, puesto que su clientela es ella misma.

Es así como el estatuto cooperativo —y es ahí donde tal vez se descubre su mayor valor desde el punto de vista económico— es el único que confiere a un régimen de monopolio la facundia que entre rivales producía la emulación. Desaparecida la competencia, quedan sus efectos bienhechores. Difunta, ella persiste en el régimen cooperativo, como invisible y presente.

Pero eso no es todo. Bajo el imperio del estatuto cooperativo subsiste la misma preocupación de progreso técnico que hay en el régimen capitalista, puesto que por ese medio el precio de venta se encontrará rebajado, dándose así satisfacción a los clientes accionistas.

En vano se dirá que el deseo de la sociedad o de la administración cooperativa por satisfacer a sus clientes-accionistas será menos imperioso que en el orden capitalista de competencia, el deseo de producir a un costo siempre menor. En este último régimen el dilema para los empresarios marginales, o sea para los que el precio de costo era apenas inferior al precio de venta, consistía en lograr rebajar el costo de producción, o desaparecer. Era preciso triunfar o morir. Lo mismo ocurre con los organismos cooperativos.

Aquí hay que distinguir entre las cooperativas de consumidores y las cooperativas públicas descentralizadas. Si se trata de las primeras, éstas actúan en un dominio, principalmente el comercio, donde subsiste una gran multiplicidad de empresas. A despecho de sus progresos, las cooperativas están muy lejos de haber eliminado de la lucha a las empresas capitalistas: en un país como la Gran Bretaña, que está muy coopera-

tivizado, en el comercio de la alimentación, que es donde las sociedades distributivas se han anotado los mayores triunfos, la cifra de negocios de las cooperativas no es más que un décimo de la cifra global que anualmente alcanza ese tipo de comercio en todo el país. Parece que hay que excluir la esperanza de que los organismos cooperativos, por sí mismos y por la sola superioridad de su estructura, logren hacer desaparecer a todos sus rivales capitalistas, como lo esperaba Gide. Así, en todas las actividades, ya sea comerciales, ya industriales, por lo que respecta a las cooperativas distributivas, la competencia subsistirá, obligando imperativamente a las cooperativas a sacar inmediato partido de todos los progresos técnicos.

Consideremos ahora el caso de las cooperativas públicas descentralizadas, de las que debe hacerse una subdivisión. Buen número de estos organismos funcionan también sin gozar de ningún monopolio, como ya se ha visto. Por ejemplo, las comunas belgas, cuando tienen necesidad de préstamos en efectivo o de nuevas habitaciones, están en libertad para dirigirse al Crédito Comunal de Bélgica, a la Sociedad Nacional de Habitaciones y Alojamientos Baratos o, por el contrario, a una empresa capitalista. De modo que la obligación de aplicar todas las nuevas invenciones es imperiosa para esas cooperativas públicas belgas.

Forzosamente, por la naturaleza de las cosas, la mayor parte de las otras cooperativas públicas, sean belgas o inglesas —que generalmente estuvieron al principio en competencia con empresas capitalistas— disponen de una concesión del poder público que crea en su provecho un monopolio local: concesión de las líneas ferrocarrileras, de conducción de agua, de gestión de un puerto, de captación y suministro de energía eléctrica. En estos casos el monopolio está de tal manera en la naturaleza de las cosas que, cuando servicios como éstos son confiados a una empresa capitalista, ésta dispone exactamente del mismo derecho exclusivo de producción y venta del servicio.

Así pues, el problema es saber cuál de los dos modos de gestión, el capitalista o el cooperativo, puede aplicar el método de monopolio con el menor número de inconvenientes para el usuario. Ahora bien, plantear el problema es, en parte, resolverlo. Es evidente que todo monopolio capitalista es infinitamente más peligroso para el consumidor que el monopolio cooperativo. Como la empresa cooperativa está totalmente en las manos de sus propios clientes, aprovechar un monopolio para extorsionar a los usuarios es para ella un contrasentido, mientras que con una empresa capitalista ocurre todo lo contrario. Una experiencia ya secular demuestra que la lista de obligaciones, aun las más minuciosamente elaboradas, que el poder público impone a las empresas capitalistas a las que

LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

229

concede la explotación de un servicio, por lo general no impiden a las concesionarias —que benefician de todos los progresos técnicos ulteriores— realizar ganancias muy considerables en el curso de los veinte o treinta años de la concesión, ganancias de las que no sería despojado el público si la empresa fuese una cooperativa pública descentralizada.

Por la misma razón de que es propiedad de los usuarios, inclusive en el caso de monopolio, la cooperativa pública, a menos de que se le confíe a ineptos, a quienes los usuarios tendrán mucho interés en despedir, no dejará de usar lo más pronto posible todos los nuevos procedimientos técnicos, mientras que, garantizadas por el monopolio, las empresas capitalistas concesionarias se duermen a las veces en las delicias de Capua y descuidan renovar su equipo a medida que aparecen las nuevas invenciones, seguras como están de que en cualquier forma que presten el servicio, obtendrán substanciales utilidades.

En suma, el orden cooperativo excluye todos los monopolios, salvo aquéllos que resulten inevitablemente de la naturaleza de las cosas. Además, cuando éstos existen, los organismos cooperativos siguen animados de la preocupación de sacar partido de las nuevas invenciones, lo mismo que del deseo de vender al menor precio posible. ¿Qué más podría pedirse? De este modo se encuentra justificada esta proposición de apariencia paradójica, según la cual *el estatuto cooperativo es el único en que, desaparecida la competencia, subsisten sus benéficos efectos*.

Sólo la mediocridad humana favorecida por una mala elección de sus dirigentes, podría privar al cooperativismo de semejantes ventajas. A tal riesgo está expuesta toda empresa humana. El remedio estará en el despido de esos dirigentes ineptos.

III. Como el estatuto cooperativo tiende a mantener la emulación, tiene por regla y ambición *la producción más abundante posible*, lo que en la época de gran penuria en que vivimos es una de las ambiciones directrices de los pueblos, según lo vimos al principio de esta obra. No es otro el fin de los “planes de reconstrucción” de que tanto se nos habla. Pero hay otra razón por la que el régimen cooperativo tiende al máximo posible de producción.

1º Todo productor capitalista, en cuanto se ve investido de un monopolio, aunque éste sea local, tiende a la obtención de la ganancia máxima. Con este fin, trata de situar su producción y su precio de venta al nivel tan conocido de los economistas bajo el nombre de *punto de máxima rentabilidad*.

Efectivamente, la experiencia demuestra que para toda empresa que goza de un monopolio y que, por lo tanto, puede variar a su antojo los precios de venta, la mejor ganancia global no se obtiene cuando vende muy barato o muy caro. En la primera hipótesis, la abundancia de ventas, la importancia de la cifra global de negocios, no va acompañada de elevadas utilidades, porque el bajo precio de venta no deja al productor sino una utilidad mínima por unidad vendida. Inversamente, si el precio de venta es muy elevado, el consumo es tan débil que la cifra global de ventas es poco importante: las utilidades totales son también limitadas.

El máximo de utilidades globales corresponde a un precio de venta intermedio, que no puede descubrirse sino mediante tanteos. Para determinar este precio intermedio es necesario disponer de un monopolio, si no de la producción, por lo menos de la venta del producto, pero la competencia de un rival cualquiera no permite experimentar sobre el público el efecto de contracción o, al contrario, de expansión que tiene sobre la venta el alza y después la baja del precio. Como la demanda del público se contrae y se dilata de manera irregular y además imprevisible, no solamente de un artículo a otro, sino para el mismo producto, de una época a otra, nada podría reemplazar la enseñanza de los hechos. Uno de los mejores ejemplos de investigación experimental del punto de rentabilidad máxima es, sin duda, la proporcionada estos últimos años por el monopolio francés del tabaco, desde que en 1936 pasó a manos de la Caja Autónoma de Amortización. Este experimento ha permitido darse cuenta de que un aumento importante en el precio de los cigarros más caros, producía al Estado una cifra global de ventas más baja, lo que ocasionaba pérdida de utilidades.

Siempre sucede que con mayor o menor acierto, cada monopolista trata de hallar la mayor aproximación posible al precio de venta que, visto el consumo alcanzado, corresponda al punto de máxima rentabilidad. Obrar así es simplemente mantenerse fiel a la aspiración capitalista fundamental, que es obtener las mayores utilidades.

La actitud cooperativista será diametralmente opuesta. La empresa cooperativa tratará, en primer lugar, de llevar la producción a un nivel tal que la abundancia del producto provoque un precio de venta apenas superior al precio de costo. Alcanzada tal producción, para dar salida a sus productos el fabricante está obligado a vender al precio que con su competencia mutua fijen los consumidores, por bajo que pueda ser, a menos de retirar del mercado una parte de la producción o destruirla, como lo han hecho con millares de sacos de café diversos estados en Brasil. Acrecentando sistemáticamente su producción, la cooperativa obtendrá un precio de venta que sólo le deje un margen mínimo de utilidades.

El problema de la investigación de la rentabilidad máxima es, evidentemente, menos simple de como acabamos de presentarlo. A este respecto hay que tener en cuenta no solamente las variaciones del precio de venta, sino también las del precio de costo, a medida que la empresa aumenta su producción. Consideremos primeramente el caso de una empresa que, disponiendo de un cierto capital, lo ha utilizado totalmente en adquirir los talleres, las máquinas, la provisión de las materias primas más importantes que le era posible procurarse, a menos de utilizar nuevos capitales.

La producción de cualquier artículo manufacturado obedece a la *ley de las tres fases de rendimiento*, la que a su vez deriva de la ley del rendimiento menos que proporcional, que hacia el fin del siglo XVIII, antes que Ricardo, Turgot había sido quizá el primero en exponer, pero que por error creyó limitada a la agricultura. Ya se trate de una producción industrial o agrícola o de una actividad comercial, toda explotación, cuando comienza, por lo cual está poco extendida, registra gastos generales relativamente muy considerables si se los compara con la producción, razón por la que tiene un precio de costo muy elevado por unidad producida. Luego, y durante un tiempo bastante largo, a medida que la producción aumenta, baja el precio de costo por unidad hasta que llega un momento en que el equipo y los inmuebles ocupados por la empresa son aprovechados plenamente. Pero al disminuir la buena vigilancia de las operaciones de fabricación, los gastos generales por unidad de producción no disminuyen más. Se entra en una fase en que el precio de costo por artículo fabricado se mantiene constante. Por último, si se impulsa más lejos la producción, se eleva el precio de costo por artículo fabricado. Los obreros, demasiado numerosos en el taller o en relación con el equipo industrial que no ha podido ser ampliado o aumentado por falta de capitales suficientes, dan menor rendimiento. En todo caso, el precio de compra de las materias primas, del equipo industrial, el interés de los capitales utilizados y, sobre todo, el salario de los obreros, habrán aumentado mucho. Es la fase del rendimiento decreciente. Esta sucesión de fases de la producción tiene una gran generalidad, puesto que rige tanto la producción industrial, como la actividad comercial o agrícola.

Mientras que el precio de costo disminuye, permanece constante o aumenta, el precio de venta no deja de bajar; nueva prueba de que el precio de costo no es el elemento esencial para la determinación del precio de las mercancías. En efecto, mientras que los ejemplares del mismo artículo son poco numerosos, tienen para el público un valor de rareza. A medida que el número de esos ejemplares es mayor, es preciso que el vendedor llegue a capas de consumidores cada vez con menores recur-

sos, para que la totalidad de la producción encuentre compradores. Durante la primera fase, las utilidades del empresario aumentarán mucho a medida que se desarrolla la producción, porque el precio de costo baja más rápidamente que el precio de venta. Además, aumentando la producción, las utilidades globales serán más elevadas, realizándose sobre un número mayor de objetos vendidos. Por esta última razón, las utilidades globales se elevarán durante la mayor parte del tiempo en que la producción haya entrado en la fase de rendimiento constante. Tarde o temprano las utilidades globales disminuirán fatalmente y aun se convertirán en pérdida si la producción es impulsada muy lejos.¹⁸

Siendo así, ¿qué actitud tomarán las cooperativas? Puesto que son propiedad de los usuarios, éstos las impulsarán a llevar la producción hasta el punto en que el precio de costo medio que puedan soportar sea ligeramente inferior al precio de venta único al cual esperen vender toda la producción. En lugar de limitar su producción al precio que, teniendo en cuenta la venta que le corresponde, les dará la rentabilidad máxima, aceptarán perder sobre algunos ejemplares de la fase de rendimiento constante y sobre los de la fase de rendimiento decreciente, las utilidades de la fase del rendimiento constante. De este modo su desinterés será una realidad y no sólo palabras.

Notemos, además, que ese es el resultado a que, a despecho de su voluntad, lleva la competencia a los productores. Esos dos fabricantes que tienen los capitales más abundantes, que han edificado fábricas muy grandes donde el control es defectuoso, impulsarán tanto la producción, que terminarán por tener un precio de costo que se encontrará situado entre los de la fase de rendimiento decreciente: mientras más aumenten su producción más verán crecer sus costos. La producción global que aseguran entre sus rivales y ellos mismos es tal, que el precio de venta es bajo; pero sin haberse puesto de acuerdo con sus competidores, ninguno

¹⁸ La ley de la sucesión de las tres fases del rendimiento es también exacta cuando, en lugar de considerar una empresa provista de una vez por todas de un capital dado, se considera la hipótesis en que la empresa en cuestión ve poner a su disposición capitales más importantes. En este caso, el ritmo con que la producción será constante, después decreciente, es menos rápido. Aumentando el equipo industrial al mismo tiempo que el personal, éste no ve sus esfuerzos de producción estorbados materialmente por insuficiencia de equipo o de lugar en el taller. Pero llegará un momento en que la producción, la vigilancia que sobre la misma se ejerza, será menos eficaz por haberse desarrollado demasiado. Cada producción industrial tiene una dimensión óptima, en la que el rendimiento del conjunto de los elementos productores es el mejor. Más allá de este punto óptimo, el precio de costo es menos ventajoso. Además, como en la hipótesis precedente, a medida que la producción alcance un nivel más elevado, el precio de venta disminuirá. Así pues, por importantes que puedan ser los capitales de que disponga la empresa, tarde o temprano sus utilidades globales irán fatalmente disminuyendo. Por lo tanto, la ley de las tres fases del rendimiento es general.

de ellos quiere disminuir su propia producción ¡y ese precio de venta poco ventajoso, quizá desastroso para los fabricantes, se mantendrá en el mercado!

