



Vol 3, Nº 8 (septiembre/setembro 2010)

PRODUCTO, PRODUCCIÓN, PRODUCIR (CONCEPTOS: ESPECIAL REFERENCIA AL TURISMO)

Francisco Muñoz de Escalona
Científico titular del CSIC jubilado
mescalafuen@telefonica.net

Desde hace algunos años se ha puesto de moda el uso de la palabra producto. Antes se hablaba de bienes o de mercancías pero ahora se prefiere producto. Tanto que incluso se habla del producto España, por ejemplo. Lo más curioso es que el producto o la producción, son dos sustantivos que derivan del verbo producir, uno de los verbos que más amplio significado tiene después de hacer, como reconoce María Moliner en su Diccionario de Uso del Español. Producir, dice la eximia lingüista procede del latín producere, que significa hacer salir, siendo un derivado de ducere, cuyo significado es conducir. El significado más lógico de producir, agrega Moliner, es hacer existir y en el uso sustituye a hacer, fabricar o realizar, otras veces a dar, crear o criar y otras a causar, pero a ninguno de esos verbos los sustituye en todos los casos en los puede ser empleado [producir].

Moliner sostiene que como no es posible definir el significado específico de producir en el uso, de modo que sea posible cuando es aplicable y cuando no, no hay más remedio que, en cada caso, recurrir a ver en el diccionario correspondiente la palabra respecto de la cual hay duda sobre el verbo o verbos con los que se construye.

Resulta, pues, sintomático que los turisperitos se hayan aficionado tan extraordinariamente al empleo del derivado de un verbo que indica una acción tan mal definida. Les encanta referirse al producto turístico a pesar de que el añadido del adjetivo añade aun más ambigüedad al sustantivo. Pregúntenle a cualquier turisperito, a alguno de esos que va dando lecciones a

diestro y siniestro sobre el turismo y su complejidad, ya verán como no dudan en darle no una sino numerosas respuestas. Inconscientemente ellos acostumbran a distinguir el producto turístico de los productos turísticos. Por producto turístico entienden la economía del turismo mientras que usan los productos turísticos para referirse a los hoteles, a sus servicios de alojamiento, los restaurantes, a sus servicios de restauración, a los atractivos “turísticos” de cualquier clase y así una larga lista en la que pueden incluir el clima, las playas, los ríos, las montañas, el sentido de la hospitalidad de la gente y no pare usted de contar porque la lista carece de tope.

El filósofo catalán José Ferrater Mora, autor entre otros de un libro titulado Hecho en Corona (Alianza, Madrid, 1986) escribe en clave irónica y algo socarrona la siguiente frase:

“Hecho en ... (nombre de un país)” y agrega que se trata de una “Locución usada en la República Democrática de Corona”¹ para indicar el origen de un producto. Así Hecho en Dinamarca, Hecho en Venezuela, Hecho en Corona. Esta locución fue propuesta en 1916 por la C.C.C. (Cámara de Comercio de Corona) y fue pronto incorporada al vocabulario comercial de la isla a despecho de haber sido denunciada como un anglicismo (o un americanismo, v. gr. Made in USA) Hecho en... ha venido a sustituir todas las expresiones empleadas con igual propósito: Fabricado en...; Producido en...; Producto de... El acierto de la propuesta de la C.C. C. se ha revelado en el hecho de que a partir de mediados del siglo XX ha aumentado el número de productos originados en países industrialmente avanzados que no son estrictamente hablando resultados de fabricación o manufacturas. Tal sucede con los sistemas de información y comunicación, los programas de ordenadores, etc.

La fina chanza de Ferrater es realmente oportuna y viene a coincidir con la referencia hecha antes a la jerga de los jurisperitos. Tengo la certeza de que el uso y abuso de producto, turístico o no, es una consecuencia de la proliferación del marketing provocada por la progresiva saturación de los mercados lo que ha llevado a los productores a recurrir a los expertos en mercadotecnia para que les digan qué tienen que hacer para vender más a costa de que vendan menos los competidores. Para los del marketing el producto es lo que ellos tienen que ayudar a vender, ya sea una nevera o el programa político de un partido, un libro o un paisaje, un carro o la estancia en un hotel. Por eso se habla de productos intangibles a los que siempre se llamó servicios hasta hace poco. Incluso ha habido quien ha tenido la tétrica ocurrencia de proponer llamar servuctos a los servicios (que son intangibles) para distinguirlos de los productos (que son tangibles). Gracias a los dioses los hablantes se han resistido a usar una palabra más que poco afortunada con encefalograma plano. De Francia vino la propuesta y aun hay en Francia algún espécimen que la usa.

