

**D**avant la debacle del preu de les accions de les empreses de la nova economia i la lentitud en l'extensió del comerç electrònic existeixen bàsicament dos posicionaments. Un d'ells, el pessimista, manté que la nova economia mai no va existir. Jeffrey Immelt, president de General Electric, primera empresa del món per capitalització borsària, és un dels defensors d'aquest plantejament. Per a Immelt no hi ha economia tradicional i nova economia: només hi ha una economia.

Un segon argument, menys pessimista, defensa que una bombolla com la d'Internet ja es va veure amb anterioritat en altres tecnologies com la ràdio o el telèfon. Aquest seria el punt de vista representat per Hal Varian, professor de Berkeley i expert en l'economia d'Internet.

Per a Varian les exagerades expectatives sobre els guanys futurs han estat la causa de les bombolles creades entorn de totes aquestes tecnologies en els seus primers moments de vida.

En un dels llibres ja clàssics sobre l'economia d'Internet (*Shapiro y Varian 1999, El dominio de la Información*, edi-

# Nova economia i competència

José García-Montalvo

Professor del departament d'economia de la Universitat Pompeu Fabra

torial Antoni Bosch) Hal Varian explica el motiu pel qual aquestes expectatives exagerades no s'han plasmat en realitats. El problema no és que les noves tecnologies de la informació no siguin capaces de generar valor sinó que és molt difícil apropiar-se'n. Per això la productivitat de les empreses pot augmentar però els beneficis poden no fer-ho. Si la tecnologia és com Internet, a què tot el món té accés, l'augment de la productivitat no concedeix de forma immediata un avantatge competitiu. La força de la competència manté els preus baixos, ja que els costos de recerca (trobar el producte més barat) es redueixen molt amb la utilització de les eines

d'Internet, i l'oferta de productes augmenta.

A més a més, el producte fonamental que venen les empreses de la nova economia, en moltes circumstàncies és simplement una seqüència de bits. Són els anomenats béns d'informació, on s'inclou qualsevol cosa que pugui ser digitalitzada (software, llibres, pel·lícules, música, informació borsària, etc.).

La informació és cara de crear, però barata de reproduir, com molt bé saben les empreses discogràfiques. En termes econòmics això vol dir que el cost fix és elevat, mentre que el cost de produir una unitat més és molt baix. D'aquesta manera Internet es conver-

teix en una mena d'enorme fotocopiadora fora de control, ja que la informació en format digital pot ser copiada de manera exacta i perfecta i tramesa instantàniament a qualsevol part del món.

La defensa dels drets de propietat intel·lectual a través de patents hauria d'acotar aquest problema, però, a la pràctica, resulta bastant difícil controlar aquesta situació. Així mateix la importància de la informació en molts nous productes fa de la tecnologia un element bàsic en les orientacions estratègiques de les empreses.

Com que les tecnologies d'Internet tendeixen a moure l'estructura dels costos, tan dels variables com dels fixos, l'aparició de moltes empreses en el sector va accentuar una competència de preus destructiva, en detriment de la rendibilitat mitjana. Varian assenyalava que aquest procés podria explicar per què la productivitat pot créixer sense que augmentin els beneficis.

Crec que l'argument és raonable encara que sóc part interessada: si, com pensen els pessimistes, la nova economia mai no va existir, segurament em tancarien aquesta secció.