Esta exposición hace palpar materialmente el hecho de que si el capitalismo aseguró al consumidor una situación muy favorable durante todo el tiempo que mantuvo la competencia, en la lógica de su sistema estaba el que se alterase bajo el efecto del interés directo y personal de los productores. Bajo este régimen, la ventaja evidente de los empresarios estaba en coaligarse de modo que, limitando su producción global, tuvieran el beneficio de vender al precio correspondiente a la rentabilidad global máxima.

Las multitudes, inbuidas poco a poco, hasta con exceso, del sentimiento de que el régimen capitalista ha traicionado sus intereses, no solamente de consumidores, sino también de asalariados, juzgan intolerable el mantenimiento de ese estatuto. Precisamente nos encontramos en esa fase de la evolución social en la que las naciones europeas buscan encarnizadamente la destrucción del capitalismo, aunque no sepan aún con qué reemplazarlo, ya que lo propio de las multitudes es dejarse guiar por los móviles más apasionados, sin medir las consecuencias de sus actos. El gran problema actual es descubrir un régimen que, como el capitalismo de libre competencia, se inspire nuevamente en la voluntad de impulsar la producción hasta el punto en que la utilidad por unidad de producción sea casi nula. Es claro que el poder público, asaltado y aun devorado por necesidades financieras ilimitadas (cuando no prepara la guerra, quiere efectuar muy fuertes gastos sociales o de otra clase), si por hipótesis tuviese a su cargo toda la gestión económica, en ninguna parte estaría dispuesto a vender a precio de costo los productos agrícolas o industriales que el público necesita. Aún más que el capitalismo, del que sería la continuación, el Estado restringiría la producción a fin de obtener del público, si no siempre la utilidad máxima, al menos una ganancia substancial para alimentar sus innumerables servicios y, sin duda, para multiplicar sin límite el número de los mismos en forma desastrosa para la nación. Conocidos son los abusos en que caen casi todos los gobiernos tan luego como disponen de algunos ingresos, aunque su presupuesto se encuentre en grave déficit. Es pues, evidente —pero no hay peor sordo que el que no quiere oír— que el orden cooperativo es el único régimen capaz de volver a nuestro mundo económico, víctima del desvergonzado pulular de coaliciones y monopolios de todas clases realizados entre productores y reforzados casi siempre por el poder público, el inapreciable beneficio de un nivel de precios tan bajo como el que disfrutó en otros tiempos gracias a la competencia. Así pues, si las naciones tienen la prudencia de

recurrir al régimen cooperativo, éste, mejor que ningún otro, en el menor plazo posible restituirá a los pueblos europeos, medio arruinados por la guerra, la abundancia y la baratura de los productos.

2º *El régimen cooperativo* se acompañará de una producción muy abundante por una razón más: porque *dispensará a los Estados de mantener todos esos regímenes de economía dirigida que en todas partes disminuyen la producción total en una cantidad casi increíble.*

Dada la eliminación que los capitalistas han hecho del principio de emulación y rivalidad mutuas, los Estados se han visto obligados a dictar medidas llamadas de economía dirigida. El fin de estas medidas y, en un cierto grado, su efecto, es modificar el reparto de los productos escasos. De hecho, en una nación donde la población es tan indisciplinada y tiene tan poco sentido cívico como en Francia,¹⁹ la economía dirigida ha fracasado en gran parte, inclusive en el campo de la distribución. Fuera del recinto de las grandes ciudades, en las ciudades pequeñas y en el campo, han sido letra muerta la casi totalidad de las innumerables leyes, decretos y órdenes dictados incansablemente por el poder central, sobre todo, desde que la IV República, por definición buena chica, ha reemplazado el detestado gobierno de Vichy.

Se requiere haber vivido un poco en el campo para comprender este fenómeno fundamental que los autores demasiado librescos descuidan siempre. En nuestras buenas campañas francesas todo pasa como si en algún lugar, lejos, en una esfera supraterrrestre, tuviesen su sede unos augures que elaboran a su guisa toda clase de preceptos legales. Los campesinos y los habitantes de las pequeñas ciudades no se preocupan de toda esa reglamentación; obran exactamente como si no existiese; la única fuerza que la autoridad central tiene sobre ellos es la persuasión. Todos esos textos legales disponen innumerables sanciones, pero ¿cuál será el medio de seguir un proceso a todo un pueblo soberano, del que casi todos los años el gobierno solicita su aprobación en las elecciones, de las que emana toda su autoridad?

Por lo demás, la reglamentación elaborada en París por innumerables funcionarios de los servicios centrales, con frecuencia muy incompetentes, es tan abundante, que sería necesario duplicar o triplicar el número de agentes municipales que, en fin de cuentas, son los que tienen a su cargo la aplicación de todas esas disposiciones que son de una inverosímil complicación. También les sería preciso un celo infatigable. Por otra parte, el pueblo francés es demasiado servicial, por amistad completamente desinte-

¹⁹ ¿No podría calificarse la nuestra también como indisciplinada? (N. de la T.)

resada, y demasiado poco respetuoso por los textos legales, los que con frecuencia son muy defectuosos, para que entre los ciudadanos del mismo poblado o de la misma pequeña ciudad no tenga lugar constantemente toda una serie de pequeñas concesiones y disimulos. Esto es, en parte, el tributo al régimen democrático al que en buen derecho nos atenemos, por encima de todo. Dado el carácter francés, tenemos que escoger entre las amistosas complacencias o una disciplina impuesta por un régimen de hierro. Como nada es más degradante para un ser humano que la imposición rígida impuesta del exterior por una dictadura, son mil veces preferibles esos hábitos serviciales entre vecinos y amigos, que esta rigidez debida al miedo y casi al terror. ¡Gracias sean dadas por estar predestinados los franceses a regímenes de libertad!

Sólo que bueno es decir la consecuencia que hay que sacar, porque públicamente se acostumbra callarla. Y es que la administración sabe que no cuenta mucho con la obediencia de sus administrados. Por eso, fuera de las grandes ciudades, distribución de productos y fijación de precios han continuado siendo teóricos, a excepción de los concernientes a unos cuantos productos importados o cuya producción estrechamente centralizada es fácilmente controlable por el Estado: té, café, azúcar, algunas materias grasas. Pan, carne, mantequilla, vino, legumbres, han sido siempre comprados y consumidos por los provincianos según el precio del mercado, que ni siquiera puede denominarse “mercado negro” porque, practicado por todo el mundo, no se rodea de ningún misterio.

En las grandes ciudades la lista de los artículos que se suministran a los ciudadanos a precio impuesto sobre los que se ejerce control ha sido un poco más larga, pero en cantidades tan insuficientes, que para vivir todo mundo se ha visto obligado a comprar cantidades suplementarias de modo un tanto menos al descubierto que en el campo. Gobierno y grupo patronal no han hecho ningún misterio de que han consentido alzas de salarios para que obreros y empleados se aprovisionaran en el mercado denominado, por un feliz eufemismo, “paralelo” (¡qué flexible es la lengua francesa!).

En los grandes almacenes de nuestras ciudades, a diferencia de lo que con frecuencia pasa con los detallistas, los precios fijados han sido ordinariamente observados. De este modo la población urbana ha podido comprar muchos productos industriales a precios relativamente bajos, pues efectivamente la fijación de precios ha sido más rigurosa para los precios de mayoreo impuestos a fabricantes, no dejándoles con frecuencia sino reducidísimas utilidades. Sin embargo, como el Estado ha permitido márgenes o comisiones muy abusivas a todos los intermediarios, cuyo número ha pululado; como con frecuencia los artículos industriales son vendidos

muy por encima del precio fijado en los innumerables pequeños y medianos almacenes de las ciudades y poblados, en lo relativo a productos industriales, el efecto general de nuestra economía dirigida ha sido perjudicar a la mayor parte de las grandes empresas industriales, de impedirles, con gran perjuicio para la nación, todo autofinanciamiento y, por lo mismo, toda renovación de su equipo industrial; de enriquecer exageradamente, como jamás se había visto, a los intermediarios a quienes tanto se vitupera en los discursos oficiales, lo que no les acarrea ningún perjuicio, y, por último, el de no proteger al consumidor. Durante este tiempo los agricultores se enriquecieron extraordinariamente. Así pues, inclusive en el campo de la distribución, el resultado de nuestra incesante y siempre brillante reglamentación de Estado ha sido un fracaso casi total.

Notemos, además, que la economía dirigida se ha liberado tan poco de la ley de oferta y la demanda —ley que expone al oprobio—, que ella misma sigue la demanda, sólo que con una distancia de algunos meses. En muchos casos, tanto en Argelia como en Francia, se comprobó que frecuentemente el poder público se limitaba a seguir con tres o cuatro meses de retardo los precios al alza del mercado negro, con una rebaja de veinticinco o treinta por ciento. El resultado invariable fue que en el campo, donde los habitantes aceptaban pagar el precio alto, no faltaron leche, mantequilla, pan, vino y hasta carne en abundancia, mientras que las ciudades, siempre oficialmente con un retardo del 25% sobre los precios de los mercados rurales, sólo a cuentagotas recibían esos productos. En suma, nuestra economía dirigida, siempre en retardo, sin gran beneficio para el campo, ha tenido por efecto hambrear las ciudades sin siquiera disminuir sensiblemente el precio global de los artículos alimenticios que consumían, porque la exageración de los precios del mercado negro absorbía rápidamente, después sobrepasaba, la economía que resultaba de la pequeña cantidad de productos vendidos a los precios oficiales. Si no nos obstinamos en cerrar los ojos, es fácil percatarse de que tal como ha funcionado en Francia, la economía dirigida casi no ha prestado servicios, salvo a los intermediarios, a los hambreadores, a quienes ha enriquecido escandalosamente. ¿Cómo imaginar un fracaso más rotundo hasta en lo concerniente a la distribución de los productos?

Sin embargo, al lado del problema social del reparto que habitualmente es el único cuya solución se busca, está un problema económico, por lo menos tan importante como el primero, aunque frecuentemente ignorado: ¿no ocurre que toda economía dirigida disminuye la producción general?

En efecto, este es un punto que no debe perderse de vista: el francés medio es más que malicioso para dejarse coger dos veces en la misma

trampa; desde el momento en que el Estado le requisiona o pretende requisionar su producto por debajo del precio del costo, a un precio que el productor estima poco ventajoso, para el porvenir adoptará una actitud muy sencilla: cesará de producir el artículo en cuestión o, por lo menos, restringirá mucho la producción. Como toda economía dirigida tiene por principio imponer al productor precios más bajos que los del curso natural de los artículos en el mercado, éste hace el vacío en su presencia y la producción se hunde. No es necesario ser muy perspicaz para comprenderlo. Sin embargo, era una reflexión demasiado sutil, puesto que nuestros representantes no fueron capaces de hacerla.

¿Será preciso recordar mediante algunos ejemplos los brillantes resultados a que ha llegado el legislador francés?

Sea la cuestión de alquileres de departamentos. Partiendo del principio de que era antidemocrático pagar al propietario de inmuebles para habitación alquileres suficientes para que pudiera conservar normalmente su inmueble y tener un 3 o 4% de interés anual del capital, desde 1914, mediante 40 o 50 decretos sucesivos, el legislador francés, de oficio, ha rebajado los alquileres de las casas-habitación al punto de que el francés medio, que en 1914 dedicaba a su alojamiento alrededor de un diez por ciento de su ingreso anual, con el alza incesante del costo de la vida, tiene la satisfacción de no dedicarle más del uno por ciento anual. Antes de la ley de 1º de septiembre de 1948, que vino al fin a autorizar un alza real de alquileres, éstos alcanzaban un coeficiente aproximado de 7 o de 8 con relación a 1914, mientras que el índice del precio de la construcción era de 80 o de 100. El resultado fue que invertir en la construcción de inmuebles para habitación llegó a ser la más clara forma de locura y actualmente sólo hay algunas sociedades caritativas, o raras municipalidades, que tienen la temeridad de construir inmuebles, claro está, por pura filantropía. Por esto la casi totalidad de los inmuebles franceses se deterioran, muchos amenazan ruina y en este país donde desde hace tres años se comprueba un feliz renacimiento de la natalidad, encontrar un alojamiento vacío exige 3, a las veces 4 años de búsqueda, y los matrimonios jóvenes deben refugiarse en sórdidos cuartos de hotel donde traen al mundo a sus vástagos. Todo esto señala el triunfo de la más antigua —remonta a treinta y cinco años— de las políticas de economía dirigida adoptada por el poder público francés. Después de un triunfo semejante, ¿cómo no ser partidario de la economía dirigida en Francia?