¹ Nótese la broma que supone un país llamado Corona que es una República Democrática como la Alemania comunista antes de la reunificación

Termino estas reflexiones con una larga cita de la obra de Alfred Marshall *Principles of Economics*. Se encuentra en el capítulo III de la obra citada, dedicado al estudio de la producción y el consumo:

El hombre no puede crear cosas materiales. En el mundo intelectual y moral puede producir, ciertamente, nuevas ideas, pero cuando se dice que produce cosas materiales en realidad solo produce cosas útiles², o, en otros términos, sus esfuerzos y sacrificios dan por resultado cambios en la forma o combinación de materiales para adaptarla mejor a la satisfacción de sus necesidades. Todo lo que puede hacerse en el mundo físico es reajustar la materia para hacerla más útil, como cuando se convierte un trozo de madera en una mesa, o ponerla en condiciones de que la naturaleza la haga más útil, como cuando se colocan semillas en donde la fuerza de la naturaleza las haga brotar a la vida.

Se dice a veces que los comerciantes no producen, que mientras el ebanista produce muebles, el mueblista sólo vende lo que ya ha sido producido. Sin embargo, no existe fundamento científico alguno para esta definición. Ambos producen y ninguno de ellos puede hacer más: el mueblista mueve y da nuevo destino a la materia³ para hacerla más apta para prestar más servicios que antes, y el carpintero no hace más⁴. El marino o el maquinista de ferrocarril que transporta carbón a su destino lo produce del mismo modo que el minero que lo arranca del fondo de la tierra⁵; el tratante en pescado ayuda a trasladar éste desde un lugar en el cual es relativamente poco útil a otro en el que tendrá una gran utilidad, y el pescador no hace mal⁶. Es cierto que a menudo existen más comerciantes de los necesarios de los necesarios y que, cuando esto ocurre, se origina una pérdida; pero también ocurre esto si dos hombres manejan un arado que podía ser conducido por uno solo⁷. Algunos autores han reanudado los ataques que se dirigieron al comercio en el Medioevo fundándose en que no es productivo, pero no han dado en el objetivo; deberían haber atacado la imperfecta organización del comercio,

² Léase que hace más útil lo que era menos o útil lo que en su estado anterior no lo era. Por ejemplo: una patata cruda no es comestible pero cocida, sí. El hierro laminado no sirve como herramienta pero transformado por el trabajo del hombre en objetos de uso cotidiano sí sirve para cortar (un cuchillo) o como fleje de una máquina.

³ El traductor de los *Principles* de Marshall, Emilio de Figueroa, catedrático que fue a mediados del siglo XX de Política Económica I y profesor mío durante el curso 1956/57, debió decir, no “materia”, sino “mueble”, aunque tal vez la elección del término se debe al autor.

⁴ Y aquí debió seguir diciendo ebanista. La expresión “y no hace más” puede que sea muy elegante pero es demasiado parca y hasta cortante. El traductor podía haber sido más expresivo que estilista. Yo habría dicho: Y el ebanista hace lo mismo. Creo que queda más claro.

⁵ Nueva expresión confusa: es obvio que el transportista de carbón no produce carbón y, por si fuera poco, en absoluto produce lo mismo que el minero que lo arranca del fondo de la tierra. Mientras que el minero produce carbón cuando arranca las piedras carboníferas del fondo de la tierra, el transportista no produce carbón sino que lo lleva de un lugar a otro, es decir, añade utilidad (trabajo) al carbón producido por el minero.

⁶ Hago la misma objeción: el pescador extrae los peces del agua mientras el comerciante lo mercadea. No debería hablarse de traslado sino de comercio, es decir de compraventa, ya que compra el pescado al pescador y lo vende a otro comerciante o al consumidor final. El traslado o transporte del pescado corre a cargo del transportista. Pueden ser la misma persona pero debería quedar especificada dicha identidad.

