

III Conferencia Internacional

La Obra de Carlos Marx y los desafíos del Siglo XXI
La Habana, del 3 al 6 de mayo de 2006. Palacio de las Convenciones.
Comisión 1: El pensamiento marxista y los desafíos del desarrollo social en el
siglo XXI.

La teoría del valor y el capital del siglo XXI.

LA TEORIA DEL VALOR Y EL PROBLEMA DE LA TRANSFORMACIÓN

Lénine Rojas

Desde las críticas de von Bortkiewicks hasta las de Samuelson y Alfredo Medio contra la determinación de la tasa media de ganancia, las réplicas de los marxistas han aceptado el “errorcito” de Marx. El propósito de esta nota consiste en desechar esas críticas y esa aceptación y en precisar la naturaleza de las hipótesis de Marx al respecto.

1. La mercancía.

La mercancía es una categoría económica cuyo contenido es colectivo, *a posteriori* y expresa la relación entre productores privados e independientes, mediante el intercambio de sus productos, en una economía con una profunda división del trabajo.

Esta relación determina a la mercancía como unidad de valor de uso y de valor. El valor de uso expresa una relación cuantitativa entre el monto de una necesidad social y los resultados de un proceso de trabajo que pueden o no cobrar autonomía de él. El valor, la relación de intercambio entre productores

privados independientes que desconocen el monto de la necesidad social que deben satisfacer y corresponde al resultado de una división social del trabajo, a una masa de productos:

“Todas las producciones de un mismo género no forman propiamente más que una masa cuyo precio se determina en general y sin relación con sus circunstancias particulares”¹.

O bien:

“Al conjunto de los valores de uso de todas suertes, corresponde un conjunto de trabajos útiles igualmente variados, distintos en género, especie, familia –una división social del trabajo. Sin ella, no hay producción de mercancías... No hay más que los productos de trabajos privados independientes unos de otros, que se presenten como mercancías recíprocamente intercambiables”².

Y finalmente:

“Toda la tela sobre el mercado no constituye más que un único artículo de comercio del que cada pedazo no es más que una parte alícuota.”³

En estos términos, la mercancía es un sustantivo colectivo, un conjunto:

A { **a**₁, **a**₂, **a**₃, ... **a**_n}

Este es el conjunto de los ejemplares individuales que forman a la mercancía **A** y tienen dos características:

- a) Son iguales. Al comprador le es indiferente adquirir uno u otro y son perfectamente sustituibles unos por otros.
- b) Fueron comprados cada uno, a un precio individual que no es objeto de determinación científica.

¹ Le Trosne. “De l'intérêt social...Physiocrates. Collection des principaux économistes ». Ed. Daire, t. XII, Paris, 1846 p 893.

“El valor consiste en la *relación de intercambio* que se encuentra entre una cosa y otra, entre la medida de una producción y la medida de las otras”. *Ibid.*, p 889. Citado por K. Marx. “Le Capital, Livre premier, tome I”. Editions Sociales, Paris, 1974, pp 52 y 55. La precisión de “Colección de los principales economistas” es de las Ediciones Sociales.

² K. Marx. *Ibid.*, p 57.

³ *Ibid.* p 110.

Una formulación breve de la ley del valor de Marx consiste en postular que la cantidad de valor de una mercancía está determinada por el tiempo de trabajo socialmente necesario, la parte del tiempo del trabajo disponible de la sociedad que ésta asigna a la satisfacción de una de sus necesidades.

Esta formulación y el proceso de su derivación descansan sobre la ley general del intercambio, según la cual las mercancías se compran –y se venden- a su valor, ni por encima ni por abajo.

Con base en lo anterior, a la mercancía **A** corresponde un valor **E**.

n es el número de unidades **a_i** que satisfacen la necesidad social de **A**.

E es el tiempo de trabajo socialmente necesario y se mide en unidades de tiempo y en unidades monetarias. **E** sí es objeto de determinación científica, de la ley del valor de Marx.

A cada ejemplar individual **a_i** corresponde un precio individual **e_i** y existe un conjunto

$$\mathbf{E} = \{ \mathbf{e}_1 , \mathbf{e}_2 , \mathbf{e}_3 , \dots , \mathbf{e}_n \} .$$

$$\mathbf{E} = \mathbf{e}_1 + \mathbf{e}_2 + \mathbf{e}_3 + \dots + \mathbf{e}_n .$$

E es el valor de la mercancía **A**.

La suma de los precios de sus ejemplares es igual al valor de la mercancía. No se trata de un hallazgo aritmético fortuito, sino de un resultado lógico, teórico, obligado por la ley general del intercambio.

Cada ejemplar individual tiene precio pero no valor. El precio promedio, **e*** = **E/n**, es también el valor individual promedio de los ejemplares de **A**.