Hasta una época muy reciente la política dirigida del trigo se ha llevado en Francia según los mismos principios y casi con el mismo éxito. Es preciso esperar 1947 y 1948 para ver el precio del trigo alcanzar 2,100

y 2,300 francos el quintal, que corresponde a los coeficientes 10 y 11 con base en 1938. Como muchos de nuestros representantes aprendieron en su infancia que una de las causas, al menos aparente, de la revolución de 1848, había sido el encarecimiento del pan, una de las ideas fijas de nuestros ministros, que en cuanto a ideas ordinariamente tienen muy pocas, ha sido hasta hace unos dos años, que era necesario proporcionar a los consumidores y en particular a los asalariados, el pan a un precio de favor, a pesar de que entre el fin de 1938 y 1949 el precio medio de los artículos alimenticios se multiplicó por 18 y 19. Para lograrlo, de 1939 a 1947 sistemáticamente se ha impuesto al precio del trigo un coeficiente de alza muy en retardo sobre el de otros artículos alimenticios.

Uno de los resultados ha sido que nuestros campesinos, incontrolables e incontrolados, han acabado por dar a sus animales cantidades considerables de trigo, mientras que nosotros durante 5 o 6 años, hemos comido a base de pan de maíz o de salvado. Después de que esta intervención duró varios años, nuestros gobernantes, siempre clarividentes, comprendieron que quizá había algo defectuoso en la política adoptada. Y desde 1947 el trigo ha beneficiado de un coeficiente de alza razonable; además, habiéndonos favorecido la naturaleza con la abundantísima cosecha de 1948, aun en las ciudades, y por primera vez desde 1939, el pan ha quedado libre en cuanto a la cantidad comprada.

Se ha calculado que esta alza del precio del pan, por lo demás insuficiente, y que nuestros gobernantes han vacilado mucho para autorizar, correspondía a un suplemento de precio de 30 céntimos por habitante y por día, mientras que para la misma época muchos de los obreros ganaban ya, por hora, de 70 a 80 francos y 40 las sirvientas. ¡Oh acierto de la economía dirigida, que se jacta de ser razonable! ¡Era tal la fuerza de la superstición de que el precio del pan determinaba las revoluciones políticas, que por mucho tiempo a nuestros representantes les pareció que esos 30 céntimos por día equivalían a tragar el agua del mar!

Gruesos libros podrían escribirse para exponer con toda objetividad esta cuestión del trigo en Francia. Renunciamos a ello. Limitémonos a concluir que es un error inexcusable pretender fijar el precio de un producto una vez por año, sobre todo si es de gran consumo, como el trigo, y creer cándidamente que la oferta y la demanda coincidirán con ese precio mantenido invariable durante 365 días. Semejante precio *ne varietur* no puede ser más que la organización del desequilibrio.

De todos modos, aun fijando tarifas al trigo, habría sido mucho mejor dejar subir más su precio; la superficie cultivada con trigo no habría caído de 1939 a 1947, de 5 millones de hectáreas a 3 millones ochocientos mil solamente; aun con la sequía que para colmo sobrevino, jamás se

LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

239

habría descendido a los 35 millones de quintales cosechados en 1947; habríamos evitado a la vez estar reducidos a 200 gramos de pan por día en 1947-1948 y a estar obligados a sacrificar decenas de millones de dólares, tan preciosos para nosotros, para comprar trigo americano. Así pues, uno de los principales resultados de nuestra tan mal dirigida política del trigo ha sido el malthusianismo, sin contar el perjuicio que ha sufrido el erario por los diez, veinte o treinta mil millones de subvenciones anuales concedidas a los panaderos para permitirles beneficiar al público con los precios de favor que se fijaron.

Esta crucial experiencia de la economía dirigida muestra que a despecho de la palabrería de los planes bienales o decenales que los dirigentes tienen siempre a flor de labio, con frecuencia no hay política más corta de vista que ésa. *La economía dirigida, al menos en Francia, fue en casi todos los campos ¡el triunfo insolente de la política de mezquindad!* Y no podría haber sido de otro modo si casi siempre el gobierno dirigente no solamente está muy mal informado de los hechos, sino que, además, con frecuencia se deja guiar por consideraciones fútiles y arbitrarias; a mayor abundamiento, lo ordinario es que los efectos de las medidas que toma resulten contrarios a lo previsto. ¿Por qué extrañarse de que tantas veces se haya llegado a la catástrofe? La dirección económica dictada por el Estado ha tenido como consecuencia la politización completa de la economía en nuestro país; baste decir que abandonando los móviles económicos y verdaderos, se han tomado como razón de obrar móviles políticos o electorales, casi siempre contradictorios, efímeros y falaces.

Por regla general el dirigente, estableciendo absurdamente como axioma habitual que cualquiera que sea la decisión que se tome la producción permanecerá constante, tiene la deplorable tendencia de no preocuparse más que del problema del reparto. ¿No cae de su peso, sin embargo, que si la producción se abate o simplemente disminuye, por más igualitariamente que se hayan repartido los bienes producidos, inclusive las clases pobres a las que favorecerá el autoritario reparto hecho por el Estado, de todos modos tendrán menos en cantidad absoluta? Tal ha sido en su conjunto la situación francesa desde hace 6 o 7 años de economía dirigida. Si la economía autoritaria no hubiera prevalecido o hubiera sido menos rígida, ningún francés sería más rico, pero tampoco habría tantos con menos bienes, pero infinitamente mucho menos.²⁰ ¡En fin, se nos ha devuelto la libertad y la producción se recupera!

²⁰ Esta crítica no vale más que para los productos cosechados o fabricados en el país y no para los importados del extranjero. Para éstos la fijación de precios y el reparto por vía estatista presenta muchos menos inconvenientes que para los productos nacionales.

Puede concluirse entonces que en lo que concierne a los artículos de primera necesidad, si por razones políticas y sociales la economía dirigida puede concebirse durante periodos excepcionales y muy cortos, es el más antieconómico de todos los regímenes que existen. Es un recurso sin grandeza y sin gloria. Considerada durante un lapso un poco largo, la economía dirigida hunde inevitablemente y de manera grave toda la producción nacional; en consecuencia, produce un considerable empobrecimiento de todas las clases sociales. Con excepción de periodos muy cortos de guerra o de posguerra, el orden cooperativista es, por lo tanto, radicalmente hostil a la economía dirigida.²¹

Ya hemos indicado anteriormente que el movimiento cooperativo tiene una razón suplementaria para ser hostil a semejante régimen: como por motivos electorales el poder público escucha mucho más a los comerciantes que a los consumidores, los que, como es natural, están dispersos, la economía dirigida ha terminado muy rápidamente en leyes o decretos que autorizan a cualesquiera advenedizos a establecerse en una profesión comercial o industrial, salvo autorización ministerial. Como el poder público ha rehusado sistemáticamente a las cooperativas toda autorización de aumento o de ampliación, a partir de 1939, de un golpe se ha mantenido al movimiento cooperativo reducido al número de almacenes que poseía desde antes de la guerra. En suma, la economía dirigida ha permitido al comercio capitalista detener de plano todo desarrollo cooperativo: ¡una proeza más que hay que abonar al activo de la economía dirigida!

En todo caso, hostil a los regímenes dirigentes, el orden cooperativo, que por principio vende al precio más bajo posible, quita al poder público toda razón para querer mantener sus restricciones y con ello presta un servicio eminente, porque el retorno a la libertad económica permitirá por sí solo un acrecentamiento sensible de la producción. Pero en el estado actual de la opinión, la abrogación general de las restricciones económicas sólo puede esperarse en la medida en que la economía cooperativa haya tomado el lugar de la economía capitalista, que tan impopular se ha vuelto.

IV. *El orden cooperativo atenúa las crisis y el desempleo.* Como se recordará, la gran crisis de 1929-1934 ocasionó la desocupación de más de 12 millones de trabajadores en los Estados Unidos y dos millones en la mayor parte de los países de Europa, salvo en Francia, donde el desempleo fue muy restringido, dada la constante falta de mano de obra que sufre el país. Los males engendrados por semejante perturbación económica han

²¹ Se encontrará un estudio más substancial del mecanismo y de los efectos de la economía dirigida en nuestro libro *Essor et décadence du capitalisme*, Paris, Payot, 1938 (agotado), c. III, pp. 97-178.

LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

241

sido tales que —por inverosímil que parezca— actualmente muchas personas temen más una nueva crisis ¡que una tercera guerra mundial! ¡Y en varias ocasiones se ha oído esgrimir este asombroso argumento: que la guerra, lo mismo que su preparación, al menos tenían la ventaja de suprimir por completo el desempleo!

¡Hasta en Inglaterra, donde los ánimos son lo suficientemente ponderados para conservar algo de sentido común, se ha abierto paso este argumento, y en su gran libro sobre el pleno empleo, un autor tan notable como Sir William Beveridge no anda lejos de compartir semejante punto de vista! Adhiriéndose a los demás inconscientemente muchos autores han cometido el craso error de conceder un gran mérito a Hitler por haber realizado el pleno empleo en Alemania al obligar aproximadamente a la mitad de los alemanes a ejecutar trabajos económicamente estériles!

Todo esto muestra que en muchos hombres el cerebro es un órgano demasiado frágil para poder resistir conmociones materiales demasiado fuertes, como las provocadas por la guerra o las grandes crisis cíclicas. Es inexplicable que no les haya venido a las mentes la idea de que no pudiendo, por definición, ser jamás alcanzada la más completa preparación posible para la guerra, no existe ningún límite a los armamentos: el deseo que alientan todos los militares de tener a su disposición más máquinas de muerte, es, pues, por esencia insaciable. Por lo tanto, toda posibilidad de desocupación se encuentra excluida. Sólo que siendo toda producción de armamentos absolutamente infecunda desde el punto de vista de las necesidades humanas, mientras más armamentos fabrica una nación, tanto más se arruina, no solamente porque consagre a tal renglón una gran parte de su ingreso, sino porque en ocasiones ello devora una parte muy importante de su capital industrial. La miseria tan grande a que al presente estamos reducidos en Europa, que nos ha causado un asombro del que no acabamos de salir, encuentra en esta causa su mejor explicación. Corrigiendo las palabras del siniestro Goering, nosotros diríamos: “Se vive de mantequilla, no de cañones.” Así pues, es una torpeza sin nombre considerar que abolir el desempleo es un mérito de la producción de guerra: ¡mortal para nuestra vida, hasta cuando no es puesta en acción, no nos deja ni descanso ni medios de subsistir!

El problema del pleno empleo no puede plantearse sino cuando los hombres, abandonando sus locuras, aplican sus fuerzas a obras de vida y no de muerte.

¿Cuál es la razón o cuáles son las verdaderas razones de esas fluctuaciones periódicas de precios que son las crisis y que aparecen desde el comienzo del siglo XIX? Ningún problema económico ha sido más debatido que éste, no sólo por toda esa cohorte de autores de obras de fantasía, que

no teniendo ningún conocimiento en materia económica piensan que basta ser ignorante para tener, por intuición genial, la revelación de todas las cosas, sino también por los mismos economistas. Y es que en realidad el problema tiene múltiples fases; es una suma, en el sentido propio de la palabra, y supone previamente toda una serie de comprobaciones económicas correctamente establecidas.

Consagrado este estudio al orden cooperativo, no se podría pasar aquí revista a las múltiples explicaciones que de las crisis se han intentado. J. B. Say, con su célebre ley de los mercados; Sismondí, con la idea del subconsumo obrero; Carlos Marx, con su tesis catastrófica que afirma el advenimiento inevitable de crisis cada vez más graves como fruto del régimen capitalista; Stanley Jevons y Moore, con su explicación de las crisis como perturbaciones que se originan en el régimen de las lluvias y de las cosechas; Aftalion, con su idea de la prolongación del proceso productivo; Hawtrey y Wicksell, con sus explicaciones puramente monetarias; todos ellos, entre los autores cuyas teorías sobre las crisis son las más conocidas.

Existe un hecho curioso y poco comprensible: aquellos economistas que más claramente se han adherido a la teoría psicológica del valor, no han pensado jamás en buscar de ese lado una explicación de las crisis cíclicas. Hace ya muchos años que esta omisión nos ha parecido muy lamentable; nos hemos dado cuenta de que sin forzar mucho los términos de la teoría psicológica del valor, sino al contrario, llevándola hasta sus últimas consecuencias podría, o más bien, debería darse, a grandes rasgos, una explicación de las fluctuaciones económicas, muy simple y de una veracidad que nos ha parecido evidente.

Ya en 1913, en su obra *Crises Périodiques de Sur-production*, Aftalion, como lo ha señalado muy exactamente nuestro colega y amigo Pirou, “daba ya un lugar a esta noción (la teoría subjetiva del valor) al lado de los elementos más propiamente tecnológicos que forman la base principal de su teoría. Hacía notar este autor que el aumento de las cantidades producidas durante el periodo de prosperidad, debe acompañarse normalmente de una baja del valor unitario de los productos”. Hay “contradicción entre el alza de los precios que es una de las características del periodo de prosperidad y la baja de los valores de uso que forzosamente nace del acrecentamiento de los valores producidos”.²²

Pero como lo señala G. Pirou, Aftalion está muy lejos de hacer de esta idea el pivote de su explicación central de las crisis. De tal modo da el autor la preeminencia a factores puramente técnicos, al alargamiento del

²² G. PIROU, *Economie Libérale et Economie Dirigée*, t. II, 1947, Paris, Sedes, p. 87.

proceso productivo que, lo que me ha sucedido personalmente, se puede leer toda la notable obra de Aftalion sin sentirse impresionado por esta teoría psicológica.

