

R E V I S T A
C I F E

Volumen 20, Número 33

LECTURAS
DE ECONOMÍA
SOCIAL

Bogotá, julio - diciembre 2018

Consejo Editorial

P. Juan Ubaldo López Salamanca, O. P.
Rector General

P. Mauricio Antonio Cortés Gallego, O. P.
Vicerrector Académico General

P. Luis Francisco Sastoque Poveda, O. P.
Vicerrector Administrativo y Financiero General

P. Javier Antonio Castellanos, O. P.
*Vicerrector General de Universidad
Abierta y a Distancia -VUAD-*

Olga Lucía Ostos Ortiz
Directora Unidad de Investigación

ISSN: 0124-3551

ISSN electrónico: 2248-4914

Hecho el depósito que establece la ley

Corrección de texto:
Juan Carlos Velásquez Sánchez

Traducción:
Julieta Covo

Diseño y diagramación:
Alexandra Romero Cortina

Diseño de carátula:
Dicken Castro

Impresión:
DGP Editores SAS

Ediciones USTA
Carrera 9 n.º 51-11
Edificio Luis J. Torres, sótano 1
Teléfono: 587 8787, ext. 2991
Correo electrónico:
editorial@usantotomas.edu.co
Bogotá, D. C., Colombia - 2018

Revista CIFE Digital
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cife>
ISSN: 0124-3551
ISSN electrónico: 2248-4914



Directivos Facultad de Economía

P. Alberto René Ramírez Téllez
Decano División de Ciencias Económicas y Administrativas

Jorge Enrique Martínez Carvajal
Decano Facultad de Economía

Comité Editorial

Jorge Enrique Martínez Carvajal
Decano Facultad de Economía
Universidad Santo Tomás

Jean-François Jolly
Doctor en Estudios de las
Sociedades Latinoamericanas
Universidad de París III
Pontificia Universidad Javeriana

Jairo Guillermo Isaza Castro
Doctor en Economía, University of
Sussex Brighton (Reino Unido)
Universidad de La Salle

Alexander Cotte Poveda
PhD. (c) en Ciencias Económicas, Georg August
Universität Göttingen, Göttingen, Alemania
Magíster en Economía, Universidad de los Andes
Editor, Universidad Santo Tomás

Clara Inés Pardo
Posdoctora, KTH Royal Institute of
Technology. Doctora en Economía
Universidad de Wuppertal (Alemania)
Universidad del Rosario

Jorge Luis Juliao Rossi
Doctor en Administración,
Universidad de los Andes
Universidad de La Salle

Jorge Gámez Gutiérrez
Ph. D en Ciencias Empresariales,
Universidad de Nebrija
Universidad de La Salle

Comité Científico

Ignacio Perrotini Hernández, Ph. D.
Doctor en Economía,
Universidad The New School for Social
Research, New York (EE.UU)
Universidad Nacional Autónoma de México

Alejandro Fiorito
Magíster en Economía
Universidad de Buenos Aires
Universidad Nacional de Moreno
Universidad Nacional de Luján
Ministerio de Economía

Fr. Jorge Arturo Chaves, O. P., Ph. D.
Doctor en Economía y Sociedad
Université Paris VIII
Centro Dominicano de Investigaciones
CEDI, Costa Rica

Saúl Franco Agudelo
Ph. D en Salud Pública, Escuela de
Salud Pública de la Fundación Oswaldo
Cruz, de Río de Janeiro, Brasil
Universidad Nacional de Colombia

Comité de Árbitros

Clara Inés Pardo Martínez
*Posdoctora, KTH Royal Institute of Technology,
Doctora en Economía,
Universidad de Wuppertal, Alemania
Universidad del Rosario, Colombia*

Rubén Darío Díaz Mateus
*Candidato a doctor en Agrociencias
Universidad de La Salle, Colombia*

Álvaro Díaz Niño
*Magíster, Universidad Nacional de Colombia
Universidad Santo Tomás, Colombia*

Mario Pavel Díaz Román
*Doctor en Ciencia Social con especialidad
en Sociología, El Colegio de México
Centro de Estudios Sociológicos, México*

Nicolás Corona Juárez
*Doctor en Economía, Karls Ruprecht
Universität, Heidelberg, Alemania
Universidad de las Américas, Puebla, México*

Henry Laverde Rojas
*Doctor en Economía,
Universidad de la Plata, Argentina
Universidad Konrad Lorenz, Colombia*

Gustavo Correa Assmus
*Candidato a doctor en Agrociencias
Universidad de La Salle, Colombia*

Jorge Enrique Andrade Parra
*Magíster, Universidad de los Andes, Colombia
Secretaría Distrital de Integración Social*

Jorge Andrés Talero Bernal
*Magíster, Universidad Nacional de Colombia
Citibank Colombia S.A.*

Pablo Morales Linares
*Magíster, Pontificia Universidad Javeriana, Cali
Universidad Manuela Beltrán, Colombia*

Carlos Alfonso Laverde Rodríguez
*Doctor en Ciencia Social con especialidad en
Sociología, El Colegio de México, México*

Jorge Gámez Gutiérrez
*Ph. D. en Ciencias Empresariales,
Universidad de Nebrija, España
Universidad Agustiniiana, Colombia*

Editor Revista CIFE
Alexander Cotte Poveda

Asistente Editorial
Yennifer Linares Acosta

Indexada en

EconPapers - RePec - DOTECE

CLASE - Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades,

Latindex, Dialnet, Econbiz, Miar, Scientific Indexing Services,

Clasificación Integrada de Revistas Científicas, Eurasian Scientific Journal

Index, Socionet, Universia, Elektronische Zeitschriftenbibliothek, WorldCat,

Crossref, International Institute of Organized Research, AcademicKeys,

Bielefeld Academic Search Engine, Science Library Index, Cosmos Impact Factor,

Academic Resource Index, Actualidad Iberoamericana (Índice Internacional de

Revistas), Polska Bibliografia Naukowa, Directory of Abstract Indexing for Journals,

NSDs Database for Statistikk om Høgre Utdanning, CiteFactor,

Leibniz Information Center for Economics, Ebsco, Infobaseindex,

The European Reference Index for the Humanities and Social Sciences,

Directory of Research Journals Indexing (DRJI), Directory of Open Access Journals (DOAJ),

Academic Search Complete, Academic Search Elite, Academic Search Premier,

Academic Search Ultimate, Directory of Open Access Scholarly Resources, ROAD,

Academic Microsoft, Lex-die Literatur, Econlit.

Repositorios y catálogos de bibliotecas institucionales:

Harvard Library, Stanford University Libraries, University of Oxford Bodleian Library,

Cambridge University Library, London School of Economics and Political Science Library,

University of Michigan, Yale University Library, MIT Libraries, Columbia University Library,

Georg-August-Universität Göttingen, Universität Regensburg, Universitäts-UND,

Universität Zu Köln, University of Applied Sciences, Princeton University Library,

University of Toronto Libraries, Heidelberg University Library,

The University Melbourne Library, Kyoto University Libraries, Peking University Libraries.

Contenido

Editorial	
Instituciones y calidad de la educación.....9	
Institutions and quality of education	
<i>Alexander Cotte Poveda</i>	
Variaciones previsibles del ingreso y su efecto sobre el consumo.	
Un análisis para la economía colombiana.17	
Predictable variations of income and its effect on consumption.	
An analysis for Colombian economy	
<i>Nicolás Ronderos Pulido</i>	
La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico	
de la escuela monetarista de Chicago y el de los sociólogos constructivistas	
moderados: agente individual, organizaciones e instituciones.....39	
The fundamental theoretical convergence between the economic thought	
of the Chicago monetarist school and that of the moderate constructivist	
sociologists: individual agent, organizations and institutions	
<i>Sagar Hernández Chulía</i>	
Políticas y programas de estado para la salud rural en América Latina:	
una revisión de la literatura..... 79	
State policies and programs for rural health in Latin America:	
a review of the literature	
<i>Lorena Parada Parra</i>	

Caracterización de los negocios barriales en los barrios del borde oriental de la comuna 10 de Medellín	95
Characterization of the neighborhood businesses in eastern border neighborhoods of commune 10 of the city of Medellín	
<i>Carlos Mario Londoño Toro</i>	
El comportamiento del consumidor de las plazas de mercado de Villavicencio, Meta.....	117
Consumer behavior in the market squares of Villavicencio, Meta	
<i>Mario Fernando Prieto Delgadillo, María Cristina Chinchilla Mora</i>	
Caracterización de la agroindustria artesanal y atributos de valoración en consumidores de queso bola de Ocosingo, Chiapas.....	137
Characterization of artisanal agro-industry and valuation aspects in consumers of queso bola of Ocosingo, Chiapas	
<i>Anastacio Espejel García</i>	
Condiciones o pautas para la presentación de artículos Revista CIFE.....	157
Conditions or guidelines for submitting articles CIFE Journal	
Índice de autores Revista CIFE	159
Autor index CIFE Journal	

Editorial

*Alexander Cotte Poveda**
Editor Revista CIFE
Universidad Santo Tomás

Instituciones y calidad de la educación

La importancia de las instituciones y la calidad de la educación son elementos centrales en la valoración de los conocimientos y las habilidades adquiridas por el capital humano en sus diferentes formas de expresión. La calidad de la educación está íntimamente relacionada con la institucionalidad y las reglas establecidas, información pertinente para determinar las competencias alcanzadas durante el proceso de formación. En este sentido, los criterios, la evaluación, el desempeño, los resultados, la productividad y la incidencia de otra serie de variables tienen efectos que se manifiestan en la generación de conocimiento y las responsabilidades que como bien público tiene la educación con calidad en la sociedad.

Una de las preguntas relevantes está íntimamente relacionada con la siguiente idea: ¿Cuáles son los criterios de calidad en la educación que determinan el desempeño de ese capital humano formado a lo largo del tiempo? La importancia de esta pregunta

* Editor de la *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, de la Universidad Santo Tomás, Facultad de Economía. Dirección de correspondencia: Facultad de Economía, Universidad Santo Tomás, carrera 9 n.º 51-11, piso 3, Bogotá, Colombia. Correos electrónicos: alexandercotte@usantotomas.edu.co y revicife@usantotomas.edu.co

radica en que permite determinar y analizar los factores que afectan la calidad de la educación, sus posibles respuestas pueden permitir fortalecer los procesos académicos y potencializar resultados, desde estrategias diferenciadas, pero enfocadas en la calidad de la enseñanza-aprendizaje. El conocimiento de los factores que afectan el desempeño y la calidad entre otras variables permiten generar conocimiento relevante para la toma de decisiones de política en materia educativa, mejorar las prácticas docentes y académicas y promover una mayor equidad en términos de aprendizaje en los sistemas educativos y su institucionalidad.

El término de calidad está dado según el contexto en el cual se emplee, y es difícil llegar a un consenso sobre la conceptualización del término, para los académicos se refiere a los saberes, para los empleadores a competencias, para los estudiantes a la empleabilidad, para la sociedad a ciudadanos respetables y competentes (Lamarra, 2006). Así mismo, la calidad remite a cualidades siempre “en proceso de construcción..., no se puede reducirla solamente a sus recursos y productos más visibles y cuantificables, ellos expresan y manifiestan procesos educativos de calidad, mas no son la calidad en sí” (ASCUN, 1996, párr. 1).

Al hacer mención al concepto de la calidad educativa, según el Consejo Nacional de Acreditación - CNA (2016), el término se refiere a una serie de esfuerzos por parte de las instituciones por cumplir con las exigencias propias de cada una de sus funciones; por su parte el Ministerio de Educación Nacional - MEN (2016), define la calidad como aquella que forma mejores seres humanos, y para ello, propende por el fortalecimiento de procesos de evaluación y autoevaluación a la oferta educativa, a fin de responder a las necesidades del capital humano.

Desde la anterior perspectiva, existen diferentes hipótesis que en principio están interrelacionadas y que de su comprobación generarían insumos fundamentales para resolver los diferentes aspectos relacionados con la educación de largo plazo: i) las instituciones de educación acreditadas presentan un mejor desempeño en términos de calidad; ii) las instituciones de educación con unas mayores capacidades en recurso humano (nivel de formación, dedicación, retribución e incentivos, entre otros) en sus diferentes estructuras evidencian un mejor desempeño en los diferentes indicadores, no importando sus niveles de agregación; iii) la inversión en investigación y desarrollo (I+D), actividades de ciencia tecnología e innovación (ACTI) y los resultados de investigación de dichas instituciones presentan una relación directa con los resultados y las señales enviadas al mercado de calidad. Cada una de estas hipótesis se deben revisar y contrastar con la evidencia explícita reciente para determinar las diferentes alternativas en los mundos posibles de la generación de conocimiento con calidad.

Esta nueva edición de la *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, interpreta el quehacer de la investigación desde diferentes enfoques, revitalizando los aspectos de la economía

social. El investigador Nicolás Ronderos Pulido en su artículo titulado “Variaciones previsibles del ingreso y su efecto sobre el consumo. Un análisis para la economía colombiana”, explica desde una perspectiva cuantitativa los determinantes del consumo de los hogares, el autor implementa un modelo VAR(p) encontrando evidencia a favor de la relación entre el ingreso previsible hacia el consumo de los hogares, desde este hallazgo se apoya la hipótesis de exceso de sensibilidad del consumo. Sagar Hernández continúa con su análisis teórico que complementa sus trabajos previos publicados en esta revista con su trabajo de investigación titulado “La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico de la escuela monetarista de Chicago y el de los sociólogos constructivistas moderados: agente individual, organizaciones e instituciones”. Los autores estudiados a lo largo del artículo muestran en su particular análisis que el modelo formal maximizador de agente presenta una racionalidad limitada, operando en entornos de información imperfecta, imputa costes a su proceso de toma de decisiones y desarrolla expectativas racionales. En relación con las organizaciones, examina la interacción entre formas de propiedad y gestión en las empresas, como mecanismos de reducción de la incertidumbre, considerando la división del trabajo como un principio fundamental de su funcionamiento, se afirma que las instituciones como fenómenos generales, naturales son potencialmente conflictivas.

Lorena Parada Parra, en su artículo titulado “Políticas y programas de estado para la salud rural en América Latina: una revisión de la literatura”, determina cómo las políticas públicas en el tema de la salud, particularmente en lo rural, ha evolucionado a lo largo de los últimos años. La revisión de la literatura realizada establece que existen diversos programas que dan respuesta parcial a los problemas de salud existentes en las zonas rurales. En referencia a los programas de fomento rural en América Latina, la mayor parte son programas de lucha contra la pobreza y sus efectos han sido marginales.

Carlos Mario Londoño Toro en su artículo “Caracterización de los negocios barriales en los barrios del borde oriental de la comuna 10 de Medellín”, analiza la caracterización socioeconómica de los negocios en la comuna 10 de Medellín, concluyendo que los negocios barriales más representativos son aquellos que proveen bienes y servicios básicos para los hogares, son negocios que tienen debilidades estructurales relacionadas con la escasa oferta comercial, baja capacidad de generar ingresos, tamaño reducido y operación bajo grados de informalidad relativamente altos.

Mario Fernando Prieto Delgadillo y María Cristina Chinchilla Mora, desde la perspectiva microeconómica y la aplicación en la estructura de mercados, en su artículo denominado “El comportamiento del consumidor de las plazas de mercado de Villavicencio, Meta”, determinan que las plazas de mercado son una institución fundamental en la sociedad, se encuentran diversos productos, satisfacen las necesidades básicas de la población y los bajos precios y no riñen con la calidad de los productos; la economía campesina es un eje fundamental del desarrollo local.

Finalmente, el trabajo titulado, “Caracterización de la agroindustria artesanal y atributos de valoración en consumidores de queso bola de Ocosingo, Chiapas”, del investigador Anastacio Espejel García, determina que las innovaciones son elementos centrales para la estandarización de los procesos, la utilidad y estrategia comercial son variables que impactan y generan mayores ganancias en este tipo de mercados.

Con esta nueva publicación esperamos seguir contribuyendo con la investigación en temas aplicados con sus respectivos efectos en lo local, regional, nacional e internacional, para seguir siendo un referente en los temas de la economía social.

Referencias

- Asociación Colombiana de Universidades – ASCUN. (1996). *Hacia una universidad autorregulada*. Colombia: Documento de referencia para las universidades.
- Consejo Nacional de Acreditación – CNA. (2016). *¿Qué significa calidad en la educación superior? ¿Cómo se determina?* Recuperado de <http://www.cna.gov.co/1741/article-187264.htm>
- Lamarra, N. F. (2006). *La evaluación y la acreditación de la calidad: situación, tendencias y perspectivas*. Informe sobre la educación superior en América Latina y el Caribe: la metamorfosis de la educación superior.
- Ministerio de Educación Nacional – MEN. (2016). *Fomento al mejoramiento de la calidad*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-307590.html>

Editorial

*Alexander Cotte Poveda**
Editor Revista CIFE
Universidad Santo Tomás

Institutions and quality of education

The importance of institutions and the quality of education are core elements in the assessment of knowledge and skills acquired by human capital in its different forms of expression. The quality of education is intimately related to the institutional framework and the established rules, relevant information to determine the competences reached during the schooling process. In this sense, the criteria, the assessment, the performance, the results, the productivity and the impact of another series of variables have effects that are manifested in the generation of knowledge and the responsibilities that education has as a public good with quality in the society.

One of the relevant questions is intimately related to the following idea: What are the quality criteria in education that determine the performance of that human capital formed over time? The importance of this question lies in the fact that it allows to determine and analyze the factors that affect the quality of education, its possible answers can

* Editor of the journal *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, of the Santo Tomás University, Faculty of Economics. Mailing address: Facultad de Economía, Universidad Santo Tomás, carrera 9 n.º 51-11, piso 3, Bogotá, Colombia. Emails: alexandercotte@usantotomas.edu.co and revicife@usantotomas.edu.co

allow to strengthen academic processes and enhance results, from differentiated strategies, but focused on the quality of teaching-learning. The knowledge of the factors that affect performance and quality among other variables enable the generation of relevant knowledge for policy decision making in education, improving teaching and academic practices and promoting greater equality in terms of learning in education systems and their institutionality.

The term quality is given according to the context in which it is used, and it is difficult to reach a consensus on the conceptualization of the term, for academics it refers to knowledge, for employers to competencies, for students to employability, for society to respectable and competent citizens (Lamarra, 2006). Likewise, quality refers to qualities that are always “in the process of being built..., it cannot be reduced only to its most visible and quantifiable resources and products, they express and manifest quality educational processes, but not quality itself” (ASCUN, 1996).

When mentioning the concept of educational quality, according to the National Accreditation Council - CNA (2016), the term refers to a series of efforts by institutions to comply with the requirements of each of their functions. For its part, the Ministry of National Education - MEN (2016), defines quality as that which forms better human beings, and for that purpose, strives for the strengthening of evaluation and self-evaluation processes of the educational offer, in order to respond to the needs of human capital.

From the previous perspective, there are different hypotheses that initially are inter-related and that from their verification would generate fundamental inputs to solve the different aspects related to long-term education: i) accredited educational institutions have a better performance in terms of quality; ii) educational institutions with greater capacities in human resources (training level, dedication, compensation and incentives, among others) in their different structures show a better performance in the different indicators, regardless of their levels of aggregation; iii) investment in research and development (R&D), science, technology and innovation activities (STIA) and the research results of said institutions have a direct relationship with the results and signals sent to the quality market. Each of these hypotheses should be reviewed and contrasted with the recent explicit evidence to determine the different alternatives in the possible worlds of the generation of knowledge with quality.

This new edition of the journal *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, interprets the task of research from different approaches, revitalizing the aspects of the social economy. Researcher Nicolás Ronderos Pulido in his article entitled “Predictable variations of income and its effect on consumption. An analysis for Colombian economy”, explains from a quantitative perspective the determinants of household consumption, the author implements a VAR(p) model finding evidence in favor of the relationship

between predictable income to household consumption, from this finding the hypothesis of excess sensitivity of consumption is supported. Sagar Hernández continues with his theoretical analysis that complements his previous works published in this journal with his research work entitled “The fundamental theoretical convergence between the economic thought of the Chicago monetarist school and that of the moderate constructivist sociologists: individual agent, organizations and institutions”. The authors studied throughout the article show in their particular analysis that the formal maximizing agent model presents a limited rationality, operating in imperfect information environments, attributes costs to its decision making process and develops rational expectations. In relation to organizations, it examines the interaction between forms of ownership and management in companies, as mechanisms to reduce uncertainty, considering the division of labor as a fundamental principle of its operation, it affirms that institutions as general, natural phenomena are potentially conflicting.

Lorena Parada Parra, in her article entitled “State policies and programs for rural health in Latin America: a review of the literature”, determines how public policies on health, particularly in rural areas, have evolved over the last years. The review of the literature establishes that there are several programs that partially respond to the health issues existing in rural areas. In reference to rural development programs in Latin America, most of them are anti-poverty programs and their effects have been marginal.

Carlos Mario Londoño Toro in his article “Characterization of the neighborhood businesses in eastern border neighborhoods of commune 10 of the city of Medellín”, analyzes the socio-economic characterization of the businesses in commune 10 of Medellín, concluding that the most representative neighborhood businesses are those that provide basic goods and services for households, they are businesses that have structural weaknesses related to the limited commercial offer, low income generation capacity, small size and operation under relatively high levels of informality.

Mario Fernando Prieto Delgadillo and María Cristina Chinchilla Mora, from the microeconomic perspective and the application in the structure of markets, in their article called “Consumer behavior in the market squares of Villavicencio, Meta”, establish that the market squares are a fundamental institution in society, they offer diverse products, satisfy the basic needs of the population and low prices and is not at odds with the quality of the products; the peasant economy is a fundamental axis of local development.

Finally, the work titled, “Characterization of artisanal agro-industry and valuation aspects in consumers of queso bola of Ocosingo, Chiapas”, researcher Anastacio Espejel García, ascertains that innovations are essential elements for the standardization of

processes, usefulness and commercial strategy are variables that impact and generate greater profits in these types of markets.

With this new publication, we hope to continue contributing to research on applied topics with their respective effects at local, regional, national and international levels, in order to continue being a benchmark in social economy issues.

References

- Asociación Colombiana de Universidades – ASCUN. (1996). *Hacia una universidad autorregulada*. Colombia: Documento de referencia para las universidades.
- Consejo Nacional de Acreditación – CNA. (2016). *¿Qué significa calidad en la educación superior? ¿Cómo se determina?* Recuperado de <http://www.cna.gov.co/1741/article-187264.htm>
- Lamarra, N. F. (2006). *La evaluación y la acreditación de la calidad: situación, tendencias y perspectivas*. Informe sobre la educación superior en América Latina y el Caribe: la metamorfosis de la educación superior.
- Ministerio de Educación Nacional – MEN. (2016). *Fomento al mejoramiento de la calidad*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-307590.html>

Variaciones previsibles del ingreso y su efecto sobre el consumo.

Un análisis para la economía colombiana*

Predictable variations of
income and its effect
on consumption.

An analysis for Colombian economy

Nicolás Ronderos Pulido**

Recibido: 20 de Noviembre de 2019

Revisado: 28 de Enero de 2019

Aprobado: 5 febrero de 2019

* Este artículo hace parte del proyecto ingreso y consumo en la economía colombiana. Cómo citar este artículo: Ronderos, N. (2019). Variaciones previsibles del ingreso y su efecto sobre el consumo. Un análisis para la economía colombiana. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 17-37. DOI: <https://doi.org/10.15331/22484914.4874>

** Economista y magíster en economía de la Pontificia Universidad Javeriana. Docente investigador en la Universidad Santo Tomás. Correo electrónico: nicolasronderos@usantotomas.edu.co.

Resumen

En este trabajo se realiza una revisión de las teorías que explican los determinantes del consumo de los hogares. Con base en variaciones estacionales del ingreso de la economía colombiana se realiza una estimación del ingreso previsible. Utilizando un modelo VAR(p) se encuentra evidencia a favor de la relación entre ingreso previsible hacia el consumo de los hogares, se apoya la llamada hipótesis de *exceso de sensibilidad* del consumo (Flavin, 1981). Se concluye que para la economía colombiana los consumidores no incorporan toda la información disponible para establecer su senda de gastos. Por lo cual, las variaciones previsible en el ingreso disponible, causadas por cambios en el nivel de impuestos o subsidios, generan variaciones adicionales en las compras agregadas de los hogares.

Palabras clave: consumo, ingreso previsible, series de tiempo, contabilidad de innovaciones.

Clasificación JEL: E21, C32

Abstract

In this paper a review of the theories that explain the determinants of household consumption is performed. Based on seasonal variations in income of the Colombian economy, an estimate of predictable income is made. Using a VAR(p) model, evidence is found in favor of the relationship between predictable income to household consumption, the hypothesis of *excess sensitivity* of consumption is supported (Flavin, 1981). It is concluded that for the Colombian economy, consumers do not incorporate all the available information to establish their consumption path. Therefore predictable variations in the available income, caused by changes in the level of taxes or subsidies, generate additional variation in aggregate purchases of the household.

Keywords: Consumption, predictable income, time series, innovation accounting.

Classification JEL: E21, C32

1. Introducción

En cualquier economía del mundo el consumo de los hogares representa una gran proporción del GNB, por ello los determinantes del consumo de los hogares han sido ampliamente investigados en la literatura. El estudio del consumo inició con el planteamiento de Keynes (1936), el cual establece que el nivel de ingreso actual es el principal determinante del consumo y ahorro de los hogares. La evidencia empírica actual demuestra que existen periodos en donde el consumo y el ahorro presentan grandes desviaciones con respecto a lo que predice el nivel de ingreso actual (Rebeco, 2007). A causa de esto, el planteamiento de Keynes es reformulado en varias ocasiones. Friedman (1957) propone la teoría del *ingreso permanente*, en la cual un individuo determina su consumo óptimo distribuyéndolo uniformemente en el tiempo, bajo la premisa de que un individuo establece su senda futura de ingresos y gastos sin incertidumbre. Por esta razón los cambios en el *ingreso permanente* tendrán la suficiente influencia en la senda de ingreso como para afectar el nivel de consumo promedio. Esta teoría es un caso particular del modelo de consumo intertemporal de Irving Fisher (Mankiw, 2014; Rebeco, 2007; Romer, 1996), en el cual un individuo determina su senda óptima de consumo de acuerdo con sus preferencias de consumo intertemporal y la tasa de interés real de sus depósitos y créditos. La tasa real se utiliza para calcular el valor presente de los ingresos futuros. Estas teorías explican las razones por las cuales los datos macroeconómicos del consumo fluctúan suavemente en el tiempo y usualmente con menor variación que el nivel agregado de ingreso. Además, establecen que cambios en el ingreso disponible causados por impuestos transitorios tendrán una menor influencia que los impuestos permanentes.

Por otro lado, desde la hipótesis de *paseo aleatorio* propuesta por Hall (1978), se establece la importancia de determinar si variaciones previsibles del ingreso generan cambios en el consumo, a causa de que dicha hipótesis plantea que los cambios en la senda de consumo de un individuo se encuentran determinados por choques estocásticos e independientes de los usuales determinantes del consumo. Así bien, tanto la teoría de *ingreso permanente* como la hipótesis de paseo aleatorio predicen que no existe relación entre el ingreso previsible y el consumo. La teoría de *ingreso permanente* establece que un individuo usa su ahorro para suavizar su senda de consumo y optimiza de acuerdo con su senda de ingreso conocida con total certidumbre, por ello la senda de consumo incorpora la información del ingreso futuro, de esta manera los cambios en el ingreso previsible no deberían generar cambios en el consumo.

Existe evidencia microeconométrica que apoya la existencia de la relación causal entre ingreso previsible hacia el consumo (Agarwal y Souleles, 2007; Attanasio y Weber, 2013; Johnson, Parker, 1999; Parker y Souleles, 2006; Parker, Souleles, Johnson y McClelland, 2013; Shapiro y Slemrod, 2003; Shea, 1995). Sin embargo, a nivel agregado la evidencia

es contradictoria. En algunos trabajos se apoya la evidencia a favor de la relación causal (Campbell y Mankiw, 1989; Carroll, 1997; Paxson, 1992), mientras que en otros la evidencia de esta relación es inexistente (Browning y Colado, 2001; Hsieh 2003; Paxson, 1993). A diferencia de las teorías de *ingreso permanente*, paseo aleatorio y el modelo de Fisher existen varios motivos que explican la existencia de dicha relación: i) ahorro precautelativo, ii) restricciones de liquidez, iii) alejamiento de la optimización de los consumidores y iv) formación de hábitos de consumo.

Este trabajo se enfoca en establecer una relación entre ingreso previsible y consumo de los hogares a nivel agregado para el caso de la economía colombiana. Contiene cuatro secciones incluyendo esta introducción.

En la segunda sección se expone un modelo teórico y una revisión de literatura que explica la existencia de dicha relación causal.

En la tercera sección se presentan las estimaciones utilizando como medida de ingreso previsible ciclos estacionales fijos en el ingreso. En la última sección se muestran las conclusiones y recomendaciones del estudio.

2. Marco teórico

A continuación, se plantea un modelo que explica la relación entre ingreso previsible y consumo. Suponga que un individuo no posee activos en el momento t , su horizonte de vida es infinito y decide mantener un consumo constante en el tiempo. Además, se asume que en el momento cero el individuo tiene un ingreso constante e igual a Y y con probabilidad p_1 su ingreso se mantendrá en Y durante su vida. En el momento uno con una probabilidad p_j , el ingreso podrá cambiar a un nivel Y_j para $j = 1, \dots, n - 1$ durante su vida. Por lo que existen n posibles resultados de ingreso¹.

La restricción de consumo intertemporal del individuo se encuentra dada por la siguiente expresión (Romer, 1996; Rebeco, 2007; Mankiw, 2014).

$$\sum_{i=0}^{\infty} \frac{C_{t+i}}{(1+r)^i} = (1+r)A_t + \sum_{i=0}^{\infty} \frac{Y_{t+i}}{(1+r)^i}$$

1 Las probabilidades de ocurrencia se encuentran determinadas por la distribución de probabilidad del ingreso. Como es bien sabido esta presenta asimetría positiva. Por simplicidad se plantea una función de distribución del ingreso discreta.

Así, el valor presente del consumo es igual al valor presente del ingreso. Bajo la situación de ingreso constante e igual a Y el valor presente del ingreso se encuentra dado por:

$$Vp(\bar{Y}) = \sum_{i=0}^{\infty} \frac{\bar{Y}}{(1+r)^i}$$

Teniendo en cuenta que $0 \leq \frac{1}{(1+r)^i} \leq 1$ la anterior expresión es equivalente a la siguiente ecuación.

$$Vp(\bar{Y}) = \frac{\bar{Y}}{1 - \frac{1}{1+r}} = \frac{\bar{Y}(1+r)}{r}$$

Si en el momento uno el ingreso es igual a Y_j , el valor presente del ingreso es igual a la siguiente expresión.

$$Vp(Y_j) = \bar{Y} + \sum_{i=1}^{\infty} \frac{Y_j}{(1+r)^i}$$

Donde $\sum_{i=1}^{\infty} \frac{1}{(1+r)^i} = \frac{1+r}{r} - 1 = \frac{1}{r}$. Se tiene que el valor presente del ingreso está dado por la siguiente igualdad para $j = 1, \dots, n-1$.

$$Vp(Y_j) = \bar{Y} + \frac{Y_j}{r}$$

De acuerdo con la restricción de consumo intertemporal, el valor presente del consumo es igual al valor presente del ingreso, en este contexto el valor presente del consumo es igual al valor esperado del valor presente del ingreso.

$$\frac{C(1+r)}{r} = \frac{p_{\bar{Y}}\bar{Y}(1+r)}{r} + \sum_{j=1}^{n-1} p_j \left(\bar{Y} + \frac{Y_j}{r} \right)$$

Lo cual puede expresarse como:

$$C = p_{\bar{Y}}\bar{Y} + \frac{1}{1+r} \sum_{j=1}^{n-1} p_j (\bar{Y}r + Y_j)$$

La propensión marginal por consumir (PMC) es una medida de asociación entre consumo e ingreso. Con la expresión del consumo puede obtenerse la PMC de este individuo en el momento $t=1$, de la forma $\frac{C_1 - C_0}{Y^* - \bar{Y}}$. Donde $Y^* = \frac{\sum_{j=1}^{n-1} p_j Y_j}{\sum_{j=1}^{n-1} p_j}$ es el valor esperado del ingreso excluyendo la posibilidad del ingreso constante, ya que bajo esta situación la PMC no se encuentra definida. Considerando que $C_0 = Y$.

$$C = p_{\bar{Y}} \bar{Y} + \frac{1}{1+r} \sum_{j=1}^{n-1} p_j (\bar{Y}r + Y_j)$$

Además, dado que $\sum_{j=1}^n p_j = 1$.

$$C_1 - C_0 = \frac{1}{1+r} \sum_{j=1}^{n-1} p_j (Y_j - \bar{Y})$$

Por lo cual, después de un poco de álgebra, la PMC se encuentra dada por la siguiente ecuación.

$$\frac{C_1 - C_0}{Y^* - \bar{Y}} = \frac{1}{1+r} \sum_{j=1}^{n-1} p_j = \frac{1 - p_{\bar{Y}}}{1+r}$$

Cuanto más probable sea que el ingreso cambie i.e $p_r \downarrow$ el consumo reaccionará en una mayor proporción a los cambios del ingreso. En el caso de que $p_r = 0$ y la PMC sea igual a $\frac{1}{1+r}$, es decir cuando el ingreso cambia con total certeza el consumo y el ingreso mantienen una correlación cercana a uno. En caso de que $r = 0$ su correlación es igual a uno, dado que el valor presente del ingreso y el consumo es igual al valor futuro del ingreso y el consumo. En esta situación cambios previsibles en el ingreso tendrán influencia sobre el consumo, esto puede explicarse a causa de: i) ahorro precautelativo (Leland, 1968; Skinner, 1988) restricciones de liquidez (Deaton 1989; Zeldes, 1989) la inexistencia de expectativas racionales (Canzoneri, Cumby y Diba, 2007; Laibson, 1997). A continuación, se exponen estos tres puntos.

Si un hogar enfrenta incertidumbre con respecto a su senda futura de ingreso, este deberá prevenirla incrementando su ahorro como plan de contingencia. Por lo cual, cuanto mayor sea la incertidumbre ($p_r \downarrow$ y las probabilidades sean más dispersas), mayor será el ahorro actual y por ende mayor será el consumo futuro. Las probabilidades del cambio en el ingreso pueden ser calculadas con su distribución de probabilidad. Ahora bien, si la incertidumbre sobre el ingreso aumenta $p_r \downarrow$, esto puede verse reflejado en una de dos

situaciones: i) un incremento del ingreso a un nivel $Y_j > Y$ o; ii) una disminución a un nivel $Y_j < Y$. Dado que la renta se encuentra concentrada en niveles bajos, es más probable que se observe un incremento en el ingreso, a causa de una alta PMC el incremento en el ingreso genera un aumento en el consumo futuro, así a mayor incertidumbre más consumo futuro. Y por tanto cambios previsible en el ingreso ocasionan variaciones en el consumo.

Si un individuo se enfrenta a restricciones de liquidez relevantes, su consumo se encuentra limitado por su ingreso. Por lo cual las variaciones predecibles del ingreso afectan su consumo. Por ejemplo, en caso de que $p_r = 0$, el ingreso disminuya y el individuo esté sujeto a una restricción de liquidez relevante, la disminución en el ingreso previsible genera a su vez una caída en su consumo ($PMC = \frac{1}{1+r}$). El consumo podría permanecer en su nivel anterior si el individuo se endeudara.

Otro motivo por el cual el ingreso previsible se encuentra relacionado con el consumo, es que algunos individuos pueden no tener expectativas racionales. De esta manera la senda de consumo se plantea sin tener en consideración toda la información disponible. De esta forma las variaciones previsible en el ingreso son vistas como nueva información para replantear la senda de consumo.

Por otro lado, en el caso de que el ingreso permanezca constante con total certeza i.e $p_r = 1$ el ingreso no tendrá influencia alguna sobre el consumo. De tal forma que el ingreso previsible no tiene influencia sobre el consumo, ya que si el ingreso no varía no puede causar ningún cambio en el consumo. Esta situación es similar a la planteada en la hipótesis de paseo aleatorio (Hall, 1978).

3. Estimación

En este trabajo se estima un modelo VAR(p) con las siguientes dos variables endógenas: i) las ventas del comercio al por menor mensuales, como medida de consumo de los hogares y; ii) una estimación de ingreso previsible utilizando el Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) publicado por el DANE². Las dos cubren el periodo enero del 2000 hasta diciembre del 2017. El VAR(p) se calcula utilizando estas medidas debido a su frecuencia mensual. La agregación de series temporales puede generar relaciones de causalidad espurias y problemas para realizar inferencia estadística a causa de componentes VMA no invertibles (McCrorie y Chambers, 2006).

2 El ISE se construye con base en 111 indicadores coincidentes de las 9 ramas de actividad económica que componen el PIB. Su cálculo se realiza mediante un promedio ponderado de estos 111 indicadores, y sus ponderaciones se establecen de acuerdo con la participación del sector en el valor de la producción interna de la economía.

3.1 Ingreso previsible

La estimación del ingreso previsible está basada en variaciones determinísticas del ingreso causadas por: bonificaciones a los trabajadores, gastos en matrículas escolares, la agenda tributaria, contratos a término fijo, efectos calendario y costumbres sociales. En la figura 1 se presenta la estimación del periodograma, basada en Priestley (1981), sobre la primera diferencia del ISE³ junto con el ISE en diferencias. Se puede observar que predominan las frecuencias fijas estacionales, usuales de observar en una serie de tiempo con periodicidad mensual.

El ingreso previsible ΔISE^p se construye utilizando los valores ajustados de la siguiente regresión.