⁷ La frase es correcta pero supone una digresión fuera de lugar que puede desorientar a un lector principiante.

especialmente la del comercio al por menor⁸. La producción en sentido limitado, modifica la forma y naturaleza de los productos. El comercio y los transportes cambian sus relaciones externas⁹.

Marshall pasa a continuación a ocuparse del concepto de consumo, actividad que conceptualiza como la opuesta a la actividad de producción hasta el punto que, de una forma muy gráfica pero poco precisa considera como una producción negativa. Hoy diríamos que Marshall ha usado un oximoron, el empleo del cual no es recomendable en una obra científica. Se trata del mismo oximoron que el que consiste en hablar de crecimiento negativo. Hoy gusta mucho por culpa de la nefasta influencia de la jerga de los periodistas, siempre superficiales, en la terminología de los economistas sin que ellos hagan nada por evitarlo ya que lo que hacen es aceptarlas dándolas por buenas.

Y continúa diciendo Marshall: Así como el hombre sólo puede producir cosas útiles¹⁰, del mismo modo sólo eso puede consumir¹¹. Puede producir servicios y otros productos inmateriales y puede consumirlos¹², y puede consumirlos; pero, así como su producción de objetos de objetos materiales no es más, en realidad, que un reajuste de la materia que da a ésta nuevas utilidades, su consumo no es sino un desarreglo de la misma que disminuye o destruye su utilidad¹³. A menudo, cuando se dice que el hombre consume cosas, éste no hace, en realidad, más que tenerlas en su poder para su uso futuro, mientras

⁸ Frase igualmente correcta pero que sigue siendo una digresión fuera de lugar. Además, lo que dice el autor para el comercio se puede decir para cualquier otra actividad productiva en la que haya paro encubierto, es decir, más trabajadores de los necesarios, si es que reduciendo su número no disminuye la cantidad obtenida del producto en cuestión.

⁹ No deja de ser sorprendente que el autor use la palabra producción cuando la actividad cambia la forma y la naturaleza de los productos y, sin embargo, en el caso del comercio y el transporte diga que estas actividades cambian las relaciones externas de los productos. Oscurece su teoría de que son actividades productivas todas ellas.

¹⁰ Habría sido mucho más claro y desde luego más preciso decir que sólo puede añadir utilidad en lugar de decir cosas útiles habida cuenta de que también puede producir, y de hecho hay ocasiones en que es así, cosas inútiles.

¹¹ ¿No habría sido más correcto y preciso escribir que el hombre consume cosas útiles? Porque si son útiles, aunque las consumiera, realizaría una actividad que carece de interés para el análisis económico.

¹² Aquí se muestra en toda su grandeza conceptual el magisterio de Marshall. Rompe así el error de Adam Smith y con él de los clásicos consistente en negar el carácter de actividades productivas, es decir, generadoras de utilidad (agregadoras de utilidad) a las actividades de quienes prestan servicios a sus semejantes, sean éstos personas físicas o jurídicas. Desde las aportaciones de los marginalistas e fines del siglo XIX, cuyas aportaciones Marshall hace suyas, el pensamiento económico no marxista incorporó los servicios al acervo de las actividades productivas. Los economistas marxistas siguieron excluyéndolos. La consideración de los servicios como actividades productivas abre la consideración del turismo como una verdadera actividad productiva por el hecho de ser tenido el turismo como “servicio”. El que el turismo haya terminado siendo visto como un conjunto de servicios a pesar de que es perfectamente científico verlo como un servicio y no como un conjunto de servicios, es una anomalía grave en la que cae el paradigma convencional, elaborado con enfoque de demanda o sociológico. El autor de este artículo sostiene que dicha anomalía queda superada estudiando el turismo con enfoque de oferta, es decir, económico.

¹³ Es evidente que Marshall se está refiriendo al consumo final, pero no habría estado de más que lo hubiera aclarado. Porque sólo el consumo final merma o destruye las utilidades aportadas a los objetos por la actividad productiva. No acontece lo mismo si en vez de consumo final hablamos de consumo intermedio, el que tiene lugar en el seno de las actividades productivas, las cuales suelen consumir objetos con utilidad para obtener objetos nuevos añadiendo a los anteriores más utilidad.

que, como dice Senior, esas cosas “son destruidas por aquellos numerosos agentes graduales que colectivamente llamamos tiempo”¹⁴. Así como el productor de trigo es aquel que coloca la semilla en el lugar donde la naturaleza la hará germinar, del mismo modo el consumidor de cuadros, de cortinas y hasta de una casa o yate hace poco para gastarlos pero los utiliza mientras el tiempo lo gasta¹⁵.

