

mas considerable cuanto menor es la suma de los productos.

En el estado de apropiacion que estudiamos, los cambios se multiplican hasta el punto de formar en cierto modo un movimiento continuo, una linea no interrumpida que se prolonga entre la de la produccion i la del consumo. Cada producto tiene su poder de cambio, que, aumentando i disminuyendo alternativamente, representa siempre la parte de remuneracion afectada al productor en la suma total de los productos de la sociedad.

Este poder de cambio o valor, siempre uno e idéntico, puede ser considerado bajo dos aspectos distintos, a saber: 1º en sus variaciones cotidianas, i entónces toma el nombre de *valor corriente*; 2º en su movimiento medio regulado sobre el del costo de produccion, i entónces lo llamaremos *valor habitual*. Este último es el que constituye el objeto de la mayor parte de los estudios de la economía política i del que vamos a ocuparnos principalmente: conforme al uso, i en obsequio de la brevedad, es el que designaremos con el nombre de *valor* en las investigaciones relativas a sus modificaciones i a los fenómenos por los cuales estas se manifiestan.

CAPITULO V

FORMACION DEL COSTO DE PRODUCCION — ANALISIS DE LOS ELEMENTOS QUE LO CONSTITUYEN

§ 1. — Formacion del costo de produccion.

Cuando se dirige la vista a la industria, tal como se ha constituido bajo el imperio del cambio i de la competencia, se vé a todos los que toman parte en la produccion clasificados en diversos grupos semejantes, aunque de desigual tamaño, en cada uno de los cuales los individuos, ligados por contratos de mas o ménos duracion, obran bajo la direccion de un solo pensamiento, bajo el impulso de una sola voluntad, i mediante una determinada porcion de riquezas, mediante un capital. Estos grupos se llaman *empresas*. Allí está, por ejemplo, una fábrica de tejidos de algodón en la que vienen a reunirse todas las mañanas para trabajar, cada uno de cierto modo i bajo condiciones de antemano determinadas, una multitud de obreros i de dependientes. ¿Quién ha fijado la colocacion i el empleo de cada uno i asignado su salario? Un pensamiento, una voluntad única, la del jefe o jefes de la empresa. Estos jefes tienen relaciones habituales con los de otras empresas, como la que les suministra las materias primeras, la que las transporta, la que pone o repara las máquinas, la que compra los productos para revender-

los, etc.; pero estas relaciones no tienen de ordinario nada de fijo: se establecen i se sostienen por ventas i compras, es decir, por cambios sucesivos, efectuados día a día, i que sufren todas las fluctuaciones del valor corriente, mientras que las relaciones de los miembros de la empresa entre sí son mas fijas i están determinadas para mas largo tiempo.

La existencia de la empresa no depende del concurso de un número mayor o menor de individuos: lo que constituye es la independencia, la individualidad, el capital propio. Existe frecuentemente con un solo individuo: así un agricultor que cultiva su pequeña heredad, un artesano que trabaja solo, como un herrador, un tendero, conducen una empresa i son empresarios: cada uno de ellos trabaja con entera independencia, sin otras relaciones económicas con el resto de los productores que las sucesivas de cambio. Así tambien muchos obreros asociados, sea para trabajar la tierra, sea para ejercer juntos una industria cualquiera, para fabricar muebles, lámparas, pianos, etc., constituyen una empresa, una individualidad económica, que obra bajo la direccion de un pensamiento i de una voluntad comun, con un capital que corre las alternativas de acrecentamiento i de disminucion que pueden resultar de las fluctuaciones del valor corriente del producto fabricado.

Como ya sabemos que la impulsión primera de todo el movimiento de los cambios parte del valor corriente de los productos en el mercado, vamos primeramente a considerar cuáles son los efectos de las fluctuaciones de este valor en las empresas consideradas como unidades, como individualidades industriales: estudiaremos despues los efectos que resultan en el interior de las empresas i que modifican las condiciones en que cada una de ellas está constituida.