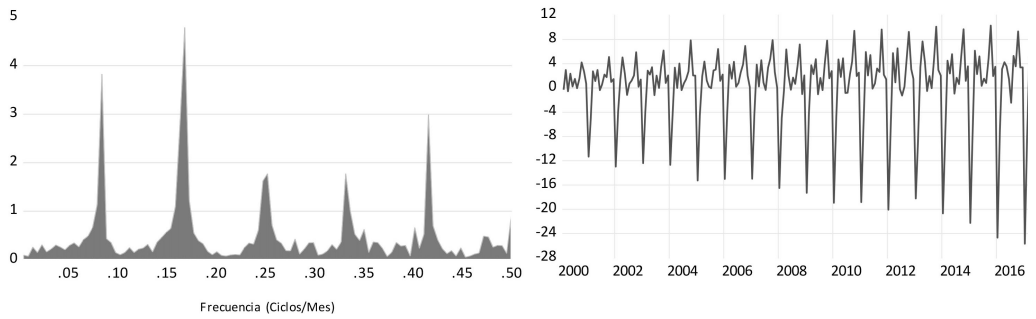
$$\Delta ISE = \sum_{k=1}^{N_o} \alpha_k \text{Cos}(w_k t) + \beta_k \text{Sen}(w_k t)$$

Donde N_o es el número de ondas sinusoidales utilizadas en la regresión. El término estocástico podría interpretarse erróneamente como la parte del ingreso no previsible, ya que este se encuentra autocorrelacionado. Flavin (1981) define la relación entre ingreso previsible y consumo como *exceso de sensibilidad* del consumo, y de forma similar define la relación entre ingreso imprevisible y consumo como *exceso de suavidad* del consumo. Cuanto mayor sea N_o ΔISE^p será cercano a ΔISE . El término N_o se selecciona con base en la significancia estadística conjunta de $\sqrt{\widehat{\alpha}_k^2 + \widehat{\beta}_k^2}$, la amplitud de la onda. En la figura 2 se muestra la estimación de ΔISE^p con base en distintos N_o . Se puede observar que existe una alta relación entre el ingreso previsible y el ingreso, con una correlación cercana a 0.91.

Cada una de las series de ingreso previsible estimadas se calcula como la suma de ondas sinusoidales, por lo que pueden ser pronosticadas sin error. En la figura 3 se muestran las ondas individuales que componen ΔISE^p al 5 % de significancia. Por definición la estimación del ingreso previsible es estacionaria. Las ondas de doce y seis meses por ciclo son las que presentan la mayor amplitud en términos numéricos.

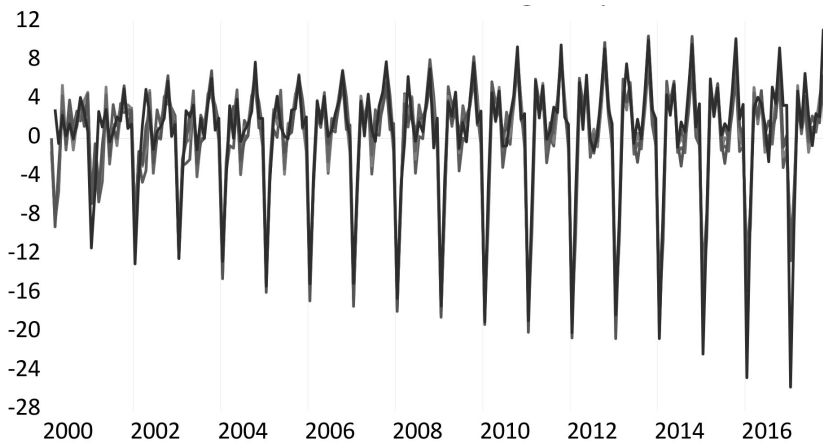
3 Mediante las pruebas de raíz unitaria de Dickey-Fuller aumentada (ADF), Phillips-Perron (PP), Dickey-Fuller GLS, y Kwiatkowski-Phillip-Schmidt-Shin (KPSS) se determinó que la serie de tiempo del ISE es integrada de orden uno.

Figura 1. Periodograma sobre la primera diferencia del ISE



Fuente. DANE

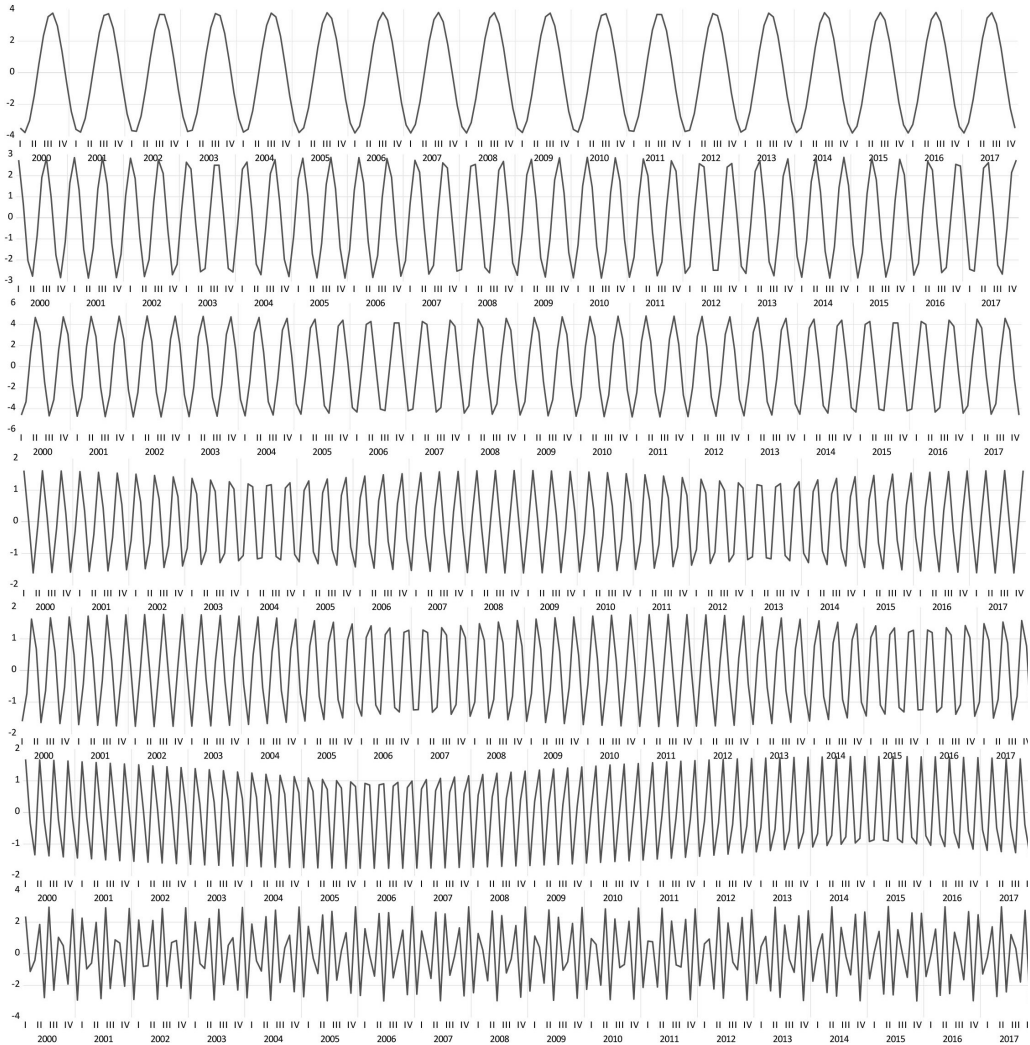
Figura 2. Estimación del ingreso previsible



- Predictible (No=7, Significativo al 5%, P=0.88)
- Predictible (No=9, Significativo al 10%, P=0.91)
- Predictible (No=10, Significativo al 20%, P=0.91)
- Predictible (No=12, Significativo al 30%, P=0.93)
- Primera diferencia del ISE

Fuente. Elaboración propia

Figura 3. Ondas sinusoidales individuales



Fuente. Elaboración propia

3.2 Vector autorregresivo

Utilizando la estimación del ingreso previsible y la primera diferencia de las ventas minoristas ⁴ se estima un modelo VAR(p) con variables dicótomas estacionales, con el objetivo de controlar por efectos estacionales que expliquen al ingreso previsible y a su vez se

⁴ Mediante las pruebas de raíz unitaria de Dickey-Fuller aumentada (ADF), Phillips-Perron (PP), Dickey-Fuller GLS, y Kwiatkowski-Phillip-Schmidt-Shin (KPSS) se determinó que la serie de tiempo de las ventas minoristas es integrada de orden uno.

encuentren relacionados con el consumo. El orden p se fijó en 15 de acuerdo con la no autocorrelación conjunta del error. Es importante mencionar que el consumo agregado también se encuentra determinado por la tasa de interés de colocación y de captación, los impuestos gravados al consumidor, los subsidios, el nivel de confianza de los hogares con respecto a sus ingresos y gastos futuros, su capacidad de endeudamiento, la estructura demográfica del país y su sistema pensional. Estos factores se encuentran incluidos en los rezagos de las ventas minoristas en el VAR(p). En el anexo 1 se muestra la estimación del VAR(15) usando el ingreso previsible al 20 % de significancia⁵.

Ahora bien, la estimación de la matriz de varianza covarianza de los errores es ortogonal, por lo cual una descomposición estructural es innecesaria y no afecta los resultados⁶ (Lütkepohl, 2005). En la tabla 1 se presenta la estimación de la matriz de varianza covarianza y de correlación de los errores. La varianza de los errores de la ecuación de ΔISE^p es cercana a cero debido a su naturaleza determinista.

Tabla 1. Matriz de varianza covarianza de los errores del VAR

(Correlación) [Covarianza]	$e_t, \Delta ISE^p$	$e_t, \Delta consumo$
$e_t, \Delta ISE^p$	(1.00) [0.0029]	- -
$e_t, \Delta consumo$	(-0.09) [-0.0117]	(1.00) [5.447]

Fuente. Elaboración propia

3.3 Contabilidad de innovaciones

Usando la estimación del VAR(15) se realizó un análisis de: i) descomposición de varianza del error de predicción; ii) descomposición histórica de las variables endógenas y; iii) un análisis de impulso y respuesta⁷. Las descomposiciones se realizan teniendo en cuenta que un VAR(p) puede expresarse como un VMA(∞). Un VAR(p) con m variables endógenas esta descrito de la siguiente forma.

$$X_t = A_0 + A_1 X_{t-1} + \dots + A_p X_{t-p} + e_t$$

Y puede expresarse como un VMA(∞) si su solución es convergente en términos del pasado y del presente de e_t . El VMA(∞) está dado por la siguiente ecuación.

$$X_t = e_t + B_1 e_{t-1} + B_2 e_{t-2} + \dots$$

5 Se ensayó modelos VAR usando el ingreso previsible calculado a otros niveles de significancia, desde el 5 % hasta el 30 %. Los resultados no son sensibles a la elección de este parámetro.

6 Para el ejercicio de contabilidad de innovaciones de la sección 3.3 se estimaron modelos SVAR(p) y sus resultados se contrastaron con el VAR(p) sin restricciones. Los dos resultados en términos estadísticos no son diferentes.

7 Adicionalmente se realizaron pruebas de causalidad en el sentido de Granger. La hipótesis de no causalidad del ingreso previsible al consumo es rechazada a cualquier nivel de significancia.

Este VMA(∞) a su vez puede calcularse en términos de errores estructurales ortogonales, tal que:

$$X_t = \Psi_0 \varepsilon_t + \Psi_1 \varepsilon_{t-1} + \dots$$

Donde $\Psi_0 = P$, $\Psi B_i = B_i P$ para $i = 1, \dots, \infty$, $\varepsilon_t = P^i e_t$ y P proviene de alguna descomposición estructural del término de error que garantice su ortogonalidad. Puede ser de un SVAR(p) o usualmente es tomada de la descomposición de Choleski, tal que $PP' = \Sigma^e$. En este caso Σ^e es ortogonal, por lo que la descomposición estructural es irrelevante. Puede demostrarse que el error de predicción está determinado por:

$$\widehat{\varepsilon}_{t+n} = X_{t+n} - \widehat{X}_{t+n} = \sum_{j=0}^{n-1} \Psi_j \varepsilon_{t+n-j}$$

Al pronosticar se asume que los errores son iguales a su valor esperado. Por lo que el error de pronóstico se determina por el valor de estos errores futuros desconocidos. De esta manera la varianza del error de pronóstico está dada por:

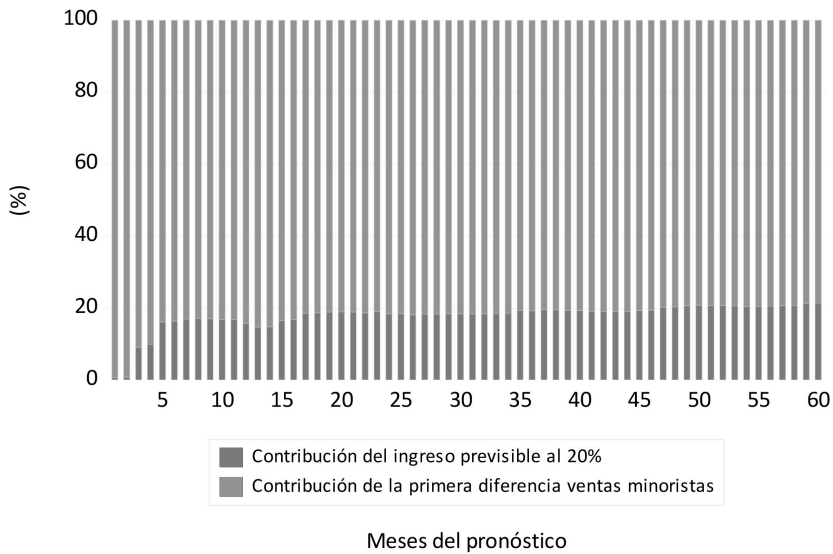
$$\Sigma_{t+n} = E(\widehat{\varepsilon}_{t+n} \widehat{\varepsilon}_{t+n}') = \Psi_0 \Psi_0' + \Psi_1 \Psi_1' + \dots + \Psi_{n-1} \Psi_{n-1}'$$

A causa de que los errores estructurales son no autocorrelacionados y ortogonales i.e. $E(\varepsilon_t \varepsilon_t') = I_m$. De esta manera la contribución de una variable j a la varianza del error de predicción de una variable i está determinada por:

$$\frac{\psi_{0,ij}^2 + \psi_{1,ij}^2 + \dots + \psi_{n-1,ij}^2}{\sum_{k=0}^{n-1} \psi_{k,i1}^2 + \psi_{k,i2}^2 + \dots + \psi_{k,im}^2}$$

Donde $\Psi_{k,ij}$ representa el elemento en la posición ij de la matriz Ψ_k . El denominador de la anterior ecuación corresponde a la varianza del error de predicción de la i -ésima variable del VAR. En la figura 4 se muestra la estimación de la descomposición de varianza del consumo agregado. Se puede observar que, si se realiza un pronóstico del consumo, la varianza de su error estará explicada en aproximadamente 20 % a causa de las innovaciones del ingreso previsible. Por lo cual las variaciones en el ingreso previsible generan cambios en el consumo agregado de los hogares.

Figura 4. Descomposición de varianza del error de predicción de las ventas minoristas



Fuente. Elaboración propia

La descomposición histórica de una variable endógena en un VAR puede realizarse con la representación VMA(∞) con errores estructurales ortogonales (Burbidge *et al.*, 1985). De acuerdo con dicha representación la j -ésima serie puede expresarse como:

$$x_{jt} = \sum_{i=0}^{\infty} \psi_{i,j1}e_{t-i,1} + \psi_{i,j2}e_{t-i,2} + \dots + \psi_{i,jm}e_{t-i,m}$$

Por lo cual, la contribución del k -ésimo error estructural asociado a la k -ésima variable del VAR a x_{jt} es igual a:

$$\sum_{i=0}^{\infty} \psi_{i,jk}e_{t-i,k}$$

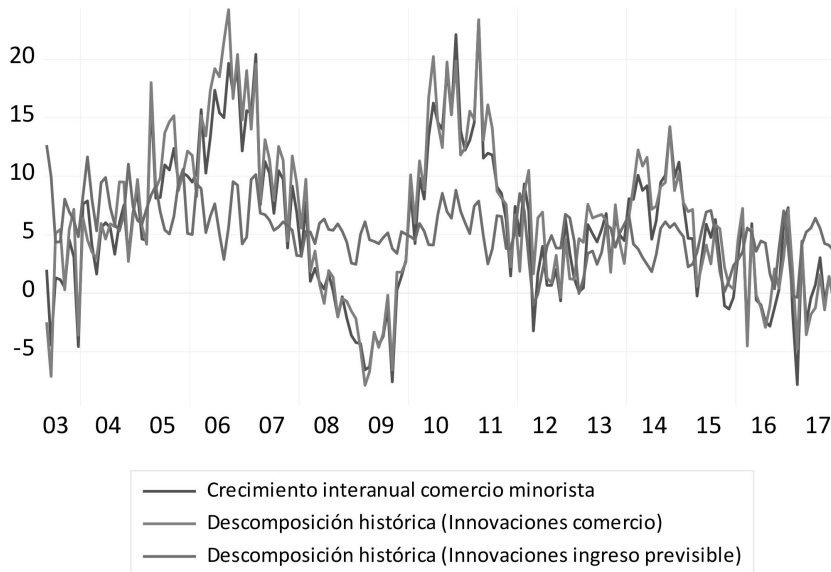
Empíricamente dicha expresión se calcula usando la representación VAR(1) de un VAR(p), los estimadores de dichas matrices de coeficientes y los valores iniciales de las variables endógenas como base de comparación. La representación VAR(1) de un VAR(p) está dada por la siguiente expresión.

$$Y_t = AY_{t-1} + U_t$$

Donde Y_t es un vector de tamaño $mp \times 1$ y A es una matriz en bloques de tamaño $mp \times mp$.

En la figura 5 se presenta la descomposición histórica del comercio minorista. La descomposición histórica puede interpretarse como los valores que se habrían observado de una variable endógena si solo las innovaciones de una de ellas se hubiesen presentado. Se puede observar que el crecimiento del comercio causado por las innovaciones del ingreso previsible es relativamente constante y en promedio de 5.4 % interanual. Por lo cual, los cambios en el ingreso previsible generan un incremento constante en el valor del consumo agregado. La estimación del ingreso previsible es un conjunto de variaciones periódicas en el ingreso y que se presentan al menos una vez en un año, generando un crecimiento histórico constante en el nivel de consumo.

Figura 5. Descomposición histórica, comercio minorista



Fuente. Elaboración propia

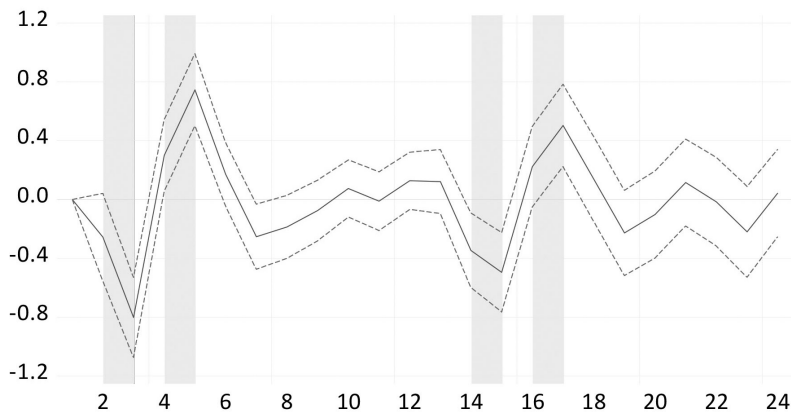
Ahora bien, las funciones de impulso respuesta del VAR(p) puede estimarse utilizando sustitución recursiva con la representación VAR(1). De tal manera que:

$$Y_t = A^t Y_0 + \sum_{i=0}^t A^i U_{t-i}$$

Si el sistema de ecuaciones es estable entonces $A^t Y_0 = 0$ y las respuestas tenderán hacia cero cuando $i \rightarrow \infty$. Los impulsos a las innovaciones se realizan en el vector U_t en un momento en el tiempo. En la figura 6 se muestra la estimación de la respuesta de la

diferencia del comercio minorista ante un impulso de una desviación estándar en el ingreso previsible. Las respuestas sombreadas son estadísticamente significativas al 95 % de confianza. El efecto acumulado hasta de la respuesta de la diferencia del consumo es 0.21. Por ello incrementos en el ingreso previsible generan un aumento en el comercio minorista. La desviación del error es $\sqrt{0.0029}$. Así en el acumulado el comercio aumenta 4.2 puntos ante un incremento de 1 punto en el ingreso previsible.

Figura 6. Respuesta de la diferencia del comercio ante un impulso en el ingreso previsible



Fuente. Elaboración propia

4. Conclusiones

Utilizando estimaciones del ingreso previsible generadas por sus variaciones estacionales se encuentra evidencia a favor de la hipótesis de *exceso de sensibilidad* del consumo. Las variaciones previsible del ingreso generadas por bonificaciones a los trabajadores, gastos en matrículas escolares, la agenda tributaria, contratos a término fijo, efectos calendario y costumbres sociales no se encuentran incorporadas en la senda de consumo de los agentes de la economía colombiana, a pesar de ser recurrentes cada año y totalmente previsible. Esto puede explicarse a causa de la existencia de: i) ahorro precautelativo; ii) restricciones de liquidez; iii) alejamiento de la optimización de los consumidores y; iv) formación de hábitos de consumo. Se sugiere en futuras investigaciones identificar la importancia relativa de cada una de estas causas.

Dicha relación implica que los impuestos o subsidios generan un cambio en el consumo sin importar si son permanentes o transitorios, haciendo el consumo sin desestacionalizar más errático, debido a que los consumidores no incorporan este cambio previsible

o imprevisible para suavizar su senda de consumo óptima. Las variaciones previsibles en el ingreso disponible generan variaciones adicionales en el consumo de los hogares.

5. Referencias bibliográficas

- Agarwal, S., Liu, C. y Souleles, N. S. (2007). The reaction of consumer spending and debt to tax rebates-evidence from consumer credit data. *Journal of Political Economy*, 115(6), 986-1019.
- Attanasio, O. P. y Weber, G. (2010). Consumption and saving: models of intertemporal allocation and their implications for public policy. *Journal of Economic literature*, 48(3), 693-751.
- Browning, M. y Collado, M. D. (2001). The response of expenditures to anticipated income changes: panel data estimates. *American Economic Review*, 91(3), 681-692.
- Campbell, J. Y. y Mankiw, N. G. (1989). Consumption, income, and interest rates: Reinterpreting the time series evidence. *NBER macroeconomics annual*, 4, 185-216.
- Canzoneri, M. B., Cumby, R. E. y Diba, B. T. (2007). Euler equations and money market interest rates: A challenge for monetary policy models. *Journal of Monetary Economics*, 54(7), 1863-1881.
- Carroll, C. D. (1997). Buffer-stock saving and the life cycle/permanent income hypothesis. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(1), 1-55.
- Deaton, D. (1989). *Saving and Liquidity Constraints*. National Bureau of Economic Research Working. Paper n.º 3196.
- Flavin, M. A. (1981). The adjustment of consumption to changing expectations about future income. *Journal of Political Economy*, 89(5), 974-1009.
- Friedman, M. (1957). The permanent income hypothesis. *A theory of the consumption function* (pp. 20-37). Princeton University Press, National Bureau of Economic Research.
- Hall, R. E. (1978). Stochastic implications of the life cycle-permanent income hypothesis: Theory and evidence. *Journal of Political Economy*, 86(6), 971-987.
- Hsieh, C. T. (2003). Do consumers react to anticipated income changes? Evidence from the Alaska permanent fund. *American Economic Review*, 93(1), 397-405.

- Johnson, D. S., Parker, J. A. y Souleles, N. S. (2006). Household expenditure and the income tax rebates of 2001. *American Economic Review*, 96(5), 1589-1610.
- Keynes, J. M. (1936). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. Fondo de cultura económica.
- Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 443-478.
- Leland, H. E. (1978). Saving and uncertainty: The precautionary demand for saving. *Uncertainty in Economics*, 127, 129-139.
- Lütkepohl, H. (2005). New introduction to multiple time series analysis. *Springer Science y Business Media*, 100-250.
- Mankiw, N. G. (2014). *Macroeconomía*. In A. Bosch (Ed.), (pp. 327-425).
- McCrorie, J. R. y Chambers, M. J. (2006). Granger causality and the sampling of economic processes. *Journal of Econometrics*, 132(2), 311-336.
- Parker, J. A. (1999). The reaction of household consumption to predictable changes in social security taxes. *American Economic Review*, 89(4), 959-973.
- Parker, J. A., Souleles, N. S., Johnson, D. S. y McClelland, R. (2013). Consumer spending and the economic stimulus payments of 2008. *American Economic Review*, 103(6), 25-53.
- Paxson, C. H. (1992). Using weather variability to estimate the response of savings to transitory income in Thailand. *The American Economic Review*, 15-33.
- Paxson, C. H. (1993). Consumption and income seasonality in Thailand. *Journal of Political Economy*, 101(1), 39-72.
- Priestley, M. B. (1981). Spectral analysis and time series. Academic Press. In Z. W. Birnbaum, E. Lukacs y G. Rebeco (Eds.), *Macroeconomía: teoría y políticas* (pp. 184-285). Pearson Educación.
- Romer, D. (1996). *Advanced macroeconomic theory*. McGraw-Hill.
- Shapiro, M. D. y Slemrod, J. (2003). Consumer response to tax rebates. *American Economic Review*, 93(1), 381-396.
- Shea, J. (1995). Myopia, liquidity constraints, and aggregate consumption: a simple test. *Journal of money, credit and banking*, 27(3), 798-805.

Skinner, J. (1988). Risky income, life cycle consumption, and precautionary savings. *Journal of Monetary Economics*, 22(2), 237-255.

Zeldes, S. P. (1989). Consumption and liquidity constraints: an empirical investigation. *Journal of Political Economy*, 97(2), 305-346.

6. Anexo

Estimación del VAR(15) con dicótomos estacionales y módulo del inverso de sus raíces.

	(1)	(2)
VARIABLES	previsible20	dcomercio
L.previsible20	2.237***	-4.695*
	(0.0632)	(2.720)
L2.previsible20	-4.295***	-6.745
	(0.138)	(5.931)
L3.previsible20	5.128***	14.56
	(0.245)	(10.56)
L4.previsible20	-5.993***	-29.25**
	(0.275)	(11.83)
L5.previsible20	5.750***	27.71**
	(0.308)	(13.26)
L6.previsible20	-6.028***	-29.89**
	(0.280)	(12.05)
L7.previsible20	5.730***	28.18**
	(0.309)	(13.28)
L8.previsible20	-6.012***	-29.98**
	(0.278)	(11.96)
L9.previsible20	5.747***	27.88**
	(0.307)	(13.22)
L10.previsible20	-6.039***	-30.61**
	(0.280)	(12.07)

	(1)	(2)
VARIABLES	previsible20	dcomercio
L11.previsible20	5.660***	28.34**
	(0.309)	(13.29)
L12.previsible20	-4.895***	-30.37**
	(0.275)	(11.82)
L13.previsible20	3.301***	31.29***
	(0.246)	(10.60)
L14.previsible20	-1.576***	-21.86***
	(0.137)	(5.912)
L15.previsible20	0.503***	12.00***
	(0.0653)	(2.804)
L.dcomercio	-0.00677***	-0.539***
	(0.00177)	(0.0759)
L2.dcomercio	-0.00796***	-0.325***
	(0.00200)	(0.0857)
L3.dcomercio	0.000144	-0.205**
	(0.00220)	(0.0942)
L4.dcomercio	0.00668***	-0.241***
	(0.00212)	(0.0909)
L5.dcomercio	0.00522**	-0.0750
	(0.00215)	(0.0925)
L6.dcomercio	0.00476**	0.310***
	(0.00215)	(0.0920)
L7.dcomercio	0.0143***	0.201**
	(0.00194)	(0.0835)
L8.dcomercio	0.0188***	0.170**
	(0.00174)	(0.0750)
L9.dcomercio	0.00823***	0.0646
	(0.00220)	(0.0946)

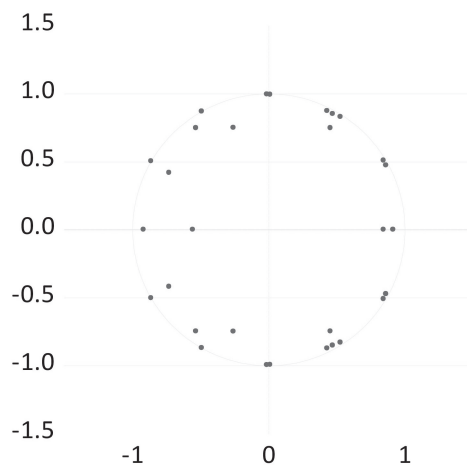
	(1)	(2)
VARIABLES	previsible20	dcomercio
L10.dcomercio	-0.00588***	0.141
	(0.00219)	(0.0952)
L11.dcomercio	-0.00746***	0.217**
	(0.00221)	(0.0994)
L12.dcomercio	-0.00492**	0.208**
	(0.00239)	(0.102)
L13.dcomercio	-0.00888***	-0.0609
	(0.00234)	(0.101)
L14.dcomercio	-0.0132***	-0.0498
	(0.00209)	(0.0903)
L15.dcomercio	-0.00826***	-0.0195
	(0.00188)	(0.0805)
m1	-132.9***	-705.2**
	(6.632)	(285.7)
m2	0.213	-63.59***
	(0.164)	(7.103)
m3	-134.0***	-692.1**
	(6.696)	(288.4)
m4	-0.242	-37.74***
	(0.158)	(6.803)
m5	-132.7***	-697.3**
	(6.632)	(285.7)
m6	0.616***	-45.08***
	(0.171)	(7.419)
m7	-133.2***	-676.4**
	(6.666)	(287.1)
m8	0.645***	-19.47***
	(0.131)	(5.658)

	(1)	(2)
VARIABLES	previsible20	dcomercio
m9	-132.1*** (6.638)	-688.8** (285.9)
m10	1.013*** (0.137)	-30.23*** (6.057)
m11	-133.2*** (6.704)	-693.1** (288.8)
Constant	66.32*** (3.344)	362.8** (144.1)
Observations	199	199
R-squared	1.000	0.980

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico

de la escuela monetarista de Chicago y el de los
sociólogos constructivistas moderados: agente
individual, organizaciones e instituciones*

The fundamental theoretical
convergence between the economic
thought of the Chicago monetarist school and that
of the moderate constructivist sociologists:
individual agent, organizations and institutions

Sagar Hernández Chuliá**

Recibido: 5 de octubre de 2018

Revisado: 10 de noviembre de 2018

Aprobado: 5 de diciembre de 2018

* Este artículo constituye una adaptación parcial del epígrafe 4.2 “Relación de la escuela monetarista de Chicago con el constructivismo en sociología” de la tesis doctoral “Principales puntos de convergencia entre las escuelas hegemónicas de teoría económica y sociológica desde la Ilustración escocesa hasta nuestros días”. Cómo citar este artículo: Hernández, S. (2019). La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico de la escuela monetarista de Chicago y el de los sociólogos constructivistas moderados: agente individual, organizaciones e instituciones. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 39-77. DOI: <https://doi.org/10.15331/22484914.4876>

** Profesor del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma de Madrid. Correo electrónico: sagar.hernandez@uam.es

Resumen

La presente investigación pretende demostrar la fundamental convergencia teórica existente entre las aportaciones procedentes de los economistas de la escuela monetarista de Chicago y las de los sociólogos constructivistas moderados, para ciertas esferas concretas de sus análisis. Con tal propósito, se agrupan estas contribuciones en torno a tres categorías: agente individual, organizaciones e instituciones. En este sentido, se concluye con que su modelo formal maximizador de agente presenta una racionalidad limitada, opera en entornos de información imperfecta, imputa costes a su proceso de toma de decisiones y desarrolla expectativas racionales. Además, en relación con las organizaciones, estos autores examinan la relación entre formas de propiedad y gestión en las empresas, comprenden estas como mecanismos de reducción de la incertidumbre, consideran la división del trabajo como un principio fundamental de su funcionamiento y estudian el comportamiento de oligopolios, Estado y sindicatos en el mercado. Finalmente, comprenden las instituciones como fenómenos generales, naturales y potencialmente conflictivos.

Palabras clave: teoría económica, teoría sociológica, escuela de Chicago.

Clasificación JEL: A12, B41, N01, Y80

Abstract

This research aims to demonstrate the fundamental theoretical convergence between the contributions from economists of the Chicago monetarist school and those from the moderate constructivist sociologists, for certain specific areas of their analysis. To this end, we group these contributions in three categories: individual agent, organizations and institutions. In this sense, we conclude that their formal maximizing agent model presents a limited rationality, operates in imperfect information environments, attributes costs to its decision making process and develops rational expectations. Furthermore, in relation to organizations, these authors examine the relationship between forms of ownership and management in companies, understand these as mechanisms to reduce uncertainty, consider the division of labor as a fundamental principle of its operation and study the behavior of oligopolies, State and unions in the market. Finally, they understand institutions as general, natural and potentially conflicting phenomena.

Keywords: Economic theory, sociological theory, Chicago school.

Classification JEL: A12, B41, N01, Y80

1. Introducción¹

En un texto previo (Hernández, 2018) identificamos a Milton Friedman y George Stigler como los dos economistas más representativos de la escuela de Chicago. Por otra parte, y valiéndonos parcialmente de la aproximación a la historia del pensamiento sociológico que desarrolla Lamo de Espinosa (2001), señalamos a Daniel Bell, Peter F. Drucker, Manuel Castells, Anthony Giddens, Ulrich Beck o Pierre Bourdieu como las principales figuras que integran la corriente constructivista moderada en sociología. El criterio clasificatorio que reúne a estos seis investigadores remite a su pretensión de integrar, en pie de igualdad, las explicaciones y causas comunicativas y laborales a fin de analizar la sociedad. Posteriormente, y en atención a la estrategia analítica por la que se decanta cada uno de ellos, los dividimos en dos grandes grupos. Así, por un lado, se encuentran aquellos que abogan por establecer conceptos teóricos generales en los que se sintetizan, a un mismo tiempo, elementos de muy diferentes esferas conceptuales (aquí situamos a Giddens, Beck y Bourdieu); y, por otro, con aquellos que, como en el caso de Bell, Drucker o Castells, elaboran un modelo sistémico que implica la existencia de múltiples esferas sociales diferenciadas; cada una de las cuales presenta una lógica interna propia.

Pues bien, en esta investigación, y con fines estrictamente expositivos, es a este último grupo de sociólogos, al de los constructivistas moderados de perfil sistémico, al que se toman como representantes legítimos de la generación constructivista moderada en su totalidad, a fin de comparar su doctrina teórica con la expuesta por las figuras más representativas de la escuela monetarista de Chicago respecto a tres categorías concretas: agente individual, organizaciones e instituciones.

2. Agente individual

Con respecto a la caracterización que llevan a cabo estos autores de los agentes individuales, lo primero que se señala es que esta categoría presenta dos posibles vías de aproximación: la formal, basada en la construcción por parte del investigador de

1 El lector puede aproximarse a este artículo de dos maneras. Por una parte, dado que su línea argumental resulta plenamente autocontenida, puede comprenderlo como un texto autónomo que da cuenta de la fundamental convergencia teórica que se produce entre el pensamiento económico defendido por los autores adscritos a la escuela monetarista de Chicago; y el de los sociólogos constructivistas moderados en tres categorías concretas: agente individual, organizaciones e instituciones. Por otra, puede considerarlo como una investigación complementaria a otro artículo publicado por el mismo autor (Hernández, 2018). Si opta por esta segunda opción, se encontrará ante un ejemplo de cómo las apuestas teleológicas, epistemológicas y metodológicas que llevan a cabo los autores analizados establecen el espacio de posibilidades mismo dentro del cual pueden adquirir sentido las tres categorías aquí presentadas. En cualquier caso, el lector debe tener muy presente que la elección de estas tres categorías concretas responde a su utilidad heurística a la hora de analizar el pensamiento, tanto económico, como sociológico de estos autores, ya sea debido a su presencia (y, por tanto, a la forma concreta que estas adopten) o a su ausencia.

modelos pretendidamente no realistas con fines estrictamente heurísticos; y el material, que atiende a su efectiva acción en el mundo.

Los autores de la escuela monetarista de Chicago parten del establecimiento de un modelo formal de agente individual que desarrolla conductas rigurosamente maximizadoras. En este sentido, Friedman resulta particularmente explícito cuando afirma que “supondremos que el individuo actúa como si persiguiese e intentase maximizar un fin único” (Friedman, 1993, p. 56. *Cursiva en el original*); es decir, según este autor, “hay que interpretar a los agentes económicos como seres que tratan de maximizar su utilidad, o mejor, la utilidad esperada” (Friedman, 1993, p. 342). Stigler se pronuncia en una línea muy similar en un artículo que firma junto con Gary S. Becker al declarar: “estamos proponiendo la hipótesis de que el comportamiento humano generalizado y/o habitual puede ser explicado mediante un cálculo generalizado del comportamiento maximizador de la utilidad” (Stigler y Becker, 1977, p. 76). No obstante, no debemos perder de vista que Stigler, a fin de completar su propio modelo, introduce también ciertas modificaciones a este esquema inicial procedentes de la acción efectiva que desarrollan los agentes individuales en el mundo.

Así, por ejemplo, al establecer el tipo de agente individual que opera en el mercado, resalta la importancia de referirse a su capacidad intelectual, ya que esta “influencia, y a menudo de una manera decisiva, su comportamiento; y, por lo tanto, el comportamiento de los mercados” (Stigler, 1982, p. 65). Esta forma de proceder supone de *facto* incorporar a su modelo formal el supuesto de racionalidad limitada al reconocer que “la mente humana no es una varita mágica que vibra en presencia de la verdad” (Stigler, 1965, p. 5). Es más, según este autor, “nuestra comprensión de la vida económica resulta incompleta si no tenemos en cuenta sistemáticamente los fríos vientos de la ignorancia” (Stigler, 1961, p. 224). Pero lo más relevante de esta inclusión de la premisa de racionalidad limitada remite a su causa. Stigler, en contra de su propia doctrina epistemológica, se vale de ella debido a su carácter realista. En este sentido, por ejemplo, al tratar sobre el precio de una mercancía que debe ser transportada del lugar de producción al de consumo, señala que su importe final ha de responder a una ecuación cuyo resultado procede de la suma del precio en el lugar de origen más la cuantía del transporte. No obstante, inmediatamente después, añade también que “esta ecuación se sostendría continuamente si el conocimiento fuera perfecto o si el producto pudiera almacenarse de forma gratuita. En general, sin embargo, estas condiciones no se cumplen en los mercados reales” (Stigler y Sherwin, 1985, p. 556).