Por su parte, Carl Menger, el fundador de la Escuela de Viena o Austriaca de Economía, en su obra *Volkswirtschaftslehre*, publicada en 1876, capítulo I, párrafo 2 establece una distinción entre bienes de consumo, a los que también llama artículos de consumo o bienes de primer orden, los que son aptos para ser consumidos por los consumidores finales y por ende quedan destruidos, y bienes de producción, a los que también llama bienes instrumentales o intermedios, aquellos que son usados por los productores para transformarlos en otros bienes, los cuales pueden ser a su vez bienes de consumo o bienes de producción. Según esta clasificación, un mismo bien puede ser tanto bien de consumo o de primer orden como bien de producción, intermedio o de segundo, tercero o sucesivos órdenes. Todo depende de quien sea el consumidor. Si se trata de un consumidor final el bien en cuestión es de consumo o de primer orden. Si se trata de un productor el bien, el mismo bien, se considera bien de producción y de un orden primero, segundo o sucesivos según el lugar que en el proceso de producción hacia la producción de bienes de consumo, es decir, hacia el consumo final, en el que se ubique el productor que lo utiliza.

La clasificación de Menger no ha tenido éxito y hoy es sólo una curiosidad para los eruditos sin utilidad a efectos prácticos. Las clasificaciones de productos/actividades productivas que se han impuesto en la práctica se basan en la agrupación de las actividades productivas por sectores, subsectores y grupos aprovechando la exitosa propuesta que en los años treinta hicieron los economistas norteamericanos Clin Clark e Irving, cada uno por su lado. Ambos propusieron agrupar las actividades productivas en tres grandes sectores: el primario (actividades mineras, agrícolas, ganaderas, forestales y pesqueras), el sector secundario (actividades transformadoras de los bienes procedentes de las anteriores) y sector terciario (todas las no incluidas en los dos sectores anteriores).

Hoy nadie tiene en cuenta la confusa e inoperante clasificación de Menger. Sólo en el peculiar mundillo de los bizarros turisperitos se ha utilizado la

¹⁴ La cuestión aquí planteada por Marshall, la relativa a que en economía basta con que sea demandada una cosa (adquirida en el mercado) para que sea considerada como consumida, es de enorme importancia de cara a lo que sostienen los jurisperitos en materia de turismo. En el estado actual de la cuestión existente en esta materia se exige que el turista (el consumidor) no sólo adquiera los servicios en cuestión sino que los utilice realmente. Sin uso no hay consumo de turismo para el paradigma convencional. No obstante, desde el paradigma alternativo que propone el autor de este artículo es perfectamente posible hablar de consumo de turismo desde el momento en que el demandante ha comprado el turismo (el programa de estancia o visita) aunque aun no lo haya consumido, es decir, utilizado.

¹⁵ Lo que en objetos materiales llamamos desgaste, al que habría que añadir lo que hoy llamamos obsolescencia técnica, programada o no, en el caso de servicios adquiridos y no utilizados habría que asimilarlo a la expiración de un plazo contractual dentro del cual debe utilizarse el servicio so pena de perder los derechos de utilización.