Y obviamente la suma de las desviaciones de **e_i** con relación **e***, es cero:

$$\Sigma (\mathbf{e}_i - \mathbf{e}^*) = 0.$$

Por ello el precio promedio o valor medio, sirve de epicentro a la fluctuación de los precios.

2. La determinación de la tasa media de ganancia.

Federico Engels presenta en “El Capital” un ejemplo del establecimiento de la tasa media de ganancia:

Hipó-tesis	Capital		Tota	Plus- valía tasa=1	Valor	Ganan- cia	Precio de pro- ducción	Com- po- sición	Precio -
	Cons- tante	Varia- ble	I						Valor
Suma	390	110	500	110	610	110	610	0.78	0
I	95	5	100	5	105	22	122	0.95	17
II	85	15	100	15	115	22	122	0.85	7
III	80	20	100	20	120	22	122	0.8	2
IV	70	30	100	30	130	22	122	0.7	-8
V	60	40	100	40	140	22	122	0.6	-18
g						0.22			

Ladislau von Bortkiewicks argumenta que Marx sólo transforma la plusvalía en ganancia pero que no hace lo propio con el capital y para ilustrarlo utiliza el esquema de la reproducción simple del capital en el que el valor de la producción del sector I debe igualar al del capital constante (**C**), el del sector II al del capital variable (**V**) y el del sector III, al de la plusvalía (**P**). Un ejemplo que redistribuye en 3 sectores y respeta el monto de los elementos del valor del ejemplo anterior de Marx, es el siguiente:

	C	V	P	E	λ_i	g_i	$\lambda_1 C_i$	$\lambda_2 V_i$	$\lambda_3 P_i$	E'_i
Suma	390	110	110	610		0.193	440.9	134.4	111.2	686.5
I	300	45	45	390	1.130	0.130	339.1	55.0	58.8	453.0
II	45	45	20	110	1.222	0.222	50.9	55.0	26.2	132.0
III	45	20	20	110	1.308	0.308	50.9	24.4	26.2	101.5
g						0.22				

C, capital constante; **V**, capital variable, **P**, plusvalía; **E**, valor; λ_i , coeficiente de transformación de von Bortkiewicks; **g_i**, tasa individual de ganancia, para la suma, tasa media, en términos de precios de producción; **E'_i**, precios de producción; **g**, tasa media de ganancia calculada en valores.

Para transformar los valores en precios, Bortkiewicks idea un coeficiente que multiplicado por el valor arroje el precio de producción: $\lambda_i \mathbf{E} = \mathbf{E}'_i$.

Como se ve, ni el precio de los valores de producción corresponden a los elementos del valor (capitales constante y variable y plusvalía); ni la plusvalía corresponde a la ganancia; ni el valor global de producción al precio de producción global; ni la tasa media de ganancia es igual calculada en valores que en precios.

Smuelson concluye de lo anterior que Marx no sabía nada de álgebra, que no pudo transformar sus valores en precios ni establecer su tasa de ganancia y que por ello sus teorías del valor y de la plusvalía no sirven para nada.

3. Las críticas contra Marx.

El planteamiento y las críticas de Bortkiewicks evidencian una ignorancia absoluta de la teoría del valor de Marx:

- a) En primer lugar significan que en la economía se produce sólo una mercancía, *la producción total*, que consta de tres ejemplares: bienes de producción, bienes de consumo para trabajadores y bienes de consumo de lujo.
- b) En segundo, que esos bienes se venden en el mismo periodo, en el mismo mercado, *al mismo precio*, y que provienen de productores con composición distinta de capital.

Estas dos hipótesis implícitas en la crítica de Von Borkiewicks son incompatibles con la teoría del valor y con la del establecimiento de una tasa media de ganancia en el intervalo de un periodo, porque en una economía en la que opera la Ley del valor deben producirse por lo menos dos mercancías. Ya en una economía mercantil Marx exige una profunda división del trabajo y

que cada división genere una masa de ejemplares. En el caso de una economía capitalista, que le parece un inmenso arsenal de mercancías, los productores directos no son propietarios de sus medios de producción, sino que carecen de ellos; y el objetivo del intercambio no consiste en retirar del mercado el valor de la mercancía, sino en percibir una tasa media de ganancia.

Si en una economía se supone la existencia de sólo 2 mercancías:

A { a_1 , a_2 , a_3 }; y **B**{ b_1 , b_2 } ,

Los intercambios básicos serían de un ejemplar de **B** por dos de **A** y el otro de **B**, por el restante de **A**, es decir:

b_1 por a_1 ; y b_2 por a_2 y a_3 ;

o cualquier otra combinación de subíndices que llegaría al mismo resultado.

Y ese resultado es que el valor de **A** fue igual al de **B** y que ni **A** ni **B** pudieron venderse ni por encima ni por debajo de su valor.