Además de esta racionalidad limitada, el modelo de agente individual que elaboran los economistas de Chicago presenta otras dos características, por una parte, se encuentra en un entorno de información imperfecta; por otra, el proceso de toma de decisiones

implica costes². Con respecto al primer factor, Stigler destaca cómo la dispersión de precios responde al hecho de que los agentes no disponen de información perfecta. En este sentido, señala explícitamente que dicho fenómeno puede ser comprendido como “una medición sesgada de la ignorancia, ya que no existe absoluta homogeneidad de productos si tenemos en cuenta las condiciones de venta dentro del concepto de mercancía” (Stigler, 1961, p. 214). Es precisamente en este entorno de información imperfecta en el que, según Friedman, introducimos la hipótesis de que “los individuos actúan *como si* asignasen probabilidades personales a todos los eventos posibles” (Friedman, 1993, p. 114. *Cursiva en el original*). Es decir, Friedman aboga por valerse de la teoría de la elección según la utilidad esperada:

Supondré que los individuos eligen entre alternativas que implican riesgo como si conociesen la distribución de probabilidades de las rentas unida a cada alternativa y trataran de maximizar el valor esperado de una cantidad, llamada ‘utilidad’, que es función de la renta. (Friedman, 1993, p. 323)

En referencia a los costes que implica el proceso de toma de decisiones, el propio Stigler (1961, p. 220) subraya también que los agentes no pueden disponer en ningún caso de información perfecta porque, por ejemplo, “las condiciones de oferta y demanda; y, por lo tanto, la distribución de precios, se modifican con el tiempo”. Esta situación fuerza, tanto a vendedores como a compradores, a examinar las cambiantes condiciones del mercado; y esta investigación conlleva costes. Como él mismo señala en el artículo que redacta junto a Becker, “a fin de tomar una decisión, uno requiere información, y esta debe ser analizada” (Stigler y Becker, 1977, p. 82). Así, de este hecho deduce que:

Los costes de búsqueda de información y de la aplicación de esta a una nueva situación son tales que el hábito resulta, a menudo, una forma más eficiente de hacer frente a cambios moderados o temporales desde una perspectiva maximizadora de la utilidad. (Stigler y Becker, 1977, p. 82)³

Por otra parte, entre estas cambiantes condiciones del mercado que, tanto compradores como vendedores deben explorar antes de llevar a cabo sus operaciones, se encuentra también la entrada y salida de nuevos oferentes y demandantes. En este sentido, Stigler

2 Ahora bien, antes de continuar debemos hacer una aclaración. Cuando señalamos que el modelo de agente individual que desarrollan los economistas de Chicago presenta una racionalidad limitada, estamos haciendo referencia a que sus “procedimientos mentales” no resultan del todo “eficientes”. Sin embargo, cuando afirmamos que se encuentra en un entorno de información imperfecta, nos limitamos a poner de manifiesto que la información a la que dicho agente puede acceder resulta incompleta. Se trata de dos cuestiones que, aunque pueden presentarse conjuntamente, no se refieren a un mismo fenómeno.

3 Este argumento se establece como la puerta de entrada gracias a la cual la “economía de la información” se introduce en el pensamiento económico. La peculiaridad de esta corriente de pensamiento remite al hecho de que sus partidarios abogan por “el uso de la teoría económica estándar del comportamiento maximizador de la utilidad para determinar cuánta información adquirirían las personas, con especial atención a los precios a los que comprarían y venderían” (Stigler, 1982, p. 66). Friedman (1993, pp. 285-286) reconoce de forma explícita las aportaciones que en esta área ha desarrollado Stigler; y las aplica, tanto a los trabajadores que buscan empleo, como a los empresarios que analizan el mercado laboral a fin de dar con los empleados más adecuados para su empresa.

(1961, p. 216) destaca que “la identificación de compradores y vendedores reduce drásticamente el costo de la búsqueda. La solución alternativa es el desarrollo de comerciantes especializados cuyo principal servicio sea proporcionar un lugar de encuentro para potenciales compradores y vendedores”. Así, por ejemplo, se comprende el fenómeno publicitario como un poderoso mecanismo orientado a reducir los costes de toma de decisiones, ya que se constituye como “un método para proporcionar a los compradores potenciales el conocimiento de la identidad de los vendedores. Está claro que es un instrumento sumamente eficaz para la eliminación de la ignorancia” (Stigler, 1961, p. 220).

Al atender la cuestión concreta de las expectativas, son precisamente los autores de la escuela monetarista de Chicago los primeros que caracterizan estas como racionales (Friedman, 1993, p. 280). Según la doctrina previa de las expectativas adaptativas, los agentes económicos, al elaborar sus predicciones, solo tienen en cuenta los datos procedentes del pasado; y, de este modo, cometen errores sistemáticos en sus pronósticos. Sin embargo, la nueva teoría implica incorporar también la información aportada por los expertos, con lo que ya no puede afirmarse legítimamente que dichos errores se ajusten a un determinado patrón. La formulación inicial de esta tesis se encuentra en una investigación llevada a cabo por John F. Muth (1961) sobre la administración de inventarios empresariales. Este autor parte de la premisa de que, si los consumidores y las empresas actúan de un modo racional a la hora de tomar decisiones, también lo harán al elaborar sus expectativas.

Sin embargo, la aplicación de este argumento al campo macroeconómico de cara a confeccionar una nueva teoría del equilibrio general corresponde a otro economista, Robert E. Lucas (1972; 1975; 1976). Este defiende, al modo de Muth, que solo los shocks monetarios no previstos pueden desviar las variables macroeconómicas de su valor “natural”; y que, por lo tanto, dicha distorsión presenta un carácter estrictamente transitorio. El propio Friedman (1993, p. 283. *Cursiva en el original*) hace suya esta doctrina al señalar como “el único medio que tiene el político para conseguir una reducción del desempleo es la inflación *inesperada*”. Una de las consecuencias más relevantes que se deriva de esta idea remite a la falta de efectividad real de las políticas de estímulo económico impulsadas por el Estado, ya que dichas medidas, al ser previstas por los agentes, no cumplen con su función (Sargent y Wallace, 1976).

Finalmente, los economistas de Chicago también niegan la necesidad de remitirnos a un cierto componente no racional en la esfera de la acción desarrollada por los agentes individuales en el mercado. De este modo, rechazan las doctrinas de la ilusión monetaria y de los *animal spirits*. La primera consiste en la incapacidad de los trabajadores para diferenciar entre variables nominales y reales. Es decir, para anticipar los efectos de la inflación. Desde la hipótesis de las expectativas racionales, según Friedman (1993, p. 254. *Cursiva en el original*), dicho argumento adquiere la forma de un *deus ex machina* insostenible ya que estos agentes, en realidad, adaptan sus exigencias salariales a la

inflación prevista⁴. Por su parte, la noción de *animal spirits* apunta hacia la tendencia que demuestran los empresarios a la acción. Señala hacia ese impulso interior y no racional que les impele a desarrollar su labor. Desde el modelo de agente individual por el que se decantan estos autores, tal afirmación también carece de sentido. Basta con asumir la hipótesis de que los hombres de negocios actúan movidos por “la búsqueda unilateral del propio interés pecuniario” (Friedman, 1953, p. 164), ya que este supuesto “funciona bien en una amplia variedad de hipótesis económicas relacionadas con los fenómenos de masas” (Friedman, 1953, p. 164). Como se puede comprobar, el modelo de agente individual que defienden estos economistas no remite a un impulso irracional, sino al simple interés del empresario en su búsqueda de beneficios. Por cierto, que el propio Friedman (1953, p. 164) señala que esta hipótesis que postula el carácter racional y maximizador de la conducta que desarrollan estos agentes resulta menos asumible para los sociólogos.

Resumiendo. La doctrina por la que abogan los economistas de Chicago respecto al agente individual supone la construcción de un modelo formal articulado en torno a seis características principales. En primer lugar, se trata de agentes que desarrollan conductas rigurosamente maximizadoras. En segundo lugar, presentan una racionalidad limitada. En tercer lugar, operan en un entorno caracterizado por la existencia de información imperfecta. En cuarto lugar, su proceso de toma de decisiones implica costes. En quinto lugar, desarrollan expectativas racionales. Y, en sexto lugar, sus acciones no pueden explicarse atendiendo a un cierto componente no racional.

La comparación llevada a cabo entre el modelo formal de agente individual que proponen los economistas de Chicago, y la doctrina defendida por los sociólogos constructivistas moderados para ciertas esferas específicas se articula en torno a estas seis características. Comenzamos por presentar las aportaciones teóricas que en este sentido elabora Daniel Bell.

Este autor afirma que una de las dimensiones más destacadas de la sociedad posindustrial remite a cómo el proceso de toma de decisiones se lleva a cabo gracias a la nueva “tecnología intelectual”. Su principal peculiaridad reside en “el esfuerzo por definir una acción racional e identificar los medios para llevarla a cabo” (Bell, 2001, pp. 48-49). Así, dicha tecnología intelectual comprende la racionalidad “como un juicio entre dos alternativas, una de las cuales es capaz de producir el resultado preferible” (Bell, 2001, p. 50). El hecho de que Bell parta de esta premisa para describir la tecnología intelectual puede ser comprendido como una aproximación a las tesis defendidas por los economistas de Chicago en tanto que, al menos en este ámbito, supone la admisión de un modelo formal maximizador de agente individual. No debemos perder de vista que el propio Bell (2001, p. 50) señala explícitamente que, para esta tecnología intelectual, “la acción deseable es una estrategia que conduce a la solución óptima o ‘mejor’; es decir,

4 Sobre el concepto de “ilusión monetaria” véase también Friedman (1968).

a aquella que maximiza el resultado o, por depender de la valoración de los riesgos y las incertidumbres, trata de minimizar las pérdidas”.

En segundo lugar, la acción racional, según la entiende esta tecnología intelectual, toma en consideración el hecho de que las acciones pueden venir sujetas, tanto a problemas derivados de la racionalidad limitada de los agentes⁵, como a las dificultades propias de operar en un entorno caracterizado por la existencia de información imperfecta. De este modo, dichas acciones se pueden ejecutar bajo tres tipos de condiciones: de seguridad, “cuando las limitaciones son fijas y conocidas” (Bell, 2001, p. 49); de riesgo, cuando “se conoce una serie de resultados y se pueden establecer las probabilidades de cada resultado” (Bell, 2001, p. 49); y de incertidumbre, “cuando cabe estipular la serie de posibles resultados, pero las probabilidades son completamente desconocidas” (Bell, 2001, p. 49). Además, Bell (2001, p. 49) también atiende a cómo el proceso de toma de decisiones implica costes al afirmar que “cualquier situación conlleva limitaciones (costes, por ejemplo) y alternativas contrapuestas”.

Sin embargo, este autor no presta una especial atención al asunto de las expectativas. No entra a valorar explícitamente si deben considerarse adaptativas o racionales. Se limita a poner de manifiesto cómo en los “juegos entre personas”, a diferencia de los “juegos contra la naturaleza” (Bell, 2001, p. 49), los agentes deben incorporar los juicios recíprocos de los participantes a la hora de ejecutar sus propias acciones, ya que cualquier conducta de este tipo “está necesariamente conformada por los juicios recíprocos de las intenciones de los otros” (Bell, 2001, p. 49). No obstante, y pese a que no podemos encontrar un posicionamiento explícito con respecto al carácter que presentan dichas expectativas por parte de Bell, sí constatamos cómo, según este autor, la tecnología intelectual se vale con cierta frecuencia de pronósticos elaborados por expertos. En este sentido, resultaría lícito afirmar que dichas expectativas, al menos en la esfera concreta de la tecnología intelectual, presentan un perfil fundamentalmente racional. En apoyo de esta hipótesis podemos recordar cómo en su compendio sobre las principales doctrinas que han protagonizado el desarrollo de las ciencias sociales desde la segunda guerra mundial (donde, por cierto, el autor presta especial atención a la economía), Bell (1984, p. 95) califica como una “poderosa elaboración teórica” la exposición que lleva a cabo Lucas de la teoría de las expectativas racionales.

Ahora bien, la principal discrepancia respecto a la caracterización de los agentes individuales que quizá podríamos identificar entre la doctrina defendida por Bell y la expuesta por los economistas de Chicago, podría remitir a la necesaria introducción de un componente no racional a la hora de dar cuenta de las acciones que estos desarrollan. Se inició afirmando que, según este sociólogo, uno de los elementos más destacados de la

5 No debemos perder de vista que Bell 1984, p. 129, nota al pie 13) califica expresamente el libro de 1976 de Herbert A. *Simon Administrative Behavior* (donde este autor expone la tesis de la racionalidad limitada de los agentes) como una “importante obra”.

sociedad posindustrial consiste en el surgimiento de una tecnología intelectual que toma decisiones valiéndose de un cierto modelo formal de agente racional. Sin embargo, este mismo autor también aboga por comprender las actuales sociedades como una difícil amalgama de tres ámbitos distintos que se rigen por principios axiales diferenciados: la estructura social, el orden político y el cultural. Pues bien, esta circunstancia enfrenta dos posibles escenarios, o bien Bell considera que dadas las problematizadoras relaciones que caracterizan los vínculos que pueden establecerse entre estas tres esferas, pueden introducirse elementos no racionales en el ámbito de decisión de la tecnología intelectual (circunscrito únicamente a la esfera de la estructura social); o bien, el componente no racional de la acción queda asilado fuera de dicho ámbito. De este modo se evidencia, por una parte, de la negativa de Bell a considerar que pueda darse algo así como una prognosis política; y, por otra, de la centralidad del deseo de realización y reforzamiento del sujeto como principio axial propio de la esfera cultural.

No obstante, antes de continuar, se realiza una aclaración. Al expulsar el componente no racional de la lógica de las actuaciones que puede desarrollar la tecnología intelectual, no se afirma que todas las acciones que desarrollan los agentes individuales en la esfera de la estructura social resulten ajenas a este. Se defiende que, en el estricto ámbito de decisión de la tecnología intelectual, no se incorpora dicho componente no racional. Esta forma de interpretar la obra de Bell, además, permite afirmar que los agentes individuales que desarrollan acciones en la esfera de la estructura social (pero no de la tecnología intelectual propiamente dicha) sí incorporan problemáticamente elementos no racionales. Así, hay que concluir que si bien es cierto que Bell introduce una caracterización de los agentes individuales que rechaza el recurso a un cierto componente no racional a la hora de explicar sus actuaciones, también circunscribe la validez de esta estrategia al ámbito concreto del proceso de toma de decisiones por parte de la tecnología intelectual.

Por su parte, la obra de Drucker en general, y no solo su texto más conocido (*La sociedad poscapitalista*), se caracteriza por resultar muy parca en referencias a la caracterización de los agentes individuales. El motivo puede residir en la identificación que este autor lleva a cabo entre sociedad poscapitalista y la sociedad de las organizaciones. No obstante, se encuentra una alusión, bien que ciertamente tangencial, a su forma de comprender a los agentes individuales. Según defiende Drucker (1969, p. 266), “extender los años de escolarización es un comportamiento económico racional. ‘Maximiza las ganancias’ mucho más efectivamente que cualquier cosa que el hombre de negocios más astuto jamás haya podido prever”. Se puede comprobar esta afirmación al tiempo que identifica la racionalidad de los agentes individuales con un comportamiento maximizador, parece circunscribir su validez a la esfera estrictamente económica. En favor de esta lectura podemos recordar cómo el propio Drucker (1969) afirma que “no existe elección racional entre diferentes resultados” (p. 32); y que, por ejemplo, las decisiones políticas

“no se deberían tomar solo por motivos económicos. De hecho, bien podría argumentarse que las decisiones políticas siempre deberían tomarse por motivos no económicos; es decir, atendiendo a objetivos y valores morales, sociales, estéticos o éticos” (Drucker, 1969, p, 342).

Ya desde el campo estrictamente sociológico, el análisis de las aportaciones que realiza Castells a la caracterización del agente individual parte del hecho de que este autor establece la red, “compuesta por diversos sujetos y organizaciones” (Castells, 2005, p. 253), como la unidad de análisis más adecuada para este momento histórico concreto. Así, sostiene que “por primera vez en la historia, la unidad básica de la organización económica no es un sujeto, sea individual (como el empresario o la familia empresarial) o colectivo (como la clase capitalista, la empresa, el Estado)” (Castells 2005, p. 253). De este modo, podemos afirmar que la aproximación que este autor lleva a cabo a la figura de los agentes individuales, pero también a las organizaciones o a las instituciones, se subsume bajo la lógica general de la red.

En cualquier caso, la doctrina por la que aboga Castells con respecto al agente individual supone la construcción de un modelo formal cuya validez queda circunscrita a la esfera económica. Así, por ejemplo, al definir los dos modos de producción dominantes durante el siglo XX afirma que, mientras que el capitalismo “se orienta hacia la maximización del beneficio, es decir, hacia el aumento de la cantidad de excedente apropiado por el capital en virtud del control privado de los medios de producción y circulación” (Castells 2005, p. 46); el estatismo lo hace hacia “la maximización del poder, es decir, al aumento de la capacidad militar e ideológica del aparato político para imponer sus metas a un número mayor de sujetos y a niveles más profundos de su conciencia” (Castells 2005, p. 46). Como se comprueba, en esta esfera concreta de los modos de producción, Castells defiende la existencia de un modelo maximizador de agente.

Así, cuando examina la forma organizativa que presenta el funcionamiento de las redes en la actual esfera económica, afirma que esta “ha de tener su propia dimensión cultural. Si no fuera así, la actividad económica se realizaría en un vacío cultural/social, afirmación que pueden sostener algunos economistas ultrarracionalistas, pero plenamente rechazada por los datos históricos” (Castells 2005, p. 253). De este modo, aunque no hace alusión directa a los agentes individuales, se desmarca de la doctrina “ultrarracionalista” que supone dar cuenta del proceso de toma de decisiones en el ámbito estrictamente económico, como si este se desarrollara en ausencia de un entorno cultural o social significativo para el agente. En este sentido, se afirma que la caracterización de la racionalidad de los agentes individuales que lleva a cabo Castells debe considerarse limitada, por cuanto que, al menos en el ámbito económico, esta se ve fuertemente contaminada por fuerzas ajenas a dicha esfera.

Con respecto al hecho de que los agentes operen en un entorno caracterizado por la existencia de información imperfecta, este autor parte de la “capacidad de todas las formas del lenguaje para codificar la ambigüedad y para abrir una diversidad de interpretaciones” (Castells, 2005, p. 449). Según él, es precisamente esta capacidad “la que hace a las expresiones culturales distintas del razonamiento matemático formal/lógico” (Castells, 2005, p. 449). Así, “cuando los críticos de los medios de comunicación electrónicos sostienen que el nuevo entorno simbólico no representa la ‘realidad’, hacen referencia implícita a una noción absurdamente primitiva de experiencia real ‘no codificada’ que nunca existió” (Castells, 2005, p. 449). Es por esta razón por la que se afirma que la negativa de Castells a imputar existencia a una cierta realidad objetiva (entendida esta como una noción primitiva de experiencia no codificada) implica considerar la información efectivamente disponible para los agentes como constitutivamente imperfecta. Además, en el caso concreto de la esfera económica, este autor también destaca cómo determinados factores institucionales pueden contribuir a consolidar este escenario. De este modo, por ejemplo, “la decadencia de los mercados centrales y la regulación menos estricta de la inversión electrónica hace difícil seguir los movimientos del capital” (Castells, 2005, p. 193). Por consiguiente, al tiempo que “el secreto cada vez mayor de la inversión atrae grandes cantidades de capital” (Castells, 2005, p. 193), “los pequeños inversores, aunque pueden acceder a la información online, no tienen el mismo acceso a la información no pública del que disponen las grandes empresas o los inversores institucionales” (Castells, 2005, p. 193. *Cursiva en el original*). Por consiguiente, “debido a su información incompleta, los inversores individuales tienen que reaccionar rápidamente a las señales indirectas de cambios en el valor de las acciones, aumentando de ese modo la inestabilidad de los mercados” (Castells, 2005, pp. 193-194). De donde se deriva que, “en el mercado financiero electrónico hay muchos más inversores con un amplio espectro de estrategias para contrarrestar la incertidumbre, utilizando la velocidad y la flexibilidad para compensar niveles inferiores de información” (Castells, 2005, p. 194); lo que, a su vez, se traduce en una “mayor complejidad y volatilidad del mercado” (Castells, 2005, p. 194).

De este modo, habida cuenta de que “en cierto sentido, toda la realidad se percibe virtualmente” (Castells, 2005, p. 449), se deduce que el proceso de toma de decisiones acarrea costes. Es más, en el caso concreto de la esfera económica, el propio Castells destaca cómo el impacto de las modificaciones acaecidas en el ámbito de las tecnologías de las transacciones ha afectado al sector financiero debido a que ha permitido reducir “los costos de transacción, atrayendo de ese modo a un grupo mucho más amplio de inversores individuales y reduciendo el costo de la negociación activa” (Castells, 2005, p. 193).

Con respecto a la cuestión de las expectativas, Castells defiende que en el proceso de valoración en el mercado pueden actuar dos factores: la confianza y las expectativas. Así, “si no hay confianza en el entorno institucional en el que opera la creación de valor, no

hay rendimiento en beneficios, tecnología o valor de uso que se traduzca en valor financiero” (Castells, 2005, p. 197); mientras que, “si existe confianza en las instituciones que subyacen al mercado, las expectativas del valor potencial futuro de una acción futura aumentarán su valor” (Castells, 2005, p. 197). De este modo, las expectativas, que podemos caracterizar como racionales (en el sentido antes referido), según Castells, emergen “de un proceso subjetivo constituido por una vaga visión del futuro, cierta cantidad de información privilegiada distribuida online por los gurús financieros y los ‘soplos’ económicos de empresas especializadas” (Castells, 2005, p. 197. *Cursiva en el original*). Esta es precisamente la razón:

Por la que, en última instancia, los cálculos económicos del mundo real no se realizan de acuerdo con la rentabilidad, sino de acuerdo con el crecimiento esperado del valor financiero. La revalorización esperada es la regla práctica de la inversión en la nueva economía. (Castells, 2005, p. 197)

En este sentido, al presentar un ejemplo ilustrativo de este proceso de formación de expectativas en el mercado:

Aunque muchas de las acciones de internet estaban (y están) absurdamente sobrevaloradas y sujetas a correcciones periódicas de los mercados bursátiles, la tendencia general de la valoración parece responder a una expectativa racional de las nuevas fuentes de crecimiento económico. (Castells, 2005, p. 190)

Pero nuestro sociólogo va aún más allá y añade que, “además, al actuar así los inversores atraen la atención sobre el capital de las nuevas empresas de Internet, induciendo nuevas inversiones de capital, tanto en capital de riesgo como en acciones” (Castells, 2005, p. 190). Esta forma de proceder “espolea el crecimiento económico en la economía ‘real’ de internet antes de su explosión, deshaciendo así en parte los efectos colaterales de esta espiral especulativa” (Castells, 2005, p. 190).

Finalmente, no debe perderse de vista que Castells (2005, p. 449) reconoce el papel que juegan los componentes no racionales a la hora de dar cuenta de las acciones que desarrollan los agentes, por cuanto la mente humana presenta una naturaleza esencialmente contradictoria: “Es en el carácter polisémico de nuestros discursos donde se manifiesta la complejidad de los mensajes de la mente humana, e incluso su naturaleza contradictoria” (Castells, 2005, p. 449).

3. Organizaciones

Si se opta, como hacen estos autores, por comprender las organizaciones como agentes corporados, debemos partir del hecho de que estas se enfrentan con dos tipos de restricciones. En la esfera intraorganizativa, han de lidiar con problemas derivados de la

necesaria coordinación de las acciones individuales; mientras que, en la interorganizativa, deben ser capaces de operativizar su acción colectiva.

Los economistas de la escuela de Chicago centran sus reflexiones en el ámbito intraorganizativo en tres cuestiones: el análisis de la relación existente entre formas de propiedad y de gestión en las empresas, la caracterización de las organizaciones económicas como mecanismos de reducción de la incertidumbre y su consideración de la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas.

El primero de estos aspectos, el análisis de la relación existente entre formas de propiedad y de gestión en las empresas, remite según estos economistas, a la existencia de incentivos diferenciales. Así, comienzan distinguiendo, en atención a sus respectivos modelos de gestión, entre dos tipos de propiedad: concentrada y difusa. Afirman que la primera se caracteriza por presentar fuertes incentivos para que el propietario se focalice en las labores de dirección, y, en especial, en la contratación de ejecutivos; mientras que la segunda reduce los incentivos para que sus dueños procedan de esta manera. De este modo, concluyen afirmando que estas dos formas de propiedad favorecen la emergencia de dos mecanismos de gestión netamente diferenciados, la dirección centralizada, en escenarios de propiedad concentrada; y la dirección dispersa, en entornos de propiedad difusa.

Como se ha señalado previamente al tratar de la caracterización que llevan a cabo los economistas de Chicago de los agentes individuales, estos últimos se caracterizan por operar en condiciones de información imperfecta. Partiendo de esta premisa, Stigler argumenta que las organizaciones económicas actúan como mecanismos orientados a la reducción de la incertidumbre. Estima que “algunos aspectos importantes de la organización económica adquieren un nuevo significado cuando se consideran desde el punto de vista de la búsqueda de información” (Stigler, 1961, p. 213). En este sentido, aporta un ejemplo que, como él mismo reconoce, le es sugerido por el propio Milton Friedman: el departamento de adquisiciones de una empresa. Esta sección actúa como una estructura “orientada a la búsqueda de una calidad superior de los bienes (que ofrecen los proveedores) y garantías de esta” (Stigler 1961, p. 224). Debido a ello, la reputación se establece como un mecanismo de primer orden a la hora de reducir los costes, ya que permite minimizar la incertidumbre asociada a dicho proceso. No debemos perder de vista que el propio Friedman (1993, p. 327. *Cursiva en el original*) llega a afirmar que la “redistribución del impacto de la incertidumbre” es la “función esencial del empresario en la sociedad moderna”⁶. Una doctrina que, como se verá más adelante, resulta particularmente próxima a la defendida por Castells en este mismo sentido.

6 Friedman (1993, p. 183) también se refiere en términos elogiosos a la doctrina expuesta por Stigler que consiste en afirmar que “un objetivo específico de la conducta de maximización es el deseo de obtener flexibilidad”. Así, “el problema no es minimizar el coste de una cierta cantidad que se producirá continua y regularmente, sino minimizar el coste de una distribución de probabilidades de producción” (Friedman, 1993, p. 183).

En tercer lugar, los economistas de Chicago consideran la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas. Como señala Stigler, “la división del trabajo no es una práctica pintoresca de las fábricas de alfileres del siglo XVIII, es un principio fundamental de la organización económica” (1951, p. 193). Con base a esta afirmación, proceden a replantearse la tradicional doctrina expuesta por Adam Smith que establece que la división del trabajo está limitada por el tamaño del mercado. Si partimos de esta premisa, señala críticamente Stigler, se plantea inmediatamente una dificultad, “o bien la división del trabajo está limitada por la extensión del mercado y las industrias están monopolizadas; o bien las industrias se caracterizan por ser competiuvas y el teorema resulta falso o de poca importancia” (1951, p. 185).

Esta crítica que realiza Stigler a la tesis de Smith desplaza la doctrina organizacional de los economistas de Chicago hacia la esfera interorganizativa; y con ello da entrada en su razonamiento a tres nuevas cuestiones: el análisis de los oligopolios, la reflexión sobre la acción del Estado en el mercado, y el examen de la forma de operar de otras organizaciones (que no sean, ni las empresas, ni el Estado) en este.

En primer lugar, con respecto al estudio de los oligopolios, Stigler propone partir de una nueva concepción de la empresa que nos permita superar la dicotomía a la que parece abocar la tesis propuesta por Smith. Frente a la doctrina tradicional que comprende la firma de negocios como una organización que adquiere materias primas para fabricar mercancías⁷, postula una nueva aproximación que divide esta “entre las funciones o procesos que constituyen el ámbito de su actividad” (Stigler, 1951, p. 187). De este modo, en cada empresa podemos identificar procedimientos concretos sujetos a rendimientos crecientes y decrecientes. Si consideramos el dilema de Smith desde este punto de vista, la pregunta que inmediatamente se nos viene a la cabeza es, ¿por qué la empresa no concentra su actividad en desarrollar aquellos procesos en los que obtiene rendimientos crecientes y abandona el resto? Si actuara de esta manera, “el predominio de la desintegración vertical [sería], sin duda, de esperar” (Stigler, 1951, p. 190). Sin embargo, esto no sucede. Dos son los factores que, según Stigler (1951, p. 187), pueden favorecer el proceso de integración empresarial, y ambos son asociados a fallos en el sistema de precios: la existencia de monopolios y la regulación pública. Friedman, en esta misma línea, apunta que, tanto “la existencia de curvas de costes crecientes a largo plazo para empresas las individuales” como “la existencia de factores de producción especializados”, pueden ser los que expliquen “la existencia de límites para el tamaño de la empresa” (Friedman, 1993, pp. 182-186).

7 El propio Friedman llega a definir la empresa como “un intermediario entre los mercados de factores, donde compra sus recursos, y los mercados de productos donde vende su producción” (1993, p. 167).

Por otra parte, Stigler, a fin de analizar los oligopolios estrictamente desde el punto de vista de la información, parte de la hipótesis de que sus propietarios pretenden maximizar su beneficio conjunto mediante el establecimiento de acuerdos. No obstante, la experiencia muestra cómo, por un lado, en ocasiones, dichos acuerdos no llegan a cerrarse; por otro lado, una vez instituidos, resultan más efectivos en unas circunstancias que en otras. Por consiguiente, si queremos introducir legítimamente la hipótesis de maximización conjunta de beneficios por parte de los oligopolistas, debemos atender al “problema de la vigilancia de un acuerdo colusorio” (Stigler, 1964, p. 44). Esta doctrina parte de dos premisas, la primera es que “si algún miembro del acuerdo puede violarlo en secreto, obtendrá mayores beneficios que si se atiene a él” (Stigler, 1964, p. 46); mientras que la segunda apunta a que “todos los acuerdos cuya violación resulte rentable para el infractor deben ser reforzados” (Stigler, 1964, p. 46). Así, Stigler llega a tres conclusiones. La primera es que “cuando los oligopolistas venden a numerosos pequeños comerciantes estos se adherirán al precio acordado, a pesar de que se reduzcan los precios para grandes cadenas de tiendas y compradores industriales” (Stigler, 1964, p. 47). La segunda apunta a cómo la “colusión siempre será más eficaz contra compradores que informan correcta y completamente de los precios que se les ofertan” (Stigler, 1964, p. 48). La tercera remite a cómo dicha colusión “es un fenómeno muy limitado” (Stigler, 1964, p. 48).

En segundo lugar, los autores de la escuela de Chicago se caracterizan por oponerse frontalmente a dotar de legitimidad a las actuaciones que puede desarrollar el Estado en el mercado. En este sentido, insisten en que el aparato estatal se constituye, antes que nada, como “un potencial recurso o amenaza para todas las industrias de la sociedad. Con su poder de prohibir u obligar, de tomar o dar dinero, puede ayudar, y selectivamente ayuda, o perjudica, a un gran número de industrias” (Stigler, 1971, p. 3). De este modo, “el problema de la regulación consiste en descubrir cuándo y por qué un sector (o un grupo de personas con ideas afines) es capaz de utilizar al Estado para sus propios fines” (Stigler, 1971, p. 4). Por lo tanto, hay que preguntarse, ¿qué beneficios puede otorgar el Estado a una industria? Según Stigler, estos abarcan desde “subsidios directos” al control de entrada de nuevos competidores mediante el establecimiento de un “certificado de conveniencia y necesidad” o de una “tarifa protectora”, pasando por la “fijación de precios” o por “políticas indirectas que afectan a bienes sustitutivos o complementarios” (Stigler, 1971, pp. 4-6). Sin embargo, dichos beneficios en escenarios democráticos, se enfrentan con dos limitaciones que resultan de las diferencias existentes entre el proceso de toma de decisiones en el entorno estatal y en el mercado. Por una parte, en un sistema democrático, “las decisiones deben ser tomadas simultáneamente por un gran número de personas” (Stigler, 1971, p. 10). Ahora bien, “para hacer frente a esta condición de simultaneidad, los votantes deben emplear representantes con una amplia capacidad discrecional y deben evitarse las expresiones directas de los cambios marginales en sus preferencias” (Stigler, 1971, p. 10). Por otra, “el proceso de decisión

democrático debe implicar a `toda´ la comunidad y no solo a aquellos que tienen una relación directa con una decisión” (Stigler, 1971, p. 11). Sin embargo, “el sistema político no ofrece buenos incentivos, como si hacen los mercados privados, para adquirir conocimiento” (Stigler, 1971, p. 11).

En tercer lugar, con respecto a la forma de operar de otras organizaciones que no sean, ni empresas, ni el Estado, en el mercado Friedman, por ejemplo, defiende que los sindicatos constituyen organizaciones económicas fuertemente racionales que desarrollan estrategias monopolísticas orientadas a restringir la oferta de trabajadores en el mercado laboral, con el fin último de mantener una tasa salarial alta. De hecho, llega a afirmar que “el poder de los sindicatos para fijar los salarios es la acción restrictiva fundamental” (Friedman, 1993, pp. 36-37). Ahora bien, no debemos perder de vista que este poder de los sindicatos, “como el de cualquier otro monopolio, está limitado en última instancia por la elasticidad de la curva de demanda de los servicios monopolizados”; razón por la cual, por un parte, “la posición estratégica de los sindicatos es más fuerte a corto plazo que a largo plazo”; y, por otra, “los sindicatos de oficios especiales se han sostenido en general en una posición económica más fuerte y la han mantenido durante periodos más largos” (Friedman, 1993, pp. 200-202). En este sentido, Friedman también señala que esta perspectiva teórica es precisamente la que nos permite explicar las denominadas prácticas restrictivas de inscripción en el sindicato, “cuotas de ingreso altas, disposiciones discriminatorias para la entrada en los sindicatos, derechos de antigüedad, etc.”, en tanto que mecanismos económicos orientados a “reducir el número de los que entran y aumentar así los salarios” (Friedman, 1993, p. 205).

La comparación que a continuación se lleva a cabo entre la doctrina defendida por los economistas de Chicago y la de los sociólogos constructivistas moderados para ciertas esferas específicas respecto a las organizaciones se articula en torno a estos seis puntos. En el ámbito intraorganizativo, atendemos a su análisis de la relación existente entre formas de propiedad y de gestión en las empresas, a la caracterización de las organizaciones económicas como mecanismos de reducción de la incertidumbre, y al fenómeno de la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas. En la esfera interorganizativa, al análisis de los oligopolios, al examen que realizan de la acción del Estado en el mercado, y a su doctrina respecto a la forma de operar de otras organizaciones que no sean ni las empresas, ni el Estado, en el mismo. A tal fin, se presentará la posición teórica defendida por Daniel Bell.

En primer lugar, en el ámbito intraorganizativo, este autor defiende que, efectivamente, existe una separación entre las formas de propiedad y de gestión empresarial. Pero va aún más allá. Afirma que “hoy la propiedad es simplemente una ficción legal” (Bell, 2001, p. 339). Según él, la doctrina económica defiende que la propiedad de las empresas reside en los accionistas porque estos invierten capital en ellas. Sin embargo, en la

actualidad “solo una pequeña proporción del capital de las corporaciones se consigue por emisión de acciones. La parte más sustanciosa procede de la autofinanciación, del éxito de la propia empresa” (Bell, 2001, pp. 339-340). Este hecho pone de relieve, según Bell, el papel fundamental que juegan los gerentes en su funcionamiento; ya que, por una parte, “el accionista es frecuentemente una persona con muy poco interés constante en la marcha de la empresa”; y, por otro, “el crecimiento del capital retenido es el resultado de la habilidad de los gerentes” (Bell, 2001, p. 340). Así, este autor argumenta que “los verdaderos propietarios están implicados directa y psicológicamente en el destino de la empresa; pero tal descripción se ajusta mucho mejor a los funcionarios de la empresa que a sus accionistas” (Bell, 2001, p. 340). De este modo, Bell parte de una premisa similar a la esbozada por los economistas de Chicago. Como recordamos, estos diferencian entre propiedad concentrada y difusa; y defienden que la segunda presenta menores incentivos que la primera de cara a que el propietario se implique en labores de dirección. Sin embargo, es precisamente este fenómeno el que parece permitirle deducir a Bell que, dado que los accionistas de empresas de propiedad difusa no prestan un interés constante a su marcha, los verdaderos propietarios son los gerentes.

En segundo lugar, la caracterización de las organizaciones económicas como mecanismos orientados a la reducción de la incertidumbre, se plasma en la obra de Bell (2001, p. 320) en la idea de que la empresa se constituye como “un instrumento que coordina hombres, materiales y mercados para la producción de bienes y servicios al menor coste con el mayor rendimiento posible para las inversiones de capital” (Bell, 2001, p. 320). Así, esta labor coordinadora que Bell imputa a la empresa permite reducir la incertidumbre gracias a la introducción de “la idea de racionalidad funcional, de economizar, como un nuevo modo de ordenar las relaciones sociales” (Bell, 2001, p. 320).