El economista inglés Pirou, en su libro *Fluctuations Industrielles*, 2ª edición, 1929, recurre parcialmente a los móviles psicológicos. Debemos confesar que nos había escapado este pensamiento del gran economista inglés. De modo que espontáneamente, de nuestra propia cosecha, atraída una vez más nuestra atención por la célebre “ley de los mercados” de J. B. Say, como una consecuencia completamente natural de la teoría subjetiva del valor, elaboramos una explicación de las fluctuaciones cíclicas, la que nos pareció merecer el título de “teoría psicológica de las crisis”.

En lugar de limitarnos a dar a la explicación psicológica una posición muy secundaria, como lo había hecho Aftalion, la hicimos el centro de toda nuestra teoría.

La novedad de esta doctrina será indudablemente reconocida a pesar de las reservas que sobre su grado de veracidad puedan hacer algunos economistas. Aun libros recientes, como la *célebre Teoría general del empleo, del interés y de la moneda*, de Keynes —1936—, cuya aparición marca una gran fecha en la historia de las ideas económicas, parecen tomar muy poco en cuenta la teoría psicológica del valor.

Desde julio de 1935 publicamos en nuestra “Revue des Etudes Coopératives”, número 56, la teoría psicológica de las crisis. Desarrollado un poco más este bosquejo, fue reproducido en 1938, al principio de nuestro libro *La Crise et ses remèdes*, Paris, Librería de Médicis.²³

Como más adelante se verá, la teoría está articulada en sus numerosos elementos y, salvo error de nuestra parte, es capaz de resistir muchas críticas. Sin embargo, como no hemos tenido aún tiempo de desarrollar y dar a conocer la teoría en un grueso volumen, las treinta páginas en que se encuentra expuesta han pasado desapercibidas. ¡Extraña época esta en que el público, que cada vez tiene menos tiempo de leer, concede a primera vista tanta mayor importancia a una doctrina, cuanto más grueso sea el libro en que está diluida!

Es tanto más oportuna la exposición de la teoría psicológica de las crisis en este lugar, cuanto que —como luego se verá— no es más que la *proyección de la idea cooperativa sobre el fenómeno de las fluctuaciones económicas*. La hegemonía del consumidor, que es su principio central, es la forma más general dada a la idea cooperativista. Si, como pensamos, la siguiente teoría contiene, por lo menos, una buena dosis de verdad, des-

²³ PIROU resume con simpatía nuestra teoría psicológica de las crisis en su obra *Economie Libérale et Economie Dirigée*, t. II, Paris, 1947, p. 87.

pués de que sea expuesta se comprenderá fácilmente por qué, de todos los regímenes económicos, es el orden cooperativo en el que las fluctuaciones de los precios, las crisis, tienen mayores posibilidades de ser menos pronunciadas.

Una teoría célebre, que a pesar de su antigüedad (1803) guarda un gran valor, es la teoría de los mercados de J. B. Say.

Muy conocido es que esta teoría refuta la posibilidad de las crisis generales. Say propone hacer abstracción de la moneda, verdadero velo que con frecuencia cubre la realidad económica. A través de la moneda, dice, que no es más que un intermediario, los productos se cambian contra otros productos. Así es que si todos los productos acabados aumentan en una proporción de 50 o 100%, todos podrán venderse cambiándose unos contra otros; los productos A, 100% más numerosos, tendrán para ser cambiados los productos B, también un 100% más numerosos. Los precios recíprocos de los productos, expresados los unos en los otros, no cambiarán. Si la moneda permanece invariable en cantidad y si los productos doblan en número, el precio de cada objeto descenderá a la mitad. Al contrario, los precios recíprocos de los productos permanecerán sin cambiar.

Por lo tanto, si es cierto que los productos tienen por mercado no la moneda, sino otros productos, una crisis general, en la que hubiese a la vez exceso de productos de todas clases, parece lógicamente imposible. Lo único que puede ocurrir, dice J. B. Say, es una sobreproducción parcial, limitada a ciertos productos.

Tal razonamiento es muy fuerte y, desde el punto de vista lógico, casi no tiene defecto. No obstante, en los hechos la experiencia revela crisis generales muy profundas. ¿Cómo poner de acuerdo la teoría de J. B. Say, cuya fuerza intelectual es tan grande, con la comprobación evidente de los hechos que le es totalmente contraria?

Algunos economistas han creído encontrar la explicación del enigma. Sin duda en su origen mismo no hay crisis generales; no hay ninguna crisis que nazca general, pero en ocasiones, una sobreproducción parcial puede generalizarse poco a poco y terminar en una crisis universal. Si existe una notable sobreproducción en una rama esencial de actividad como la agricultura, la caída del precio global que alcanzará el conjunto de productos agrícolas disminuirá el poder de compra de una importante clase de la población; de ahí el descenso de la venta de productos industriales y poco a poco el pesimismo y el desaliento ganarán la masa entera de los consumidores; en suma, se llegará a una repercusión general en las compras. Ciertamente, esta teoría es muy ingeniosa; el mecanismo que invoca es exacto, pero parece que es insuficiente para dar la clave del enigma: la distancia entre el punto de partida y la meta es muy grande.

Por nuestra parte, nos parece preferible una teoría que nos hemos decidido a formular tras de largas reflexiones y la cual se relaciona con la de J. B. Say. La llamaremos teoría psicológica de las crisis.

1º Como punto de partida, una observación trivial, evidente, pero de la que se ha desdeñado sacar partido, un fenómeno completamente paradójico que se afirma durante todo el periodo de auge de cada ciclo económico: en ese momento hay a la vez aumento de la producción y de la cantidad consumida y aumento del precio de venta. Así, de febrero de 1922 a diciembre de 1924, los precios subieron en Francia en un 56% y la producción en 54%, lo que es paradójico, puesto que es anormal que los precios suban no obstante la mayor abundancia de los productos. Por otra parte, la circulación monetaria no había ascendido más que en un 12%. Otro ejemplo: de julio de 1935 a abril de 1936, la producción se elevó, también en Francia, de 93 a 102 y los precios de mayoreo, de 334 a 374; la circulación fiduciaria, que subió de 81,573 a 83,105 millones, sólo marcó un 2% de aumento. Así pues, imposible explicar el alza de los precios por el acrecentamiento de la circulación. Como se ve, es frecuente que la curva de la producción industrial y la de los precios de mayoreo tengan direcciones casi paralelas sin que ese casi paralelismo pueda explicarse por el factor monetario. Mientras más dura y se intensifica el auge, más crece el consumo y más se acelera el alza de los precios, hasta entonces moderada. Este es un hecho que confirman todos los periodos de auge.

¿Qué explicación podría darse a este prodigio? Sólo una es posible: que el público consumidor, optimista durante estos años de abundancia, viendo aumentar sus ingresos, hace cada vez más compras, y ordenando cada vez más pedidos, compromete por adelantado sus ingresos futuros. Asaltados por pedidos cada vez más numerosos, los productores, por el juego mismo de la licitación, suben inevitablemente el precio de la oferta y el precio de la venta se eleva constantemente bajo la presión, siempre creciente, de la demanda. De modo que el factor determinante del alza de precios es la competencia cada vez más reñida que se hacen entre sí los compradores. Es cierto que todos los vendedores cuidan de vender al precio más alto posible, pero su deseo de alza no produce por sí mismo la menor posibilidad de que ésta tenga lugar. Dada la abundancia de producción ya realizada o próxima a realizarse, más exactamente, dada la abundancia de los productos ofrecidos en el mercado a un precio por lo menos igual al precio de demanda del comprador, el único factor que determina el precio de venta, es la demanda del consumidor. Contrariamente a la vieja y secular idea del justo precio, la diferencia entre precio de costo y precio de venta es con frecuencia muy grande. El precio de

costo no es más que un factor, entre otros muchos, que el fabricante toma en cuenta para ofrecer sus productos en el mercado a un determinado precio. La única regla de acción, la única norma que guía al vendedor, es ofrecer al mayor número de solicitantes los productos de que dispone; cuando los compradores, sedientos de consumir, se aglomeran ante los almacenes de venta, el productor eleva sus precios de tal modo que rechaza aquellos compradores que no pueden o no quieren pagar el aumento que acaba de establecerse.

2º Estimulados por las utilidades realizadas con los elevados precios de venta marcados, los empresarios invierten en nuevas producciones capitales cada vez más considerables, lo que acarrea la ampliación de las fábricas, fundación de nuevas empresas, en una palabra, sobrecapitalización industrial.

3º Sin embargo, el enorme progreso de las ciencias técnicas ha tenido por resultado la prolongación de lo que los economistas llaman el proceso productivo. De esto resulta que entre el momento en que el productor haya dado la orden de la ampliación de las fábricas, o de construir otras nuevas, y aquél en que los productos suplementarios aparezcan en el mercado, en ocasiones transcurrirán tres o cuatro años.

Será preciso que los fabricantes del equipo industrial necesario hayan tenido tiempo de construir las nuevas fábricas; los fabricantes de los productos intermediarios necesitarán haber tenido tiempo para fabricar los productos semiacabados indispensables, antes de que las industrias que se ocupan de terminarlos tal y como se expenden al público consumidor, puedan emprender esa producción suplementaria. Mientras más complicado y perfecto se vuelve el maquinismo, más largo es el proceso de producción. En tanto que en otros tiempos, bastando instrumentos muy simples, los industriales podían aumentar su producción en unos cuantos meses, ahora necesitan años. Esta circunstancia tiende a hacer más largas las épocas de bonanza, pero la liquidación de la crisis, la depresión, se encuentra también alargada, porque mientras más considerables son las instalaciones establecidas en épocas de prosperidad, más tiempo se necesita para reducir el precio de costo y amortizar las pérdidas sufridas.

4º Interviene, además, una nueva circunstancia que debe mencionarse. Lo más frecuente es que a despecho de los cartels, cuya ventaja principal sería oponerse a este error, todos los productores ejecutan secretamente sus órdenes de ampliaciones, sin comunicárselo los unos a los

LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

247

otros. Al final de tres o cuatro años todas estas extensiones industriales llegan a su madurez, por decirlo así, y casi al mismo tiempo arrojan sobre el mercado todos sus productos suplementarios. El consumidor se encuentra inundado de una acrecentadísima masa de productos acabados, ofrecidos a un precio de venta también muy aumentado, puesto que hasta ese momento los consumidores han aceptado precios en alza continua.

5º Independientemente del deseo de ganar, natural en todo productor, éste finalmente se encuentra obligado a vender caro porque su precio de costo no ha cesado de aumentar. Habiendo escaseado los obreros, los salarios están en alza. El interés de los capitales prestados es más elevado, puesto que también ha habido gran demanda de capitales. Los precios de las materias primas, inclusive los alquileres de los inmuebles, los impuestos, todos los gastos de comisión, han aumentado; de ahí la necesidad en que el empresario se encuentra de pedir un precio cada vez más elevado.

Por su parte, el precio de venta ratifica ese precio de oferta cada vez más alto, no porque el productor tenga por sí mismo fuerza para imponer ese precio, sino porque, por su competencia, los compradores mismos hacen subir el precio en cuestión.

6º En el momento en que los productos acaban por aparecer en el mercado en cantidades enormes y en que los precios son cada vez más altos, un molesto dilema se plantea al consumidor: seguir los precios en alza y comprar, o bien declararse en huelga. Ahora bien, es menester darse bien cuenta de que por poco que sea su ahorro, el consumidor puede, si así lo quiere, pagar indefinidamente el precio pedido por el productor, por elevado que resulte. Igualmente puede absorber toda la producción, por abundante que sea: la carestía de un producto y su abundancia no impiden jamás la compra de los productos ofrecidos en el mercado si el público dispone todavía de un pequeño ahorro. Es este el punto central que hasta ahora no había sido puesto en relieve y que nos parece que proporciona la explicación decisiva de toda crisis.

Efectivamente, fuera de las utilidades netas que el industrial desea obtener, el precio de un producto siempre y necesariamente es igual al monto de las remuneraciones recibidas por la totalidad de los agentes de la producción que han trabajado en la fabricación de dicho producto, es decir, el precio de las materias primas, el alquiler y el uso de los útiles, los salarios distribuidos, los intereses de los capitales tomados en préstamo, el alquiler de inmuebles, los impuestos pagados al Estado. Brevemente, sea cualquiera el precio a que se ofrezca un objeto, y una vez separadas las utilidades que el empresario cuenta con reservarse, el poder

de compra del público es siempre el necesario para rescatar el producto si así lo desea. Hay una ley de equivalencia necesaria entre el poder de compra del público y el precio de venta de todos los objetos, con excepción de las utilidades netas del empresario. Antes que el producto sea puesto a la venta, ya el público y el Estado han recibido, bajo la forma de diversas remuneraciones, el precio de venta pedido, menos la utilidad del empresario.²⁴

²⁴ Los industriales cargan normalmente a los precios de venta los gastos de amortización (material y aun técnica) de su equipo industrial. Estos gastos, que habitualmente aumentan el precio de venta de los productos, son temporalmente sustraídos al poder de compra del público, mejor dicho, no entran de modo regular en la circulación, pudiendo los empresarios retardar algunos años la renovación de su equipo industrial y otras veces precipitarlo. Pero en promedio, considerando un lapso suficiente, sin duda un ciclo económico, es fatal que los empresarios derramen en la circulación el equivalente exacto de sus reservas de amortización. De este modo, los pedidos que los industriales hacen en el mercado de "bienes de capital" o medios materiales de producción, restituyen al conjunto del público el poder de compra adicional que es necesario para que la capacidad de compra del mismo público equivalga exactamente al precio de venta de los productos, menos las utilidades de los empresarios.