Como el precio de la totalidad de los productos ofrecidos

en el mercado por una empresa, debe procurar la remuneración de todos los que concurren a esta empresa, el trabajo no puede en ella continuar sino en tanto que se obtiene esta remuneración de la venta de los productos. Imagínese una empresa conducida por un solo hombre, como las de un gran número de artesanos: si el precio que reporta de la venta de sus productos no basta a sus gastos personales i a la reproducción de su capital, la empresa deberá cesar necesariamente. En efecto, o el artesano la abandona para tomar otra profesión, para dar un empleo diferente a su trabajo i a su capital, o se obstina en ella. En el primer caso, desaparece la empresa: en el segundo, no siendo suficiente por hipótesis el precio de los productos a cubrir los gastos personales del artesano i a reproducir su capital, será fuerza que este capital se menoscabe o los gastos personales se reduzcan. La disminución i la destrucción del capital arrastran la de la empresa: la reducción de los gastos personales constituiría una rebaja de remuneración en que el empresario consiente solo mientras no halla i no espera hallar en otra parte un empleo mejor retribuido de su trabajo i de su capital. Por lo demás, si en nuestro ejemplo suponemos el poder productivo invariable, los gastos personales no pueden ser reducidos, porque su reducción rebajaría el costo de producción i aumentaría el poder del trabajo, lo que está en contradicción con la hipótesis.

Igual cosa sucede en una grande empresa: la pérdida que resulta del bajo precio del producto menoscaba el capital del empresario o lo destruye, lo que trae consigo la destrucción de la empresa.

La disolución de las empresas cuyo producto no basta a mantener el trabajo i el capital que las constituyen, tiene por consecuencia en cada ramo de industria una disminución de la cantidad producida, es decir, de la oferta en el mercado, hasta el punto en que, elevándose el valor del

producto, permite a todo los que concurren a su confeccion reportar una remuneracion suficiente para que el trabajo continúe. En esta situacion, las fuerzas que constituyen la empresa se conservan sin acrecentamiento ni disminucion, i se dice que la empresa costea sus gastos, que sus productos se venden al *precio de fábrica*, es decir, a un precio que reproduce el valor de los gastos de produccion. Cuando la venta de los productos da al trabajo que los ha creado una remuneracion superior al precio de fábrica o de costo, se dice que la empresa *gana*, que deja *provechos* o *beneficios*. Cuando al contrario la venta de los productos no reproduce el precio de costo, se dice que la empresa *pierde* o *no costea sus gastos*.

Daremos en lo sucesivo el nombre de *precio de fábrica* al costo de produccion considerado en una empresa i relativamente a ella, i le conservaremos su nombre, cuando se trate de un producto o de un servicio ofrecido a los consumidores en el mercado por diversas empresas en competencia.

Se comprende sin dificultad que este minimum de remuneracion llamado *precio de costo* sea mui desigual en las diversas empresas que concurren en el mismo mercado: las unas son mejor, las otras peor administradas; las unas mejor, las otras peor colocadas; i por tanto, las unas tienen un poder productivo mayor, las otras un poder menor, es decir, un precio de costo ménos elevado i un precio de costo mas elevado. Con todo, el precio corriente del producto, determinado por el punto en que la oferta iguala a la demanda, es uniforme en el mercado; de tal suerte que no puede ser igual a muchos precios de costo diferentes. De esta diferencia entre el precio de venta del producto i sus diversos precios de costo en las empresas concurrentes resulta una lei notable, ya señalada en el análisis del cambio pero sobre que importa insistir. Procuremos hacerla sensible por un ejemplo.

Supongamos la existencia de un mercado provisto de cierta especie de productos, de frazadas de lana, por ejemplo, por diez empresas, diez fábricas de frazadas, que ofrece cada una una décima parte del producto total. Expresemos por 10,000 la totalidad de las frazadas ofrecidas i vendidas a un precio medio que designaremos por 10. Este precio es, o estrictamente suficiente, o insuficiente, o mas que suficiente a cubrir los gastos de fabricacion: examinemos lo que sucede en cada una de las tres hipótesis:

1º Si el precio de venta es estrictamente suficiente, igual al precio de costo, la fabricacion continúa sin alteracion alguna. Pero para esto es menester suponer la igualdad del precio de costo de las diversas empresas, es decir, lo imposible, o poco ménos.