En tercer lugar, Bell también entiende la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas. En este sentido, afirma que “con la economía aparece una división racional del trabajo, la especialización de funciones, la complementariedad de relaciones, la utilización de funciones de producción, la programación, etc” (Bell, 2001, p. 318). De hecho, esta división del trabajo se articula sobre la antes referida racionalidad funcional. Esta supone un cierto “economizar”, y viene estrechamente asociada a nociones tales como maximización, optimización, menor coste, etc. Sin embargo, Bell también introduce otro elemento que, según él, se confronta con esta actitud economizadora: las corporaciones (entendidas estas como grandes empresas). Dichas sociedades deben ser comprendidas como “instituciones para economizar; pero son también modos de vida para sus miembros” (Bell, 2001, p. 332). Es decir, una empresa, y más aún una gran empresa, además de perseguir beneficios, debe ser consciente de que está constituida por:

La administración y la junta de directores, que actúan como fideicomisarios de los miembros de la empresa en su conjunto –no solo los accionistas, sino también trabajadores y consumidores– y con debida atención a los intereses de toda la sociedad. (Bell, 2001, p. 342)

Esta forma de comprender la gran empresa implica la existencia de un proceso que actúa en sentido contrario al de “economizar” y que Bell denomina “sociologizar”. Dicho proceso orienta las acciones de responsabilidad social de la empresa hacia sus trabajadores y la sociedad en su conjunto. Esta doctrina de Bell desafía abiertamente la posición teórica establecida al respecto por Milton Friedman (2007), que supone afirmar que la única responsabilidad social de la empresa radica en obtener beneficios para sus accionistas. Sin embargo, esta discrepancia no elimina el hecho de que, tanto los economistas de Chicago, como Bell, defienden que la división del trabajo debe ser comprendida, antes que nada, como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas. Bell se limita a añadir que las acciones que desarrollan las grandes compañías, además de perseguir la obtención de beneficios (que se logran gracias a la división racional del trabajo que hace posible la actitud “economizadora”), han de orientarse también hacia la mejora de las condiciones de vida de sus trabajadores y de la sociedad en su conjunto (conducta “sociologizadora”).

Ya en el ámbito interorganizativo, en primer lugar, Bell diferencia al analizar los oligopolios, entre tamaño de la empresa y control de mercado, y destaca cómo se ha tomado “conciencia de que ambas cosas no se corresponden por completo” (2001, p. 313). En este sentido, pone de relieve cómo “el tamaño, evidentemente, no es un buen índice del control del mercado” (Bell, 2001, p. 313); y destaca cómo este último, en realidad, se calcula mejor mediante “ratios de concentración”⁸. Si atendemos a estos indicadores, según Bell, “parece evidente que, a partir de comienzos de siglo XX, las ratios de concentración han descendido de forma considerable; y que, en la mayoría de las industrias no se está produciendo una concentración creciente, sino unas fluctuaciones incesantes” (2001, pp. 313-314). Este resultado, habida cuenta de las dos tendencias organizacionales identificadas por Stigler al examinar al teorema de Adam Smith, coincide con el escenario que cabría predecir; y, por tanto, puede afirmarse que ambas doctrinas resultan fundamentalmente coincidentes. Así, se concluye que tanto los economistas de Chicago, como Bell, defienden que la colusión es un fenómeno muy limitado y que los procesos dinámicos de desintegración e integración vertical trabajan en el sentido de generar incesantes fluctuaciones en la tendencia a la concentración empresarial.

La principal diferencia que encontramos entre la doctrina teórica defendida por los economistas de Chicago y por Bell respecto a las organizaciones, remite al segundo elemento de la esfera interorganizativa: la acción del Estado en economía. Aunque como no podía ser de otra manera, ni estos economistas, ni Bell, la niegan, su valoración

8 Ratios que, como señala el propio Bell (2001, p. 313), remiten al “porcentaje de ventas de las cuatro mayores compañías, de un sector de la producción, en relación con el total de las ventas del producto”.

resulta diametralmente opuesta. Mientras que los primeros, al considerar la acción del Estado en economía como un mecanismo que puede ayudar o perjudicar selectivamente a un gran número de industrias, se manifiestan resueltamente contrarios a esta; Bell argumenta que “deberá surgir enseguida un nuevo principio en las relaciones entre las corporaciones y la política pública” (Bell, 2001, p. 331), dado que “el poder de las corporaciones es, claramente, el que predomina en la sociedad, y el problema estriba en cómo limitarlo” (Bell, 2001, p.312). Así, Bell llega a afirmar que, del mismo modo que se han dado decisiones políticas orientadas a “ofrecer alicientes fiscales que ayudarán a las corporaciones a ampliar el volumen de sus instalaciones”, también podrán:

Darse decisiones políticas que determinen gravámenes fiscales para obligar a las corporaciones a sobrellevar la carga de los costes sociales originados por la empresa, o para favorecer una tecnología alternativa o un sistema de sostenimiento si se pueden minimizar los costes sociales mediante un sistema alternativo o mejorar los beneficios sociales. (Bell, 2001, p. 331)

En tercer lugar, tanto los economistas de Chicago, como Bell, a la hora de comprender la forma de operar de otras organizaciones que no sean ni las empresas, ni el Estado, en el mercado coinciden en destacar el importante papel que juegan los sindicatos. En este sentido, el sociólogo asegura que son uno de los “pocos grupos de comitentes `corporativos’, en los que algún portavoz particular elegido actúa en nombre del interés de todos” (Bell, 2001, p. 446)⁹. Por otra parte, y con respecto a la afirmación concreta de los economistas de Chicago de que los sindicatos deben ser comprendidos como organizaciones fuertemente racionales, también Bell se muestra fundamentalmente de acuerdo. Según él, estos responden racionalmente al hecho de que en muchas ocasiones no existen incentivos para la movilización. Debido a ello, “intentan imponer un economato cerrado, o bien la adscripción obligatoria de todos los trabajadores de una fábrica con objeto de impedir la `vía libre’ para los que no pagan las cuotas de asociación” (Bell, 2001, p. 543). Así, estos mecanismos sindicales a los que atiende Bell pueden ser comprendidos como fenómenos complejos que no solo implican desarrollar estrategias monopolísticas tendentes a controlar la entrada de trabajadores (como señala Friedman), sino que, además, favorecen la acción colectiva. En este sentido, desde la perspectiva de Bell, los sindicatos podrían llegar a ser considerados incluso más racionales de lo que Friedman supone.

Por su parte, la teoría organizacional que desarrolla Drucker parte de afirmar que una de las principales características que presenta la sociedad poscapitalista remite a que esta puede ser comprendida también como una “sociedad de organizaciones”¹⁰. Pero ¿a qué se refiere exactamente este autor cuando hace referencia a las organizaciones? Para Drucker (1993, p. 56), una organización es “un grupo humano compuesto por

9 Como podemos comprobar, Bell alude a los sindicatos como “comitentes corporativos”. Su caracterización, por lo tanto, se articula en torno a dos factores: “Comitencia” y “corporatividad”. El primero implica carácter de agencia; mientras que el segundo alude al hecho de que están compuestos por diferentes personas físicas y gobernados por alguno o algunos de sus miembros.

10 Este tema fue tratado por primera vez por este autor en su obra *The age of discontinuity* (Drucker, 1969).

especialistas que trabajan juntos en una tarea común”, y presenta seis características principales. En primer lugar, está diseñada deliberadamente para alcanzar un determinado fin. Dicho fin, además, debe ser interpretado como un resultado externo y ha de poder ser definido “claramente y sin ambigüedad”. De este modo, “dado que la organización se compone de especialistas, su *misión* debe ser clara como el agua; la organización debe tener un solo propósito”. En segundo lugar, “está pensada para que dure durante un periodo considerable”. En tercer lugar, “es siempre especializada; se define por su cometido”, de tal modo que “solo es eficaz si se concentra en una única labor”. En cuarto lugar, su función consiste en “hacer que los saberes sean productivos”. Por lo tanto, “cuanto más especializados sean esos saberes, más eficaces serán” las organizaciones; y, al mismo tiempo, cuanto más especializadas sean las organizaciones, mayor será “su capacidad de rendimiento para su tarea específica”. En quinto lugar, “las organizaciones, y solo las organizaciones, son gestionadas”, de tal modo que siempre “tiene que haber alguien que tome decisiones o nunca se haría nada”. Y, en sexto, y último lugar, deben ser autónomas; es decir, en lo que atañe a su dinámica de funcionamiento, “deben poder `ir a lo suyo`” (Drucker, 1993, pp. 56-64. *Cursivas en el original*).

Ya en la esfera intraorganizativa, y con respecto a la relación existente entre las formas de propiedad y gestión empresarial, Drucker comienza por atender a dos procesos complementarios. En primer lugar, en el ámbito concreto de la propiedad, apunta hacia la emergencia de un nuevo modelo denominado “capitalismo de los fondos de pensiones (o el socialismo de los fondos de pensiones” (Drucker, 1993, p. 84), ya que la tenencia de los medios de producción a través de estos, “es técnicamente `socialismo` más que `capitalismo`” (Drucker, 1993, p. 84). En este sentido, señala que “en lugar del capitalista de la vieja escuela, en los países desarrollados, son los fondos de pensiones los que, de forma creciente, controlan la provisión y asignación del dinero” (Drucker, 1993, p. 15). Así, la sociedad poscapitalista puede ser comprendida como “un `capitalismo` sin capitalistas”, donde “los empleados poseen colectivamente los medios de producción a través de sus fondos de pensiones, fondos mutuos, cuentas de jubilación y demás” (Drucker, 1993, pp. 74-75. *Cursiva en el original*). Ahora bien, este nuevo modelo de propiedad, según Drucker, presenta inconvenientes a la hora de establecer mecanismos efectivos que permitan imputar a la dirección responsabilidad sobre los resultados obtenidos. En los años 50 parecía que el modelo de funcionamiento de los órganos de gestión debía apuntar hacia un cierto “despotismo benevolente”, de tal modo que la dirección actuara en beneficio de los distintos grupos de interés de la empresa (como accionistas, empleados, proveedores, etc.) sin responder de los resultados obtenidos. Pero, como no se le escapa a nadie, “cualquier gobierno, sea el de una empresa o el de una nación, degenera en la mediocridad y mal funcionamiento si no es claramente responsable de los resultados, y responsable ante alguien” (Drucker, 1993, p. 86). Por consiguiente, se procedió a redefinir el objetivo que debían perseguir estos órganos de dirección; y así las empresas se

orientaron únicamente hacia a la maximización del beneficio. Pero, según Drucker, esto tampoco funcionará, dado que dicha estrategia favorece:

Que la corporación sea gestionada para el corto plazo y esto significa dañar, si no destruir, la capacidad de producir riqueza de una empresa. Por añadidura, dirigir una empresa exclusivamente para los accionistas aleja a las mismas personas de cuya motivación y entrega dependen los negocios modernos: los trabajadores del saber (Drucker, 1993, p. 87).

Sin duda, esta alusión que realiza Drucker a los grupos de interés de la empresa remite, en última instancia, a la cuestión de su responsabilidad social. Según este autor, la afirmación de Friedman (2007) de que la única responsabilidad social de una firma comercial radica en obtener beneficios para sus accionistas resulta una “futilidad” (Drucker, 1993, p. 106). Si bien es cierto que conseguir resultados económicos “es la *primera* responsabilidad de una empresa” (Drucker, 1993, p. 106. *Cursiva en el original*), no lo es menos que “el rendimiento económico no es la *única* responsabilidad de una empresa” (Drucker, 1993, p. 106. *Cursiva en el original*). Así, según este autor, y muy al modo de Bell:

Las organizaciones en la sociedad de las organizaciones tienen la responsabilidad de intentar encontrar un enfoque de los problemas sociales básicos que encaje en sus competencias y que, claro está, transforme un problema social en una oportunidad para la organización. (Drucker, 1993, p. 107)

Íntimamente relacionado con la emergencia de este nuevo modelo de propiedad, la “Revolución Empresarial”, al menos según la entiende Drucker, ha supuesto una paulatina desaparición de la figura del gran capitalista. De acuerdo con este autor, después de la primera guerra mundial “nadie ha igualado en poder y notoriedad” a los Morgan, Rockefeller, Carnegie y otros; y ya hacia el final de la segunda “todos ellos habían sido sustituidos por `directores profesionales´” (Drucker, 1993, p. 15). En la actual sociedad poscapitalista, en realidad, las personas que ejercen el poder de voto en las empresas son, ellos mismos, empleados, “estos gerentes de fondos de pensiones son los únicos verdaderos `capitalistas´ de Estados Unidos” (Drucker, 1993, p. 53). En este mismo orden de cosas, Drucker destaca también cómo la forma de comprender la gestión de recursos humanos ha sufrido una profunda modificación. Así, por ejemplo, el concepto de gerente, que hasta inmediatamente después de la segunda gran guerra aún remitía a algo así como a un tipo de “jefe” que ejercía el poder y mantenía una relación jerárquica sobre sus subordinados, alude ahora al “responsable de la aplicación y el rendimiento del saber” en el seno de una organización (Drucker, 1993, p. 53).

En segundo lugar, frente a la doctrina que defiende que las organizaciones económicas deben ser comprendidas, antes que nada, como mecanismos de reducción de la incertidumbre, Drucker enfatiza su carácter esencialmente “desestabilizador”. Señala que la empresa, pero no solo ella, “debe estar organizada para el cambio constante, para la innovación; y la innovación, como dijo el economista austro-húngaro Joseph Schumpeter,

es ‘destrucción creativa’¹¹ (Drucker, 1993, p. 65). En este orden de cosas, Drucker se remite a tres prácticas que “toda organización debe incorporar a su propio tejido”. En primer lugar, “necesita mejorar continuamente todo lo que hace”. En segundo lugar, tiene que “aprender a desarrollar nuevas aplicaciones a partir de sus propios éxitos”. Y, finalmente, ha de “aprender a innovar” (Drucker, 1993, p. 67). Esta doctrina, aunque no del todo coincidente con la expuesta por los economistas de Chicago, en realidad no se distancia tanto de la afirmación de Friedman de que la principal función del empresario en esta época remite a la redistribución del impacto de la incertidumbre, ya que las firmas comerciales, como toda forma de organización, deben ser capaces de encarar con éxito escenarios caracterizados por constantes cambios.

En tercer lugar, y aún dentro de este ámbito intraorganizativo, cuando Drucker analiza el fenómeno de la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas, aprovecha para señalar que existen “tres clases de equipos para todo trabajo humano” que, en cualquier caso, “no pueden mezclarse”, “tienen que ser ‘puros’” y cuyo tránsito de uno a otro resulta “extremadamente difícil y doloroso” (Drucker, 1993, p. 93). Por un lado, nos encontramos con el modelo del equipo de béisbol donde “todos los jugadores juegan *en* el equipo, pero no juegan como un equipo” (Drucker, 1993, p. 92. Cursivas en el original). Es la pauta de funcionamiento ideal para llevar a cabo “labores repetitivas y para aquellos trabajos cuyas reglas son bien conocidas” (Drucker, 1993, p. 92). Por otro lado, el estándar del equipo de fútbol se caracteriza, tanto por necesitar “un director o un entrenador y la palabra del director o entrenador es ley”, como por exigir “una ‘partitura’ que requiere ensayos interminables para funcionar bien” (Drucker, 1993, pp. 92-93). Sin embargo, a diferencia del primer tipo, presenta “una gran flexibilidad si la partitura es clara” y si “el equipo está bien dirigido” (Drucker, 1993, pp. 93). Finalmente, el sistema inspirado en el equipo de dobles de tenis se constituye como:

El modelo justo para la organización basada en la información tiene que ser pequeño y en él los jugadores tienen una posición ‘preferida’ en lugar de una posición ‘fija’; se ‘cubren’ mutuamente y se ajustan a las fuerzas y debilidades de cada uno. (Drucker, 1993, pp. 93-111)

También en relación con esta esfera de la división del trabajo, señala que, en el ámbito concreto de las labores desarrolladas por los trabajadores de servicios, asistiremos a procesos de externalización; es decir, “esos servicios en muchos casos serán contratados fuera de la organización” (Drucker, 1993, p. 98). Esto es así, porque, como se ha señalado previamente, si una organización pretende ser eficaz, ha de concentrarse en alcanzar un único objetivo. Sin duda, esta afirmación se muestra en sintonía con la distinción que establece Stigler entre procedimientos sujetos a rendimientos crecientes y decrecientes en el interior de la empresa. Pero es que, además, estas empresas de servicios presentan

11 No debemos perder de vista que Drucker estudia, tanto con Schumpeter en Bonn, como con Keynes en Londres; e incluso, publica un texto comparando ambos autores (Drucker, 1983).

la virtud de que, al ser ellas mismas organizaciones que persiguen un único fin, crean “oportunidades profesionales para la gente que hace ese trabajo y sus ejecutivos se toman esas tareas en serio” (Drucker, 1993, p. 100). Así, concluye Drucker (1993, p. 101), “las organizaciones de la sociedad poscapitalista se concentrarán en sus tareas esenciales y básicas y para otras labores trabajarán con otras organizaciones en una desconcertante variedad de alianzas y asociaciones”.

Ya en la esfera interorganizativa, y en relación con el análisis concreto de los oligopolios, Drucker (1993, p. 83) llama la atención sobre el hecho de que “nunca antes había existido tal concentración de control financiero en Estados Unidos; de hecho, nunca se hubiera permitido”, no debemos perder de vista que este texto está redactado a comienzos de los años 90. Así, después de haber establecido un cierto paralelismo con la situación alemana o italiana, así como con la posición de la que disfrutaban los *Keiretsu* japoneses, concluye que “para Estados Unidos la concentración de capital en manos de inversores institucionales no tiene precedentes y, pese a ello, será probablemente la nueva situación en Estados Unidos lo que se convierta en modelo” (Drucker, 1993, p. 83). También en relación con los oligopolios, subraya que, habida cuenta de que “en las industrias de alta tecnología, los costes de producción bajan, y muy rápido, según sube el volumen de producción” (Drucker, 1993, p. 153), una industria de este sector “puede afianzarse de tal manera que destruya a cualquier competidor” (Drucker, 1993, p. 153). A lo que añade, a modo de conclusión, que “cuando esto ha sucedido casi no hay ninguna posibilidad de que la industria derrotada pueda volver: ha dejado de existir” (Drucker, 1993, p. 153). Este es un tema de gran relevancia habida cuenta de que, como este mismo autor señala, lo que domina actualmente en la economía mundial, “si es aún ‘capitalista’, es el ‘capitalismo de la información’”. Es decir, a nivel global:

Las industrias que han ocupado el centro de la economía en los últimos 40 años, tienen como negocio la producción y distribución de saber e información (como, por ejemplo, las industrias de alta tecnología) en lugar de la producción y distribución de cosas. (Drucker, 1993, p. 181)

Así, “en la economía del saber, la competencia no total es inherente a la economía misma”, ya que “las ventajas iniciales conseguidas mediante una temprana aplicación y explotación del saber acaban siendo permanentes e irreversibles” (Drucker, 1993, p. 184).

Con respecto a la reflexión que Drucker desarrolla sobre la acción del Estado en el mercado, este autor parte de la afirmación de que:

Todas las organizaciones en la sociedad poscapitalista quieren cosas del poder político, del gobierno, pero quieren cosas que les benefician a ellas, que les permiten –al menos en su opinión– hacer mejor su trabajo, que encajan en su sistema de valores o que llenan sus bolsillos. (Drucker, 1993, p. 107)

De tal modo que, a fin de alcanzar sus respectivos propósitos optan por constituir grupos de presión, dado que “no hay nada que perjudique tanto a una organización como intentar hacerse con el poder político” (Drucker, 1993, p. 107). Esta forma de comprender la acción del Estado en el mercado apenas si dista en algo de la doctrina por la que abogan los economistas de Chicago, al considerar al aparato estatal como un potencial recurso o amenaza para todas las industrias.

En este sentido, y si atendemos a las transformaciones que ha presentado el Estado a lo largo de su historia en los países desarrollados, comprobamos cómo salvo en el caso de Japón, “después de la segunda guerra mundial: de ser un proveedor, el Estado se convirtió en un gestor” (Drucker, 1993, p. 126). Es decir, pasó de desarrollar funciones estrictamente institucionales a convertirse en una organización actuante en el mercado donde “el gobierno dejó de ser el que establece las reglas y se convirtió en el que hace y gestiona” (Drucker, 1993, p. 127). El Estado devino en “Megaestado”; y así, en su papel de Estado fiscal, convencido de que “si el gobierno controla partes sustanciales de la renta interior bruta, la economía puede gestionarse con éxito”, únicamente “ha privado al gobierno de la capacidad de influir en el ‘tiempo’ de la economía” (Drucker, 1993, p. 135). Es más, este autor llega a afirmar, un poco al modo de los economistas de Chicago (pero por motivos distintos), que “el gobierno no puede impedir o superar fluctuaciones económicas a corto plazo, tales como una recesión” (Drucker, 1993, p. 164), razón por la cual “el gasto del gobierno para aumentar el consumo no es la manera de hacerlo. En todas partes donde se ha probado, el público inmediatamente contrarresta los efectos del aumento del poder adquisitivo mediante el acaparamiento” (Drucker, 1993, p. 164).

Con respecto a la perspectiva que Drucker presenta a la hora de comprender la forma de operar de otras organizaciones que no sean ni las empresas, ni el Estado, en el mercado, lo primero que debemos señalar es que este autor considera al sindicato como una “de las ‘historias de éxito’ de la sociedad capitalista” (Drucker, 1993, p. 66) o como “la más exitosa organización del siglo XX” (Drucker, 1993, p. 80). Ahora bien, Drucker no pierde de vista el riesgo que estas organizaciones pueden presentar a nivel interno, debido a su capacidad para valerse de su “poder político para desviar dinero del fondo de pensiones para subvencionarse; generalmente con el fraudulento pretexto de hacer que ese dinero sirva a ‘objetivos socialmente constructivos’” (Drucker, 1993, p. 82). También a nivel interno destacan los economistas de Chicago, que “el poder de un sindicato para negar la admisión al aprendizaje, o su control del acceso al empleo” le dota de un “tremendo poder social” (Drucker, 1993, p. 108). En esta misma línea de argumentación, pero ya a nivel externo, y en relación con el riesgo que entraña para toda organización pretender hacerse con el poder político, señala que, aunque el sindicato es “de todas las organizaciones importantes de la sociedad de las organizaciones la que más cerca está de ser política”, los líderes sindicales únicamente “se autodestruyen y destruyen a su sindicato cuando alcanzan poderes políticos” (Drucker, 1993, p. 108).

Finalmente, se presenta la doctrina organizacional defendida por Manuel Castells y, como en los casos anteriores, a compararla con la expuesta por los economistas de la escuela de Chicago con base a las seis características previamente referidas. Castells (2005, p. 202) parte de una definición básica de organización que destaca por su carácter eminentemente sistémico: “Por organizaciones entiendo sistemas específicos de recursos que se orientan a la realización de metas específicas”. No obstante, pronto destaca el hecho de que actualmente “las redes son el elemento fundamental del que están y estarán hechas las nuevas organizaciones” (Castells, 2005, p. 218). Es más, en el actual momento histórico, según este autor, la emergencia de una nueva forma organizacional, la empresa red, hace que sea la red, y no las empresas, “la unidad de operación real” (Castells, 2005, p. 226). Pero ¿qué es una empresa red? A fin de definirla, lo primero que debemos hacer es diferenciar entre burocracias y empresas. Las primeras son aquellas organizaciones “para las cuales la reproducción de su sistema de recursos se convierte en su principal fin” (Castells, 2005, p. 226); mientras que en las segundas “los fines y su cambio moldean una y otra vez la estructura de los recursos” (Castells, 2005, p. 226). De este modo, la empresa red puede ser comprendida, antes que nada, como “*aquella forma específica de empresa cuyo sistema de medios está constituido por la intersección de segmentos de sistemas autónomos de fines*” (Castells, 2005, p. 226. Cursivas en el original).

Ya en el ámbito intraorganizativo, si atendemos al análisis que desarrolla Castells de la relación existente entre formas de propiedad y gestión en la esfera concreta de las empresas, lo primero que debemos señalar es que este autor parte del hecho de que:

La rotación de la propiedad de las acciones de la mayoría de las compañías a finales de los 90 en los Estados Unidos era casi del 100 %, es decir, los accionistas, en promedio, son propietarios de una acción durante menos de un año. (Castells, 2005, p. 195)

Ante esta situación, Castells se pregunta ¿quiénes son, entonces, los capitalistas en este nuevo escenario? Inmediatamente vienen a la mente dos posibles respuestas, desde la tradición marxista, podríamos afirmar que los propietarios legales de los medios de producción, desde una perspectiva más próxima al *management*, que los gestores de las compañías. Sin embargo, según señala Castells (2005, p. 553), ambas respuestas presentan dificultades, ya que mientras que los primeros “van de su/mi fondo de pensiones a alguien que pasa por un cajero automático de Singapur y decide de repente comprar valores del mercado emergente de Buenos Aires”, los segundos, si bien “controlan compañías específicas y segmentos específicos de la economía global, no controlan, y ni siquiera conocen, los movimientos reales y sistémicos del capital en las redes de los flujos financieros”. Como podemos comprobar, Castells se aproxima al concepto de propiedad empresarial como un fenómeno fugaz, mientras que la gestión, aunque efectivamente reside en aquellos agentes que controlan las compañías, se desarrolla en un escenario que podría caracterizarse casi como de “propietario absentista”.

Por otro lado, y con respecto al análisis de las organizaciones económicas como mecanismos de reducción de la incertidumbre, Castells parte de afirmar que la reestructuración económica de los años 80 favoreció que las empresas se reorganizaran internamente, dando lugar a nuevas estrategias empresariales. Dicho proceso supuso, entre otras cosas, establecer como “meta fundamental hacer frente a la incertidumbre causada por el rápido ritmo de cambio en el entorno económico, institucional y tecnológico de la empresa, aumentando la flexibilidad en la producción, gestión y comercialización” (Castells, 2005, p. 203). Así, “la gestión de la incertidumbre se vuelve crítica en una situación de interdependencia asimétrica” (Castells, 2005, p. 247). De este modo, y en la misma línea en la que se pronuncia Stigler, frente a la doctrina tradicional basada en los trabajos de Adam Smith (y que Castells vincula a la obra de Oliver E. Williamson) que defiende que una ampliación del mercado debe generar una tendencia hacia la concentración empresarial, Castells (2005, p. 248) subraya que “la globalización de la competencia la disuelve (a la compañía vertical) en una telaraña de redes multidireccionales, que se convierte en la unidad operativa real”. Así, el aumento de los costes de transacción favorece el surgimiento y desarrollo de procesos de externalización por parte de la gran compañía vertical; que, de este modo, distribuye “los costos por toda la red, con lo que sin duda se aumenta la incertidumbre, pero también se posibilita que se extienda y comparta” (Castells, 2005, p. 248). Es decir, la repercusión de esta incertidumbre aumentada puede ser repartida y, de este modo, su impacto en la empresa reducido. Una afirmación prácticamente idéntica a la que realiza Friedman en este mismo sentido.

Con respecto al fenómeno de la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento interno de las organizaciones económicas, Castells (2005, p. 203) señala que este proceso de reorganización empresarial al que acabamos de aludir también supuso:

Redefinir los procesos de trabajo y las prácticas de contratación, introduciendo el modelo de ‘producción escueta’ con el objetivo de ahorrar mano de obra mediante la automatización de puestos de trabajo, la eliminación de tareas y la supresión de capas directivas. (Castells, 2005, p. 203)

De este modo, el desarrollo de la revolución de la tecnología de la información en la década de los años 90 supuso una profunda mutación del proceso de división del trabajo. Así, según Castells, en esta nueva arquitectura de la división del trabajo podemos distinguir, con fines estrictamente analíticos, tres dimensiones distintas. La primera, relativa a la creación de valor, “hace referencia a las tareas reales efectuadas en un proceso de trabajo determinado”; se atiende aquí a un mecanismo “de producción organizado en torno a la tecnología de la información (ya sea producción de bienes o realización de servicios)”. La segunda, centrada en la creación de relaciones, atañe al vínculo “entre una organización determinada y su entorno, incluidas otras organizaciones”; se alude en esta segunda dimensión a “la necesidad y capacidad de cada tarea (y su realizador)

de conectarse con otros trabajadores en tiempo real, ya sea dentro de la misma organización o en el sistema general de la empresa red”. La tercera, concerniente al proceso de toma de decisiones, atiende a “la relación entre los ejecutivos y los empleados de una organización o red determinadas”; es decir, remite a “la capacidad de aportación al proceso de toma de decisiones” (Castells, 2005, pp. 291-299). Como no podía ser menos, esta nueva arquitectura de la división del trabajo se plasma en la estructura de empleo de cada país. Así, podemos afirmar que las condiciones laborales en que vive la mano de obra en diferentes regiones del planeta dependen, en gran medida, “de la división del trabajo entre distintas funciones y estrategias de esas redes multinacionales” (Castells, 2005, pp. 291-299).

Ya en el ámbito interorganizativo, Castells se detiene a analizar el proceso de establecimiento de vínculos interorganizativos que presentan morfologías reticulares. Así, por ejemplo, argumenta que las corporaciones multinacionales “son cada vez en mayor medida redes internas descentralizadas, organizadas en unidades semiautónomas según países, mercados, procesos y productos” (Castells, 2005, pp. 158-159); mientras que:

Cada una de estas unidades se conecta con otras unidades semiautónomas de otras multinacionales en forma de alianzas estratégicas ad hoc y cada una de esas alianzas (de hecho, redes) son nodos de redes auxiliares de pequeñas y medianas empresas. (Castells, 2005, p. 159)

Como se comprueba, según este autor, las formas organizacionales “evolucionan de las *empresas multinacionales a las redes internacionales*” (Castells, 2005, p. 247. Cursivas en el original). Un ejemplo en este sentido puede remitir a las alianzas estratégicas, que se constituyen como entrelazamientos más o menos fugaces de las grandes empresas. No obstante, hemos de tener muy presente que estas alianzas estratégicas deben ser claramente diferenciadas de los tradicionales oligopolios, ya que “atañen a tiempos, mercados, productos y procesos específicos, y no excluyen la competencia en todos los ámbitos, la mayoría no cubiertos por los acuerdos” (Castells, 2005, p. 213). Por su parte, en esta nueva lógica de las redes, las empresas pequeñas y medianas “parecen ser formas de organización bien adaptadas al sistema de producción flexible de la economía informacional” (Castells, 2005, p. 206) y sus redes de colaboración desempeñan un cierto papel en la economía global, aunque ciertamente secundario. Además, no debemos perder de vista también que “su dinamismo renovado se encuentra bajo el control de las grandes empresas, que continúan en el centro de la estructura de poder económico en la nueva economía global” (Castells, 2005, p. 206).

En cualquier caso, de acuerdo con Castells (2005, p. 551), “las empresas y, cada vez más, las organizaciones e instituciones se organizan en redes de geometría variable, cuyo entrelazamiento supera la distinción tradicional entre grandes empresas y empresas pequeñas”. En este sentido, por ejemplo, podemos referirnos a dos formas de flexibilidad interorganizativa a las que este autor alude explícitamente: el “*modelo de redes*

multidireccionales aplicado por empresas pequeñas y medianas y el modelo de producción basado en la franquicia y la subcontratación bajo la cobertura de una gran compañía” (Castells, 2005, p. 210. Cursivas en el original). Ahora bien, por otro lado, también hemos de tener muy presente que “la formación de estas redes no implica la desaparición de la empresa multinacional” (Castells, 2005, p. 246). No debemos perder nunca de vista que “las redes se concentran alrededor de una empresa multinacional importante o se forman en virtud de las alianzas y la colaboración entre esas empresas” (Castells, 2005, p. 246). Por consiguiente, y aunque pudiera parecer contradictorio, podemos concluir afirmando que “las concentraciones oligopólicas parecen haberse mantenido o aumentado en la mayoría de los sectores de las principales industrias” (Castells, 2005, pp. 246-247) gracias a haberse constituido como grandes redes. Como podemos comprobar, también en este caso, la doctrina reticular de Castells respecto a las organizaciones se muestra en clara consonancia con el escenario que cabría esperar de la identificación de dos tendencias organizacionales que lleva a cabo Stigler.

Con respecto a la acción del Estado en el mercado, Castells parte de subrayar el primero alejado de su tradicional consideración como árbitro e intérprete de las reglas del juego en la esfera económica (perfil institucional), dado “que las `condiciones de mercado libre y justo´ pertenecen al mundo irreal” (Castells, 2005, p. 133), se ha convertido en la actualidad en un agente económico de primer orden (perfil organizacional). Tanto es así, que “las instituciones políticas actúan en la economía internacional buscando interpretar tal principio (las `condiciones de mercado libre y justo´) de modo que maximice la ventaja competitiva de las empresas que se encuentran bajo su jurisdicción” (Castells, 2005, p. 133). Así, por ejemplo, Castells (2005, p. 163) destaca cómo el Estado, entre otras cosas, colabora con las grandes corporaciones multinacionales a través de instituciones públicas de investigación: “dados los costos y la importancia estratégica crecientes de la I+D, las corporaciones suman sus esfuerzos de investigación en cooperación con otras corporaciones, con universidades y con instituciones públicas de investigación”. Este escenario de colaboración entre las esferas pública y privada se ve favorecido, además, porque el Estado establece como una de sus prioridades en política económica la reducción de los costes de sus grandes corporaciones a fin de hacerlas más competitivas en el mercado internacional.

Finalmente, y en referencia concreta a la caracterización que lleva a cabo Castells de otras organizaciones, tales como los sindicatos, en la esfera económica, debemos atender a dos cuestiones principales: la progresiva debilidad sindical cuyo inicio podemos fechar en la década de los años ochenta, y las prácticas sindicales adaptadas a un mercado de trabajo dual. En primer lugar, y en relación con el paulatino debilitamiento de los sindicatos, este autor comienza por recordarnos que, en la década de los años ochenta, estos, constituidos como:

El principal obstáculo para una estrategia de reestructuración unilateral (de la distribución de costes de las empresas), se vieron debilitados por su falta de adaptabilidad para

representar a los nuevos tipos de trabajadores (mujeres, jóvenes, inmigrantes), para actuar en los nuevos lugares de trabajo (oficinas del sector privado, industrias de alta tecnología) y para funcionar en la nueva forma de organización (la empresa red a escala global). (Castells, 2005, pp. 342-343)

En cualquier caso, esta dinámica de pérdida de protagonismo sindical, si bien en sus orígenes pudo responder a estos motivos, según Castells (2005, p. 343), además, se vio reforzada desde el Estado “cuando fue necesario”.

En segundo lugar, no debemos perder de vista que las prácticas sindicales no hacen sino reflejar la estructura de red jerárquica que existe en, y entre las empresas. Así, dicha estructura se erige sobre un mercado de trabajo dual con el que se pretenden hacer compatibles “los beneficios del compromiso de una mano de obra nuclear con la flexibilidad de un mercado de trabajo periférico” (Castells, 2005, p. 336). De este modo, en el núcleo:

Las grandes compañías ofrecen a sus trabajadores empleo de por vida, sistemas de retribución basados en la antigüedad y la colaboración con los sindicatos de empresa. El trabajo en equipo y la autonomía en la realización de la tarea son la regla, contando con el compromiso de los trabajadores para la prosperidad de su compañía. La dirección participa en las plantas de fabricación y comparte las instalaciones y las condiciones laborales con los obreros manuales. Se busca el consenso mediante diversos procedimientos, desde la organización del trabajo hasta actos simbólicos como la entonación del himno de la compañía para empezar la jornada. (Castells, 2005, p. 230)

Por otro lado, en la periferia, la fuerza de trabajo “se considera sacrificable e intercambiable, y las tareas son realizadas en su mayor parte por trabajadores temporales y empleados a tiempo parcial” (Castells, 2005, p. 230). En este ámbito, dadas las condiciones laborales imperantes (especialmente la alta rotación laboral), los sindicatos apenas si encuentran algún espacio.

Como podemos comprobar, los sindicatos, en tanto que organizaciones económicas racionales, concentran sus energías, ya de por sí muy debilitadas desde los años 80, en mejorar las condiciones laborales de los empleados “nucleares” de la empresa, mientras que su acción con respecto a los trabajadores “periféricos”, dadas sus condiciones laborales, apenas si se deja notar.

4. Instituciones

La última categoría que presentamos para llevar a cabo esta comparación remite a las instituciones. Estas ofrecen dos posibles vías de aproximación: por un lado, podemos concebirlas como de algún modo vinculadas a las organizaciones, como hacen Drucker o Castells; por otro, como “reglas constitutivas” (Searle, 1997, p. 45); es decir, como un tipo de pautas que “no solo regulan, sino que crean la posibilidad misma de

ciertas actividades” (Searle, 1997, p. 45), a la manera de Stigler o Bell. Ahora bien, en cualquiera de estos dos casos, a fin de analizar la doctrina institucional defendida por estos autores, se atienden cuatro de sus características principales. Así, en primer lugar, examinamos su carácter general, tanto a nivel diacrónico, fijándonos en su evolución histórica; como sincrónico, comprobando si se da cabida instituciones formales y no formales. En segundo lugar, verificamos si se defiende una concepción natural de estas que remita su génesis y lógica de funcionamiento a la propia condición humana. En tercer lugar, tratamos de las posibles relaciones conflictivas que pueden establecerse entre ellas. Es decir, nos detenemos a comprobar si existen contradicciones potenciales entre las funciones que se les imputan. Y, finalmente, consideramos su posible surgimiento espontáneo como producto no deliberado de la acción humana.

A este respecto, lo primero que debemos señalar es que las aportaciones teóricas procedentes de los economistas de Chicago al examen de las instituciones resultan particularmente escasas. La razón puede residir en el hecho de que estos autores desarrollan la mayor parte de sus investigaciones tomándolas como dadas. En este sentido, la contribución más destacada, quizá la única, que realiza Friedman (1968) al análisis institucional remite a su “regla monetaria”. Según este autor, el Estado debe limitarse, en la esfera estrictamente monetaria, a establecer una tasa constante de crecimiento de dinero del 4 % anual. Con esta medida, Friedman pretende dotar al sistema económico de la estabilidad perdida tras el abandono del patrón-oro; y, de este modo, reducir la incertidumbre asociada a la presencia de bancos centrales con cierta tendencia a realizar bruscas modificaciones en su política monetaria.

En cualquier caso, dadas las escasas y dispersas referencias a las instituciones que incorporan los economistas de Chicago en la mayoría de sus trabajos, nuestra estrategia expositiva a partir de aquí va a consistir en concentrar nuestros esfuerzos en analizar una única línea de investigación, la más acabada desde nuestro punto de vista, y en establecer esta como modelo paradigmático de la escuela. Así, tanto por su amplitud, como por su profundidad, nos decantamos por circunscribir nuestro análisis a las reflexiones que, sobre el derecho, lleva a cabo George Stigler.