Algunos objetarán que la compra de medios de producción difiere fundamentalmente de la compra de productos de consumo y agregarán que la racionalización de la industria ha aumentado mucho la importancia de las inmovilizaciones, o sea del capital fijo en esta producción, en detrimento de la mano de obra. Es este un punto cuyo estudio detallado no parece útil emprender aquí. Aun reconociendo la parte de verdad de esta observación, notemos que una parte del precio del material industrial consiste, sobre todo en nuestra época, en los salarios y comisiones, los que aumentan las compras del público casi inmediatamente. Notemos, sobre todo, que por su carácter mismo, las amortizaciones no tienen por objeto aumentar la producción, sino reemplazar el equipo industrial envejecido por otro nuevo, de la misma capacidad de producción. Si hay acrecentamiento de la producción, salimos del caso de la amortización para entrar en el de la ampliación del equipo.

Durante el ciclo de la producción, las inversiones que los empresarios hacen de las amortizaciones son menos regulares que las de sus utilidades. En periodo de auge ordenan maquinaria por un valor muy superior al monto de sus amortizaciones anuales. Como la remuneración de los agentes de la producción preside siempre a la fabricación de los objetos, renovando su equipo durante el auge, las industrias acrecientan sensiblemente con ello el poder de compra del público en esta fase, favoreciendo de este modo la elevación de los precios. En periodo de depresión, a la inversa, atesoran en parte el monto de las reservas anuales de amortización disminuyendo el consumo de los productos acabados y acrecentando así la caída de los precios y, con ello, la crisis.

Para que el público puede aceptar pagar los precios de venta que los productores piden tanto en un caso como en el otro, generalmente no necesita gastar su ahorro en forma excepcional, bastando añadir al total de las remuneraciones recibidas, las utilidades netas del empresario.

Ocurre que durante el auge los productores ordenan nuevo equipo por una suma superior a las reservas de amortización de su capital fijo, lo que agregan al precio de venta; de ahí el acrecentamiento del poder de compra del público. Durante la depresión tratan de seguir aumentando a los precios de venta las reservas de amortización, que han gastado por adelantado, pero con frecuencia la baja de los precios se los impide totalmente o en parte. Conforme a nuestra teoría, el público sólo tiene que aumentar al total de las remuneraciones el beneficio neto del productor. Esta teoría puede, además, recibir una ligera adición en los casos excepcionales en que a causa de las amortizaciones no reinvertidas, el público debe consumir momentáneamente su ahorro y, al comprar, anular el efecto del atesora-

Esta ley, cuya veracidad es evidente, significa que no hay bienes sin dueño, inclusive si el objeto es producido en exceso en relación con las necesidades. Con excepción de las utilidades del empresario, que debe pagar el público, jamás es el poder de compra de éste lo que falta, aun para los productos fabricados en gran cantidad, puesto que, repetimos, el total de las remuneraciones dadas a los agentes de la producción o al Estado, más las utilidades del empresario, son necesariamente iguales al precio de venta reclamado por éste; así pues, si el producto no se vende, no es por falta de poder de compra, sino por error del productor, quien ha previsto que se mantendría invariablemente una fuerte demanda y *porque el público no quiere emplear el poder de compra de que dispone en el mercado del producto en cuestión.*

Desde ese momento el público no tiene más que dos alternativas: 1º) Afectar su capacidad de compra a la adquisición de productos diferentes de aquel que hemos supuesto; el precio de esos objetos subirá y no habrá crisis general; estamos aquí de lleno dentro de la teoría de J. B. Say, que sólo admitía la existencia de crisis parciales de sobreproducción; 2º) o bien, disgustado por el alza de todos los precios, abandonar el mercado de los productos acabados y ahorrar, reservando —en su propio domicilio o depositado en los bancos— su poder de compra inutilizado; a su vez la banca afectará esos depósitos a préstamos a corto plazo (descuento o compra de fondos del Estado) que no aumentarán sensiblemente ni la cantidad de productos consumidos, ni la de los productos fabricados. Y la crisis, en lugar de ser parcial, se generalizará.

Como el Estado jamás hace ahorros y consagra sus excedentes de ingresos, cuando los tiene, al pago de su propia deuda, reembolsa sin cesar al público lo que le recoge por vía de impuestos. De este modo, no estando el poder de compra del Estado convertido jamás en ahorro reserva, es sólo del público del que depende esta elección capital: seguir comprando los productos en alza, o ponerse en huelga y ahorrar.

Así pues, es evidente que si el público aceptara aportar el total de las remuneraciones de los agentes de la producción y dispusiera todavía de un ahorro igual al 5 o al 10% del precio de los productos (suponemos que sean las utilidades netas), los precios de venta podrían subir indefinidamente y el auge industrial no tendría jamás fin.²⁵

miento que en ocasiones aplica el productor al monto de las amortizaciones del equipo.

²⁵ Inclusive el aumento que sufren los precios en la venta al detalle, en suma, hasta las utilidades del productor y de los intermediarios, no contradicen lo que acabamos de decir porque es evidente que hay igualdad:

Precio de costo para los fabricantes que han producido el artículo, sus utilidades, más los gastos y utilidades de los intermediarios al precio de venta al detalle, menos las utilidades del detallista que vende al público.

7º) No hay que perder de vista que los empresarios sucesivos, que forman una cadena ininterrumpida, desde la obtención de la materia prima hasta los productos vendidos al público, no utilizarán durante mucho tiempo las utilidades acumuladas; volverán a ponerlas en circulación casi inmediatamente después, ya sea aumentando su consumo personal o el de sus familias, ya sea haciendo nuevas inversiones. Estas utilidades no serán retiradas del mercado sino en el caso de que los empresarios las conviertan en ahorro momentáneo, ahorro reserva o atesoramiento. Muy probablemente los empresarios reinvertirán en sus empresas casi todas sus utilidades por falta de disponibilidades, dado que los capitales escasean lo mismo que durante el auge. Esas utilidades servirán para adquirir materias primas, y pagar los salarios de acuerdo con el ritmo necesario de toda producción. Como los asalariados ahorran poco, esas nuevas inversiones de capitales alimentarán el mercado de los objetos de consumo y desde este punto de vista, se evitarán las crisis.

No olvidemos jamás que el lanzamiento de los productos al mercado es siempre posterior al pago de las remuneraciones a los agentes de la producción; así pues, por abundante que sea la fabricación de un objeto, el poder de compra del público es siempre capaz de cubrir el precio global de toda la producción, reserva hecha de la porción que en precio representa la utilidad patronal. Todas las afirmaciones actuales de que las crisis no terminan por falta de un poder de compra suficiente de parte del público, son un contrasentido, por corrientes que sean.

8º) Casi siempre el público podría seguir la producción y responder al movimiento de alza que se le plantea. La cuestión esencial consiste en saber *si el público tiene interés en seguir indefinidamente esta alza*.

A medida que el consumo general crece, cada ejemplar consumido tiene menor utilidad subjetiva; entra aquí en juego la ley del decrecimiento de la utilidad subjetiva de los objetos en proporción a su abundancia, tan conocida de los economistas. Si numeráramos progresivamente los diversos ejemplares de un objeto, los primeros que consumimos (las primeras cantidades de agua de que disponemos después de haber sufrido una larga sed) tendrán para nosotros un valor subjetivo mucho mayor que los

En otros términos, si todos los agentes de la producción (empresarios y asalariados) y todos los intermediarios y sus asalariados, aceptaran aportar al mercado todas las remuneraciones y todas las utilidades obtenidas, con excepción de las utilidades netas del detallista, todos ellos, que reunidos constituyen el público, podrían rescatar indefinidamente todos los objetos producidos, por caros y numerosos que fuesen, suponiendo siempre que disponen de un ahorro igual a las utilidades del comerciante detallista, al que se trata de comprar el producto.

LA REVOLUCIÓN COOPERATIVA

251

últimos ejemplares, que al final resultarán superabundantes y con el agua que tenemos en exceso regaremos el frente de nuestra puerta.

Cuando el público ha consumido por encima de lo habitual el 20, 30 o 40% de productos, termina por sentir una momentánea *saciedad relativa*. Esto no quiere decir que todos los deseos de los consumidores estén jamás satisfechos, sino que una población no se habitúa bruscamente a casi doblar sus egresos. En todo caso, cada ejemplar consumido proporcionará cada vez menor satisfacción al público; por otra parte, esos ejemplares le cuestan cada vez más caros; además, también cada vez es más difícil al público pagar a los empresarios la porción correspondiente a las utilidades; ésta va creciendo en valor absoluto, no solamente porque el precio se eleva, sino también porque el consumo aumenta. De este modo el público estará cada vez más inclinado a frenar su consumo, a “fabricar” ahorro en lugar de consumir.

Estará tanto más inclinado a hacerlo, cuanto que, por otra parte, sabe que en ese momento la producción es inmensa. *El absurdo de pagar a precios cada día más elevados, productos cada vez más abundantes en el mercado y que a él, público consumidor, le prestan servicios subjetivos cada vez menores, acaba por saltarle a la vista*. Tal es la causa fundamental que explica toda crisis. Aun hay más; este paralelismo paradójico entre el movimiento de precios y el de cantidades producidas y consumidas —ambos crecientes— hacen absolutamente fatal que sobrevengan las crisis a plazos más o menos periódicos, y todas las teorías que los constructores de utopías inventen para abolirlas, fracasarán ante los hechos necesarios.

La crisis no es más que el momento preciso en que, muy razonablemente, la voluntad de huelga del consumidor acaba por predominar sobre su deseo de comprar. A partir del momento en que ciertos vendedores comprueban una disminución o una negativa de comprar por parte del público, y que existencias cada vez mayores son lanzadas en el mercado —y los rumores se difunden rápidamente—, la huelga de los compradores se generaliza como una polvareda y la caída vertical de los precios debe producirse, porque esta huelga de compras, como cualquier otra, es contagiosa.

9º) Veamos lo que hay que pensar del tan conocido argumento de que la compra de nuevos medios de producción es la causa directa de las crisis, puesto que entonces la producción sobrepasa las necesidades. Será necesario extenderse sobre este punto. La razón de esta objeción no es discutible si se tiene cuidado de añadir lo siguiente: sólo hay sobreproduc-

ción porque los productores no quieren —y no pueden, dados sus precios de costo— bajar los precios de venta, a medida que la producción aumenta. Inclusive las inversiones más irracionales hechas en nuevos bienes de producción, en sí mismas no son causa del desencadenamiento de la crisis, porque para esas producciones suplementarias, lo mismo que para las anteriores, las remuneraciones pagadas a los agentes de la producción han precedido a la venta de los productos en el mercado. Si el público dispone de un pequeño ahorro, suficiente para adelantar a los empresarios sus utilidades netas, hay la posibilidad de que el público compre toda la producción, casi por ilimitada que sea.

Sin embargo, la crisis sobrevendrá, porque es de todo punto irrazonable que los productores crean que el público aceptará comprar la producción suplementaria al precio que se le ofrece. Podría comprarla, pero tendrá razón al no querer hacerlo. En suma, el argumento del estrangulamiento fatal de la producción como consecuencia de las inversiones excesivas en equipo —una vez corregida por la consideración del precio al cual los productos son puestos a la venta—, lejos de debilitar nuestra teoría de las crisis, está de acuerdo con ella.

10º) Existe otra circunstancia que actúa en el mismo sentido. Hacia el fin del auge, el público, formado de productores y consumidores, está cada vez menos dispuesto a aumentar la duración cotidiana de su esfuerzo, porque se encuentra a la vez saturado de consumos y fatigado por el esfuerzo realizado. Es normal que durante el auge, cuando la población se hace cada vez más rica, el hombre se vea obligado a trabajar cada vez más. Tarde o temprano, llega el momento en que prefiere no aumentar su esfuerzo y hasta restringirlo; por lo tanto, comprar menos, lo que le permitirá ahorrar más, aun trabajando menos.

Esta actitud está en completo acuerdo con lo que conocemos del movimiento de salarios. Cuando los precios por unidad de trabajo se elevan, el trabajador restringe su esfuerzo; siendo lo esencial para él cobrar el salario al cual está habituado, trabajará menos; por el contrario, si disminuye su remuneración por hora o por unidad, hará un esfuerzo más considerable a fin de obtener el mismo salario. Se comprende que, de un modo semejante, cuando el auge ha durado largo tiempo, el público termine prefiriendo trabajar menos, consumir menos y, si es posible, ahorrar más.

Tal es, en nuestra opinión, la explicación fundamental de toda crisis. En último análisis, como razón fundamental de la crisis, la teoría psicológica del valor: el factor dominante, tanto del alza como de la baja de los precios de venta, es la disposición del público que consagra ya una

menor, ya una mucho mayor parte de sus ingresos a la acumulación del ahorro y que, en consecuencia, aporta voluntariamente al mercado un poder de compra muy variable.

Esto permite comprender una anomalía muy curiosa: es un hecho corriente el que las compras no aumentan sino cuando los precios suben o que, por lo menos, no bajan y que se vende menos sobre todo cuando los precios bajan. Cuando los precios ascienden, el público piensa que se condena a comprar más caro —lo mismo se trate de productos acabados o de valores mobiliarios— si difiere sus compras. Inversamente, una vez comenzada la crisis, durante mucho tiempo la oferta de mercancías a un precio muy bajo no basta a estimular el consumo porque el consumidor siempre espera un descenso todavía mayor y persevera tanto más en esta actitud, cuanto durante meses y años los acontecimientos le den la razón.