2º Si el precio de venta es insuficiente, la cantidad de los productos, la oferta, deberá ser reducida, lo que puede suceder de dos modos: o cada empresa fabricará ménos, o algunas dejarán de fabricar. Si el precio de costo de las diversas empresas fuese el mismo, la pérdida se dividiría por iguales partes entré ellas, por una reduccion proporcional de la cantidad fabricada, hasta que algunas, cansadas de esta situacion, renunciassen a este jénero de produccion. Pero es raro o mas bien sin ejemplo que las cosas sucedan así: el precio de costo de una empresa no es nunca el de otra. Supongamos que el de una fábrica sea 12, el de otra 11, el de otras cinco 10; el de las tres restantes 9, 8 i 7. Siendo 10 el precio corriente, dos fábricas perderán, cinco costearán sus gastos, i las otras realizarán provechos mas o ménos considerables. Evidentemente las dos empresas que sufren pérdida tendrán que pararse: entónces la cantidad de frazadas ofrecidas será reducida a 8,000, i es probable que el precio corriente se elevará, sea a 11. En este punto, cada una de las ocho fábricas restantes realizará un provecho, pero desigual, de 1 para las cinco primeras fábricas, i de 2, de 3 i de 4, respectiva-

mente, para las otras tres. — Si por efecto de un acontecimiento cualquiera, la demanda hubiese sido reducida en el mercado al mismo tiempo que la oferta, de manera que se mantuviese el precio primitivo de 10, habria cinco fábricas que costearian estrictamente sus gastos, mientras que las otras tres tendrian respectivamente un provecho de 1, de 2 i de 3.

3º Al precio de 11, todas las empresas tendrán ganancia: un empresario inteligente, sin empleo, cuya atencion es despertada por esta circunstancia, funda una fábrica al precio de costo de 8: hace beneficios i es luego seguido por un segundo, luego por un tercero: la oferta de las frazadas, siempre en la hipótesis de una fabricacion igual en cantidad i calidad en cada fábrica, se eleva a 11,000. El precio, admitiendo que la demanda permanezca estacionaria, descende mas abajo de 10. En este punto, cinco empresas se hallan en pérdida i puestas en necesidad de reducir sus costos de fabricacion o de perecer: este es el caso de insuficiencia del precio que hemos ya estudiado.

En medio de esta multitud de precios de costo diversos, tan numerosos las mas veces como las empresas mismas, ¿podrá decirse que hai un precio de costo único? No sin duda. — ¿Un precio de costo medio? — Tampoco. Hai sin embargo un precio mas abajo del cual no puede descender el del producto sin que la fabricacion disminuya: este precio de venta habitual es determinado por el precio de costo de la de las empresas necesarias para igualar la oferta a la demanda que tiene el mas subido: este es el que se llama vulgarmente i sin otra calificacion precio de costo de un producto en un momento i en un mercado determinado: este es el precio de costo por excelencia; pero por el estudio de su formacion se ve que no tiene nada de fijo i que participa de la eterna movilidad de los precios corrientes.

Así en toda industria, *considerándose inmóvil la demanda, el valor habitual de los productos es determinado en cuanto a la oferta por el precio de costo de aquella empresa, entre las necesarias para suministrar la cantidad demandada, que tiene el precio de costo mas subido.* Este precio mas subido es el que se llama por abreviacion precio de costo en jeneral i sin ninguna otra explicacion: vale mas reservarle una denominacion distinta i especial de *costo de produccion.*

Ni la demanda de cada producto, ni el precio de costo de las empresas permanecen un solo instante inmóviles. Los esfuerzos de cada empresario tienden incesantemente a reducir su precio de costo, porque de esta reduccion depende, primero la existencia, luego el provecho de la empresa, el cual es tanto mayor cuanto mas inferior al precio de venta es el precio de costo especial a que la empresa obtiene el producto. El empresario es como un comerciante que compra al precio de costo el producto que le cede la naturaleza, para revenderlo despues con beneficio al consumidor.