De este modo, hay que comenzar por examinar cómo justifica este autor el carácter general de las instituciones en atención, tanto a su carácter formal o no formal, como a su evolución histórica. En este sentido, al aproximarnos al análisis de Stigler sobre el derecho, lo primero que nos llama la atención es que la reflexión sobre las instituciones formales y no formales puede ponerse en paralelo con sus estudios sobre la *Common law* y la *Statute law*. Según este autor, la “*Common law* es la acumulación de decisiones tomadas en respuesta a un litigio real y la evolución de las circunstancias en los casos que se presentan a los tribunales” (Stigler, 1992, p. 461). Ahora bien, inmediatamente después agrega, “pero esta es también la naturaleza de la *Statute law*” (Stigler, 1992, p. 461). Así, por ejemplo, señala cómo la evolución histórica de la Sherman Act se constituye como

un ejemplo paradigmático de la escasa diferencia que puede apreciarse, de facto, entre *Common law* y *Statute law*. En la actualidad, según Stigler, dicha Ley se constituye como “la acumulación de cien años de decisiones judiciales, influenciadas a su vez por los casos reales y los cambios en las circunstancias económicas, legales y políticas de ese siglo” (Stigler, 1992, p. 461); de donde deduce que “la disposición de 1890 y sus reformas legislativas son una parte muy pequeña del contenido efectivo de la ley hoy” (Stigler, 1992, p. 461). Sin embargo, este autor decide mantener su distinción analítica entre *Common law* y *Statute law* ya que, pese a que “los grupos políticos gobernantes generan y mantienen aquellas doctrinas de la *Common law* que mejor les sirven” (Stigler, 1992, p. 460)¹²; esta “resulta menos adecuada que la *Statute law* para la mayor parte de los casos de redistribución política” (Stigler, 1992, p. 461).

Podría aducirse que, habida cuenta de la preeminencia que en el mundo anglosajón se otorga a la *Common Law*, estos razonamientos solo resultan de aplicación en ese ámbito geográfico concreto y no en la esfera en que prima el derecho “continental”. Sin embargo, esto no es del todo cierto, si como señala Stigler, aceptamos la tesis de una progresiva convergencia histórica entre estas dos formas del derecho. Pues bien, es precisamente este proceso histórico de convergencia entre el derecho anglosajón y el continental, además de la propia evolución histórica de leyes como la *Sherman Act*, el que permite afirmar que este autor, además de atender a instituciones formales y no formales, también considera el derecho como una institución histórica; y, por tanto, general.

Con respecto a la concepción natural de las instituciones que remita su génesis y lógica de funcionamiento a la condición humana, Stigler parte de una pregunta muy sencilla, ¿por qué el Estado regula? Según él, la respuesta no debe buscarse, ni en los teoremas de la economía del bienestar, ni en la doctrina de la ciencia política tradicional. Para entender esta cuestión, debemos centrarnos “en el estudio sistemático de los intereses propios de los distintos participantes en la vida política” (Stigler, 1982, p. 67). Estos, desde luego, “operan bajo diferentes reglas y limitaciones que los comerciantes en los mercados, pero esto no supone un argumento contrario al uso de esa poderosa herramienta de análisis económico que es la teoría del comportamiento maximizador de la utilidad” (Stigler, 1982, p. 67). Stigler extiende la esfera legítima del análisis basado en un agente maximizador al campo de la ciencia política. Pero lo sustancial a efectos de esta investigación es que, además, reconoce que la actividad regulativa del Estado (es decir, el derecho) remite en su origen y lógica de funcionamiento a la acción de los individuos (es “natural”, en el sentido en el que aquí otorgamos a este término).

A continuación, debemos preguntarnos si las instituciones pueden resultar conflictivas; es decir, si pueden darse contradicciones entre las funciones que se les imputan. A este

12 Es decir, “cuando la *Common law* resulta de aplicación es porque sirve al grupo políticamente dirigente o porque carece de un oponente influyente” (Stigler, 1992, p. 460).

respecto, Stigler comienza afirmando que para que tanto la *Common law*, como la *Statute law*, perduren deben “ser eficientes” (Stigler, 1992, p. 459). Eso sí, dicha eficiencia “debe ser juzgada únicamente en atención a las metas que cada una de ellas persigue” (Stigler, 1992, p. 459). Así, concluye que “toda institución o práctica social duradera es eficiente o no persistiría en el tiempo” (Stigler, 1992, p. 459). Ahora bien, pese a que siempre emergerán “instituciones o prácticas nuevas y experimentales desafiando a los sistemas existentes”, en muchas ocasiones estas nuevas instituciones “demostrarán ser ineficaces o incluso contraproducentes” (Stigler, 1992, p. 459). Lo que no es óbice para reconocer que “de vez en cuando tendrán éxito en la sustitución del sistema anterior” (Stigler, 1992, p. 459). Según Stigler, las instituciones deben resultar eficientes para los fines que han sido diseñadas o desaparecerán. Sin embargo, esto no implica descartar la posible emergencia de situaciones conflictivas entre ellas, ya que pueden surgir contradicciones entre los fines imputados a las antiguas y a las nuevas instituciones. En cualquier caso, en tales escenarios, este autor, siguiendo la tradición reformista anglosajona, se decanta por “hacer continuos ajustes marginales en una política a través de un comité presupuestario que modifique los recursos para su ejecución” (Stigler, 1974, pp. 66-67), más que por “modificar la Ley” (Stigler, 1974, p. 67).

Finalmente, se concluye señalando que los autores de la escuela de Chicago no se pronuncian con respecto al carácter espontáneo del surgimiento de las instituciones, por lo que podemos deducir que no contemplan dicha posibilidad. En defensa de esta hipótesis, hay que remitirse a las observaciones que acabamos de exponer de Stigler, respecto a la condición diseñada que deben presentar este si con ellas se pretenden alcanzar determinados fines específicos.

Como se señala, la doctrina de los economistas de Chicago respecto a las instituciones es uno de los elementos menos acreditados de su obra. No obstante, tomando como referencia los trabajos desarrollados por Stigler sobre el derecho, hemos podido concluir que comprenden estas como fenómenos generales, naturales y conflictivos, aunque no espontáneos. A continuación, se compara esta postura teórica con la defendida por los sociólogos constructivistas moderados; y, a tal fin, presentamos las aportaciones de Daniel Bell.

En primer lugar, se señala que este autor considera las instituciones como fenómenos generales. A fin de justificar esta afirmación, y si se permite identificar estas con “las estructuras de una sociedad”, nos podemos apoyar, por una parte, en el carácter histórico de su evolución; y por otra, en el hecho de que atienden, tanto a instituciones formales (como las normas), como informales (como los modos de vida, las relaciones sociales, los valores, los hábitos, las costumbres y los modos tradicionales establecidos). Como el propio Bell señala:

Las estructuras de una sociedad –los modos de vida, las relaciones sociales, las normas y los valores– no se trastocan del día a la noche. Las estructuras del poder pueden cambiar rápidamente. Las estructuras de la sociedad cambian mucho más lentamente, especialmente los hábitos, las costumbres y los modos tradicionales establecidos. (Bell, 1989, p. 21)

En segundo lugar, según Bell, es precisamente el carácter natural de las instituciones el que explica su pausado cambio histórico. En este sentido, las progresivas modificaciones que acontecen en la esfera de las ideas y de los estilos culturales se constituyen como prerequisites imprescindibles a la hora de que dé comienzo, y se desarrolle, dicho proceso. Así, las variaciones en la conciencia, especialmente aquellas referidas a los valores y el juicio moral, orientan las acciones de los hombres de cara a transformar normas e instituciones sociales:

Las ideas y los estilos culturales son los preludios necesarios para el cambio, ya que un cambio en la conciencia –en los valores y en el juicio moral– es el que mueve a los hombres a transformar sus normas e instituciones sociales. (Bell, 2001, p. 552)

El carácter conflictivo de las relaciones que pueden darse entre diferentes instituciones remite en la obra de Bell, entre otras cosas, a la existencia de tres principios axiales. Así, este autor al referirse a las fuentes estructurales de tensiones en la sociedad señala cómo estas pueden producirse, por ejemplo:

Entre una estructura social (principalmente tecnoeconómica) que es burocrática y jerárquica, y un orden político que cree, formalmente, en la igualdad y la participación; entre una estructura social que está organizada fundamentalmente con base a roles y a la especialización y una cultura que se interesa por el reforzamiento y la realización del yo y de la persona “total”. (Bell, 1989, p. 26)

Con respecto al carácter espontáneo de las instituciones, Bell se distancia de la doctrina que hemos imputado a los economistas de Chicago. En este sentido, por ejemplo, advierte que “el conjunto de las decisiones individuales tiene efectos colectivos que trascienden la capacidad para controlarlos, y que con frecuencia perturban los deseos individuales” (Bell, 2001, p. 327). Si optamos por aproximarnos a las instituciones, como él hace, como un fenómeno natural (es decir, remitiendo su origen y lógica de funcionamiento a la naturaleza humana), su emergencia bien puede remitir a efectos agregados que superan con mucho la capacidad de los agentes para controlarlos. En otras palabras, las instituciones bien pueden presentar un carácter espontáneo, no diseñado. No obstante, debemos ser conscientes de que esta característica de las instituciones es un tema que Bell apenas aborda.

Hasta aquí se ha presentado la doctrina institucional defendida, tanto por Stigler, como por Bell. No obstante, previamente, también se señaló que Drucker y Castells se aproximan a las instituciones de un modo distinto; las comprenden como de algún modo vinculadas a las organizaciones. Pues bien, se debe justificar esta última

afirmación; y, para ello, hemos de demostrar nuestra tesis apoyándonos en los propios textos de estos autores.

Si tomamos como referencia la principal obra de Drucker¹³, descubrimos cómo este autor afirma explícitamente que “las organizaciones son instituciones con un propósito especial” (Drucker, 1993, p. 60). Esta tesis, que puede resultar chocante en un primer momento, viene, no obstante, confirmada posteriormente cuando hace referencia al procedimiento que debe seguirse para “cambiar el rumbo de cualquier institución” (Drucker, 1993, p. 205). En este sentido, alega que han de ejecutarse siempre los mismos tres pasos. En primer lugar, el “abandono de las cosas que no funcionan”. En segundo lugar, la “concentración en las cosas que funcionan”. Y, finalmente, llevar a cabo un “análisis de los medio éxitos, medio fracasos” (Drucker, 1993, pp. 161-162). Si ponemos en relación, por una parte, su forma de comprender las instituciones; y por otra, el hecho de que defiende que una de las principales características de las organizaciones remite a su capacidad para concentrarse en perseguir un único objetivo, parece claro que su tesis de que las organizaciones se constituyen como un tipo específico de institución queda, al menos a nuestro entender, suficientemente confirmada. En cualquier caso, habida cuenta de su escaso desarrollo teórico sobre este particular, poco más podemos añadir respecto a la doctrina institucional expuesta por Drucker a lo largo de su obra, más allá del hecho de que, entre las “instituciones normales de enseñanza” cita explícitamente, tanto a la escuela, “una institución social básica durante largo tiempo”; como a las “instituciones patronales” (Drucker, 1993, p. 205).

Si Drucker considera las organizaciones como una forma concreta de institución, Castells (2005, p. 202) lleva a cabo el ejercicio diametralmente opuesto; afirma que las instituciones deben ser comprendidas como “organizaciones investidas de la autoridad necesaria para realizar ciertas tareas específicas en nombre del conjunto de la sociedad” (Castells, 2005, p. 202). Ahora bien, ¿estas instituciones tienen que ser necesariamente formales? Según Castells, no. Al definir el poder, este autor afirma que este se constituye como “la relación entre los sujetos humanos que, sobre la base de la producción y la experiencia, impone el deseo de algunos sujetos sobre los otros mediante el uso potencial o real de la violencia, física o simbólica” (Castells, 2005, p. 45). No obstante, inmediatamente después, agrega también que “las instituciones de la sociedad se han erigido para reforzar las relaciones de poder existentes en cada periodo histórico, incluidos los controles, límites y contratos sociales logrados en las luchas por el poder” (Castells, 2005, p. 45). Así, siendo cierto que el poder “se fundamenta en el Estado y su monopolio institucionalizado de la violencia” (Castells, 2005, p. 45), no lo es menos que “lo que Foucault etiqueta como microfísica del poder, encarnada en instituciones y organizaciones, se difunde por toda la sociedad, encerrando a los sujetos en una apretada estructura

13 En cualquier caso, la doctrina institucional que vamos a exponer a continuación también puede encontrarse en otras obras de este autor (Por ejemplo: Drucker, 1969, p. 176; Drucker, 1990, p. 86).

de deberes formales y agresiones informales” (Castells, 2005, p. 45). Castells defiende que las instituciones que emergen para reforzar las relaciones de poder existentes en cada momento histórico, no remiten únicamente al monopolio institucionalizado de la violencia que define al Estado (instituciones formales), sino que también incorporan lo que Foucault denomina microfísica del poder (que remite a instituciones formales e informales).

Por otra parte, según Castells, las instituciones también están sometidas al devenir histórico. En este sentido, por ejemplo, llama la atención sobre cómo sus trayectorias históricas constituyen un elemento fundamental a la hora de comprender la relación que establecen las redes de empresas asiáticas con el modelo de empresa red que surge en Occidente. Según este autor, para comprender dicha relación, “es preciso considerar simultáneamente la especificidad histórica de las culturas, las trayectorias históricas de las instituciones, los requisitos estructurales del paradigma informacional y las formas de competencia de la economía global” (Castells, 2005, p. 228).

Hasta aquí se ha evidenciado cómo Castells considera que las instituciones son generales dado que, por un lado, atiende a sus manifestaciones formales e informales; y por otro, incorpora su historicidad. A continuación, se analiza su potencial carácter conflictivo. Para ello, hay que valerse del mismo ejemplo relativo a las redes empresariales asiáticas; concretamente a la forma en que estas presentan en Japón. Para este autor, dichas redes de empresas, y la estructura social a la que dan lugar, solo pueden mantener su estabilidad sobre un modelo patriarcal de familia que prevenga las tendencias sociales polarizadoras. De este modo, concluye que, si la institución familiar varía, puede originarse un conflicto entre esta y tanto las formas empresariales como la estructura social a que da lugar:

Solo la relativa estabilidad de la familia patriarcal japonesa integra ambos extremos en la estructura social, paliando las tendencias hacia una sociedad polarizada, pero solo mientras pueda mantenerse a la mujer japonesa en posición subordinada, tanto en el hogar como en el trabajo. (Castells, 2005, p. 230)

Este ejemplo, además, permite también poner de manifiesto cómo los tres tipos de relaciones sociales básicas que identifica Castells (la producción, que se articula sobre las relaciones de clase; la experiencia, que se estructura a través de las relaciones familiares y la sexualidad; y el poder, que se manifiesta en relaciones de poder) pueden contraponer sus respectivas lógicas de funcionamiento, y de este modo dar lugar a escenarios conflictivos. En este sentido, llega a afirmar que cuando la innovación tecnológica (proceso inserto en la esfera de la producción) no se difunde en la sociedad debido a obstáculos institucionales (que pueden provenir de la esfera de la experiencia o del poder), se produce un retraso tecnológico por la ausencia de la retroalimentación social/cultural necesaria para las instituciones de innovación y para los mismos innovadores.

En cualquier caso, y para ir concluyendo ya, la última característica de las instituciones a la que atendemos, su carácter natural, en la obra de Castells queda demostrada sin gran dificultad habida cuenta del hecho de que, como acabamos de señalar, cualquier tipo de institución ha de erigirse sobre estos tres tipos de relaciones sociales básicas (producción, experiencia y poder); y todas ellas remiten, en última instancia, a la propia naturaleza humana expresada en dichas relaciones sociales.

5. Conclusiones

Con respecto a la caracterización de los agentes individuales que llevan a cabo estos autores, si bien es cierto que Drucker no se pronuncia apenas en este sentido, sí se concluye que el resto se decanta por establecer un modelo formal de agente que se caracteriza por desarrollar conductas maximizadoras, presentar una racionalidad limitada, operar en entornos caracterizados por la existencia de información imperfecta, imputar costes a su proceso de toma de decisiones y valerse de expectativas racionales. No obstante, si bien es cierto que esta coincidencia general resulta innegable, no lo es menos que concretamente en el caso de los sociólogos constructivistas moderados, la validez de sus respectivas doctrinas a este respecto se circunscribe a esferas muy concretas de su análisis teórico general. Así, Bell argumenta que esta caracterización únicamente resulta aplicable a la "tecnología intelectual"; mientras que Castells la limita al ámbito estrictamente económico.

Por otro lado, con respecto a las organizaciones, todos estos autores centran sus reflexiones en el ámbito intraorganizativo en tres cuestiones principales: el análisis de la relación existente entre formas de propiedad y gestión en las empresas, la caracterización de las organizaciones económicas como mecanismos de reducción de la incertidumbre, y su consideración de la división del trabajo como uno de los principios fundamentales que ordenan el funcionamiento de las organizaciones económicas. Por su parte, en el ámbito interorganizativo, atienden al análisis de los oligopolios (o formas de colaboración interempresarial más o menos análogas), la acción del Estado en el mercado, y el examen de la forma de operar de otras organizaciones que no sean ni las empresas ni el Estado, en el mismo; y muy en particular, de los sindicatos; entendidos estos como organizaciones racionales.

Finalmente, cuando atendemos a las aportaciones concretas que estos autores realizan a la reflexión institucional, constatamos la existencia de dos aproximaciones teóricas principales. Por una parte, nos encontramos con autores como Drucker o Castells, que las conciben como de algún modo vinculadas a las organizaciones; por otro lado, con Stigler o Bell, que ven en ellas reglas generales de comportamiento que establecen la posibilidad misma de desarrollar ciertas actividades. En cualquier caso, ambos grupos de

autores coinciden en considerar a las instituciones como fenómenos generales, naturales y potencialmente conflictivos, aunque los sociólogos constructivistas moderados, a diferencia de los economistas de Chicago, también se aproximan a ellas como productos no deliberados (espontáneos) de la acción humana.

6. Referencias

- Bell, D. (2001). *El advenimiento de la sociedad posindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bell, D. (1989). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bell, D. (1984). *Las ciencias sociales desde la segunda guerra mundial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2005). *La era de la información. Vol. I: la sociedad red*. (3.^a ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Drucker, P. F. (1969). *The age of discontinuity. Guidelines to our changing society*. Londres: Butterworth-Heinemann.
- Drucker, P. F. (1990). *Managing the non-profit organization: Practices and principles*. Londres: Butterworth-Heinemann.
- Drucker, P. F. (1993). *La sociedad poscapitalista*. Barcelona: Apóstrofe.
- Drucker, P. F. (1999). Modern Prophets: Schumpeter or Keynes? *The Frontiers of Management*. Nueva York: Penguin Putnam, Inc.
- Friedman, M. (1953). The methodology of positive economics. In D. Hausman (Ed.), 2008, *The philosophy of economics. An anthology* (pp. 145-178). Cambridge: Cambridge University Press. DOI: [10.1017/cbo9780511819025.010](https://doi.org/10.1017/cbo9780511819025.010)
- Friedman, M. (1993). *Teoría de los precios*. Barcelona: Altaya.
- Friedman, M. (1968). The role of monetary policy. *American Economic Review*, 58(1), 1-18.
- Friedman M. (2007) The social responsibility of business Is to increase its profits. En W. C. Zimmerli, M. Holzinger y K. Richter (Eds.), *Corporate ethics and corporate governance* (pp. 173-174). Berlin: Springer.
- Hernández, S. (2018). La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico de la escuela monetarista de Chicago y el de los sociólogos constructivistas moderados: Teleología, epistemología y metodología. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(32).

- Lamo de Espinosa, E. (2001). La sociología del siglo XX. *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 96, 21-49. DOI: [10.2307/40184382](https://doi.org/10.2307/40184382)
- Lucas, R. E. (1972). Expectations and the neutrality of money. *Journal of Economic Theory*, 4(2), 103-124. DOI: [10.1016/0022-0531\(72\)90142-1](https://doi.org/10.1016/0022-0531(72)90142-1)
- Lucas, R. E. (1975). An equilibrium model of the business cycle. *Journal of Political Economy*, 83(6), 1113-1144. DOI: [10.1086/260386](https://doi.org/10.1086/260386)
- Lucas, R. E. (1976). Econometric policy evaluation: A critique. In K. Brunner y A. Meltzer (Eds.), *The phillips curve and labor markets* (pp. 19-46). Amsterdam: North Holland. DOI: [10.1016/s0167-2231\(76\)80003-6](https://doi.org/10.1016/s0167-2231(76)80003-6)
- Lucas, R. E. y Sargent, T. J. (1978). After keynesian macroeconomics. *Quarterly Review*, 3(2), 1-16.
- Muth, J. F. (1961). Rational expectations and the theory of price movements. *Econometrica*, 29(3), 315-335. DOI: [10.2307/1909635](https://doi.org/10.2307/1909635)
- Sargent, T. J. y Wallace, N. (1976). Rational expectations and the theory of economic policy. *Journal of Monetary Economics*, 2(2), 169-183. DOI: [10.1016/0304-3932\(76\)90032-5](https://doi.org/10.1016/0304-3932(76)90032-5)
- Searle, J. R. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative behavior*. New York: Free Press.
- Stigler, G. J. (1951). The division of labor is limited by the extent of the market. *Journal of Political Economy*, 59(3), 185-193. DOI: [10.1086/257075](https://doi.org/10.1086/257075)
- Stigler, G. J. (1961). The economics of information. *The Journal of Political Economy*, 69(3), 213-225. DOI: [10.1086/258464](https://doi.org/10.1086/258464)
- Stigler, G. J. (1964). A theory of oligopoly. *The Journal of Political Economy*, 72(1), 44-61. DOI: [10.1086/258853](https://doi.org/10.1086/258853)
- Stigler, G. J. (1965). *Essays in the history of economics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Stigler, G. J. (1971). The theory of economic regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3-21. DOI: [10.2307/300316](https://doi.org/10.2307/300316)
- Stigler, G. J. (1974). The optimum enforcement of laws. In G. S. Becker y W. M. Landes (Eds.), *Essays in the economics of crime and punishment* (pp. 55-67). New York: National Bureau of Economic Research.

- Stigler, G. J. (1982). The process and progress of economics. Nobel memorial lecture, 8 December, 1982. In K. Mäller (Ed.), *Nobel lectures in economic sciences. 1981-1990* (pp. 57-76). Singapur: World Scientific Publishing Co.
- Stigler, G. J. (1992). Law or economics? *Journal of Law and Economics*, 35(2), 455-468. DOI: [10.1086/467262](https://doi.org/10.1086/467262)
- Stigler, G. J. y Becker, G. S. (1977). De gustibus non est disputandum. *The American Economic Review*, 67(2), 76-90.
- Stigler, G. J. y Sherwin, R. A. (1985). The extent of the market. *Journal of Law and Economics*, 28(3), 555-585. DOI: [10.1086/467101](https://doi.org/10.1086/467101)



Políticas y programas de Estado para la salud rural en América Latina: una revisión de la literatura*

State policies and programs for rural health in Latin America: a review of the literature

Lorena Parada Parra**

Recibido: 23 de Octubre de 2018

Revisado: 30 de Noviembre de 2018

Aprobado: 5 de diciembre de 2018

Resumen

El objetivo de este trabajo es identificar las principales políticas y programas estatales en Latinoamérica para el fomento de la salud rural. Se utiliza como método el estudio transversal retrospectivo para determinar las principales leyes que han permitido el

* Artículo producto de revisión de literatura realizada para la línea de Profundización en Gestión de las Organizaciones, Planes y Programas de Salud Pública, hace parte del proyecto sobre políticas públicas en Salud. Cómo citar este artículo: Montalvo, Y. A. y Jácome, V. J. (2019). Elementos para la construcción de un modelo de gestión dirigido a la banca comunal en Ecuador. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 79-94. DOI: <https://doi.org/10.15332/22484914.4878>

** Enfermera de la Universidad Nacional de Colombia. Fundación Cardio infantil. Estudios de Maestría en Salud Pública.

surgimiento de políticas y programas rurales para la promoción de la salud, dirigidos a pobladores de zonas rurales en Latinoamérica, con ello se comprenden las acciones que se han trabajado en el ámbito rural. La revisión de la literatura muestra que existen diversos programas que dan respuesta parcial a los problemas de salud existentes en las zonas rurales. Respecto a los programas de fomento rural en América Latina, la mayor parte son programas de lucha contra la pobreza, algunos de ellos tienen impacto en los indicadores sanitarios, sin embargo, existen programas que ya expiraron y para el caso de Colombia, es necesario tener más en cuenta las zonas rurales para dar mayor alcance en salud.

Palabras clave: salud rural, desarrollo rural (fuente DeCs, MeSH).

Clasificación JEL: I18, I38, R58

Abstract

The object of this work is to identify the main state policies and programs in Latin America for the promotion of rural health. The retrospective cross-sectional study is used as method to determine the main laws that have allowed the emergence of rural policies and programs for the promotion of health, aimed at rural inhabitants in Latin America, thereby comprising the actions that have been performed in the rural area. The review of the literature shows that there are several programs that partially respond to the health problems existing in rural areas. Regarding rural development programs in Latin America, most of them are anti-poverty programs, some of them have an impact on health indicators, however, there are programs that have already expired and for the case of Colombia, it is necessary to consider rural areas more to give greater scope in health.

Keywords: *rural health, community health*, rural development (Source DeCs, MeSH).

Classification JEL: I18, I38, R58

1. Introducción

Ante la crisis económica de la mayor parte de los países latinoamericanos en las décadas de los 70 hasta principios de los 90, cada Estado ha trabajado en la introducción de políticas de tipo estructural cuyo desenlace ha impactado al mercado en su privatización y su explotación a través de la apertura económica (Rodríguez, 2011), de aquí surgen políticas que dejan de lado a un sistema de intervención, creando vacíos en las instituciones públicas rurales, agudizando a su vez condiciones de desigualdad (Brumer, 2003); por otra parte, se evidencia el abandono a los pequeños productores, ya que los gremios industriales tienen mayor atención del Estado por su contribución económica y beneficios secundarios a su actividad (Machado, 2010). Las políticas rurales han quedado reducidas a programas para la lucha contra la pobreza, como se identifica en la gestión de diversos países de Latinoamérica (Zurbriggen y Travieso, 2016), sin embargo, se evidencia mayor preocupación por el impacto económico de la pobreza rural que por la salud de estos.

Existen diferentes dinámicas demográficas en Latinoamérica que buscan repensar la salud en términos de necesidades latentes de acuerdo al grupo poblacional más dependiente de servicios de salud, así como se encuentra un significativo aumento entre la población mayor de edad con una marcada disminución en la natalidad (Felitti, 2009). En los países latinoamericanos la población mayor de 60 años continúa en aumento, países como Argentina, Cuba y Uruguay en la actualidad se encuentran en un periodo de envejecimiento avanzado, con al menos el 10 % de población adulto mayor y con proyección de triplicarse entre los años 2000 y 2050 (Arriagada, Aranda y Divisi, 2005).

Existen aún dificultades en términos de equidad, prestación de servicios de salud, incluso sistemas de salud organizados para la población rural en diferentes países de Latinoamérica (Pérez y Arrivillaga, 2017); en términos de cobertura y acceso aún hay mucho por discutir, dado el limitado acceso hay en países como Chile, Bolivia, Guatemala, Colombia, Paraguay, Panamá, República Dominicana y Perú, así mismo, y de manera particular, hay registros sobre la insatisfacción en los servicios ofrecidos al sector rural en países como el Salvador (Acosta, Sáenz, Gutiérrez y Bermúdez, 2011; BBC News Mundo, 2017).

2. Antecedentes de políticas y programas para el fomento de la salud rural en Latinoamérica

Existe una estrecha relación entre la pobreza y su resultado en las condiciones de salud de una población (Ortiz, Pérez y Tamez, 2014), mostrando así que los mayores índices de mortalidad corresponden a los sectores más pobres, y suelen ser más productivos aquellos que gozan de buena salud en términos económicos; alrededor del 60 % de la

población rural vive en condiciones de pobreza o indigencia (Organización Mundial de la Salud, 2003). Las poblaciones más vulnerables suelen encontrarse en zonas dispersas, donde los servicios de salud difícilmente pueden llegar, evidenciándose como desamparo hacia la población rural por parte de los estados latinoamericanos (Salgado, González, Jaurégui y Bonilla, 2005), para demostrar este argumento se hace una revisión de las diferentes estrategias gubernamentales para combatir la pobreza rural y de esa manera identificar estrategias para el fomento de la salud rural.

3. Políticas rurales en Latinoamérica

Entiéndase por política como una actividad consistente en la toma de decisiones para actuar frente a determinados aspectos que requieren atención por parte de entidades para la generación de planes, programas y proyectos, en este caso para el fomento de la salud rural (Canel, 2006); una característica de las políticas es que son flexibles y permiten cambios de acuerdo con las dinámicas poblacionales. A partir de la revisión se relacionan algunas de las políticas para Latinoamérica.

Para el año de 1963, Brasil establece como objetivo la protección a los trabajadores rurales, brindando recursos para la eliminación de desigualdades entre la concepción de lo urbano y lo rural por medio del Fondo de Asistencia y Previsión del Trabajador Rural (FUNFURAL), con ello surgieron una serie de modificaciones en la Constitución política, las cuales fueron efectivas en 1991, y se dio paso a la creación de un sistema de previsión social que cubría a trabajadores formales e informales del sector rural. FUNRURAL ha tenido un impacto positivo para el bienestar de la población más pobre del sector rural, y los aportes del sistema de previsión equivalen a una fracción de la renta domiciliaria rural, sin embargo, no ha modificado la estructura de producción del sistema económico (Breu, Guggenbichler y Wollmann, 2003). Aunque FUNFURAL ha tenido algunas variaciones de funcionamiento, sigue acompañando a la población rural de Brasil.

Recientemente en Chile surge la Política de desarrollo rural (2014-2024), ante un diagnóstico realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) donde se había determinado la falta de una política rural por lo que surge una propuesta donde se reconoce la ruralidad como algo esencial que debe ser protegido por el estado, dirigido hacia un desarrollo sustentable, trabajando por mejorar la calidad de vida para la población rural, con ello apuntan a 5 ejes estratégicos que cubren: bienestar social de la población rural, oportunidades económicas en territorio rural, protección de la cultura rural y gobernabilidad de la política de desarrollo rural; con ello se plantea enfrentar los nuevos desafíos de orden social, económico y ambiental (Comité Técnico Interministerial, 2014).

En el campo de lo rural, y no ajeno al constructo de otros países, Colombia apunta hacia la política pública en pro de la mujer rural implementada a partir del decreto 2145 de 2017, por medio del cual se realiza un seguimiento y evaluación de los programas y leyes en favor de la mujer rural, cuyo principal interés es contribuir en la disminución de las brechas de género para favorecer la autonomía de las mujeres, a la vez eliminar dificultades de acceso a las oportunidades que provean diferentes instituciones a su favor, para ello se fundó el comité interinstitucional de seguimiento para cumplimiento de los objetivos propuestos (Decreto 2145, 2017). El equipo de trabajo cuenta con un comité para la dirección de la mujer rural y una consejería presidencial para la equidad de la mujer (Ministerio de Agricultura, 2018).

Por otra parte, en Nicaragua se crea el Instituto de Desarrollo Rural (IDR), con el fin de fortalecer a pequeños y medianos productores, para impulsar el comercio en la región, con ello se pretende mejorar el ingreso a los servicios financieros de miles de familias rurales, con el apoyo en el mejoramiento de las vías de transporte para facilitar el comercio y la inclusión de los campesinos pobres para la ejecución de proyectos agroindustriales; a partir de las necesidades identificadas en términos de desarrollo rural, inicia del año 2000 a 2001 la implementación de un posgrado en desarrollo rural en grado de maestría, con el fin de fortalecer el capital humano para el desarrollo de planes y políticas en el sector rural (Romero, Ferrero, Pérez, Baselga y Rodríguez, 2000).

La creación de diversas políticas relacionadas con condiciones de pobreza identificadas en la región también ha sido propósito para Nicaragua por medio del Fondo Social Suplementario, establecido a partir del decreto 46-98 de 1998 (Soto, 2000), dados los altos índices de pobreza en la población con bajos indicadores de salud y educación en la población rural, su finalidad fue el financiamiento de programas de índole social por tres años (República de Nicaragua, 1998). En el país se trabajó en un plan para aumentar la cobertura en la prestación de servicios de salud para los habitantes más pobres de las zonas rurales, y el fondo tuvo un papel fundamental en su desarrollo. El trabajo a partir del Fondo Social Suplementario dio origen al programa de inmunizaciones, vigilancia y control de cáncer cérvico uterino, malaria, dengue, dispensación gratuita de medicamentos y unido a ello el aseguramiento de personal de enfermería hacia las zonas rurales.

Para el desarrollo de la propuesta se trazaron objetivos como la reducción de la morbilidad en niños menores de 5 años a través del programa Integral para niños y la Atención de Enfermedades Prevalentes en la Infancia, por otra parte, se impulsaron brigadas de salud móviles que se han trabajado hace más de diez años para zonas de difícil acceso. El gobierno de Nicaragua diseñó además un modelo de salud familiar y comunitaria, el cual requirió capacitación del personal de salud para la atención en diferentes niveles. Instituciones como MIFAMILIA, Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), cooperación internacional y el Ejército Nacional han sido participes activos de

movilización social para llegar a población en extrema pobreza en zonas rurales con difícil acceso (Organización Panamericana de la Salud, 2008).

3. Programas rurales en Latinoamérica

Entiéndase un programa como el producto de una planeación, cuyo contenido encierra una serie de actividades para el alcance de los objetivos establecidos por una organización, parte inicialmente de una política. A través de los programas rurales se han establecido acciones para fomentar la salud rural.

Promover la igualdad para la población rural es uno de los objetivos de Chile, donde se ha contribuido por medio del Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (INDAP), cuyo objetivo es el impulso del desarrollo económico sostenible, dando valor a la agricultura familiar campesina por medio del refuerzo del capital humano y productivo desde 1962, con ello se promueve el trabajo de pequeños agrícolas y campesinos a partir del desarrollo de tecnologías, economía y sociedad, a fin de elevar su capacidad productora. Lo más importante para el INDAP es el impulso de programas para el financiamiento de las familias campesinas, promoción de productos tradicionales, fortalecimiento de la agricultura familiar campesina e impulso de alianzas entre productores y actores públicos y privados para la canalización de recursos en favor de la ruralidad (Ministerio de Agricultura, 2016).

En Perú se crea para el año de 1981 el Programa Nacional de Manejo de Cuencas Hidrográficas y Conservación de Suelos (PRONAMACHCS), perteneciente al Ministerio de Agricultura, su principal objetivo es la lucha contra la pobreza rural; Perú cuenta con un vasto territorio rico en recursos naturales y por ellos lucha PRONAMACHCS, programa que representa un rubro importante del Ministerio y que tiene en cuenta a los campesinos de la Sierra con su rol fundamental en la conservación, por lo que por medio de capacitaciones impartidas por profesionales se infunden conocimientos técnicos hacia los habitantes para potenciar el manejo de los recursos naturales de manera sostenible (Lara, Pardo y Escalante, 2005).

En Perú, siguiendo la línea de trabajo hacia los hogares rurales, en 1991 se crea el Fondo de Compensación y Desarrollo Social (FONCODES), programa del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), quienes trabajan a favor de familias campesinas con pobreza extrema en la difusión de oportunidades económicas que permitan su sustento. La propuesta de Perú toma en cuenta el desarrollo de capacidades productivas en las familias y su emprendimiento para la inserción competitiva en el mercado, a su vez fomenta la participación comunitaria para mejorar la inversión pública hacia los hogares en situación de pobreza extrema. En el año 2017 el Fondo recibió un

reconocimiento en buenas prácticas de gestión pública (Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social, 2017).

Para el caso de Colombia, existen antecedentes de programas como el Instituto Colombiano de Reforma Agraria INCORA, que existió hacia el año de 1961 e inicialmente tenía como fin trabajar contra el desplazamiento campesino por dificultad en la oportunidad de trabajo en las zonas rurales y carencia de tierras, así que lideró el programa de reforma agraria mediante adquisición y redistribución de tierras, por otra parte se crea el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural a partir de la Ley 160 de 1994, la cual trabajaba los procesos relacionados con la redistribución de la tierra y economía campesina con mayor regulación a partir de reglamentación del Ministerio de Agricultura, lo cual generó dificultades administrativas para los campesinos (Gómez, 2016).

Colombia hacia la década de 1990 se vio enmarcada por un proceso de apertura económica como respuesta a las necesidades de la economía mundial, varios procesos se privatizaron a la vez que intervinieron procesos tecnológicos con miras a la acumulación de capital, sin embargo dichos procesos no fueron de la mano con el desarrollo rural, por lo que los campesinos en gran parte se vieron desamparados, sobre todo los pequeños productores, quienes fueron poco a poco quedando excluidos del proceso económico nacional, con ello surgieron condiciones de pobreza que no tardaron en incidir en procesos de salud y enfermedad, ello constituye en dinámicas de desigualdad, aún más marcados si se ven las diferencias entre el trabajador rural y urbano (Rodríguez y Benavidez, 2016).

Para el año de 1994, en Colombia nace la Red de Solidaridad Social como una estrategia de desarrollo social y humano, cuyo fin era llegar a la población más vulnerable en condición de pobreza, que por causa de vivir como población dispersa no es alcanzable por los diversos programas gubernamentales, por lo que quedan excluidos de beneficios de crecimiento económico; a partir de la Red de Solidaridad se buscaba mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable por medio de la potenciación de las capacidades de participación comunitaria (Jaramillo, 2005).

Para Colombia, otro de los ejemplos de construcción para el desarrollo rural es el Programa de Desarrollo Rural con Equidad (DRE), antes llamado Agro Ingreso Seguro (AIS), creado por la Ley 1133 de 2007, destinado a la protección de los ingresos de los productores que se afecten por alteraciones secundarias al mercado externo, adicional pretende mejorar la competitividad en el sector agropecuario a nivel nacional, a través de créditos e incentivos a la productividad (Ley 1133, 2007). En la actualidad, Colombia no cuenta con una estrategia planificada para el desarrollo campesino ya que sus recursos se han distribuido para apoyar a empresarios agrícolas, lo que ha impactado en la

persistencia de inequidad con relación a la población rural (Machado, 2010), siendo la pobreza, la desigualdad y el desempleo origen del desplazamiento rural (Acosta, 2013).