Lo que es cierto desde el punto de vista estático o lógico (que la demanda del consumidor aumenta cuando el precio de venta baja), no lo es dinámicamente, es decir, en el curso de la evolución económica. Durante el auge, el alza de los precios de venta no impide el aumento de las compras. Una vez comenzada la depresión, la baja de los precios de venta durante un cierto tiempo no aumenta la venta del producto; no lo logra sino cuando el consumidor está persuadido de que se ha llegado a lo más profundo de la depresión.

Durante el auge, el público ahorra relativamente muy poco en proporción a sus ingresos, que son muy elevados. Durante la depresión, ahorra mucho en proporción a esos mismos ingresos, que están muy disminuidos. En cifras absolutas, el ahorro es más abundante durante el auge que durante la depresión, pero en relación con el nivel de los ingresos, que varía mucho de una fase a otra, *el ahorro es proporcionalmente mayor durante la depresión que durante el auge*. Por otra parte, es aún más meritorio, porque entonces representa mayores privaciones. Hay que notar bien que durante la depresión se consume sensiblemente menos de lo que se podría, porque se vive en espera de precios aún más bajos.

Entre otros muchos signos de que el ahorro es relativamente abundante en periodo de depresión, es que en Francia, en 1931, por lo mismo en plena crisis, las Cajas de Ahorro han visto crecer sus depósitos en 10,751 millones de francos, sobre 5,292 millones solamente en 1930, en que la crisis era menos intensa. En 1932 los excedentes de los depósitos han descendido a 4,627 millones, lo que todavía representa una cifra muy considerable como excedente de desembolso. Los excedentes de retiro no han aparecido sino hasta 1933 y se debieron principalmente a la mala gestión de las finanzas públicas y al temor, desgraciadamente cada vez más justificado, que los depositantes tenían de que se produjese una

desvaloración de la moneda. En 1933 y en 1934 los excedentes de retiros fueron de 101 a 694 millones. En 1935 hubo un excedente de desembolso de 26 millones. Pero en 1936, como efecto directo de la experiencia Blum y del espantoso déficit presupuestal (15,000 a 20,000 millones de déficit en el presupuesto del Estado), el excedente de los retiros alcanzó la cifra record de 4,889 millones. La política, y no la economía, es responsable de esos 5,000 millones retirados, puesto que está de manifiesto que en 1936 había muchos capitales flotantes disponibles, y que de manera general, el atesoramiento alcanzaba la cifra de 40,000 a 50,000 millones de francos.²⁶

El análisis que precede muestra igualmente que la causa directa de toda crisis y de todo auge, es la irregularidad de los movimientos de ahorro, de donde proviene también la del movimiento de las compras. Tanto uno como otro de esos movimientos dependen directamente de la psicología del público. Hay momentos en que éste prefiere sobre todo ahorrar. Tanto el consumo como el ahorro se ven afectados por el público de coeficientes incesantemente variables y desiguales. Estas alternativas entre el mayor consumo y el mayor ahorro —que son fatales, porque atañen a lo más recóndito de la naturaleza humana— explican perfectamente el abalanzarse del público sobre las mercancías y el alza de los precios y, después, la falta de interés de los compradores y la baja de los precios.

Sin embargo, algunos objetarán que en tiempo de crisis los ingresos son muy bajos, ¿Cómo podrían comprarse todos sus productos a los fabricantes? El argumento no tiene valor. Si los ingresos son débiles, eso deriva de que los productos fabricados son pocos. En lo más fuerte de la crisis, tanto en Francia como en el extranjero, en numerosas ramas de la industria la producción ha descendido en un 35 o en un 40% de su capacidad. En 1932 los índices de la producción en Francia y en los Estados Unidos cayeron a 76 y 96 en relación a los de 1913, mientras

²⁶ *Revue d'Economie Politique*, mayo de 1935, p. 749, y mayo de 1937, p. 669. En la teoría precedente se ha hecho abstracción del factor moneda, en particular, de la inflación. Sin embargo, es cierto que ésta crea durante el auge un poder de compra suplementario que es peligroso, pero real, y que, durante la depresión, la deflación retira bruscamente del mercado un poder de compra muy importante, de lo que procede un mayor hundimiento de las compras.

Ni remotamente pensamos negar el papel tan importante que tiene la moneda en el ciclo económico, pero nos parece que por grande que sea ese papel, es sólo secundario en comparación del que juega el factor demanda y el factor oferta de productos. Es evidente que el ciclo económico tiene un aspecto monetario que una teoría detallada de las crisis tiene el deber de estudiar cuidadosamente. Pero aquí hemos tenido que limitarnos a describir el mecanismo fundamental del ciclo. Parece que los economistas modernos admiten que las explicaciones puramente monetarias de las crisis son muy insuficientes.

que en 1929 se habían elevado a 140 y 178, o sea a un nivel de un 84 u 85% más elevado que el nivel de 1932.

Siempre se comete el mismo error; se olvida sin cesar que no existen productos sin dueño. Los ingresos del público siguen la producción tanto en la baja como en el alza. De este modo las teorías que afirman que la depresión viene de insuficiencia de poder de compra, del subconsumo obrero, que entonces, para poner fin a la crisis bastaría multiplicar el crédito y los signos monetarios, son radicalmente falsas.

Hagamos también esta observación: los productos que durante el auge han sido fabricados a 150 y ofrecidos a 160 y 170, ven su precio descender a 100 o a 120 durante la depresión y entonces no encuentran compradores. Sin embargo, el público, en cuanto se considera como conjunto de agentes de la producción, ha recibido 150 y he aquí que, algunos meses más tarde, rehusa comprar el producto a 100 o a 120, es decir, a un precio tal que, rescatando la producción fabricada durante la prosperidad, el público guarda un ahorro muy digno de tomarse en cuenta.

Así pues, la crisis es, ante todo, un hecho del público consumidor, es un enfrenar legítimo que opone a las exageradas pretensiones de los vendedores. Como puede verse, la crisis es absolutamente fatal, porque es lo único que pone fin a esa paradoja de que una producción creciente coincida con precios de venta igualmente en aumento. Esta huelga razonable que es la crisis, reduce brutalmente los precios al nivel a que deberían haber descendido como consecuencia de la multiplicación de los productos.

Por una segunda razón —la falta de un ahorro suficiente para pagar a los productores y a los intermediarios sus utilidades netas—, tarde o temprano el público estaría obligado a dejar de comprar.

Pero si el enfrenamiento que constituye la crisis es inevitable, sucede que la huelga persistente que es la larga duración de la depresión, procede también de la voluntad del mismo público; una vez que productores e intermediarios han reducido suficientemente los precios de venta, es la nación entera la que continuando reñida con las compras, se condena a sí misma a la miseria de la desocupación y a ingresos reducidos a la mitad. Si sufrimos, es por culpa nuestra, aun si tal no es nuestro propósito.

Estamos muy lejos de pensar en discutir que durante la depresión muchos hombres —contra su voluntad— sufren privaciones muy duras. Sería una triste ironía pretender que el crecido número de hombres que en esas épocas mueren, en gran parte de hambre, lo hacen por gusto. Pero el atesoramiento y la importancia de los depósitos bancarios demuestran de manera indiscutible lo siguiente: al lado de la multitud de personas que

sufren cruelmente porque carecen de poder de compra, hay también muchas que lo guardan, rehusándose tanto a consumir como a invertir o colocar sus capitales. Se comprende que la crisis, que continúa sin dejar margen de utilidades, ahuyente la inversión en valores, pero lo barato de los productos terminados hace inexcusable su falta de consumo.

¡Es esta parálisis del mecanismo económico, esta congelación del ahorro en manos del público, que es la causa directa de la persistencia de la depresión y que explica este hecho en forma que indigna grandemente al gran público, que al lado de “montañas de productos” que no encuentran comprador, mueran de hambre millones de seres humanos! Ciertamente, nada hay más lamentable que este contraste doloroso, pero esta congelación del ahorro resulta inevitablemente de la psicología de la parte del público que puede ahorrar; es obra suya.

Durante la depresión es tal el hundimiento de los ingresos de los capitalistas, que son raros los que pueden ahorrar; la mayor parte se comen su capital; al menos, desde 1930 ha sido notorio en Francia que durante la depresión, los gastos de las capitalistas son mayores que sus ingresos. Durante las depresiones son principalmente las clases medias las que ahorran, porque los emolumentos, los sueldos, las pensiones y las rentas no están disminuidos, porque ciertas ganancias comerciales sufren una disminución menor a los demás ingresos. Mencionaremos también como muy importantes las ganancias de los médicos, abogados y notarios. Así pues, son sobre todo las clases medias y los miembros de las profesiones liberales los que, por vía indirecta, causan sin duda el desempleo que azota a las clases asalariadas. Pero los gobiernos, impulsados con frecuencia por las sugerencias irreflexivas de las masas laborantes, presas del desempleo, y en quienes la complejidad del problema sugiere vanas ilusiones, practican una política demagógica que contraría completamente la recuperación; y este es uno de los numerosos casos en que la pasión humana y la ignorancia económica conjugadas, conducen a las multitudes investidas de poder o que influyen sobre los gobiernos, a perjudicarse peligrosamente a sí mismas.

En cuanto a las clases capitalistas, con su obstinación en no aceptar al principio de la depresión los sacrificios indispensables concernientes al precio de los productos puestos en el mercado y la reducción indispensable del valor de las existencias y del maquinismo, en ocasiones, su lentitud para recuperar la confianza e invertir sus ahorros en nuevos valores, motivan que se prolongue el marasmo de los negocios.

Así pues, tanto las diversas clases sociales como los gobiernos tienen, por lo regular, su parte de responsabilidad en el hecho enervante de que

haya “montañas de productos” que no encuentran adquirentes, a despecho de las necesidades cruelmente resentidas por las clases pobres de la nación. Pero esta paradoja, por cruel que sea, es de orden *natural*; proviene de las reconditeces de la psicología humana y no deriva del régimen capitalista, como en nuestros días una visión superficial del problema tiende a hacerlo creer a tanta gente. Que se convenga en ello o no, el único medio que los legisladores y los ejecutivos pueden aplicar para combatir ese pesimismo, causa de esta congelación demasiado prolongada del ahorro, consiste en no hacer locuras y en volver la confianza a todos. En Francia, más que en otras partes, el ahorro está repartido entre todas las clases sociales. Ahora bien, si el impuesto es cobrado por vía de coacción, la confianza sólo se obtiene mediante la amabilidad; es el producto de una política prudente y continua.

Toda crisis lleva consigo ruinas e incontables dolores, en particular para la clase obrera, pero fuerza es tener en cuenta que la aparición periódica de las crisis es la condición del progreso económico. Francisco Simiand ha puesto en claro particularmente este punto en sus estudios, que llevan la marca de un método científico muy seguro. La depresión elimina las empresas que fabrican a los precios más elevados, a la vez que reduce la producción al nivel que corresponde a la demanda del público, que es menor.

Del mismo modo que la crisis es la huelga declarada por el consumidor satisfecho y que prefiere ahorrar, la recuperación depende también de la voluntad del consumidor que, después de un largo tiempo de estar a ración, medio hambreado, en parte por su voluntad, decide volver a comprar. Durante la depresión se han acumulado ahorros, sobre todo, por las personas que gozan de ingresos fijos o casi fijos, como los rentistas, los funcionarios, los obreros no afectados por la desocupación, los comerciantes, en particular en el ramo de la alimentación, los miembros de las profesiones liberales. Esos ahorros aumentan sin cesar, puesto que el público puede comprar toda la producción ordinaria —vendida con pérdida por el productor— sin tener necesidad de consagrar a ello la totalidad de las remuneraciones recibidas. Por otra parte, las provisiones personales y familiares se agotan poco a poco. Llega un momento en que fatalmente la necesidad de consumo es muy fuerte; la utilidad subjetiva de cada objeto es cada vez más elevada para cada consumidor, puesto que cada vez está más desprovisto de todo.

El “beneficio de consumo” se eleva más y más, lo que significa que la mayor parte de nosotros damos por los objetos un precio mucho menor del que nos resignaríamos a dar si su precio corriente fuera más elevado. Bajo la influencia de estos motivos, y con precios tan bajos, es fatal que

un día el público termine por decidirse a volver a comprar. Ahora bien, en cuanto se sepa de una ligera alza de los precios de venta, todos los consumidores se apresurarán a acudir en masa a los mercados por temor de haber esperado demasiado y de tener que sufrir una rápida alza de precios. Es el reverso del ciclo; el movimiento de alza de precios acrecienta todos los ingresos, la producción aumentará en seguida, al mismo ritmo que las remuneraciones pagadas. Del mismo modo que la baja alimenta la baja, el alza alimenta el alza y un nuevo auge vuelve a iniciarse.