En el segundo caso de la hipótesis anterior, hemos supuesto que dos fábricas habian dejado de suministrar frazadas de lana. Pero el trabajo empleado en ellas no ha perecido: no ha hecho mas que cambiar de empleo. Habrá buscado, por ejemplo, un ramo de industria en que todas las empresas tengan ganancia, la de las alfombras, por ejemplo, en que aumentando la produccion i con ella la oferta, la introduccion de este trabajo provoca una baja de precio o impide un alza, reduce el provecho de las empresas existentes o lo impide aumentar.

Este trabajo, rechazado en cierto modo de la fabricacion de las frazadas, ¿qué accion habrá ejercido por su traslacion a la de las alfombras? Habrá contribuido a igualar la remuneracion en los dos ramos de industria, a elevar la del ramo que ha dejado i a abatir la del ramo en que ha entrado. En esta tendencia a la igualdad se resume lo que

se llama la acción de la competencia, en toda la extensión del mundo industrial : pero esta tendencia no es la única : esforzándose cada empresa por abatir el precio de costo de los productos que suministra, el costo de producción de todos los productos tiende a bajar en razón de la energía de estos esfuerzos, o, lo que es lo mismo, el poder del trabajo humano tiende a elevarse bajo el imperio de este aguijón. El costo de producción, en efecto, expresa negativamente el poder del trabajo, i cuando disminuye, este aumenta.

Cuando no se consideran mas que sobre un producto aislado los efectos de la competencia, se puede deplorar su acción viendo que tiende siempre a igualar i las mas veces a reducir la remuneración de los productores. Pero cuando se considera el conjunto de la producción, las cosas se presentan bajo otro aspecto. La competencia, en efecto, no puede abatir la remuneración en un ramo sin elevarla al mismo tiempo en otro, i si tiende a aumentar la oferta de todos los productos, tiende al mismo tiempo a aumentar la demanda, pues que cambiándose productos por productos i servicios por servicios, la oferta del uno constituye la demanda del otro. — Respecto a la disminución de la remuneración en jeneral, no puede resultar sino de la relación que existe entre la cifra de la población i la totalidad de los productos, i en manera alguna de un modo cualquiera de apropiación. Es un punto este que ya hemos tocado i sobre el que tendremos ocasión de volver.

§ 2. — Elementos del precio de fábrica.

Indaguemos ahora los elementos que constituyen el precio de fábrica en el interior de cada empresa; no ya en el

mercado especial de tal o cual producto, sino en el mercado general.

Siendo limitado el maximum del valor de cada producto por el trabajo que seria necesario al adquiriente, sea para producirlo él mismo, sea para obtenerlo por otro cambio, el maximum del valor de cada objeto es limitado por el trabajo necesario a su producción actual. Resulta de aquí que desde que el precio de fábrica de un producto baja, los productos del mismo género que existen en el mercado disminuyen de valor aun cuando su precio de costo haya sido mas subido. — Lo contrario tiene lugar, cuando el precio de fábrica se eleva.

El valor habitual de todo objeto cambiado es proporcional al trabajo necesario para obtenerlo. El trabajo es en último resultado la causa primera del valor : por él se mide este habitualmente, i el precio que se da para adquirir algo no es siempre mas que la remuneración de este presunto trabajo. Propiamente hablando, no hai pues mas que un solo elemento en el precio de fábrica, o por mejor decir, el precio de fábrica no es en realidad mas que la remuneración necesaria del trabajo.

«Lo que se compra con plata o con mercaderías, dice Adam Smith, es comprado por trabajo, lo mismo que lo que adquirimos con el sudor de nuestro rostro. El trabajo ha sido el primer precio, la moneda pagada en la compra primitiva de todas cosas. No es con oro ni con plata que todas las riquezas del mundo han sido compradas al principio; i su valor, para los que las poseen i que tratan de cambiarlas por productos nuevos, es precisamente igual a la cantidad de trabajo que pueden comprar con ellas¹.»

No obstante, es sabido que el trabajo industrial toma muchas formas que precedentemente hemos estudiado. Hai trabajo gratuito o arte, i trabajo penoso o trabajo pro-

¹ *Riqueza de las naciones*, lib. I, c. v.