Por otra parte, Bolivia ha trabajado más los programas encaminados al sector salud para la ruralidad, por medio del Programa Mi Salud, se trata de una estrategia de atención primaria en salud, mediante la implementación de la política para la promoción y atención integral intercultural con participación comunitaria y control social SAFCI (Pérez y Arrivillaga, 2017), la cual busca que la comunidad deje la exagerada dependencia hacia el personal de salud y se haga cargo de su protección. La atención en salud con participación comunitaria es mucho más costo-efectiva y representa el modelo de atención primaria en salud (APS).

Para el desarrollo del proyecto fue necesaria la incorporación de médicos con funciones destinadas al primer nivel de atención para las zonas más apartadas del país, y con ello garantizar que la población acceda a la salud de manera gratuita y con calidad, dicho programa inició en el año 2013 (Ministerio de Salud Bolivia, 2015).

4. Programas de transferencia monetaria condicionada en Latinoamérica

Los programas de transferencia monetaria condicionada plantean la entrega de dinero a los beneficiarios quienes generalmente son población vulnerable, de acuerdo con el cumplimiento de requisitos que para efectos del contexto latinoamericano se direcciona a mejorar aspectos en salud (Valencia, 2008).

Diversos estudios muestran que los modelos de desarrollo rural están contruidos con enfoques desiguales, de tipo económico (Kliksberg, 2002), sin negar el impacto que tienen las ayudas económicas al mejoramiento de la salud en la población rural, sirviendo como apalancamiento para salir de condiciones de pobreza extrema (Reyes, 2014); considerando la relevancia de la economía para los sectores productivos, se evidencia una falla en la integración del sector rural en las diferentes políticas de salud, configurados así como modelos excluyentes, ejemplo de ello están países como El salvador, Honduras, Guatemala y Nicaragua; sin embargo, existen excepciones, países como Brasil presentan una cobertura en salud del 92 % en zonas rurales y en Chile la cobertura en salud solo es mayor 1,5 veces en el área urbana respecto de la rural, para la generalidad de los países solo un habitante rural de cada cinco recibe pensión o jubilación (Tokman, 2006).

Diferentes estados han coincidido en la creación de programas de transferencia como respuesta al déficit económico que presenta la población rural con su impacto secundario

en calidad de vida y salud, como ejemplo de lo que se ha implementado a nivel gubernamental para las zonas rurales se muestran acciones en Argentina, con la Asignación Universal por Hijo (AUH) para la protección social en Argentina creado en 2009; para 2011 se adiciona la Asignación Universal por Embarazo (AUE), lo que significó una etapa nueva para la política social de Argentina, con ello se inició un proceso de inclusión entre desempleados y trabajadores informales, frecuentemente excluidos de las políticas. Con las asignaciones realizadas a los hogares se impactan los niveles de pobreza e indigencia (Pautassi, Arcidiácono y Straschnoy, 2013).

Por parte de Brasil, se creó en 2003 el programa Bolsa Familia, se trata de un programa de transferencia monetaria condicionada cuyo objetivo es el apoyo de las familias en situación de pobreza, ampliando a su vez el acceso a la educación y la salud. El programa tiene un alcance nacional, pese a ello tiene bajo costo para la nación, representando solo el 0.45 % del PIB brasileño (División de Protección Social y Salud, 2016); otra de las estrategias para Brasil surge con la creación de LA Bolsa Verde, programa de transferencia de ingreso creado en 2011 en el marco del programa Brasil sin pobreza, dirigido a familias con condiciones de pobreza extrema que viven en áreas de conservación del medio ambiente, el fin del incentivo que brinda el programa es promover la conservación de los recursos para lograr una convivencia más sustentable (Ministerio de Medio Ambiente, 2011).

En Colombia, por otra parte para el año 2000 surge Más Familias en Acción, programa de transferencia monetaria condicionada, cuyo fin es brindar beneficios en asistencia escolar y salud a familias pobres, desplazadas víctimas del conflicto armado e integrantes de comunidades indígenas menores de 18 años, los beneficiarios pueden acceder de acuerdo a la clasificación del SISBEN (Medellín y Sánchez, 2015).

Para el caso de El Salvador, se crea en 2009 el programa Comunidades Solidarias Rurales, el cual busca promover la participación de la comunidad con énfasis en niñas, adolescentes y mujeres adultas para disminuir las brechas de género, adicionalmente tiene en cuenta a personas en situación de discapacidad. Su principal objetivo es brindar atención integral a familias excluidas socialmente o en condición de pobreza extrema, además de promover condiciones de igualdad en oportunidades entre comunidades (Salvador, 2012).

La mayor parte de transferencias se brindan por medio de bonos, como lo demuestra Ecuador con el Bono de Desarrollo Humano, creado en 2003, que reemplazó el programa de bono solidario que había iniciado funciones en 1998; este programa va dirigido a familias en condición de pobreza extrema, teniendo prelación en población de adultos mayores y discapacitados. Apoyados en el índice de bienestar para la identificación de los beneficiarios se les determina de acuerdo a la información socioeconómica de los hogares (Martínez, Borja, Medellín y Nadin, 2017).

Por parte de México, se tiene el programa de Desarrollo Humano Oportunidades, el cual brinda transferencias a hogares pobres con la condición de promover inversión en capital humano de los hogares beneficiados; el programa promueve la asistencia escolar, adicionalmente entre las condiciones del beneficio requiere el cumplimiento de condiciones de salud de acuerdo a las estrategias vivir mejor y el apoyo infantil vivir mejor (Hernández y Escobar, 2012); una particularidad con el programa de México es que más allá de la transferencia económica, el Gobierno busca promover y garantizar el acceso a derechos sociales de la población más vulnerable.

En Panamá existe la Red de Oportunidades Empresariales para Familias Pobres para la reducción de los niveles de pobreza con especial énfasis en las zonas rurales e indígenas, incentivando emprendimiento sostenible en sectores agropecuarios y turismo (República de Panamá, 2009).

Otro es el caso de Paraguay, con la creación de Tekoporá en 2005, su objetivo es la atención a familias con condición de pobreza extrema por medio de transferencias monetarias, el objetivo del programa es mejorar la calidad de vida de las personas a través del derecho al acceso a alimentación, salud y educación (CEPAL, 2005). Siguiendo la línea de educación y salud se encuentra el programa Juntos del Estado de Perú, surge por parte del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y su misión es la promoción al acceso hacia los servicios de salud y educación de hogares en condición de pobreza, el incentivo se brinda siempre que las familias lleven a los niños y niñas a los centros de salud, colegio y controles prenatales en caso de gestantes (Sánchez, Melendez y Behrman, 2016).

En República Dominicana con la estrategia Progresando con Solidaridad creada en 2012, se plantea la reducción de los índices de pobreza mediante el fortalecimiento de la red de protección social, trabajando en inclusión social, prosperidad y una vida mejor como lema de campaña para el gobierno del momento. A partir de los objetivos de la estrategia se busca reducir la pobreza extrema, creación de nuevos empleos e incorporación de beneficios a familias (República Dominicana, 2015).

Como se evidencia, los programas de transferencia monetaria condicionada se han creado como respuesta a condiciones de pobreza en Latinoamérica y han demostrado una disminución importante de sus índices en la región, ello surge como una noción positiva en respuesta a fallas en los servicios de educación y salud que brinda el estado (Dapuez, 2016), pero se contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las familias en situación de pobreza.

Existen problemas que actualmente acaparan la atención de la sociedad, con consecuencias negativas en las poblaciones objeto de políticas y programas de desarrollo rural, los cuales van desde la corrupción, carencia de una estrategia clara de desarrollo rural, focalización y aplicación a grupos inespecíficos, falta de exigibilidad en los plazos

de implementación y sus resultados concretos, dificultad de acceso y explotación adecuada de la tierra por parte de los campesinos, lo que se llamaría en este contexto el desarrollo económico real para los campesinos, poca participación de la sociedad civil, baja aplicabilidad de los programas de economía rural en contraste con la economía global, lo que conlleva a que sean inviables y la brecha cada vez mayor aunada a la pobreza rural que genera que los presupuestos destinados hacia proyectos de desarrollo rural se desvíen hacia proyectos sociales de corto plazo (Bandeira, Atance y Sumpsi, 2004; Rossel, 2012).

5. Discusión

Hablar ampliamente de políticas y programas gubernamentales para la salud rural sería posible si identificamos el enfoque que se ha estructurado de acuerdo con las intervenciones estatales que dan respuestas económicas y se logra la transformación en estrategias focalizadas hacia la salud rural. Si bien las ayudas monetarias para las regiones rurales representan un recurso valioso, se impactarían mejor los indicadores en salud ante programas de índole social, comunitario, participativo, ampliando el capital humano (Satterthwaite, 2004), lamentablemente para el sector rural la evidencia es reducida, lo que se considera prioritario teniendo en cuenta que Latinoamérica es un continente predominantemente rural.

Como medida para repensar la salud, de acuerdo con la evidencia latinoamericana en la creación y aplicación de políticas y programas específicos para la población campesina se debe diseñar e implementar un programa pensado en la noción moderna de desarrollo rural y con ello trabajar en la búsqueda de objetivos centrados en la población, por ello es indispensable introducir elementos culturales y hacerlas viables dentro de la política de estado. Necesariamente al hablar de una estrategia de aplicación rural, se debe tener conocimiento de la actividad económica predominante en la región para la generación de capacidad productiva, y así comprender culturalmente sus potencialidades y falencias para su desarrollo.

Con las reflexiones que se pueden desencadenar de la evidencia, es necesario trabajar por la viabilidad económica de políticas y programas para la reorganización en salud de la población campesina por medio del incentivo productivo, generando propuestas autosustentables. Se debe realizar un conocimiento del campo de acción, diálogos con líderes sociales de la región, entendiendo las necesidades identificadas y promoviendo la participación social (Ramírez, 2014); adicionalmente debe asumirse como un proyecto político para que adquiera peso y voz de manera bilateral, sin olvidar el respeto a los derechos fundamentales.

6. Referencias bibliográficas

- Acosta, A. (2013). Colombia: escenario de las desigualdades. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 14(1), 27. Recuperado de <http://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/974/1210>
- Acosta, M., Sáenz, M. D., Gutiérrez, B. y Bermúdez, J. L. (2011). Sistema de salud de El Salvador. *Salud Publica Mex*, 53(2), 188-196. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v53s2/14.pdf>
- Arriagada, I., Aranda, F. y Divisi, M. (2005). Políticas y programas de salud en América Latina. Problemas y propuestas. *CEPAL, Serie Políticas Sociales, 114*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6119/1/S051049_es.pdf
- Bandeira, P., Atance, I. y Sumpsi, J. M. (2004). Las políticas de desarrollo rural en América Latina: requerimientos de un nuevo enfoque. *Cuaderno de Desarrollo rural*, (51), 115-136.
- BBC News Mundo. (2017). *¿Cuáles son los países de América Latina que más y menos invierten en salud y con qué resultados?* Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41399983>
- Breu, F., Guggenbichler, S. y Wollmann, J. (2003). *La pobreza rural en América Latina: lecciones para una reorientación de las políticas*. Encuentro de altos directivos sobre la mitigación de la pobreza rural. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6540/1/S037467_es.pdf
- Brumer, A. (2003). Os rumos do mundo rural na América Latina no início do século XXI, num cenário de grandes transformações sociais, econômicas e políticas. *Sociologias*, (10), 14-25. Doi: <https://doi.org/10.1590/S1517-45222003000200002>
- Canel, M.J. (2006). *Comunicación política, una guía para su estudio y práctica*. (Segunda edición). Madrid: Editorial Tecnos 2006. Biblioteca Universitaria. ISBN 9788430944408.
- CEPAL. (2005). *Tekopora 2005, programas de transferencias condicionadas, base de datos de programas de protección social no contributiva en América Latina y el Caribe*. Paraguay. Recuperado de <https://dds.cepal.org/bpsnc/programa?id=27>
- Comité Técnico Interministerial. (2014). *Política Nacional de Desarrollo Rural*. Chile. Recuperado de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/chil42198.pdf>

- Dapuez, A. (2016). Políticas de transferencias monetarias. Exportando expectativas en desarrollo. *RUNA, archivo para las ciencias del hombre*, 37(1), 53-69. Recuperado de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/runa/article/view/1503/2267>
- Decreto 2145. (2017). *Por el cual se adopta el plan de revisión, evaluación y seguimiento de los programas y leyes que favorecen a las mujeres rurales y se crea el Comité Interinstitucional de seguimiento al Plan*. Diario Oficial n.º 50.453. Recuperado de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85748>
- Cecchini, S. y Madariaga, A. (2011). *Programas de Transferencias Condicionadas, balance de la experiencia reciente en América Latina y el Caribe*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27854/S2011032_es.pdf
- Felitti, K. (2009). Derechos reproductivos y políticas demográficas en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 35, 55-66. Doi: <https://doi.org/13901249>
- Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social. (2017). *FONCODES*. Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. Perú. Recuperado de <http://www.foncodes.gob.pe/portal/index.php/comunicacion-e-imagen/publicaciones?download=14470:memoria-institucional-2016>.
- Gómez, J. (2016). Organización y descripción documental del Programa de Adquisición de Tierras. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 2, 16. Antioquia: INCORA. Doi: <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v39n2a08>
- Hernández, M. y Escobar, A. (2004). *Resultados de la Evaluación Externa del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Resultados-de-la-evaluaci%C3%B3n-externa-del-programa-de-desarrollo-humano-Oportunidades.pdf>
- Jaramillo, C. (2005). Red de Solidaridad Social en Colombia. *Revista EAFIT*, (105), 1-14.
- Julca, M., Pardo, A. y Escalante, M. (2005). *Programa nacional de manejo de cuencas hidrográficas y conservación de suelos PRONAMACHCS*. Cajamarca. Recuperado de https://www.agrorural.gob.pe/dmdocuments/transparencia/memorias/Memoria_2005.pdf
- Kliksberg, B. (2002). La inequidad en el campo de la salud pública en América Latina: una cuestión crucial. *Economía y Sociedad*, 7(19), 93-108. Recuperado de <https://doaj.org/article/30abef38df87475cb98f09d3017bc14c>
- Ley 113. (2007). *Por medio de la cual se crea e implementa el programa Agro, Ingreso Seguro – AIS*. Diario Oficial n.º 46.595. Congreso de la República. Recuperado de <http://www.ica.gov.co/getattachment/235a5c55-4109-4612-9145-ff54fa9bfe5d/2007L1133.aspx>

Machado, A. (2010). Lecciones sobre desarrollo rural, retos y enfoques. Lecciones del desarrollo rural, desafíos y avances. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 428-434. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652010000300010&lng=en

Martínez, D., Borja, T., Medellín, N. y Cueva, P. (2017). *Cómo funciona el bono de desarrollo humano - Mejores prácticas en la implementación de programas de transferencias monetarias condicionadas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/%C2%BFC%C3%B3mo-funciona-el-Bono-de-Desarrollo-Humano-Mejores-pr%C3%A1cticas-en-la-implementaci%C3%B3n-de-Programas-de-Transferencias-Monetarias-Condicionadas-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Medellín, N. y Sánchez, F. (2015). *Cómo funciona más familias en acción - Mejores prácticas en la implementación de programas de transferencias monetarias condicionadas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/%C2%BFC%C3%B3mo-funciona-M%C3%A1s-Familias-en-Acci%C3%B3n-Mejores-pr%C3%A1cticas-en-la-implementaci%C3%B3n-de-programas-de-transferencias-monetarias-condicionadas-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Ministerio de Agricultura. (s. f.). Lineamientos estratégicos 2014 – 2018. *Instituto de Desarrollo Agropecuario INDAPE*. Recuperado de <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/Lineamientos-Estrat%C3%A9gicos/lineamientos-estrategicos-2014-2018-vf.pdf?sfvrsn=0>

Ministerio de Agricultura. (2018). *Política pública en pro de la mujer rural*. Recuperado de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Política-pública-en-pro-de-la-mujer-rural.aspx>

Ministerio de Medio Ambiente. (2011). *Bolsa Verde*. Recuperado de <http://www.mma.gov.br/desenvolvimento-rural/bolsa-verde>

Organización Mundial de la Salud. (2003). *Influencia de la pobreza en la salud*. Recuperado de http://apps.who.int/gb/archive/pdf_files/EB113/seb11312.pdf

Organización Panamericana de la Salud. (2008). *Perfil de los sistemas de salud de Nicaragua. Monitoreo y análisis de los procesos de cambio y reforma*. (Tercera edición). Nicaragua. Recuperado de https://www.paho.org/nic/index.php?option=com_docman&view=download&alias=420-perfil-de-los-sistemas-de-salud-de-nicaragua&category_slug=sistemas-de-servicios-de-salud-y-tecnologia&Itemid=235

- Ortiz, L., Pérez, D. y Tamez, S. (2014). Desigualdad socioeconómica y salud en México. *Rev Med Inst Mex Seguro Soc*, 3(53), 336-347. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.unal.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d8fe49cc-84bd-4c4e-a508-2a337f7749be%40sdc-v-sessmgr06>
- Pautassi, L., Arcidiácono, P. y Straschnoy, M. (2013). *Asignación Universal por Hijo para la Protección Social de la Argentina*. Santiago de Chile: CEPAL, Unicef. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6193/1/LCL3662_es.pdf
- Pérez, S. L. y Arrivillaga, M. (2017). Redes integradas de servicios de salud en el marco de la atención primaria en salud en países seleccionados de América Latina. *Salutem Scientia Spiritus*, 3(2), 32-49. Recuperado de http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/salutemscientiaspiritus/article/view/1791/pdf_1
- Ramírez, C. (2014). Critical reflections on the New Rurality and the rural territorial development approaches in Latin America. *Agronomía Colombiana*, 32(1), 122-129. Doi: <https://doi.org/10.15446/agron.colomb.v32n1.41218>
- República Dominicana. (2015). *Progresando con solidaridad*. Recuperado de <https://progresandoconsolidaridad.gob.do/nosotros/quienes-somos/>
- República de Nicaragua. (1998). *Creación del Fondo Social Suplementario*. Recuperado de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/A522EE8A2354B6DF062570A10057A32E?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/A522EE8A2354B6DF062570A10057A32E?OpenDocument)
- República de Panamá. (2009). *Red de oportunidades empresariales para familias pobres*. (Documento oficial). España. Recuperado de http://www.mdgfund.org/sites/default/files/Signed_JP_Panama_DevandPS.pdf
- Reyes, G. (2014). América Latina 2010: inversión social como porcentaje del PIB. *Revista de Ciencias Sociales*, 20(2), 279-287. Doi: <https://doi.org/28031815007>
- Rodríguez, M. A. (2011). Democracia en América Latina, apertura económica, populismo y crisis. *Revista de Ciencias Económicas*, 29(2), 27-50. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7015>
- Rodríguez, D. y Benavidez, J. (2016). Salud y ruralidad en Colombia: análisis desde los determinantes sociales de la salud. *Facultad Nacional de Salud Pública*, 34(3), 359-371. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v34n3/0120-386X-rfnsp-34-03-00359.pdf>
- Romero, J., Ferrero, G., Pérez, F., Baselga, P. y Rodríguez, T. (2000). *La iniciativa por el desarrollo rural de Nicaragua: un proceso de concertación para implementación de políticas de*

desarrollo rural en Nicaragua. Nicaragua. Recuperado de http://www.fundacionetea.org/media/File/Microsoft Word - COmunicacion CIER_JJRomero GFerrero corregido.doc.pdf

Rossel, C. (2012). *Protección social y pobreza rural en América Latina*. CEPAL.

Salgado, N., González, T., Jaurégui, B. y Bonilla, P. (2005). No hacen viejos los años, sino los daños, envejecimiento y salud en varones rurales. *Salud Pública de México*, 47(4), 294-302. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342005000400007

Salvador, G. (2012). *Comunidades solidarias*. El Salvador: Secretaria Técnica de la Presidencia del Salvador.

Sánchez, A., Meléndez, G. y Behrman, J. (2016). *The Impact of the Juntos Conditional Cash Transfer Programme in Peru on Nutritional and Cognitive Outcomes: Does the Age of Exposure Matter*. London. Recuperado de <http://younglives.org.uk/sites/www.younglives.org.uk/files/YL-WP153-Impact%20of%20Juntos%20on%20nutrition%20and%20education%20in%20Peru.pdf>

Satterthwaite, D. (2004). Metas de desarrollo para el milenio (MDM) y reducción de la pobreza. *Cuaderno Urbano*, 4(4), 231-272. Recuperado de <http://revistas.unne.edu.ar/index.php/crn/article/view/1051>

Tokman, V. (2006). *Inserción laboral, mercados de trabajo y protección social. Santiago de Chile*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3676/1/S2006023_es.pdf

Valencia, E. (2008). Las transferencias monetarias condicionadas como política social en América Latina. Un balance: aportes, límites y debates. *Annual Review of Sociology*, 34(1), 499-524. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.052708.074708>

Zurbriggen, C. y Travieso, E. (2016). Hacia un nuevo Estado desarrollista: desafíos para América Latina. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(47), 259-281. DOI: <https://doi.org/10.18504/pl2447-004-2016>



Caracterización de los negocios barriales

en los barrios del borde oriental de la comuna 10 de Medellín*

Characterization of the neighborhood businesses in eastern border neighborhoods of commune 10 of the city of Medellin

Carlos Mario Londoño Toro**

Recibido: 20 de Noviembre de 2018

Revisado: 5 de diciembre de 2018

Aprobado: 8 de diciembre de 2018

Resumen

Esta investigación se diseñó con el objetivo de describir las características socioeconómicas de los negocios barriales del sector de la ciudad de Medellín, en el estudio se definieron 5 barrios: Los Ángeles, Boston, Bomboná N.º 1, Las Palmas y San Diego; a

* Proyecto de investigación desarrollado por el grupo de investigación SUMAR de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria María Cano. Londoño, C. M. (2019). Caracterización de los negocios barriales en los barrios del borde oriental de la comuna 10 de Medellín. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 95-116. DOI: <https://doi.org/10.15331/22484914.4879>

** Docente investigador. Facultad de Ciencias Empresariales. Fundación Universitaria María Cano.

partir de la aplicación de un instrumento de encuesta. Las dimensiones de análisis involucradas en el estudio fueron: características generales de los negocios, la cual agrupa las tipologías de negocios, estrato socioeconómico y condiciones locativas; en segundo lugar, se analizaron procesos comerciales relacionados con el tamaño de la oferta comercial y relacionamiento con los clientes; la tercera parte estudió los procesos financieros relacionados con la generación de ingresos y tenencia de productos financieros; la cuarta parte caracterizó el talento humano en cuanto a número y composición familiar, así como las condiciones sociodemográficas de los microempresarios; la última dimensión se enfocó en el estudio de los procesos de formalidad o informalidad del negocio a partir de la tenencia de cámara de comercio, acceso a seguridad social y manejo de procesos contables.

A partir de los resultados de 1582 encuestas aplicadas, se concluyó que los negocios barriales más representativos son aquellos que proveen bienes y servicios básicos para los hogares, son negocios que tienen debilidades estructurales relacionadas con escasa oferta comercial, baja capacidad de generar ingresos, tamaño reducido y operación bajo grados de informalidad relativamente altos.

Palabras clave: pequeños negocios, gestión comercial, gestión financiera, estructura socio demográfica, informalidad.

Clasificación JEL: M12, M31, M41

Abstract

The research Characterization of the neighborhood businesses in eastern border neighborhoods of commune 10 of the city of Medellín was designed with the purpose of describing the socio-economic characteristics of neighborhood businesses in this sector of the city of Medellín. In the study, 5 neighborhoods were defined: Los Ángeles, Boston, Bomboná N.º 1, Las Palmas and San Diego, from the application of a survey instrument. The dimensions of analysis involved in the study were: general characteristics of the business, which groups the types of business, socioeconomic stratum, and location conditions; second, the business processes related to size of the commercial offer and relationship with clients were analyzed; the third part studied the financial processes related to generation of income and ownership of financial products; the fourth part characterized the human talent regarding family number and composition, as well as the sociodemographic conditions of the micro entrepreneurs; the last dimension focused on the study of the business' formality or informality process from having chamber of commerce, access to social security and managing of accounting processes.

From the results of 1582 applied surveys, it was concluded that the most representative neighborhood businesses are those that provide basic goods and services for the households, they are business that have structural weaknesses related to limited commercial offer, low income generation capacity, small size, and operation under relatively high levels of informality.

Keywords: Small businesses, commercial management, financial management, sociodemographic structure, informality.

Classification JEL: M12, M31, M41

1. Introducción

El proyecto de investigación caracterización de los negocios barriales del borde oriental de la comuna 10 de la ciudad de Medellín, surgió como una iniciativa de investigación para aportar mayor conocimiento de las realidades socio empresariales de los barrios Los Ángeles, Boston, Bombona N.º 1, Las Palmas y San Diego; los resultados de este proceso se enfocaron en dar cuenta de las características generales de los negocios, los procesos comerciales, financieros y de talento humano, así como de las condiciones de formalidad bajo las cuales operan estos negocios.

A partir de los resultados obtenidos, las Juntas de Acción Comunal – JAC, así como la Administración Municipal, disponen de un material importante para conocer más a fondo las características de desarrollo empresarial a nivel de barrio, y este se convierte en una herramienta de gestión para tomar decisiones frente a la gestión de recursos a un nivel más micro.

El desarrollo del estudio se realizó con la participación directa de las comunidades representadas a través de las JAC, con las cuales se diseñaron y aplicaron el instrumento de encuesta y se contextualizaron los resultados obtenidos en cada uno de los barrios objeto de estudio. La encuesta fue utilizada como mecanismo de recolección de los datos, se aplicaron un total de 1574 distribuidas de la siguiente manera: 298 en el barrio Los Ángeles, 645 en el barrio Boston, 268 en el barrio Bombona N.º 1, 143 en el barrio La Palmas, y 220 en el barrio San Diego. A partir de los resultados de la encuesta se presentan las principales características de operación de estos pequeños negocios.

2. Fundamentos teóricos

La unidad de análisis fundamental de este proyecto fue el negocio barrial, de acuerdo con los planteamientos realizados por Páramo en 2015, este se puede definir como una pequeña unidad económica que realiza transacciones de bienes y servicios a pequeña escala, que se encuentra inmersa en un conjunto de realidades sociales y culturales que condicionan su desempeño comercial y financiero, y a partir de estos resultados se definen su tamaño y los grados de formalidad del negocio.

De acuerdo con Páramo (2015), las principales características de estos pequeños negocios son:

- El crecimiento y el tamaño no es la mayor preocupación de estos negocios, muchos de ellos se constituyen como proyectos de vida.
- Su legitimidad social está dependiente de su inserción en el modelo de sociedad en el cual funcionan.
- El número de empleados no supera los 50, entre las que tienen menos de 10 empleados, muchas de ellas se constituyen como negocios familiares.
- Las actividades comerciales desarrolladas por las mypes están concentradas en los propietarios.
- No existe una planeación de largo plazo, los negocios se gestionan de acuerdo con una visión inmediatista.
- No hay preocupación por las decisiones que puedan tomar los competidores.
- No se busca satisfacer las demandas de mercado, sino encontrar dónde encajan las capacidades de los microempresarios.
- La clientela es pequeña y muy cercana, esta se ha construido a partir de un contacto directo con los clientes.

Otro de los estudios importantes en el tema de las características de los negocios de barrio, fue el estudio realizado por Londoño y Navas (2014), quienes identificaron las fortalezas y debilidades de este tipo de unidades económicas.

Dentro de las debilidades encontradas están:

No adquisición de créditos con entidades financieras, bajo nivel de escolaridad, la no prestación del servicio a domicilio, falta de higiene a la hora de almacenar los productos y deficiencia en el manejo adecuado de estos, desconocimiento del manejo de inventarios por falta de un sistema contable confiable, no realizar proyecciones de venta, falta de organización interna de productos, salarios mal pagados a sus empleados. (Londoño y Navas, 2014, p. 63)

De otra parte, las fortalezas identificadas apuntan a los siguientes factores:

Venta al menudeo, manejo de sistema de crédito (vale de cartón), manejo de liquidez de dinero, costos fijos bajos, la no utilización de impulsadoras, origen de los tenderos (paisas), interacción con el cliente, conocimiento de la clientela, la cultura de la tienda en todos los estratos socioeconómicos. (Londoño y Navas, 2014, p. 63)

Con respecto a estudios relacionados con la caracterización de negocios barriales, se destacan los siguientes.

En el estudio de Areiza (2005) se identifican las tipologías de tiendas en los sectores de estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Cali, los resultados dan cuenta de la existencia de 4 tipologías de tiendas: tienda granero, tienda cafetería, tienda miscelánea y tienda cervecera; aunque los modelos de comercialización pueden variar, hay unos elementos comunes en estos tipos de negocios: pequeños negocios familiares, bajo nivel educativo de los propietarios, modelo comercial fundamentado en el trato amable, bajos ingresos por ventas, bajos niveles de venta y alta frecuencia de compra, problemas con el manejo de crédito a clientes y compras de contado a los proveedores.

Gaitán (2010) presenta un estudio sobre la caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena, al respecto la autora afirma que:

La investigación fue realizada en las tiendas de barrio de Cartagena, departamento de Bolívar en Colombia, cuyo propósito fue su caracterización, principales comportamientos y estrategias de defensa frente al desarrollo de otros canales de distribución, en especial los súper e hipermercados. Para su desarrollo, se trabajó con información primaria, mediante la realización de entrevistas estructuradas en los diferentes establecimientos y la observación directa de las actividades que allí se hace. Así mismo, el estudio está sustentado por información secundaria, en documentos de trabajos de investigaciones previas y propias, en las que se muestra la evolución de este segmento del comercio minorista. (Gaitán, 2010, p. 1)

Este estudio se orientó a partir de la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de las tiendas de barrio de Cartagena (Bolívar) en Colombia? La metodología de abordaje de esta pregunta fue cualitativa, aplicación de entrevistas estructuradas y procesos de observación, la aplicación de estos lineamientos permitió llegar a los siguientes resultados: la tienda de barrio es una relación social que se acomoda con facilidad a las realidades presupuestales y a la especificidad de necesidades y gustos de los habitantes de los diferentes sectores de la ciudad.

El segundo estudio referenciado es “Hacia una tipología de tenderos de Manizales (Colombia)” realizado por Arias, García y Páramo en 2011, presenta las características bajo las cuales operan los tenderos de la ciudad de Manizales, la pregunta orientadora de la investigación fue: ¿Cuál es el rol de la tienda tradicional manizaleña como canal de distribución? A partir de un estudio etnográfico y etnológico se llegó a los siguientes resultados: la tienda es una relación sociocultural; la tienda no tiene un modelo

convencional de mercadeo, pero sí un alto conocimiento de su mercado objetivo; la tienda es un negocio familiar con fuertes raíces en la tradición comercial de sus ancestros.

Otro estudio importante sobre tiendas de barrio es el de Sanclemente (2012), quien resalta las características de este tipo de negocios, desde las ventajas que genera para tres tipos de públicos: el tendero mismo, los clientes de la tienda y los productores que surten la tienda.

En el caso del tendero, el autor plantea algunas de las características de la tienda de barrio.

- Se establecen en Colombia cada vez más tiendas, debido particularmente al factor económico ligado a la búsqueda de ingresos que hacen las personas para hacer frente a la crisis económica del país, al desempleo y hasta para cubrir la pérdida súbita de empleo por parte de una persona que antes había estado empleada en el circuito económico.
- Es un modelo de negocio muy eficaz, que se encuentra basado en una alta rotación de inventarios y bajos costos operativos.
- Los ingresos provenientes de esta actividad se encuentran cerca o levemente por encima del salario mínimo del país, lo que se convierte en un incentivo para iniciar o mantener esta actividad. (Sanclemente, 2012, p. 15)

Pero reconociendo que la tienda es un modelo de relación social y económica, a continuación, plantea las ventajas que tiene la tienda de barrio para los clientes y para los productores de diferentes bienes y servicios.

En el caso de los clientes, el autor plantea los siguientes elementos:

- Una atención personalizada (proximidad emocional y sentimiento de comunidad, que resultan de la relación personal con el dueño de la tienda por parte de los consumidores), que es contraria al “trato frío” que se tiene en otros canales de distribución modernos (supermercados), en los cuales la relación es más bien un proceso formal o “profesional”.
- Las nuevas formas de fraccionamiento y de unidades de empaque de los principales productos de consumo de los hogares, para lo cual los pequeños negocios son más susceptibles de ser incluidos en su oferta que otros competidores (incluidos los supermercados y los grandes formatos). En otros términos: cuentan con surtido y tamaño correctos.
- El crédito o “fiado”, por pequeños montos y por plazos cortos, sin ninguna garantía de parte de quien obtiene el crédito hacia aquel que lo concede (el tendero). El solo

hecho de conocer la persona “muy bien” y que ella haga parte del vecindario en el que se encuentra el tendero, o la “amistad” que los reúne, constituyen el único requisito para otorgarlo. Este aspecto tiene matices y modos de funcionamiento bien diferentes en los supermercados e hipermercados.

- La distancia o localización del sitio o local de comercio, lo que concede a los consumidores economías importantes en sus desplazamientos o en el transporte. Las tiendas abundan en los vecindarios en los que los consumidores viven y trabajan y esa cercanía con los clientes permite que los costos asociados a la compra sean más bajos (D’Andrea *et al.*, 2003).
- El nivel de servicio o de atención ofrecido por el tendero, debido al hecho del conocimiento que él tiene de cada uno de sus clientes, aspecto que normalmente no se consigue de parte de las “grandes superficies”.
- Una mejor “preparación” de los tenderos, puesto que aquellos que son “empíricos” han comenzado a formarse y a prepararse para administrar con más competencia sus negocios, o bien, otras personas, que son “profesionales” y que no han encontrado empleo de manera formal, deciden manejar de manera “competente” su propio negocio, la tienda. Esto ha incidido en el grado de atención que prestan a sus consumidores y clientes. (Sanclemente, 2012, pp. 15-16)

En el caso de los productores, el autor plantea los siguientes argumentos:

- Son un canal que crea valor para los clientes finales al generar utilidades de tiempo, lugar y posesión.
- Aumentan la eficiencia de las transacciones y facilitan la circulación de bienes de consumo.
- Colaboran con salvar la incoherencia que existe entre el surtido de bienes que genera el fabricante y la variedad que exige el consumidor final.
- Son negocios que conocen muy bien las necesidades de los consumidores.
- Es una excelente alternativa de venta comparada con el alto poder de negociación que tienen las grandes cadenas de supermercados o grandes superficies.
- Economía, puesto que estos comercios no exigen muchos servicios por parte de los fabricantes, que en su gran mayoría son costosos (mercaderistas, impulsadoras, algunos tipos de promociones, etc.).
- Es el canal más adecuado cuando se desea tener una distribución intensiva.

- Obtienen márgenes de ganancia atractivos al vender directamente a estos establecimientos pues sus propietarios aceptan acuerdos favorables e incluso, de distribución exclusiva, a cambio de capital de trabajo o de mercancía promocional, todo ello debido al poder de negociación limitado de estos comerciantes.
- Colaboran con la imagen de la empresa fabricante.
- Actúan como fuerza de ventas de los fabricantes.
- Venden productos en lugares de difícil acceso y no rentables para los fabricantes. (Sanclemente, 2012, pp. 16-17)

2. Metodología

El desarrollo del proyecto de investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, un tipo de estudio exploratorio-descriptivo, un diseño no experimental y el desarrollo de un proceso censal a las diferentes tipologías de negocios de barrio ubicados en el borde oriental de la comuna 10 de Medellín (Los Ángeles, Boston, Bomboná N.º 1, Las Palmas y San Diego).

En relación con los procesos de población y muestra, en el proyecto se definió el levantamiento de un censo empresarial en los cinco territorios objeto de estudio, los resultados arrojaron un total de 1574 encuestas clasificadas en 19 tipologías de negocios.

Las fuentes de información utilizadas fueron la encuesta y la observación. En la aplicación de la encuesta las dimensiones de análisis fueron: características generales de los negocios, procesos comerciales, procesos financieros, condiciones de formalidad del negocio y caracterización sociodemográfica de los microempresarios. La información obtenida a partir de las encuestas fue complementada con procesos de observación de las dinámicas empresariales en los diferentes negocios del territorio objeto de estudio.

Las técnicas de análisis utilizadas fueron la revisión documental (Páramo, 2015) y el uso de las herramientas de estadística descriptiva para el procesamiento y análisis de los datos estadísticos obtenidos en las encuestas.

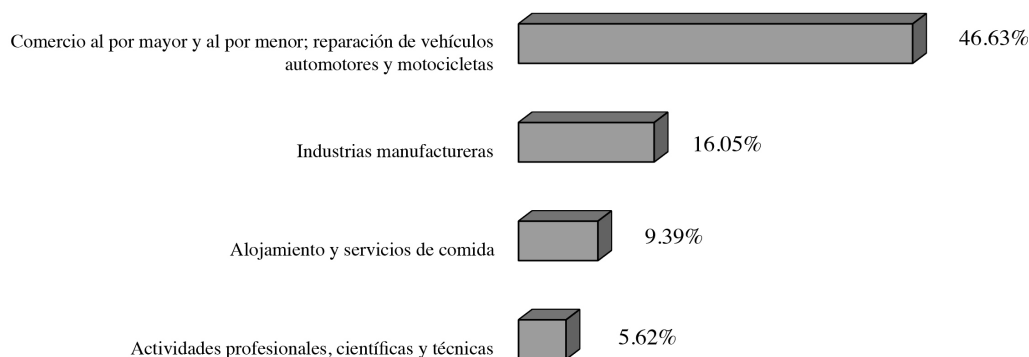
3. Análisis y discusión de resultados

El análisis y discusión de los resultados se presenta en dos niveles: en primera instancia se presentan algunas de las características básicas del tejido empresarial de la comuna 10; y posteriormente se presentan los resultados específicos en relación con la caracterización de los 1.582 negocios ubicados en los cinco barrios objeto de estudio.

Los datos del censo empresarial de la Cámara de Comercio para 2017 dieron cuenta de la existencia de 20.735 negocios en la comuna de La Candelaria, la figura 2 representa las actividades económicas con mayor concentración de negocios.

Desde la lógica de participaciones porcentuales, 46.63 % de los negocios están ubicados en actividades de comercio al por mayor y al por menor, el segundo renglón económico más importante está representado en las actividades manufactureras con el 16.05 % de los negocios, y en tercer lugar los alojamientos y servicios de comida representan el 9.39 % del tejido empresarial de la comuna, por último, están las actividades profesionales, científicas y técnicas con una participación de 5.62 %.