Y es oportuno hacer aquí una observación: durante la depresión, el público, por poco que consuma, absorbe la producción corriente, que es muy débil, pero agota poco a poco las existencias acumuladas durante el fin del auge y el principio de la depresión. Por otra parte, la prosperidad económica no puede recomenzar sino hasta que, habiéndose casi agotado las existencias acumuladas, el público se encuentre en presencia de esta nueva situación y acepte sufrir precios en alza. Del mismo modo que el hundimiento de los precios procede de la excesiva acumulación de productos, la recuperación de las compras exige la deflación de esas existencias. Ahora bien, ¿cómo conciliar esta regresión de las existencias —que es una realidad indiscutible durante el curso de la depresión y sobre todo al final—, con el hecho ocurrido durante el mismo periodo, de que aumente el ahorro acumulado? De este enigma no hay más que una explicación posible: la venta de los productos, con pérdida, por la mayor parte de los productores. Si por una parte los capitales de que disponen las empresas se funden poco a poco, por otra se encuentra que el público —del hecho de las remuneraciones recibidas de la misma producción, las que exceden los precios muy bajos de los productos— dispone de un poder de compra considerable. Una vez absorbida la producción corriente, el público emplea en ahorrar el poder de compra que le queda; otra parte de esta facultad de compra es afectada a la disminución progresiva de las antiguas existencias. Lo que hace posible la acumulación progresiva del ahorro y la disminución progresiva de las existencias, es la venta con pérdida, hecha por el productor. Lo mismo que la venta con grandes utilidades y la producción en una escala desmesurada engendran la acumulación de las existencias y finalmente la huelga del consumidor y la crisis, la venta con pérdida y la restricción de la producción engendran la rarefacción de las existencias y el regreso a la prosperidad. No hay en todo esto ningún misterio. El equilibrio, que ha sido roto por exceso de producción y por la oferta de los productos a precios irrazonablemente altos —lo que se olvida siempre— sólo puede restablecerse por un movimiento inverso: producción llevada durante la depresión a un nivel inferior al del consumo normal y oferta de los productos, tanto los anti-

guos como los nuevos, a precios inferiores a los de sus costos de producción, tanto antiguos como nuevos. Que es, en definitiva, lo que exige el juego de la oferta y la demanda. Pues bien, a despecho de las afirmaciones de espíritus superficiales o apasionados que contra toda evidencia niegan la acción constante de esta ley cardinal de toda economía —es quizá la única con que cuenta la economía, pero ella existe—, no hay retorno posible a la prosperidad económica si no se cumple la ley de la oferta y la demanda.

Hay todavía un punto que es preciso poner en claro.

Si se quiere penetrar al fondo de los hechos, he aquí lo que queda aún por descubrir: tanto el auge como la crisis son debidos a la diferencia de tiempo, constantemente variable, que existe entre el momento en que el ahorro es “fabricado” por el público y aquél en que es invertido en la producción. Hace ya muchos años que C. Rist bautizó con el nombre de “ahorro-reserva” el que es atesorado por el público y con el de “ahorro-creador”, el que es invertido en nuevas empresas o en la ampliación de las existentes.²⁷ Por lo demás, las relaciones que hay entre estas dos clases de ahorro no son simples: a decir verdad, no obedecen a ninguna ley susceptible de ser formulada.

Bien por la falta de confianza el público no transforma en ahorro-creador casi nada del ahorro-reserva que guarda; o bien, recobrada la confianza en periodo de auge, durante varios años el público accede a colocar a interés las sumas siempre crecientes que obtiene, tanto del nuevo ahorro, como del que acumuló durante la depresión y que fue atesorado o colocado en la banca, a la vista o a corto plazo. La otra porción del ahorro-reserva disponible, se lleva al mercado de los productos terminados, cuyo consumo se eleva repentinamente. Durante esta fase del ritmo económico, en ciertos momentos excepcionales puede ocurrir que el ahorro-reserva gastado en objetos de consumo exceda la acumulación normal del ahorro que se hace día tras día; en una palabra, que no haya nuevo ahorro y hasta excedan los gastos a los ingresos. En este punto estamos reducidos a conjeturas; las estadísticas no proporcionan ninguna información. Es verosímil que durante el periodo de prosperidad los fuertes gastos en objetos de consumo habitualmente no impidan la constitución de un ahorro y que siendo muy elevados los ingresos de todos, el nuevo ahorro alcance inclusive un monto más elevado que durante la depresión. Pero habiendo aumentado mucho el consumo, es indudable que el nuevo ahorro represente, en esta fase, en el total del nuevo ingreso nacional, una frac-

²⁷ *Revue de Métaphysique et de Morale*, abril 1921, reproducido en: C. RIST, *Essais sur Quelques Problèmes Économiques et Monétaires*, Sirey, 1933.

ción menor que durante el periodo de depresión. En el de prosperidad, tan pronto como se constituye el nuevo ahorro, se coloca inmediatamente en nuevas empresas. La vida económica forma grandes ondas: tanto producción como consumo son cada vez más abundantes.

Pero llega un momento en que el ahorro disponible se rarifica; esto se advierte por el alza del interés del dinero, lo mismo a corto que a largo plazo. Ante la avalancha de solicitudes de descuento de títulos de cambio de las que los bancos reciben más cada día, elevan el tipo de descuento a fin de defender su fondo de garantía, si se trata del banco de emisión; sus depósitos, si se trata de las grandes sociedades de crédito o de los bancos locales.

Siendo las utilidades del empresario cada vez más elevadas, al menos en valor absoluto, para que el público acepte “cubrir” esta alza continua de dichas utilidades, no solamente sobre cada objeto de consumo sino en razón de la cantidad vendida, para vivir, se ve obligado a tomar de su ahorro cantidades cada vez mayores; esto restringe más y más el ahorro disponible.

Desbordada la economía de los productores por el gran aumento de su producción, están cada día más necesitados de capitales, puesto que todos sus gastos: materias primas, salarios, impuestos, comisiones de todas clases, han aumentado. Ante la necesidad en que están de aumentar sus disponibilidades, y la rareza del ahorro disponible, se ven forzados a aceptar préstamos a intereses elevados. Atraídos tanto por los ventajosos tipos de interés, como por los elevados dividendos que los empresarios hacen vislumbrar a los ojos de los suscriptores de acciones, los tenedores de capitales invierten apresuradamente sus disponibilidades. De este modo, el optimismo, el sentimiento de euforia que se apodera del público, son el resorte necesario y la condición de toda prosperidad.

Durante este periodo, el monto de los ahorros invertidos es muy considerable y el lapso que transcurre entre la “fabricación” del nuevo ahorro y su inversión productiva es extremadamente corto.

Durante el periodo de prosperidad los consumidores agotan poco a poco sus ahorros, tanto por comprar cada día más productos y cada vez más caros, como por aceptar continuamente nuevas inversiones.

Pero he aquí que, cambiando el sentimiento público por las razones expuestas, estalla la huelga de consumidores. Inmediatamente son sistemáticamente abandonadas tanto voluntad de comprar productos terminados como colocación de capitales disponibles; compras e inversiones disminuyen o se difieren a causa de la desconfianza del público. Los productores venden a precio de costo o con pérdida—inclusive sin tomar en cuenta los gastos de amortización de su equipo—; los agentes de la producción reci-

ben por concepto de diversas remuneraciones, por lo menos, el precio de venta del productor. Pero aunque el público podría rescatar fácilmente la producción normal y aun disminuir poco a poco las existencias de bienes de consumo acumuladas, sucede que durante meses y hasta años, mientras los productores no se resuelvan a disminuir en masa la fabricación, las existencias de productos aumentarán en lugar de disminuir. Durante toda esta fase, el ahorro, en relación con el ingreso nacional, que ha bajado mucho, aumenta como consecuencia de la restricción considerable de las compras; el ahorro disponible, que la prosperidad había segado completamente, va a reconstituirse poco a poco. El tipo de interés de los capitales a corto término bajará a la vez en razón de la abundancia de capitales flotantes que buscan colocación y de la rareza de las solicitudes de capitales porque, sobre todo los productores industriales, han reducido mucho el volumen de sus negocios. Por el contrario, el tipo de interés a largo plazo, es decir, el promedio de interés producido por los valores mobiliarios ya existentes y por los valores en suscripción, bajará sensiblemente menos. A despecho de la abundancia de capitales, el tipo de interés continuará bastante elevado, a causa del pesimismo del público que, falto de confianza en el porvenir, rehusará participar en la formación de nuevas empresas. Sin duda la demanda de inversiones será restringida, lo cual será un factor de baja del tipo de interés; pero el público, que se habrá vuelto desconfiado por la crisis, por los riesgos monetarios o políticos, querrá conservar su ahorro disponible; por lo tanto, exigirá un tipo de interés considerable (comprendiendo una fuerte prima de seguro contra los riesgos) para los raros capitales que consentirá en colocar a largo término (acciones u obligaciones comerciales difíciles de vender).

El ahorro-reserva crecerá; el ahorro invertido será muy limitado. De este modo, durante la depresión, el tipo de interés de los capitales a la vista o a corto término bajará normalmente mucho más que el de los capitales a largo término.

En resumen, *en una y otra fases de la vida económica, la proporción del ahorro con relación al consumo varía constantemente*. Unas veces —periodo de depresión— el consumo es sostenido sólo por el ingreso normal del público (lo que quiere decir que el público ahorra); otras —periodo de prosperidad— una considerable porción del público no solamente sobrepasa sus ingresos ordinarios, sino que gasta el ahorro-reserva acumulado. En esta fase el ahorro total será proporcionalmente débil, cuando no sea nulo, en relación con los ingresos, que son muy elevados. Hay así de parte del público, respecto a los egresos o el ahorro, una elección que es a la vez variable e imprevisible.

Por otra parte, una segunda variación, una segunda elección, hace sentir sus efectos continuamente: habiéndose acumulado un cierto ahorro-reserva, la proporción que del mismo se conserva en poder del público bajo forma líquida y el ahorro invertido en un lapso dado, un año, por ejemplo, varía continuamente. Así pues, unas veces el ahorro invertido el año anterior sobrepasará el ahorro nuevo, otras le será inferior. Si durante el periodo de prosperidad el ahorro invertido supera el ahorro nuevo, es que la diferencia entre el momento en que el ahorro se ha formado y aquél en que se invierte, ha desaparecido, se ha invertido; en cierto modo, de positiva que era esa diferencia, se ha convertido en negativa; en lugar de un retardo en la inversión, hay un adelanto, en el sentido de que la inversión en curso, porque excede el ahorro en curso, debe recurrir a las reservas acumuladas anteriormente. Por el contrario, durante la depresión podrá comprobarse la diferencia que acaba de señalarse: el ahorro invertido será menor que el ahorro en curso; la diferencia de tiempo será, pues, positiva.

La variabilidad, la movilidad, son extremas en toda materia económica. Lo propio de un precio, de un nivel económico, es estar siempre en perpetua variación y es necesaria la ignorancia del legislador moderno —o en la edad media el candor, muy excusable en su época, de los Padres de la Iglesia—, para haber concebido la idea de los precios fijos. Éstos no pueden ser sino ficciones hipócritas (es el caso más frecuente) o, por el contrario, ya limosnas, ya “explotaciones”, cuando por casualidad son respetados, lo que es raro, y, en este caso a decir verdad no son precios, sino favores o multas. Sin duda en ningún dominio económico alcanza la variación tanta amplitud como en la colocación del ahorro; siempre ha sido necesario comer para vivir, por lo tanto, consumir. En cambio, se puede vivir indefinidamente sin invertir ninguna porción de los ingresos. La orientación psicológica que anima al público lo lleva a pronunciar constantemente una doble decisión: ya sea entre nuevo ahorro y gastos ordinarios; bien respecto al ahorro acumulado, entre la conservación o la inversión productiva. Ahora bien, esta doble decisión resulta siempre de la elección espontánea e irreprimible que aisladamente hace cada uno de los individuos que constituyen los diversos grupos de la nación.

Nos encontramos aquí en el reducto inexpugnable de la espontaneidad individual. El gobierno no cuenta con ningún medio, ya sea para obligar a ahorrar (a menos que recurra a impuestos agobiadores o a las más brutales restricciones), ya sea para obligar a los que ahorran a invertir en la producción sus fondos disponibles. Ciertamente toca al gobierno, mediante una política adecuada, inclinar al público a la vez a producir más, a consumir más y a ahorrar más —porque el acrecentamiento de la producción favorece tanto el ahorro como el consumo—, pero si a este

respecto hay muchas políticas que son nefastas, casi no hay más que una que se revele favorable: mostrarse partidario de mantener hasta donde sea posible los contratos celebrados, la palabra dada; es demostrar al pueblo el inestimable beneficio de una suficiente estabilidad política, monetaria y social, estabilidad que no debe confundirse con la inamovilidad y el estancamiento.

En cuanto al proceso de la crisis, se comprende que esa distancia incesante —unas veces muy grande, otras nula y aun “inversa”—, entre el momento en que el ahorro se constituye y aquél en que es afectado a la producción, que este régimen de escasez, en ocasiones de completo agotamiento de la corriente del ahorro invertido, después de enorme creciente, forzosamente provocan grandes oleajes lo mismo en el aspecto de la producción que en el del consumo. Producción, consumo, ahorro invertido, son los tres factores capitales de la economía; ahora bien, en buena parte son independientes entre sí, y todos obedecen a corrientes psicológicas espontáneas, incontrolables y sin coordinación las unas respecto de las otras; son, por decirlo así, como caballos salvajes que no admiten ser enganchados y sometidos al freno. El ahorro productivo ya se desboca o bien desaparece completamente; la producción unas veces excede en mucho a las necesidades, otras es inferior al consumo, que se precipita y devora las existencias disponibles.

¡ Tales vaivenes son molestos, deplorables! Todo ese régimen está mal regulado, se dirá. Sea. Pero a lo imposible nadie está obligado. ¡ Para modificar tal estado de cosas sería necesario nada menos que cambiar toda la psicología humana! Y los planes de economía dirigida, aun los más ambiciosos, no podrían aspirar a tanto. Si los hombres fueran autómatas, desprovistos de sensibilidad y de pasiones, incapaces de sentir vivas inclinaciones, después profundos embotamientos, quizá un poder central podría regular con alguna eficacia toda la economía. ¡ Y todavía estaría por verse! Porque subsistirían graves dificultades orgánicas, las que no tomaremos en cuenta. Todos los actuales “planes” nacionales o mundiales de economía dirigida para regir, 5, 10, 20 años adelante son, en el fondo, la consecuencia última, aunque inconfesada, de la creencia en la realidad del *homo economicus*, del autómata humano tan próximo a los fundadores de la economía política. ¡ He aquí que los “innovadores” han caído en el mismo error que los clásicos! Esos planes no serían tan completamente nefastos y absurdos —que es como son al presente— si el hombre fuera sólo una marioneta animada únicamente del interés personal más estrecho, desnuda de toda fantasía y de toda pasión.