Si se supusiese la existencia de 3 mercancías distintas –bienes de producción, de consumo para trabajadores y de consumo de lujo para capitalistas, los coeficientes λ_i , $i = 1,2,3$, de von Bortkiewicks, de transformación de valores en precios, necesariamente serían iguales a uno, sin que el proceso de transformación de valores en precios resintiera ningún efecto, en oposición a lo preconizado por Samuelson, de que no habría transformación.

La hipótesis alterna de Samuelson de que dichos coeficientes fuesen nulos, es todavía más absurda, por cuanto desaparece el problema junto con la solución. Este planteamiento de von Bortkiewicks está destinado a atacar uno de los mecanismos del establecimiento de la tasa media de ganancia, el mecanismo que funciona si se observa sólo un periodo de producción, la transferencia de plusvalía entre productores, que operan con composiciones de capital distintas,

pero que venden *los ejemplares de la misma mercancía al mismo precio*. Deja así, de lado, el otro mecanismo del establecimiento de esa tasa, *el de la movilidad del capital* entre los sectores en los que no encuentra obstáculo, el mecanismo que opera cuando se observan dos periodos o más, de manera que la búsqueda de la máxima tasa de ganancia resulta en el establecimiento de una tasa media.

Pero al olvidarlo incurre en otro error: los esquemas de reproducción *comprenden* todos los sectores, lo mismo aquéllos para los que existe la libre movilidad del capital que *los rentistas, para los cuales no puede haber esa movilidad*. El mecanismo de distribución de la plusvalía, aquí, es el *establecimiento de una tasa de renta* no de la tasa media de ganancia, que para estos efectos, es un dato.

Por último, en la determinación de la tasa media de ganancia participan tanto el capital productivo como el comercial, mientras que en los esquemas de reproducción el papel del capital comercial no es explícito.

Por ello es inaplicable el esquema de reproducción del capital social para discutir del establecimiento de la tasa media de ganancia.

Por cuanto toca al planteamiento de Alfredo Medio, fundado en la medición de los precios en términos de la mercancía media y no monetarios, es preciso señalar que el cálculo de los precios y de los valores en Marx se realiza en términos monetarios, en donde la moneda es el oro como equivalente general de las mercancías. La medición de valores y precios y el cálculo de la tasa de ganancia que de ellos deriva, en términos físicos, no monetarios, no corresponden a su teoría de la ganancia y son totalmente ajenos al capitalista,

que no percibe, luego de descontar sus costos de sus ventas, una cantidad de moneda en términos de ganancia y una diferente en términos de plusvalía.

Es decir, que la ganancia de un capitalista no puede ser una, medida en términos de moneda; y otra, medida en términos de una mercancía media. De dos proposiciones contradictorias, si una cierta, la otra es falsa.

El problema de fondo sigue siendo el planteado por Ricardo: la búsqueda de una mercancía equivalente cuyo valor no cambie con la tecnología que la produce. Marx no busca tal solución: el valor del oro, como el de toda mercancía, varía con el tiempo de trabajo socialmente necesario para su producción y éste con los factores determinantes de la capacidad productiva de la fuerza de trabajo.

Es cierto que para Marx existen diferencias fundamentales entre plusvalía y ganancia, que se resumen en la diferencia entre apariencia y esencia.

Por ello Marx distingue la tasa de ganancia global como la capacidad relativa de valorización del capital social, de la ganancia media, que resulta percibida por los capitales comercial e industrial de libre movilidad.

El modelo de Sraffa, invocado por Alfredo Medio, no sirve para determinar los precios de Marx y su adopción significa el abandono de las teorías del valor y de la plusvalía de éste.

La primera columna del cuadro que ilustra el ejemplo de Engels, indica las hipótesis I a V. Marx supone en un mismo periodo a) 5 partes de un mismo capital; b) o bien 5 capitales que producen la misma mercancía; c) ó 5 capitales que producen 5 mercancías diferentes; d) ó 5 capitales que producen las 5 mercancías de una economía.

Para un periodo sólo es válida la hipótesis b) puesto que el mecanismo de transferencia de plusvalía mediante la venta de los ejemplares de una mercancía al mismo precio, sólo es compatible con la producción de una misma mercancía por 5 capitalistas distintos.

El establecimiento de una tasa de ganancia como resultado de la búsqueda de la mayor tasa de ganancia posible sólo es compatible con la hipótesis c), la existencia de 5 sectores de la división social del trabajo que producen con composiciones de capital distintas 5 mercancías diferentes, entre las cuales el capital puede desplazarse con entera libertad. Y en este caso el mecanismo es la libre movilidad del capital.

La especificación de las hipótesis correctas no modifica en nada ni la teoría del valor, ni la de la plusvalía, ni la del establecimiento de la tasa media de ganancia, sino que permite precisarlas.

No hay pues “errorcito” de un Marx que no tuvo el tiempo ni de escribir el libro III del “Capital”, ni menos aun, de corregirlo.