Figura 2. Estructura empresarial comuna 10 de Medellín por actividad económica



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de Comercio de Medellín

Complementario al análisis anterior, el censo empresarial de la Cámara de Comercio presenta información de la estructura empresarial de la comuna 10 por tamaño de los negocios. De acuerdo con el número de empleados, las microempresas tienen hasta 10 trabajadores, las empresas pequeñas tienen entre 11 y 50 personas, las medianas entre 51 y 200 empleados y las grandes tienen más de 200 empleados. Desde la perspectiva de los activos, una empresa micro tiene activos inferiores a los 500 SMLMV, por el contrario, las empresas grandes tienen activos entre 5001 y 30.000 SMLMV.

Al respecto, los resultados de la figura 3 permiten evidenciar que de 88.30 % de los negocios de la comuna 10 son micro negocios, hay 18.309 negocios que tienen menos de 10 empleados; la otra cara de la moneda está representada por las medianas y grandes empresas, que en conjunto solo representan un 2.61 % del tejido empresarial de la comuna, con un registro de 542 empresas.

Un análisis integrado de las figuras 2 y 3 evidencia una estructura empresarial compuesta en su gran mayoría por pequeños negocios (Silva, 2012), y concentrados en cuatro actividades económicas principales: comercio al por mayor y al por menor, industrias manufactureras, servicios de alojamiento y restaurante, y actividades profesionales, científicas y técnicas.

Figura 3. Estructura empresarial comuna 10 de Medellín por tamaño de negocios



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de Comercio de Medellín

Desde una perspectiva más cualitativa se encuentra el estudio de Arango y Arbeláez (2015), quienes desde un análisis de las realidades empresariales en el centro de la ciudad, identificaron que los tipos de negocio más representativos de la economía popular estaban concentrados en ventas callejeras; graneros, tiendas y misceláneas; peluquerías, piñatería, variedades, juguetería y papelerías; talleres de reparación de diversos artículos; natilleras; panaderías; tramitadores, comidas rápidas tradicionales; talleres de barrio triste; confecciones y maquila textil; transporte informal; minutos a celular; locales de café internet, famihoteles, toda esta tipología de negocios configura las lógicas de la economía barrial.

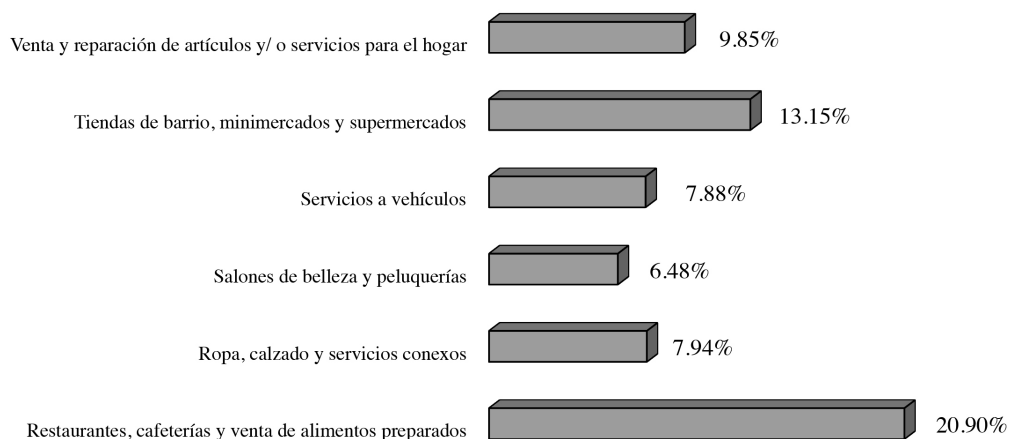
Como se observó en la figura 3, un 88.30 % de los negocios, equivalente a 17.657 unidades económicas, son micro negocios, los cuales surgieron a partir de unas dinámicas socioeconómicas que condicionan su desempeño en el mercado, dentro de las causas que identifican Arango y Arbeláez (2015) para el surgimiento de este tipo de negocios se encuentran:

- Por desempleo, liquidación laboral, despido laboral, trayectoria de la familia en negocios, separación del núcleo familiar, retiro laboral por el cuidado de los hijos, impedimento para laborar por presión del marido
- Deseo de independizarse, cumplimiento de sueños.
- Capacitación empresarial o emprendimiento.
- Imposibilidad de consecución de empleo. (Arango y Arbeláez, 2015, p. 237)

La otra perspectiva de análisis presenta los resultados obtenidos con el desarrollo de este proyecto de investigación, se pueden poner a consideración los siguientes elementos, los cuales dan cuenta de la estructura empresarial de los barrios objeto de estudio.

En primer lugar se presentan las participaciones porcentuales de los tipos de negocios más representativos en la estructura empresarial de los cinco barrios estudiados; los resultados permiten evidenciar que son los restaurantes y cafeterías con 329 negocios, las tiendas de barrio y minimercados con 207 unidades económicas, la venta o reparación de artículos y servicios para el hogar con 155 negocios, los almacenes de ropa y calzado con 125 registros, los negocios de servicios a vehículos con 124 registros y los salones de belleza y peluquerías con 102 unidades económicas. La figura 4 presenta estos valores en términos de participación porcentual.

Figura 4. Participación porcentual de los negocios más representativos en la estructura empresarial de la comuna 10



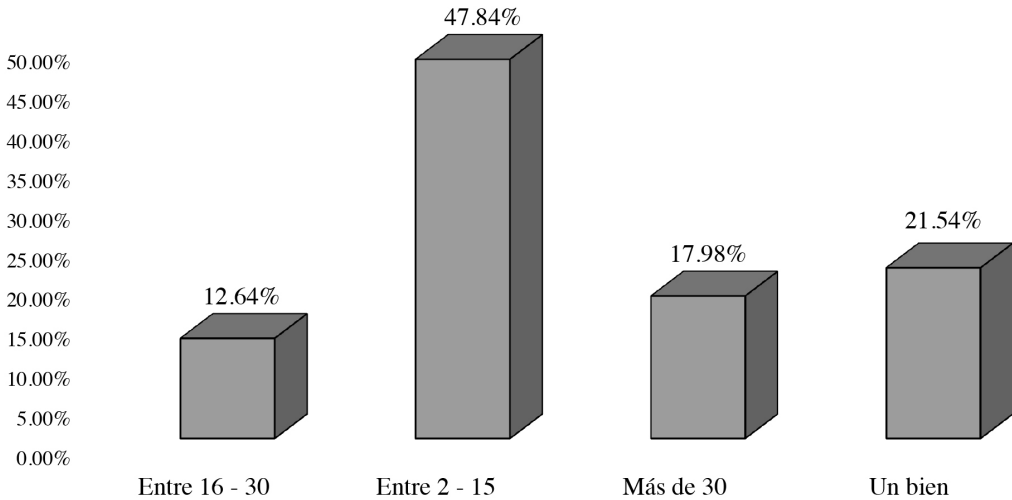
Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

Los negocios de mayor representación en los barrios objeto de estudio están clasificados en actividades orientadas hacia la provisión de bienes y servicios para satisfacción de

necesidades de los hogares, temas como la alimentación, el vestuario y la venta de bienes o servicios que complementan la canasta de consumo de los hogares; en conjunto estas seis actividades, donde cada una supera el registro de 100 negocios, representan el 66.20 % de la estructura empresarial del barrio.

En segundo lugar, se analiza el volumen de oferta comercial en los negocios barriales, los resultados permiten evidenciar que esta tiene un carácter limitado, lo cual incide negativamente en los niveles de venta, convirtiendo a muchos de estos negocios en negocios de subsistencia. La figura 5 presenta las participaciones del volumen de productos que se comercializan en estos negocios, la información se clasifica por rangos de productos comercializados.

Figura 5. Participaciones porcentuales del tamaño de la oferta comercial por rangos



Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

Los resultados del trabajo realizado permiten visualizar que los negocios de estos cinco barrios tienen una oferta limitada de bienes o servicios, un 21.54 % de ellos solo comercializa un bien o servicio, y un 47.84 % comercializa entre 2 y 15 productos, como consecuencia de esta reducida oferta comercial, muchos de estos negocios no tienen la capacidad de satisfacer las demandas de los clientes, lo cual impacta de manera negativa en sus resultados financieros.

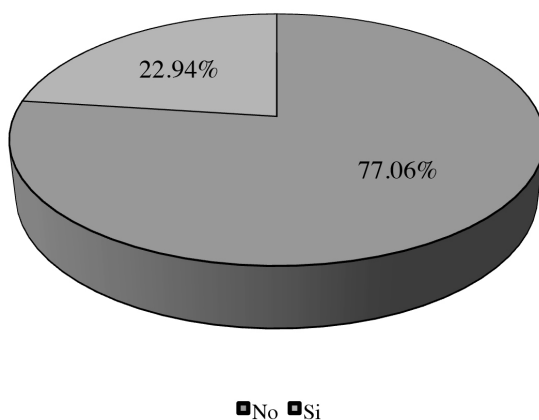
Muy relacionado con el tamaño de la oferta comercial, hay un tema que es clave en la supervivencia de estos negocios de barrio: la definición de precios, la cual está ligada a la estructura de consumo de las familias ubicadas en la zona de influencia del negocio, en un sector de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, el menudeo y el mayor precio derivado de este son elementos claves en la operación del negocio.

Un negocio de barrio manejado con criterio de responsabilidad social se convierte en un regulador automático de precios, tienen la capacidad de vender a unos precios que no son capaces de igualar las grandes cadenas de supermercados que llegan a los barrios, los cuales de entrada tienen que asumir unos costos fijos elevados, situación que no pasa con el microempresario que tiene su negocio dentro de la vivienda.

Una tercera variable de análisis es la relación con los clientes, en la gran mayoría de estos negocios es muy personalizada, en primer lugar impera el canal de venta presencial, el cual representa la forma más representativa de relacionamiento para 1473 negocios que representan el 93.58 % del tejido empresarial de los cinco barrios analizados; por otro lado está el uso o no de una reja; los resultados de la figura 6 permitieron observar que el no uso de reja es lo más común, son 1213 negocios, que representan el 77.06 % de la población estudiada, donde el cliente no tiene restricciones para acceder al negocio.

La venta directa y el no uso de reja como formas claves de relacionamiento con los clientes permiten construir relaciones de confianza, lo cual se constituye en un potencial de crecimiento que hay que saber explotar.

Figura 6. Participación porcentual de los negocios sin reja frente a negocios con reja

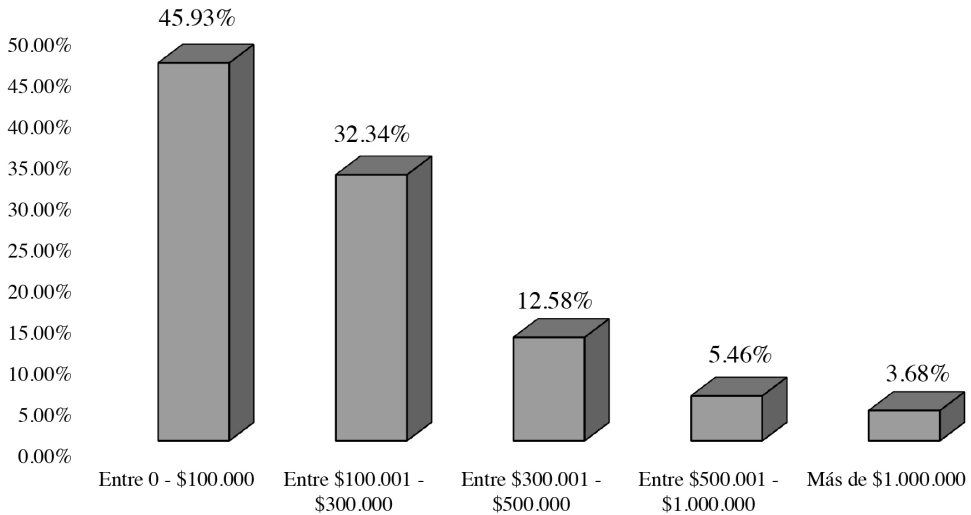


Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

En cuarto lugar, se analizan las condiciones financieras de los negocios de barrio, a partir de los rangos de ventas diarias, del análisis de tenencia de productos financieros y con la identificación de negocios que tienen que recurrir a fuentes de financiamiento alternativas.

En relación con los rangos promedio de ventas diario, los resultados de la figura 7 dan cuenta de los siguientes comportamientos.

Figura 7. Participación porcentual de los rangos promedio de ventas diarias



Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

Los resultados del trabajo de campo dan cuenta de un alto nivel de debilidad de estos negocios para generar ingresos, se observa en la figura anterior que un 45.93 % de los negocios vende menos de \$100.000 diarios, y un 32.34 % de los negocios vende entre \$100.000 y \$300.000 diarios, en total son 1232 negocios cuyo registro de ventas brutas mensuales no supera los diez millones de pesos, lo que imposibilita el crecimiento y la apertura de más fuentes de empleo, convirtiendo estas unidades económicas en negocios de subsistencia. Esta debilidad se ve reforzada porque la estructura de las relaciones comerciales se fundamenta en un carácter individualista, y porque las alianzas comerciales que pueden generar economías de escala no están dentro de las prioridades de los microempresarios.

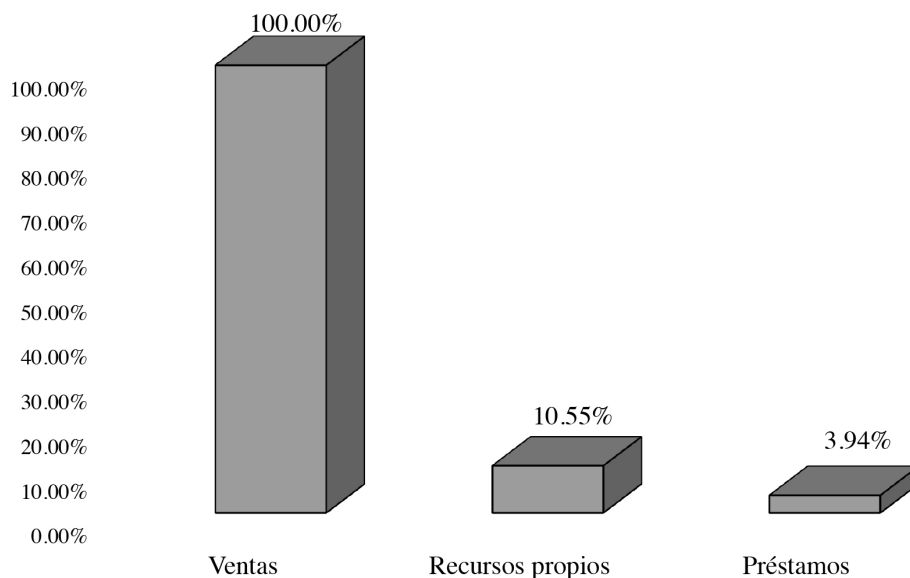
El análisis de las condiciones financieras de los negocios se complementa con la identificación de tenencia o no tenencia de productos financieros por parte de los negocios barriales, los resultados de la investigación permiten visualizar que la no tenencia de productos financieros es muy común en estos negocios, la falta de interés, la falta de fondos suficientes, las sanciones financieras, los altos intereses, son algunas de las razones que se ponen sobre la mesa para esta decisión.

Los resultados del trabajo de campo permitieron evidenciar que 774 negocios (un 48.92 % de la población) manifestaron no tener ningún producto, un 83.33 % de los que no tienen productos financieros manifestó que la principal causa es la falta de interés, detrás de lo cual está la baja capacidad financiera y la desconfianza en las entidades que conforman el sistema financiero.

La otra cara de la moneda está representada por 804 negocios que, si tienen productos financieros, de estos la cuenta de ahorros es el producto más representativo con 742 registros, que representan un 92.29 % de esta población de negocios.

Además de las ventas, muchos de los negocios tienen que recurrir a los ahorros, y a préstamos para financiar la normal operación del negocio, muchos de esos recursos de crédito se tienen que conseguir con particulares bajo la modalidad de los paga diarios. La figura 8 muestra que además de los recursos por ventas, un 10.55 % de los negocios (166 negocios) tienen que recurrir a recursos propios (ahorros y recursos familiares), y un 3.94 % de los negocios (62 negocios) tienen que recurrir a préstamos para garantizar la operación del negocio, la situación que describe la figura es compleja, porque son 228 negocios que no son auto sostenibles.

Figura 8. Participación porcentual de las fuentes de financiación de los negocios

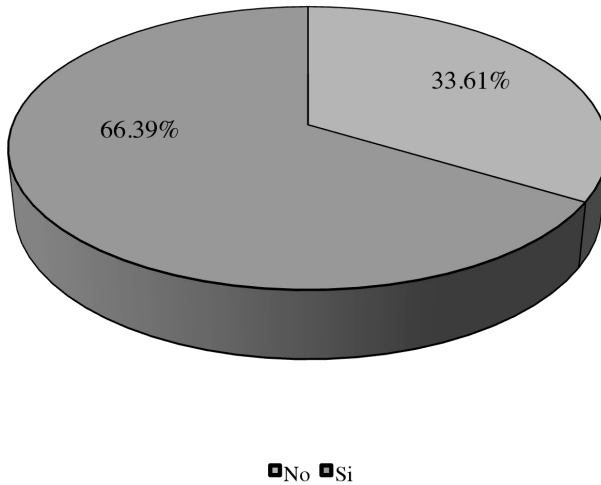


Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

Una quinta variable de análisis en el proceso de caracterización de los negocios barriales del borde oriental de la comuna 10 de Medellín, da cuenta sobre la capacidad de generación de empleo; más del 90 % de estos negocios de barrio tiene menos de 5 empleados, la estructura de pyme no es común en estos barrios, más bien predomina la estructura de micro negocio. En total los 1574 negocios generan 4582 empleos, en promedio son 2.9 empleados por negocio; el número de colaboradores que pertenecen al núcleo familiar son 973 empleados, que representan la quinta parte del empleo generado por los negocios ubicados en los cinco barrios objeto de estudio.

En sexto lugar, se analizan las condiciones de formalidad o informalidad bajo los cuales operan los negocios barriales, los resultados permiten evidenciar que muchos de los negocios de barrio funcionan bajo parámetros de formalidad ambigua: la tenencia de registro de Cámara de Comercio constituye el cumplimiento de un requisito, de ahí la participación tan importante de negocios que tienen registro mercantil (figura 9), aunque se desconocen los beneficios derivados del cumplimiento de este requisito.

Figura 9. Participación porcentual de la tenencia de Cámara de Comercio



Fuente. Censo de negocios barriales. Elaboración propia

La afiliación a seguridad social es baja, muchos de los colaboradores al ser del núcleo familiar no tienen cobertura; igualmente los mecanismos de registro contable son bastante informales, la libreta o cuaderno de apuntes es uno de los medios de registro contable más comunes en los negocios encuestados, además de que muchos de ellos no llevan ningún tipo de cuentas del negocio.

Algunos de los datos que ilustran este comportamiento son los siguientes: 1045 negocios, que representan el 66.39 % de las unidades económicas tiene registro mercantil vigente; 443 negocios, que representan el 28.14 % de las unidades económicas no lleva ningún registro de las cuentas del negocio; 3130 colaboradores de los 4582 con que cuentan los negocios, equivalentes a un 68.31 % acceden a salud a través del régimen contributivo; 2911 colaboradores de los 4582 con que cuentan los negocios, equivalentes a un 63.53 % de los negocios tienen cobertura en un régimen pensional.

Los comportamientos presentados con anterioridad son algunos de los indicios de que los negocios barriales no funcionan bajo parámetros completos de formalidad.

4. Conclusiones

En total en los cinco barrios se aplicaron 1574 encuestas, a partir de las cuales se pueden obtener unas conclusiones generales que a continuación se presentan.

En los barrios Boston, Bombona y Los Ángeles, las tipologías de negocios más comunes son los restaurantes y cafeterías, las tiendas de barrio y los establecimientos de bienes y servicios para el hogar. Por el contrario, en los barrios Las Palmas y San Diego existe una fuerte presencia de tiendas y servicios de vestuario y calzado, muchos de ellos como trabajo a terceros y con altos niveles de informalidad. Un elemento en común en las tipologías más representativas en cada uno de los barrios es la orientación hacia la satisfacción de las necesidades más básicas de los hogares: alimentación, vestido y servicios necesarios en los hogares, no se comercializan bienes y servicios con capacidad de generar valor agregado. El volumen de oferta comercial en los negocios tiene un carácter limitado, lo cual se refleja en los volúmenes de venta, para el consolidado de negocios encuestados se puede observar que un 78.27 % vende menos de \$300.000 diarios. Esta realidad de tamaño de oferta y registros de ventas puede implicar dos situaciones: la primera es que existe un círculo vicioso entre el reducido tamaño de la oferta comercial y los resultados de ventas, para muchos negocios es imposible crecer con esa baja capacidad de generar ingresos; por otro lado, hay negocios que por las características de las relaciones socioeconómicas en las cuales operan, tomaron la decisión de manejar un volumen de oferta pequeño, el negocio más que un objetivo económico, se constituye en un estilo de vida.

La relación con los clientes en la gran mayoría de estos negocios es muy personalizada, en primer lugar impera el canal de venta presencial (93.58 %); en segundo lugar, el no uso de red es lo más común (77.06 % no la usan); la conjunción de estos dos factores permiten el relacionamiento directo con los clientes, lo cual se convierte en una opción para la construcción de un tejido socioeconómico que fomente redes de cooperación, y haga más competitivas estas pequeñas unidades empresariales de la comuna 10. La no tenencia de productos financieros es muy común en estos negocios, la falta de interés, la falta de fondos suficientes, las sanciones financieras, los altos intereses, son algunas de las razones que se ponen sobre la mesa para esta decisión. En un 48.92 % de los negocios no se tiene ningún producto financiero, situación que deriva en un modelo muy simple de gestión financiera: el manejo de efectivo es la mejor opción para cubrir los gastos del día a día del negocio; adicional a esta “cultura del dinero efectivo” están las fuentes de financiamiento informal, como por ejemplo los paga diarios, donde las personas consiguen dinero sin los compliques del sistema financiero formal, pero con más riesgos por los altos intereses y los riesgos de seguridad personal que se derivan de asumir una deuda de esta naturaleza.

El 90.77 % de los negocios de barrio tiene menos de cinco empleados, la estructura de microempresa no es común en estos barrios, más bien predomina la estructura de micro negocio. Adicional, la capacidad de generación de empleos, incluyendo los informales, es apenas de 2.9 empleos por negocio; esta baja capacidad de impactar el empleo es derivada de debilidades estructurales que ya fueron identificadas en los puntos anteriores, tanto en los temas comerciales como en los temas financieros. Adicional a que el número de empleados es bajo, muchos de ellos pertenecen al núcleo familiar, de los 4582 empleos registrados para estos negocios, 973 empleos pertenecen al núcleo familiar del propietario, esto equivale a una quinta parte de las personas que trabajan en el negocio, y que de manera formal no reciben un salario, porque en muchas oportunidades estos recursos van a una bolsa común para cubrir los gastos de la familia, en temas relacionados con alimentación, vivienda, educación (pago de universidades o colegios), entre otros.

Muchos de los negocios en los cinco barrios de la comuna 10 incorporados en el estudio funcionan bajo parámetros de formalidad ambigua, los datos de las encuestas permitieron reflejar que en conjunto el 66.39 % de los pequeños negocios encuestados tiene el registro mercantil vigente; la tenencia de registro de cámara de comercio constituye el cumplimiento de un requisito, se desconocen los beneficios del registro mercantil. En los temas de seguridad social, la afiliación a seguridad social es baja, los datos permiten evidenciar que 68.31 % de los colaboradores tenían régimen subsidiado en salud; en el tema de pensión, un 63.53 % de los empleados tiene esta cobertura por parte de los “negocios”. En términos generales, si las coberturas no son del 100 % de los colaboradores, se tienen problemas de informalidad, situación que es explicada por la existencia de empleados del grupo familiar que no realizan cotizaciones, los datos dan cuenta que un 21.24 % de los colaboradores del negocio barrial pertenecen al núcleo familiar.

Por último, los mecanismos de registro contable son bastante informales, la libreta o cuaderno de apuntes es uno de los medios de registro contable más comunes en los negocios encuestados, los datos permiten dar cuenta de que en un 21.66 % de los negocios todavía se usa libreta o cuadernos de apuntes; y adicional, en un 28.14 % no se lleva ningún registro de contabilidad. Estas dos modalidades de registro contable, con más tendencia hacia la informalidad, representan el 49.81 % de la estructura empresarial de los 5 barrios analizados en el estudio, con esto se da cuenta de problemas de gestión de recursos, que sumado a las coyunturas comerciales y financieras estancan los negocios en un círculo vicioso de no competitividad.

5. Recomendaciones

Desarrollar trabajo conjunto con las Juntas de Acción Comunal -JAC de los barrios involucrados en el estudio, en coordinación con Asocomunal, y con la Junta Administradora Local de la comuna 10 de Medellín, para fortalecer el tejido empresarial de cada uno de los barrios en función de cada una de las dimensiones desarrolladas en el estudio (comercial, financiera, formalidad, “talento humano”, entre otros). En términos de proyección social, esta primera experiencia con cinco barrios se debe replicar a otras comunas de la ciudad, y a las diferentes regiones del departamento de Antioquia; lo cual en un escenario de posconflicto se convierte en una oportunidad para conocer necesidades, realidades y potencialidades empresariales, y así definir criterios de priorización de inversión de recursos provenientes del presupuesto nacional y de cooperación internacional.

En conjunto con la administración municipal, se debe diseñar una política pública para el fortalecimiento empresarial de los pequeños negocios, dentro de los aspectos que debe contener esta política se encuentran el fortalecimiento financiero y comercial, temas que se pueden desarrollar a través de mecanismos de asociatividad, donde se diseñen estrategias para superar la cultura individualista que tienen los empresarios de la región. Estos temas no solo deben ser intervenidos durante la operación del negocio, sino desde el proceso de acompañamiento a los requerimientos de emprendimiento.

En el marco de la política de fortalecimiento de la investigación y de la creación de redes de investigación, se debe propender por la búsqueda de aliados estratégicos para el desarrollo de propuestas investigativas de mayor alcance, es necesario aprovechar oportunidades como la membresía a la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (Ascolfa) para desarrollar proyectos cofinanciados con otras universidades, que no solo van a contribuir a una mejor categorización de los grupos de la región, sino que la suma de voluntades y conocimientos se puede traducir en un juego de suma positiva para el desarrollo económico y social de la ciudad de Medellín y el departamento de Antioquia, y de esta manera contribuir a lograr un reposicionamiento competitivo de la región a nivel de país.

6. Referencias

- Arango, M. y Arbeláez, J. (2015). *La economía popular: alternativa empresarial exitosa*. Medellín: Fondo Editorial María Cano.
- Areiza, C. (2005). Presente y futuro del canal tradicional en la ciudad de Cali. *Revista Estudios Gerenciales – ICESI*, 26.
- Arias, M., García, O. y Paramo, D. (2011). Hacia una tipología de tenderos de Manizales (Colombia). *Revista Pensamiento y Gestión*, (30), 93-122. Universidad del Norte.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2018). *Estructura empresarial*. Medellín.
- Gaitán, D. (2010). Caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena. *Revista Panorama*, 4(8), 59-71. Politécnico Gran Colombiano.
- Londoño, E. y Navas, M. (2014). *Canal tradicional de productos de gran consumo: la tienda de barrio*. Universidad de Cartagena.
- Páramo, D. (2015). *Presente y futuro de los negocios de barrio (mypes)*. Universidad del Norte: Escuela de Negocios.
- Páramo, D. (2015). *La tienda de barrio en Colombia, eje de los negocios barriales*. Universidad del Norte: Escuela de Negocios.
- Páramo, D. (2015). *Marketing para micro y pequeñas empresas (mypes)*. Universidad del Norte: Escuela de Negocios.
- Sanclemente, J. (2012). *La reputación del tendero de barrio ante su mercado y sus consecuencias*. (Tesis doctoral). Universidad Eafit.
- Silva, H. (2012). Panorama del negocio minorista en Colombia. *Revista Pensamiento y Gestión*, (32), 115-141. Universidad del Norte



El comportamiento del consumidor de las plazas de mercado de Villavicencio, Meta*

Consumer behavior
in the market squares
of Villavicencio, Meta

Mario Fernando Prieto Delgadillo**
María Cristina Chinchilla Mora***

Recibido: 10 de Marzo 2018

Revisado: 12 de agosto de 2018

Aprobado: 1 de Septiembre de 2018

* Investigación subvencionada por el Fondo Social de Educación Superior del Meta y la Universidad Santo Tomás, Villavicencio. Cómo citar este artículo: Prieto, M. F. y Chinchilla, M. C. (2019). El comportamiento del consumidor de las plazas de mercado de Villavicencio, Meta. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 117-135. DOI: <https://doi.org/10.15332/22484914.4880>

** Docente investigador de la Universidad Santo Tomás, Villavicencio. Grupo de investigación Jugaad, Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias. Correo electrónico: marioprieto@usantotomas.edu.co

*** Joven investigadora de la Universidad Santo Tomás, Villavicencio. Grupo de investigación Jugaad, Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias. Correo electrónico: crishina2911@hotmail.com

Resumen

Las plazas de mercado son uno de los sectores más beneficiosos para el país, dado que satisface una necesidad de primera categoría y aporta a la economía de la región, por lo que su conservación y análisis se hace importante para dicho sector. El presente artículo es el análisis del comportamiento de los consumidores de las plazas de mercado en la ciudad de Villavicencio, donde existe un comercio bastante notorio en cuanto a frutas y legumbres en el país, que desde allí se suministran los pueblos. Por ende, se hizo una investigación exploratoria descriptiva, donde se recopiló información sobre las estadísticas de compra del consumidor, en los diferentes mercados y bajo diferentes conceptos y circunstancias.

Palabras clave: plaza de mercado, consumidor, compra, comportamiento, consumo.

Clasificación JEL: B55, J15

Abstract

Market squares are one of the most beneficial sectors for the country, given that they satisfy first category needs and contribute to the region's economy, which is why its preservation and analysis is important for said sector. The present article is the analysis of consumer behavior in the market squares, in the city of Villavicencio where there is a fairly notorious trade in fruit and vegetables in the country, from where they are supplied to towns. As a result of a theoretical and practical investigation, where information was collected on consumer purchasing statistics, in different markets and under different items and circumstances, the information gathered was analyzed and results yielded are observed at the end of this article, as well as the conclusions made on what was observed in the field work developed for this research.

Keywords: Market square, consumer, purchase, behavior, consumption.

Classification JEL: B55, J15

1. Introducción

Las plazas de mercado constituyen un aliado importante para la generación de empleo primario y las sinergias con el comercio, su importancia radica en la capacidad para dinamizar la actividad económica y la prestación de servicios, además, como regulador de precios mantiene un equilibrio entre la oferta y la demanda, que impide los abusos de los comerciantes y el desabastecimiento de productos a través de una oferta variada de estos. Las plazas de mercado, al mismo tiempo, se han configurado como parte importante de la historia de los pueblos latinoamericanos, ya que fueron allí en las plazas públicas, que en la mayoría de los casos eran plazas de mercado, donde se gestaron los diferentes movimientos de independencia latinoamericanos, ejemplo de ello son el grito de independencia en la plaza mayor de Santa Fe (hoy Bogotá) y los campanazos en la plaza de dolores (México) que marcó la independencia mexicana. Estas razones de corte económico, político y social permiten analizar la vinculación de la población en las dinámicas de las plazas de mercado.

Ante lo expuesto, cabe resaltar el trabajo de Richardson (1982), donde se expone la multiplicidad de relaciones que tienen los pobladores con respecto a las plazas como escenarios de interacción estética de carácter histórico, arquitectónico y económico donde juega una interacción simbólica y significativa dentro de un espacio social. Richardson indaga por las transformaciones y apropiaciones que los pobladores hacen de las plazas de mercado en su interacción con el espacio físico y el espacio social, llegando a una mutación del espacio y del participante.

Por otro lado, es de rescatar las miradas que desde lo urbanístico realiza Pergolis (2003), desde la construcción, diseño y semiótica de las plazas de mercado frente a una situación de modernidad materializada en estilos y tendencias espaciales y sociales. Precisamente la transformación del espacio en las plazas de mercado permite entender los lugares como espacios de memoria y agendamiento social, permitiendo analizar las relaciones entre productores de bienes, servicios y mercados alimenticios y los consumidores y asistentes a las plazas de mercado (Castiblanco, 2009).

Las plazas de mercado son escenarios sociales donde suceden relaciones de intercambio e interacción entre compradores y vendedores, en los cuales existen lógicas de mercadeo y negociación en relación con la circulación de mercancías y la dinámica de precios y valores. según la Real Academia de la Lengua - RAE, define una plaza de mercado como un sitio público destinado permanente o temporalmente para el ejercicio de la venta, compra, permuta de bienes o servicios (RAE, 2001).

En Colombia, los pequeños y medianos productores y comercializadores de mercados, bienes y servicios alimenticios presentan un alto grado de dispersión con serias limitaciones económicas, técnicas y organizacionales, los cuales se ubican en zonas urbanas

subnormales y residenciales, reflejando la naturaleza familiar y las condiciones socioeconómicas de muchos de ellos, además, de tener una baja capacidad gerencial y un limitado acceso a la información tecnológica y de mercados; las instituciones no reconocen sus posibilidades y limitaciones, convirtiéndose en un problema de gran impacto social y ambiental adverso, más que benéfico para la comunidad.

Así mismo, Villavicencio, capital del departamento del Meta, considerada la puerta de los Llanos Orientales, es la ciudad más grande del departamento y la primera fuente comercial y abastecimiento de la región, epicentro de la producción de productos agropecuarios y agroindustriales; vive una dinámica de transformación de sus plazas de mercado y por ende de las dinámicas relacionales de sus productores y consumidores, en la resignificación del espacio urbano, la competitividad en el mercado generando el desarrollo de nuevos formatos comerciales (grandes superficies), que involucra no solo la comercialización de alimentos no perecederos, sino que a través de grandes estructuras y valor agregado, ofrecen hoy productos alimenticios diferenciados para los consumidores (frutas, verduras, carnes, pescado).

Estas dinámicas generan que los hábitos de consumo sean modificados, priorizando la optimización del tiempo, entendiéndolo como un recurso limitado donde no hay espacio para la convivencia familiar y laboral, expresando tiempo exclusivo para la compra y no para la interacción, las relaciones sociales y el ocio, características esenciales de las plazas de mercado.

De ahí la importancia de conocer la situación actual del perfil de vendedores y clientes de las plazas de mercado, identificar las necesidades, motivaciones, actitudes, percepciones y expectativas de los consumidores, para que convierta a los actores en motor económico; y por último diseñar estrategias por sector productivo y de servicios para generar cambios que permitan ganar capacidad de atracción a la plaza de mercado, para incitar al consumidor a desplazarse hacia él y provocar la compra, renovar permanentemente la clientela y garantizar el futuro de las plazas de mercado de Villavicencio.

El presente documento recoge los hallazgos de la investigación sobre el comportamiento del consumidor en las plazas de mercado de Villavicencio, estudio realizado por el Grupo de Investigación Gerencia y Sociedad de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio. El artículo presenta, primero, una situación conceptual sobre las plazas de mercado; segundo, presentará un perfil del consumidor de las plazas de mercado; tercero, se presentará la metodología y las hipótesis que desarrolló la investigación; seguido se presentaran y analizaran los resultados y al final, se presentara el perfil y comportamiento del consumidor en plazas de mercado de Villavicencio, unido a recomendaciones para reactivar y mejorar la estrategia de mercado de las plazas de mercado en la región.

1. Las plazas de mercado

Las plazas de mercado están ligadas a la misma historia de la civilización. Originalmente las plazas de mercado eran a su vez el epicentro social, cultural y político de las ciudades, pueblos y asentamientos, en torno y alrededor de ellas se erigían ciudades y se conformaba la sociedad (Castiblanco, 2009). De esta forma, la reconstrucción histórica de las plazas de mercado se remonta a la antigua Grecia, allí la plaza pública de las ciudades era conocida con el nombre de *Ágora* y cumplía con la misma función en cada ciudad, allí además de ser epicentro de debates políticos y filosóficos, se ofrecían productos y servicios a buen precio y calidad, a su vez que se convertían (plazas de mercado) en epicentro del turismo y la convergencia de turistas. En la época del Imperio Romano se encuentra el denominado *foro romano*, lugar de concentración céntrica de los pobladores, allí se realizaban actividades políticas, sociales, culturales y comerciales, era un gran mercado de cielos abiertos donde los habitantes se reunían en torno a las ventas de productos cosechados o manufacturados por sus mismos vendedores.

En la época de medioevo, las plazas eran importantes porque revolucionaron el mercado a sus alrededores, pues mantienen concentrado el comercio, lo que facilita a los consumidores encontrar los productos en un solo lugar, “los comercios se desarrollaron rápidamente a partir de las edificaciones ubicadas sobre la plaza de mercado, donde se combinaban las arcadas de los edificios, como calles, para las actividades comerciales y mantenían como límite los equipamientos” (Baquero, 2011, p. 8), Esta época marcó una gran evolución para dichos mercados, mostrando un gran avance en la organización y la adquisición de productos.

Con el avance del tiempo, en el auge de la cultura anglosajona las plazas centrales se configuraron como centro de intercambio y comercio, con mayor periodicidad y continuidad se comercializaban productos agrícolas, manufacturados y textiles, además se realizaban actividades de tipo mercantil y financiero (préstamos, créditos, etc.), esta convergencia llevó a la creación de gremios y federaciones de pequeños comerciantes, permitiendo el nacimiento y auge de los hoy denominados bancos.

Para el caso latinoamericano, la historia se remonta a la época prehispánica, en Mesoamérica la tradición de un mercado tradicional de confluencia social existía y se denominaba *Tianguis*, palabra originaria del vocablo de lengua náhuatl que significa mercado. Se establecía este mercado en las calles que confluyeran a plazas centrales o a monumentos significativos (pirámides, tótem, etc.) y se ofrecían productos agropecuarios, orfebres, metalúrgicos, artesanales y en algunos casos era epicentro del comercio de esclavos (Ríos, 2014).