clasificación mengeriana. Me refiero al economista valenciano Dr. Elíes Furió Blasco, desde hace tiempo profesor en una Universidad del sur de Francia, quien, en 1995, tuvo a bien publicar en la revista *Papers de Turisme* una descalificante crítica de mi propuesta de estudio del turismo con enfoque de oferta. Se trata de su trabajo titulado "El turismo como producto turístico. Consideraciones críticas sobre la concepción del turismo como plan de desplazamiento. Después de mi respuesta (contenida en el trabajo titulado *El análisis económico del turismo*, publicado en *Estudios Turísticos* el año 1996), Furió envió a la citada revista el trabajo titulado *Análisis económico del turismo. El turismo como bien mengeriano de primer orden*. En vista del vergonzante y anticientífico rechazo de su artículo por parte de *Estudios Turísticos*, rechazo que traté con denuedo de evitar, Furió envió su rechazado trabajo a la revista argentina *Perspectivas en Turismo* que sí lo publicó, el año 1997, es decir, que un año después de mi respuesta a sus descalificaciones su respuesta a mi reacción a su artículo de 1995 ya estaba en los medios y por tanto a disposición de los interesados entre los que, claro, me encontraba por razones obvias. Lo que no publicó la revista argentina fue mi respuesta alegando esas razones que se alegan cuando una revista no quiere publicar un trabajo incómodo, que no se atenía a las normas de estilo, que en realidad mi trabajo no era precisamente un artículo "por lo que como tal no puede ser considerado" y cosas de este jaez. Con lo cual tomé la decisión de publicarlo en la revista digital *Cuestiones de Economía* (febrero de 2005) trabajo en el que se puede encontrar mi crítica a la crítica de la crítica de "primer orden" de Furió. Su título es *Producción y consumición de turismo: ¿Diacronía o sincronía*). Continuación de un debate interrumpido. En este escalón acabó el debate ya que el bizarro turisperito Dr. Furió, que se había decidido a descalificar tan gratuitamente, como en su día quedó demostrado, las propuestas que vengo haciendo desde 1988, prefirió, incontinentemente, calar el chapeo, mirar al soslayo e irse por el foto, con lo cual no pudo haber nada, quiero decir, que quedó interrumpió el jugoso debate que él mismo había iniciado.

Cito pormenorizadamente este affaire con el voluntarioso aunque huidizo Dr. Furió, affaire que puede consultarse en <http://www.eumed.net/ce/2005/fme>, porque pone de manifiesto de un modo tremendamente elocuente la enorme confusión que reina entre algunos intelectuales metidos a economistas, entre economistas bizarros metidos a críticos y, sobre todo, entre turisperitos al uso, economistas o no, sobre un concepto tan relevante como el de producción para llevar a cabo un análisis fructífero en el seno de la economía en general y de la economía del turismo en particular. A tratar de eliminar tales confusiones va encaminado, precisamente, este trabajo.

Concluyo con un pensamiento de Menger tomado de su obra antes citada ya que con ella abundo en mi crítica a la crítica de Furió a la par que añado nuevas consideraciones a la clarificación del concepto de producción:

Según Menger "el pan es un bien de consumo o de primer orden, apto para el consumo, mientras que la harina que sirve para producirlo es un bien de segundo orden, utilizado para producir pan, y el molino harinero es un bien de tercer orden que sirve para producir harina, y así sucesivamente. Según esto,

si un tren de ferrocarril transporta pasajeros en un viaje de placer, latas de bizcocho, harina, un molino harinero y máquinas para producir molinos harineros, dicho tren sería a un tiempo un bien de primero, de segundo, de tercero, de cuarto y de quinto orden”.

La frase de Menger es la prueba manifiesta de la tremenda confusión que introduciría en el análisis económico el uso de su clasificación de los bienes. Como ya mencioné más arriba, un mismo bien puede ser de diferentes órdenes, algo que no deja de ser de proclive a introducir una complejidad en el trabajo del economista que conviene evitar. Justo la razón de que esta clasificación los bienes, que me atrevo a enjuiciar como una clasificación subjetiva porque está basada en la naturaleza del sujeto que emplea el bien, haya caído en desuso y nadie salvo el Dr. Furió ha tenido la humorada de utilizarla en sus investigaciones, en su caso en el campo del turismo, decisión con la que reforzó innecesariamente el enfoque de demanda con el que los turisperitos como él acostumbran a estudiarlo.

Lo que sorprendentemente no aclaran ni Menger ni Marshall es que el tren que transporta pasajeros en viajes de placer pudo haber sido contratado por una empresa turoperadora, es la productora del plan de viaje, de visita o de estancia pasajera, en mi concepción con enfoque de oferta, la única a la que cabe calificar como turística. Por esta razón el tren de pasajeros es un bien de segundo orden, no de primer orden como lo calificarían Furió y otros peritos, habida cuenta de que el tren sería un bien intermedio o de producción, no un bien de consumo. El tren sólo es un bien de consumo para quienes son sus consumidores finales cuando sus servicios de transporte son demandados por el mismo viajero.