¿ Que potestad imaginar que sea capaz de decidir a un hombre que ha trabajado a no gastar la totalidad de su ganancia, es decir, a ahorrar, ya

sea que coloque su ahorro a interés o que lo guarde en efectivo?, ¿o bien, por el contrario, capaz, en otro momento, de decidirlo a consumir? Para todo ser humano la libertad del consumo o del no consumo es el último reducto de su autonomía y no hay signo alguno de que este rasgo fundamental de la naturaleza humana vaya a cambiar jamás. Una vez más queda demostrado que toda explicación profunda de la economía reposa sobre la psicología. Es por esto que así como ha habido crisis económicas generales a intervalos regulares desde que la actividad económica ha tomado cierto desarrollo, del mismo modo seguirá habiéndolas.

Mientras que el público cree todavía en el carácter accidental y artificial de las crisis lo mismo que a su sola curación mediante procedimientos artificiales y voluntarios, siempre susceptibles de perfeccionar o descubrir, nosotros permanecemos fieles a la idea de su automatismo, de su retorno necesario, lo mismo que de su desaparición fatal, sin que haya que deducir de esto —¡todo lo contrario!—, ni su periodicidad regular, ni la inutilidad de los esfuerzos humanos para disminuir la gravedad o abreviar la duración de la depresión. Así pues, a la tesis corriente del “artificialismo” de la enfermedad y de la curación, oponemos, como un resultado cierto de la observación de los hechos, la idea del carácter tanto necesario como pasajero de la enfermedad; la idea de su curación espontánea, tan pronto como en el proceso de restablecimiento de la economía dejen de interponerse circunstancias políticas graves como las guerras o el temor de las guerras, o inmensos errores económicos como la inflación del crédito, verdadera emisión de moneda falsa, la desaparición de las monedas —oro, o la casi— clausura de las fronteras.

La psicología humana, madre de todas las crisis, no cambiará. Pero se puede y se debe esperar que una política sabia de productores y gobernantes, tomando como punto de partida la espontaneidad irreductible del deseo y de la voluntad del hombre, sabrá disminuir la frecuencia y atenuar la agudeza de las crisis, así como abreviar su duración.²⁸ Este gran resultado debe ser obtenido a fuerza de paciencia y de prudencia, partiendo de esta idea: que por sus reacciones y por la espontaneidad de su voluntad, el consumidor es el elemento preponderante de la economía y que, sin negar de ningún modo la misión del Estado de fijar los límites de la actividad individual, no hay nada mejor para infundir confianza,

²⁸ El examen de los paliativos por medio de los cuales las crisis podrían hacerse menos nocivas, sale de los límites de este estudio. El perfeccionamiento de los métodos bancarios, el control del crédito, no por el poder público —porque éste tiende casi siempre imprudentemente a la extensión de los créditos y no a su limitación— sino por un banco central de emisión autónomo, previsor y prudente, jugaría un importante papel al respecto.

que dejar a las personas asumir su responsabilidad y disfrutar del producto de sus esfuerzos.

Si, por lo menos en sus líneas generales, se admite la exactitud de la teoría expuesta, será fácil comprender por qué razón el advenimiento del orden cooperativo sería capaz, no de hacer desaparecer las fluctuaciones económicas —resultado que desgraciadamente sigue inalcanzable—, pero al menos, de atenuarlas sensiblemente.

Es fácil comprender que los organismos cooperativos, tales como los hemos definido en este libro, están mejor colocados que cualquier sociedad o empresario privado, para conocer las necesidades presentes y prever las necesidades futuras de sus accionistas-usuarios, dado que las cooperativas tienen como regla mantenerse en contacto estrecho con su clientela. Así, por ejemplo, es una tradición bien consolidada en nuestras cooperativas la de no abrir nuevos almacenes de venta en tanto que no se sienta la necesidad de los mismos, al saber la sociedad que se ha formado un nuevo núcleo de cooperadores.

La participación de los accionistas-consumidores de nuestras sociedades en las asambleas generales o en las asambleas de sección de éstas, establece un precioso lazo entre la sociedad y sus miembros. Las asambleas generales de las sociedades son mucho más frecuentadas por los cooperadores que por los accionistas capitalistas. Teniendo con frecuencia nuestras grandes sociedades cooperativas sucursales a través de vastas regiones, por ejemplo, en Lorena y los Vosgos, en cada localidad donde cuentan con una sucursal han instituido, una o dos veces por año, asambleas de sector, a las que son convocados todos los cooperadores de la localidad. Esas asambleas de sector envían un cierto número de delegados a la asamblea general que se celebra en la sede principal de la sociedad. De este modo la mayoría de los accionistas de nuestra cooperativa toma frecuentemente parte en las asambleas de sección o, cuando la sociedad no tiene sucursal, en la asamblea general de la cooperativa a que pertenecen. Los socios reciben así instrucciones y a través de la asistencia de sus miembros a sus asambleas, la sociedad recoge informes cuyo valor no hay que exagerar, pero que faltan totalmente a las sociedades capitalistas.

En nuestros organismos existe otro lazo más estrecho, más frecuente, sobre todo entre sociedad y cliente: el boletín o periódico semanal o mensual que casi todas las sociedades envían gratuitamente a sus miembros, mediante el cual éstos no solamente son puestos al corriente de la marcha general de la sociedad, sino que se les pide que den a conocer sus necesidades y deseos. Desde que en 1844 se fundó en Rochdale la primera cooperativa distributiva que ha existido en el mundo, se ha proclamado

como uno de los fines esenciales de los nuevos organismos la educación económica, cívica y hasta moral de los cooperadores, por la cooperativa. En la base de toda cooperativa existe, poderoso —de lo contrario la sociedad no se desarrolla—, un lazo humano, un contacto de hombres a hombres entre la dirección, representada en el escalón inferior por el gerente de la sucursal, y los beneficiarios usuarios de ésta. Con razón C. Gide y después de él el doctor Fauquet, han visto en este aspecto de nuestro movimiento la característica esencial del cooperativismo en el plan social.

Precisamente ese contacto entre dirección y clientes, mucho más estrecho que en las empresas capitalistas, en igualdad de clarividencia, permite a los dirigentes de organismos cooperativos conocer las necesidades de la clientela mejor que los de las empresas capitalistas. Suponiendo que los dirigentes cooperativistas tengan la misma sagacidad que sus competidores capitalistas, en razón de la situación privilegiada de que gozan, estarán ventajosamente colocados para prever mejor el porvenir y tomar por adelantado las medidas propias para atenuar, respecto a las cooperativas, la agudeza de la crisis que tarde o temprano no dejará de sobrevenir. Generalicemos este comportamiento. Supongamos que muchas empresas están cooperativizadas: como éstas estarán más capacitadas que las capitalistas para la previsión del porvenir, como consecuencia de esta previsión menos inexacta, la dirección de conjunto de la economía será mejor que en nuestros días, siendo menos amplias las fluctuaciones económicas.

Hay una segunda razón para que en todas las naciones donde predominan los organismos cooperativos, las fluctuaciones de los precios sean sensiblemente menores que en las sociedades capitalistas. En toda colectividad donde el orden cooperativo predomine, no se encontrarán más esas innumerables empresas puramente especulativas, fundadas únicamente sobre el crédito, que adoptan una política azarosa porque están desprovistas tanto de mercados regulares como de toda base financiera autónoma. Si el régimen capitalista tiene la ventaja de suscitar numerosas iniciativas fecundas, tiene también el grave inconveniente de dar nacimiento a toda una tupida vegetación de empresas parasitarias, que sólo la más temeraria especulación ha hecho surgir. Todas esas empresas malsanas, por la propaganda mentirosa que realizan, por las acrobacias financieras, las operaciones sospechosas a que recurren con la complicidad de bancos complacientes, para diferir su quiebra lo más tarde posible, tienen por efecto mantener un nivel de precios completamente artificial. Porque el solo anuncio de numerosas quiebras tendría en el público el efecto inmediato de disipar esa psicosis de alza de precios que por sí misma prolonga indebidamente

el periodo de precios elevados. Por otra parte, como se ha visto muy claramente en 1929, la caída de los precios es tanto más profunda y más brutal, cuanto más se ha retardado por medios artificiales, sean bancarios o de cualquier otra especie.

No estando el orden cooperativo viciado por semejantes excesos especulativos, sólo se decidirá a producir cuando el artículo que será fabricado corresponda a una necesidad real. Por otra parte, como su finalidad no será la ganancia, sino el servicio al público, frenará lo más posible el alza de los precios durante la prosperidad, y cuando la crisis sobrevenga, indudablemente aceptará antes y de mejor grado la baja de los precios. Gracias a esta doble prudencia, la depresión será menos profunda y más corta, lo que constituirá una incomparable ventaja para toda la nación.

Ya ahora, en regiones como los distritos industriales de Inglaterra o Suiza, donde el cooperativismo está sólidamente establecido, desde antes de la guerra, cuando el Estado no bloqueaba los precios con sus decretos, o por lo menos no pretendía hacerlo, cada vez que se estaba en periodo de alza, los precios practicados por las cooperativas tenían siempre la tendencia a ser claramente más bajos que los de sus competidores capitalistas. Había casos en que el número de almacenes cooperativos era tal que, obligados por esta competencia, los comerciantes no podían subir sus propios precios. El precio cooperativo era así la ley del mercado y todos los habitantes de estas regiones, inclusive aquéllos que no se proveían en las cooperativas, eran los beneficiarios directos de la acción de la cooperativa. En estas circunstancias, con frecuencia ocurría a los directores de nuestras sociedades recibir la visita de sus competidores; venían a suplicarles que admitieran subir sus precios a fin de poder hacerlo ellos en seguida.

Es así como durante el periodo de prosperidad el movimiento cooperativo tiende a frenar la elevación de los precios. En relación con la depresión, que inevitablemente llegará un día, se produce una acción retardataria y moderadora valiosísima. Este es, además, el mejor paliativo a las fluctuaciones cíclicas, ya que según lo hemos visto, el movimiento de los precios, primero ascendente, luego descendente, está relacionado con la psicología humana. Pero como en el régimen cooperativo el alza de los precios será más lenta y más moderada, la depresión de éstos se producirá más tarde y al sobrevenir la crisis, será menor. En lugar de las enormes olas que furiosamente agitarían el mar, sólo tendríamos ondas moderadas.

La teoría psicológica de las crisis explica las fluctuaciones económicas por las variaciones de comportamiento del consumidor y por esto es, esencialmente, la proyección de la idea cooperativa en el terreno del movi-

miento de los precios. Así pues, como el orden cooperativo sigue con más atención el comportamiento del consumidor, se conforma mejor a él y, sin duda, puede prever su evolución mejor que cualquier otro régimen, aparece como el sistema más apto para disminuir la frecuencia y atenuar la violencia de las fluctuaciones de los precios. El desempleo, efecto inevitable de las grandes depresiones, será menos numeroso.

Tal es la solución, en modo alguno perfecta, pero sí la mejor posible, que este estatuto económico propone a los problemas de las crisis y del desempleo. Tal remedio es, en cierto sentido, modesto, pero no es falso; resistirá la prueba de los hechos. No podría decirse lo mismo de los remedios imaginarios y hasta perniciosos inventados por diversos autores, impulsados por el temor del desempleo, como Sir W. Beveridge. Los procedimientos puramente inflacionistas a que quieren recurrir, no solamente serán incapaces de abolir el desempleo, sino que el alza casi indefinida de los egresos del Estado, que éste realizaría sin miramiento alguno hacia el déficit enorme de los gastos públicos, tendría por efecto desplomar el valor de la moneda y, por lo mismo, paralizar en gran parte la actividad económica, lo que sería una poderosa causa de desempleo que ningún esfuerzo financiero del Estado podría mitigar. Por otra parte, de cuando Sir W. Beveridge escribió su famoso libro *Del trabajo para todos en una sociedad libre*, a la fecha, han sobrevenido condiciones que lo contradicen: en lugar del temor a una falta cualquiera de empleo de la mano de obra nacional, tanto Inglaterra como Francia sufren de una espantosa penuria de mano de obra. Este déficit en las fuerzas de trabajo humano es una desventaja terrible para la recuperación económica de ambos países. Así, dentro de muchos años, el grave peligro que corren nuestras naciones europeas es precisamente inverso del que quizá más que la continuación de las hostilidades, casi todos los ingleses temían durante el curso de la guerra. Nueva prueba de que la facultad de previsión del hombre en materia económica es deplorablemente deficiente.

De cualquier modo, por las razones que han quedado expuestas, entre todos los estatutos económicos el orden cooperativo aparece como el factor más apropiado para estabilizar el movimiento económico.

Con lo anterior damos por terminado nuestro estudio de los méritos económicos del estatuto cooperativo: venta de los productos a los precios más bajos que es posible; mantenimiento de la competencia entre todas las empresas; mantenimiento de las ventajas de la misma competencia, aunque ésta haya desaparecido; acrecentamiento de la producción sin ningún deseo de limitarla al punto de rentabilidad máxima; por último, atenuación de las crisis cíclicas. Tales son los títulos económicos que asisten al régimen cooperativo para obtener el reconocimiento de las naciones.