Tiene esta ciudad muchas plazas, donde hay continuos mercados y trato de comprar y vender. Tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil ánimas comprando y

vendiendo; donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimientos como de vituallas, joyas de oro y de plata, de plomo, de latón, de cobre, de estaño, de piedras, de huesos, de conchas, de caracoles y de plumas; véndese tal piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, maquila labrada y por labrar de diversas maneras. (López de Gómara, citado por Ríos, 2014, p. 114)

Así mismo, para la época de la conquista y la colonia, las plazas de mercado compartían su vocación de comercio, en la mayoría de los casos agrícola y manufacturero, con una agitada vida social y política, las plazas de mercado se convirtieron en fortín político de ideas revolucionarias y emancipadoras de las nacientes repúblicas. Posteriormente, las plazas de mercado marcaron una creciente influencia en el desarrollo de las urbes latinoamericanas.

Para el caso colombiano, las plazas de mercado actualmente son de vital importancia en pueblos o ciudades intermedias, donde son el centro del comercio los fines de semana, ya que cultivadores y familias que viven en el campo llegan con sus cosechas a ofertarlas y a adquirir productos para la semana o el mes. La comercialización al interior de la plaza de mercado y alrededor se convierte en el motor de la economía de muchas regiones del país. Incluso, las actividades religiosas –por no mencionar otras– tienen mayor dinamismo durante el fin de semana.

En contraste con la situación colombiana, la mayoría de los residentes en Villavicencio se han olvidado de lo valiosas que son las tradicionales plazas de mercado, que en países como España y Francia son atractivos turísticos invaluable. Aunque es importante destacar el trabajo que se viene coordinando entre el sector público para dar a conocer más las plazas de mercado como sitios turísticos y gastronómicos de la ciudad. Lo que se busca es reconocerles a estos lugares su valor patrimonial y su potencial como polo de desarrollo para el turismo nacional e internacional. Se busca, adicionalmente, promover el reconocimiento hacia el valor de la cocina popular y tradicional de las plazas de mercado y estimular la realización de actividades, tales como eventos, mingas, bazares, conciertos y demás para estimular el interés por lo autóctono.

En conclusión, las plazas de mercado por años han sido el centro de acople de productos que favorecen el sostenimiento familiar, pues es un lugar donde se encuentran alimentos y diferentes productos que permiten llevar bienestar. Las plazas de mercado surgen desde la creación de las ciudades, el centro del intercambio de productos entre pueblos; como el ágora, la zona de intercambio comercial y encuentro social de los griegos o como los foros romanos, donde se establecían los mercados por sectores para la toma de decisiones políticas.

Desde tiempos históricos, las plazas de mercado han jugado un papel importante dentro del desarrollo de la sociedad, pues eran lugares de mercadeo al por mayor y menor de productos y servicios que ayudaban a la gente a suplir las necesidades primarias como

la alimentación, a través del tiempo éstas fueron evolucionando, es importante resaltar que en tiempos anteriores los comerciantes gozaban de gran respeto, dado que se les consideraba personas pudientes, con el pasar del tiempo se les observa de una manera proletariada, en algunos países estas plazas comenzaron a tener políticas y reglamentos de funcionamiento, para evitar conflictos entre comerciantes y garantías hacia los consumidores.

De esta forma, siguiendo a Baquero (2011), “las plazas de mercado son equipamientos que vinculan la actividad comercial y el abastecimiento para la ciudad, manteniendo la constante actividad urbana y la alta densidad en la movilidad” (p. 4). Estos lugares le permiten a la sociedad adquirir productos de primera necesidad a precios cómodos, y por supuesto garantizar la buena calidad y variedad de los productos, por lo cual se hace indispensable su conservación en las ciudades.

2. El perfil del consumidor de las plazas de mercado

Un perfil del consumidor es una serie de características basadas en análisis de variables de un mercado específico, logrando describir el cliente meta de dicho mercado. En este caso, el perfil del consumidor de plazas de mercado se establece a partir de características demográficas, estilo de vida, motivaciones, personalidad, valores, creencias y actitudes, percepción, aprendizaje y situación económica; permitiendo de esta manera, la construcción de un perfil que permita tanto a las plazas de mercado como a la institucionalidad, conocer y entender a sus clientes, ofrecerles productos y servicios acorde a sus demandas, desarrollar estrategias de venta enfocadas a las características definidas en el perfil, establecer los canales a través de los cuales podrá contactar a los clientes potenciales e identificar con mayor eficiencia a sus potenciales competidores.

Los consumidores son una parte fundamental de las plazas de mercado, dado que son ellos quienes realmente mueven su economía. En el mercado abundan diferentes opciones para cubrir una misma necesidad, así el consumidor se encuentra ante una variedad de productos y de vendedores que lo pueden proveer, sin embargo, comprender el procedimiento mediante el cual los consumidores toman sus decisiones, eligen los bienes, sitio de compra, precio a pagar, cantidad a llevar, presentación, marca y satisfacer sus necesidades, no es sencillo (Bacca, 2008).

Un vendedor generalmente recurre a un conjunto de tácticas para persuadir a un consumidor, y este probablemente comprará por dos razones, encuentra lógico los argumentos de venta o comprará por el embotamiento que le provoca el vendedor, aunque a futuro más que ganar un cliente efectivo se ha perdido a un consumidor potencial; por ello, todos los responsables de la venta deben ser capaces de entender y predecir las

conductas del consumidor; a fin de diseñar estrategias y emplear tácticas adecuadas para interactuar, logrando una negociación favorable para ambas partes, es decir, un ganancia de cliente/vendedor.

Además, el cliente debe contar con un sitio adecuado que lo respalde en cuanto a comodidad, seguridad, bienestar y variedad de productos importantes, el vendedor debe contar con un sitio para concentrarse, que le permita ofrecer sus productos en las mejores condiciones, de forma atractiva y rentable, que atraiga a diferentes compradores con necesidades y expectativas diversas. Por tal razón, es necesario la segmentación demográfica según variables de edad, tamaño del núcleo familiar, ciclo de vida familiar, sexo, ingresos, educación, religión, raza, nacionalidad y clase social.

El consumidor de las plazas de mercado, además de una segmentación demográfica, es necesario analizarlo desde una segmentación conductual, es decir, es pertinente agrupar a los consumidores de las plazas de mercado en función del conocimiento, actitud, uso y respuesta frente a los productos. De igual manera es importante tener en cuenta las variables de comportamiento del consumidor de plazas de mercado en cuanto a momento de uso, beneficios buscados, categoría de usuarios, nivel de uso, nivel de inclinación a la compra, nivel de fidelidad y actitud.

3. Metodología

Para la investigación del presente artículo se realizó una investigación de tipo exploratorio descriptivo. Desde el tipo descriptivo, la investigación pretende poseer una visión general y aproximativa respecto al perfil del consumidor de las plazas de mercado en la ciudad de Villavicencio, Colombia. Se tomó la investigación exploratoria debido a la poca literatura en el tema, dificultando la generación de estrategias claras y pertinentes para desarrollar y consolidar dichos espacios de mercado popular.

Así mismo, la investigación posee un diseño descriptivo, ya que busca describir las situaciones y eventos que suceden en las plazas de mercado en torno a los consumidores, se buscó especificar sobre el perfil del consumidor de las plazas de mercado. Para tal fin, se analizaron y evaluaron componentes relacionados con las dos variables: consumidor y plazas de mercado. En el diseño del estudio se plantearon cuatro etapas:

- I) Reconocimiento y análisis de la problemática existente, mediante la recopilación de información en las plazas de mercado de Villavicencio.
- II) Diagnóstico socioeconómico de los clientes, microempresarios y de las plazas de mercado y aplicación de encuesta.
- III) Análisis y documentación de la información recolectada en el trabajo de campo.

Para la recolección de la información se utilizaron diferentes técnicas cualitativas que aportaron información sobre las diferentes motivaciones que llevan a las personas a adquirir y comprar artículos en las plazas de mercado, dentro de las técnicas usadas están:

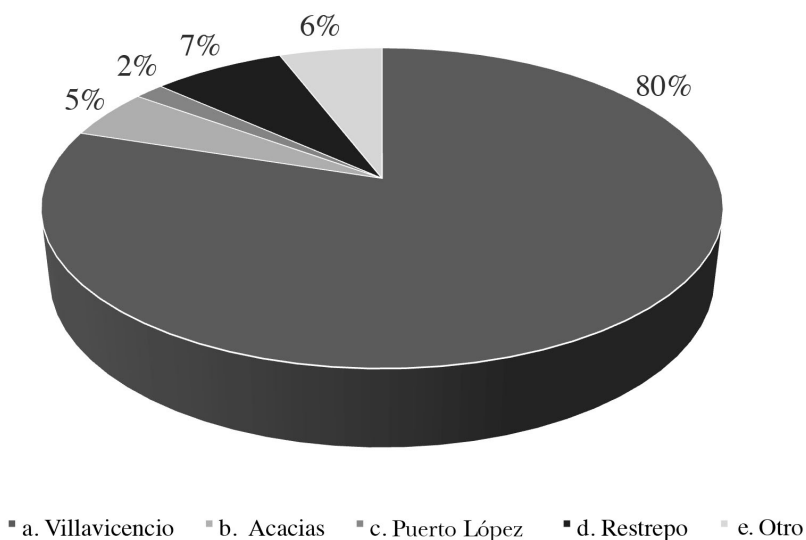
1. Instrumentos: fichas bibliográficas, fichas textuales y fichas de resumen.
2. Técnica de campo: las cuales permitieron la recolección de información necesaria para llevar a cabo la investigación.
3. Encuesta: se aplicó a los clientes y consumidores de las plazas de mercado, para analizar el perfil de estos y a la vez conocer si los servicios que allí se ofrecen determinan si cubren las necesidades. Posteriormente de la recolección de información, se tabuló en el programa de Excel y se hicieron los respectivos análisis.

Así mismo, se utilizan técnicas de recolección de información desde las narrativas e historias de vida de los propios actores del contexto de las plazas de mercado; para tal fin, se utilizan las pautas metodológicas sobre sistematización de experiencias que propone Pineda y Velásquez (2015).

4. Resultados

La presente investigación arrojó los siguientes resultados, luego de hacer una encuesta de las plazas de mercado en la ciudad de Villavicencio a los consumidores y clientes.

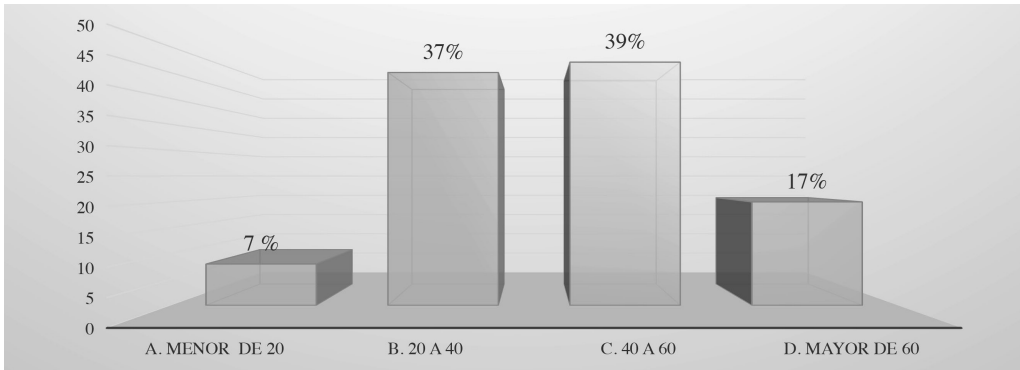
Figura 1. Residencia de clientes en plazas de mercado



Fuente. Elaboración propia

La anterior figura nos permite explorar dónde residen los clientes de las plazas de mercado de Villavicencio, donde el 80 % de los encuestados residen en Villavicencio. Seguido por el municipio de Acacías, Restrepo, Puerto López y otros, en este último las personas se encargaban de suministrar mercancías para lugares retirados como Granada, Mapiripán, Puerto Gaitán, Paratebueno y San José del Guaviare.

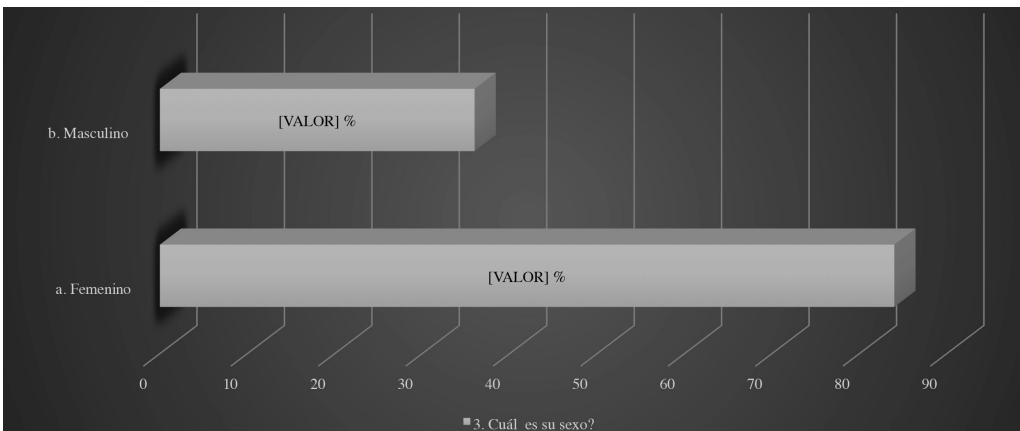
Figura 2. Edad de clientes plazas de mercado



Fuente. Elaboración propia

Los compradores de las plazas de mercado consultados, tienen edades entre los 40 y 60 años principalmente, los cuales tienen un mayor poder adquisitivo y una cultura de compra, dado que son ellos quienes hacen el mercado en casa, o desde pequeños se enseñaron a comprar en este tipo de mercados, luego le sigue la generación entre 20 y 40 años, con un porcentaje de 37 %, lo que indica que ellos tienen un nivel de compra continuo.

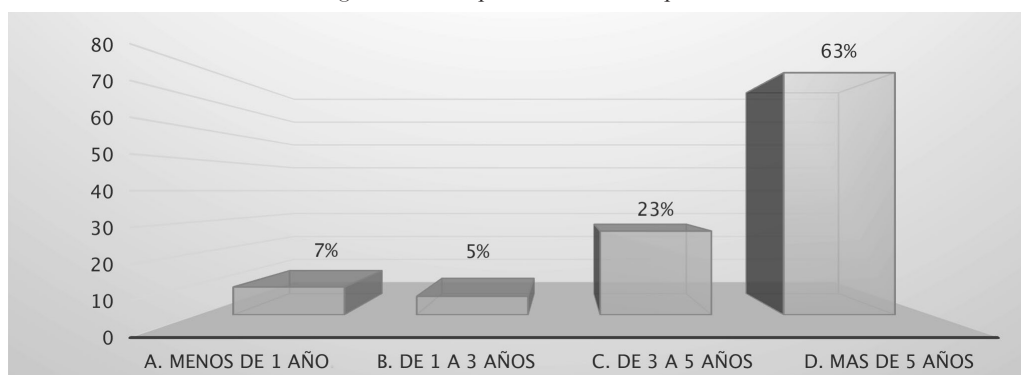
Figura 3. Compradores de plazas de mercado por sexo



Fuente. Elaboración propia

El 84 % de los compradores corresponde al género femenino, esto es ocasionado a los roles sociales que se desempeñan en la actualidad, donde las mujeres hacen las compras de casa y de aquellos pequeños negocios que se fundamentan en alimentación. El género masculino solo posee un 36 % de las compras.

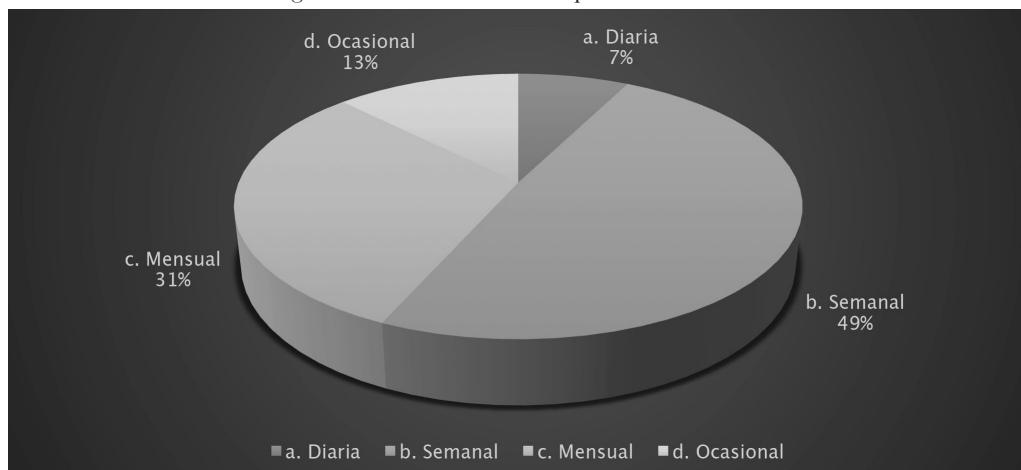
Figura 4. Tiempo de visita en la plaza



Fuente. Elaboración propia

Se encuentra que el 63 % de las personas llevan más de cinco años visitando la plaza para sus compras, lo que indica que no es ocasional, estas personas van porque ya es un hábito de compra para ellas, así mismo le sigue un 23 % que corresponde a aquellas personas que la visitan de 3 a 5 años.

Figura 5. Frecuencia de compra en el mercado

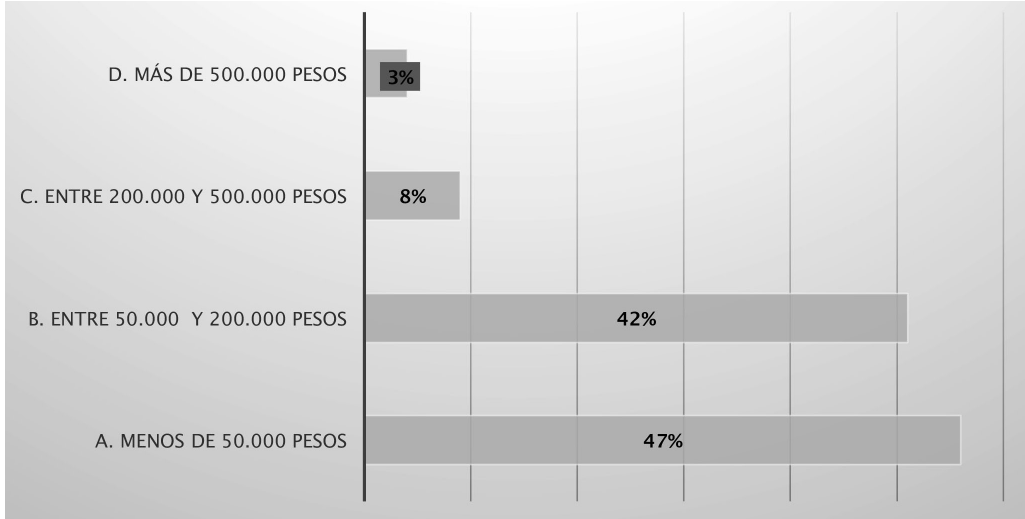


Fuente. Elaboración propia

El 49 % de las personas encuestadas van al mercado semanalmente, esto se debe a que compran alimentos frescos, el 31 % de las personas solo acuden cada mes, debido a la

cantidad de mercado que llevan en cada visita, o simplemente porque realizan en el transcurso del mes compras en mercados locales.

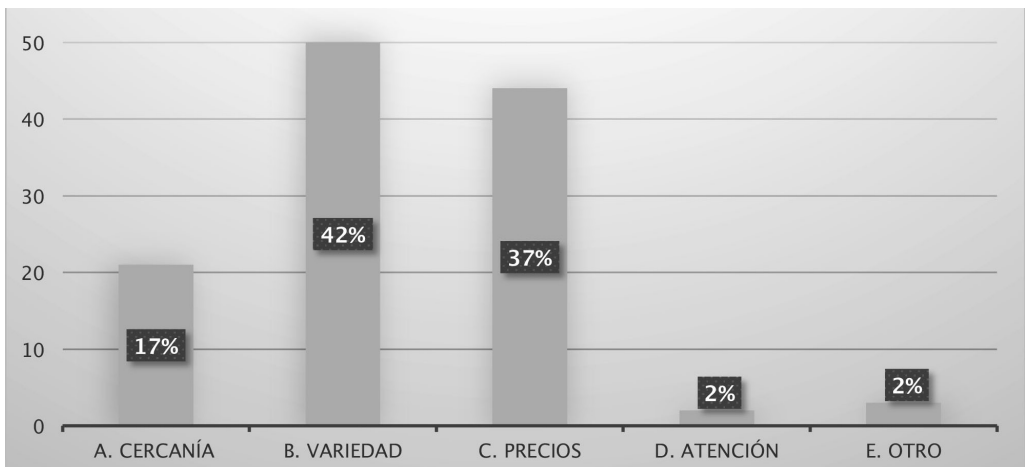
Figura 6. Promedio de compra en la plaza de mercado



Fuente. Elaboración propia

El 47 % de las personas encuestadas hacen compras menores a \$50.000 pesos, esto ocurre porque hacen compras periódicas, luego le sigue un 42 % que corresponde a compras de \$50.000 a \$200.000, que son ocasionadas por empresarios de restaurantes, hoteles, entre otros, y un 8 % de \$200.000 y \$500.00, estas personas son las que envían mercados a lugares lejos, como Mapiripán y San José del Guaviare.

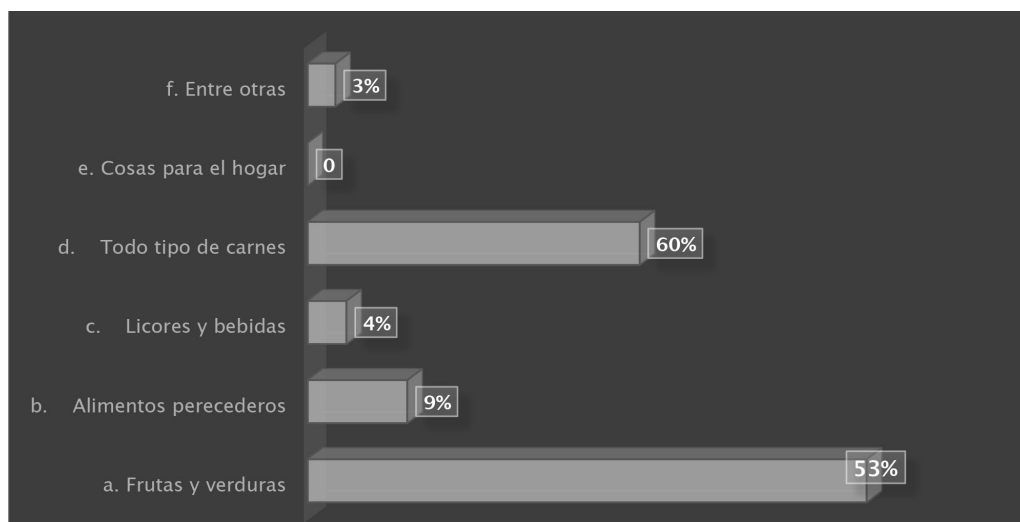
Figura 7. Motivo de compra en plaza de mercado



Fuente. Elaboración propia

Los motivos de compra en la plaza de mercado varían, por ello el 42 % acude a ella porque considera que encuentra variedad, seguido del 37 % porque considera que los precios son más cómodos, así mismo muchos se dirigen a la plaza por la cercanía con sus hogares.

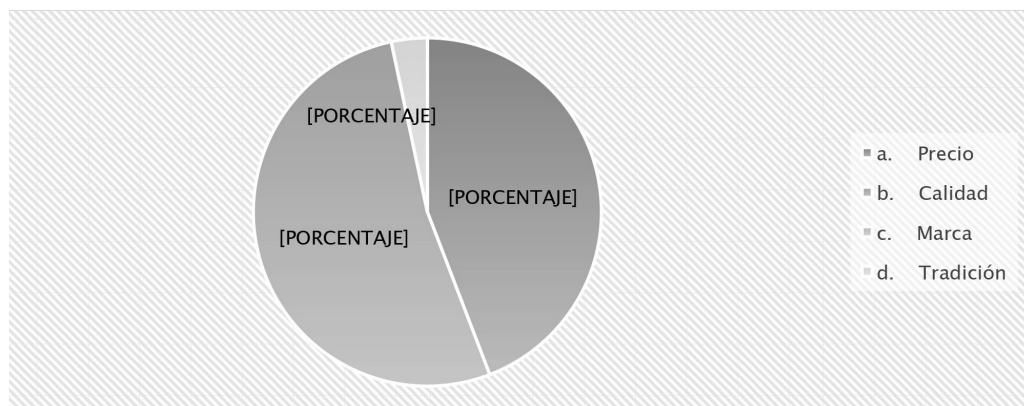
Figura 8. Productos que compran en la plaza de mercado



Fuente. Elaboración propia

Los productos que más se compran en las plazas de mercado corresponden a un 53 %, referente a frutas y verduras, así mismo las carnes en un 60 %, y el 9 % en alimentos perecederos.

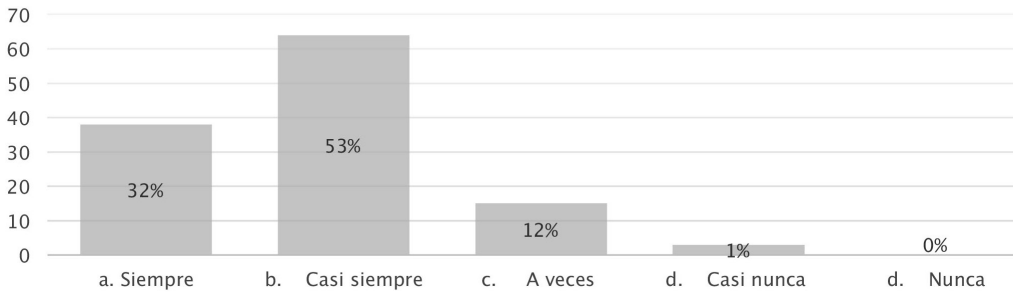
Figura 9. Importancia del sitio de compra



Fuente. Elaboración propia

El sitio de compra es elegido basándose en el precio, donde ocupa el 44 % y un 53 % corresponde a la calidad, lo que indica que las personas prefieren encontrar calidad en la plaza de mercado, y solo un 3 % visita las plazas por tradición.

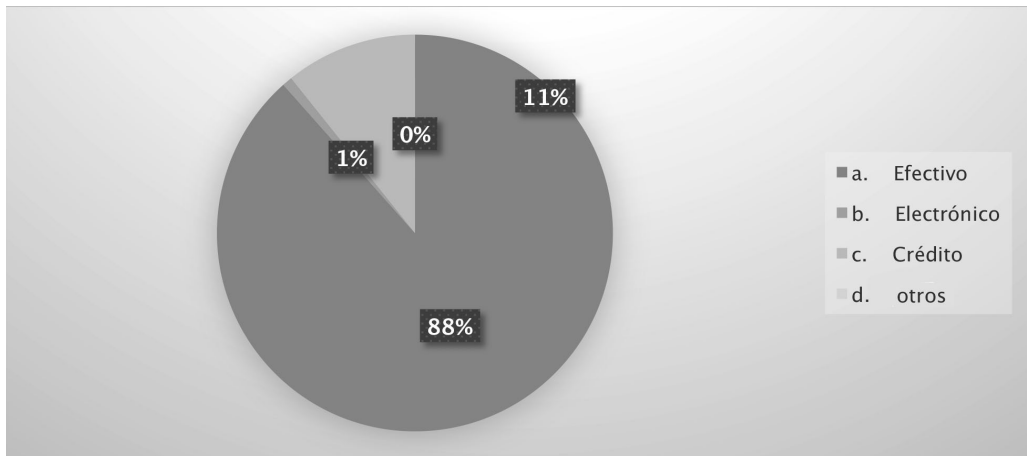
Figura 10. Determinación de producto de compra



Fuente. Elaboración propia

Las personas encuestadas determinan que casi siempre tienen claro cuál será el producto de compra con un 53%, posteriormente con un 32 % ya tienen definida su compra, lo que indica que las personas saben con seguridad qué productos encontrarán en las plazas de mercado.

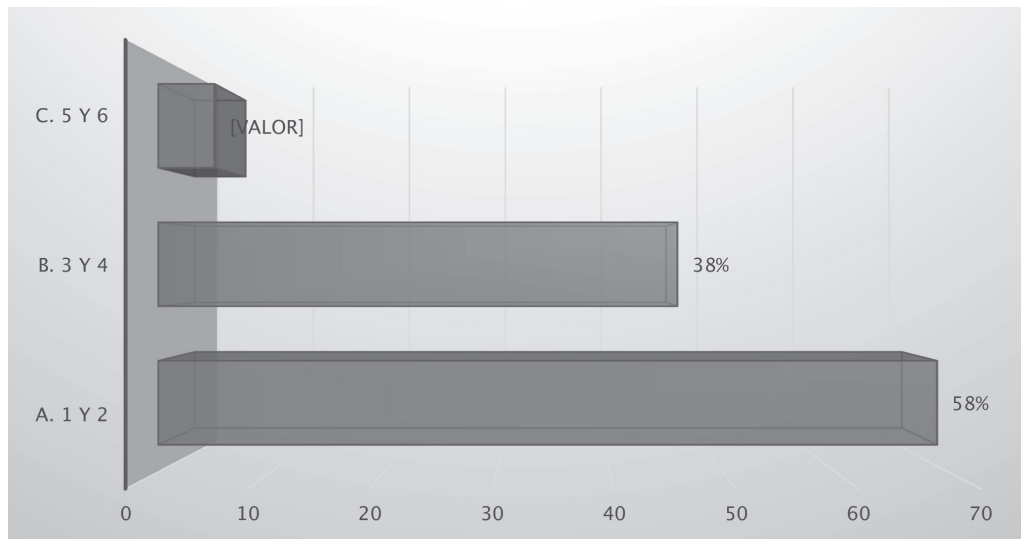
Figura 11. Medio de pago en plazas de mercado



Fuente. Elaboración propia

El 88 % de las personas encuestadas realizan sus pagos en efectivo, dado a la facilidad de la transacción, seguido por el 11 % que corresponde a créditos que serán pagados en efectivo.

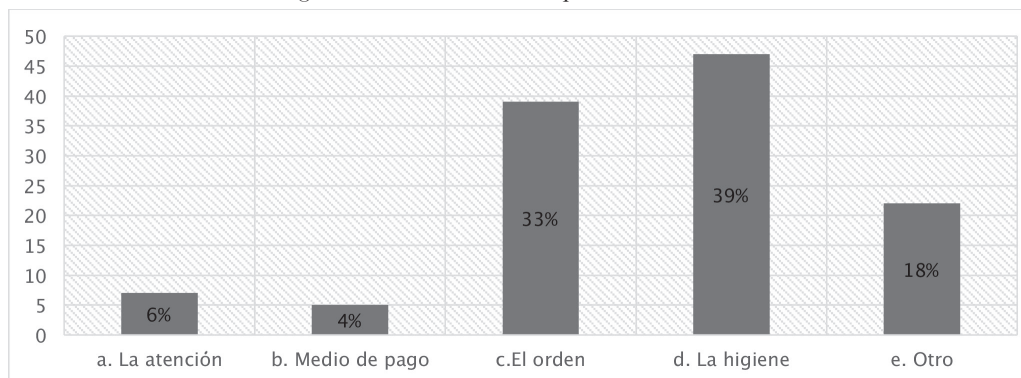
Figura 12. Estratificación de clientes plazas de mercado



Fuente. Elaboración propia

Los estratos 1 y 2, son los clientes más recurrentes de las plazas de mercados, seguidos de los estratos 3 y 4, los cuales van ocasionalmente.

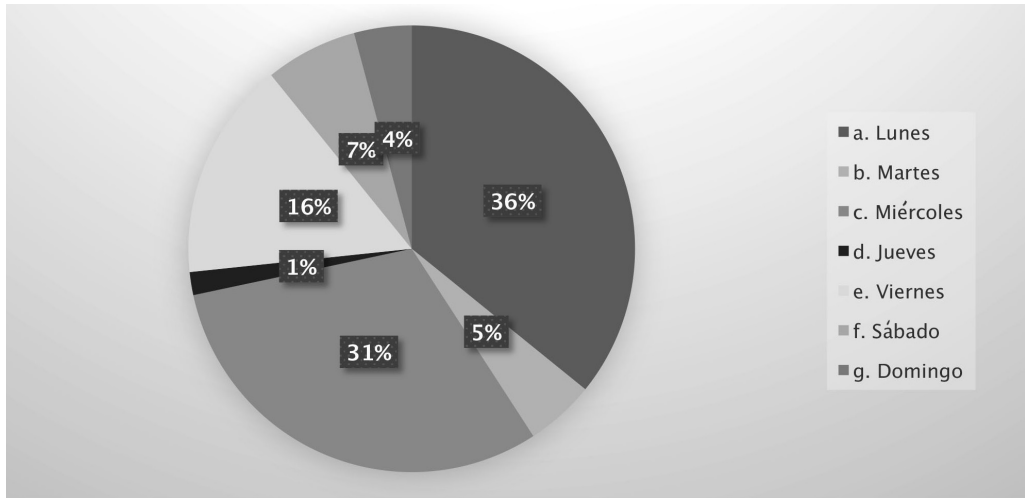
Figura 13. Cambios en las plazas de mercado



Fuente. Elaboración propia

Los encuestados coinciden que la higiene en las plazas de mercado debe ser cambiados, dado que ocasiona problemas de salud, problemáticas ambientales y además de ello generan un mal aspecto a la plaza, así mismo determinan que el orden (33 %) es lo que les gustaría que cambiaran, y el 18 % indica que desean más seguridad en las plazas de mercado.

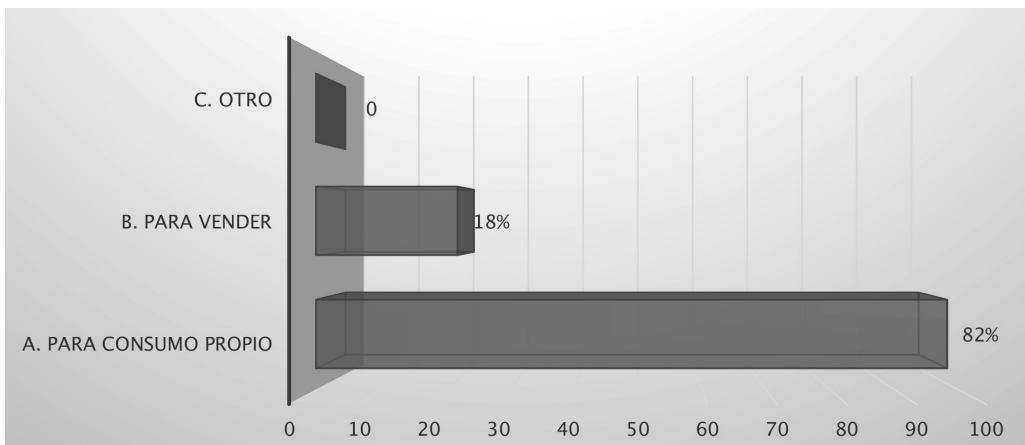
Figura 14. Día de visita en la plaza



Fuente. Elaboración propia

Las personas prefieren ir el día lunes (36 %), seguido del día miércoles (31 %), y finalmente los días viernes (16 %), esto se debe a la llegada de alimentos frescos a estos lugares de acopio.

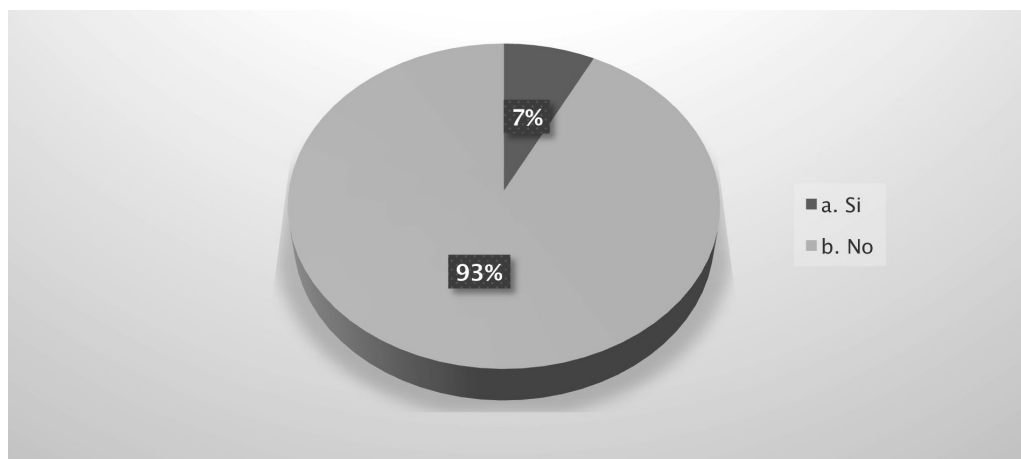
Figura 15. Propósito de compra



Fuente. Elaboración propia

Los productos comprados son 82 % para consumo propio, y el 18 % para la venta en mercados locales.

Figura 16. Problema a la hora de compra en plaza de mercado



Fuente. Elaboración propia

El 93 % de los encuestados manifiestan que no poseen problemas en el momento de la compra, solo el 7 % tiene inconvenientes en la compra, que corresponden a desacuerdos en los precios, o productos mal empacados.

5. Análisis de los resultados

El anterior estudio permitió explorar dónde residen los clientes de las plazas de mercado de Villavicencio, donde el 80 % de los encuestados residen en Villavicencio, seguido por el municipio de Acacías y Restrepo. Por otro lado, los compradores de las plazas de mercado consultados, tienen edades entre los 40 y 60 años, los cuales tienen un mayor poder adquisitivo y una cultura de compra, dado que son ellos quienes hacen el mercado en casa, o desde pequeños se enseñaron a comprar en este tipo de mercados, luego le sigue la generación entre 20 y 40 años, con un porcentaje de 37 %, lo que indica que ellos tienen un nivel de compra continuo.

El 84 % de los compradores corresponde al género femenino, esto se debe a los roles sociales que se desempeñan en la actualidad, donde las mujeres hacen las compras de casa y de aquellos pequeños negocios que se fundamentan en alimentación. El género masculino solo posee un 36 % de las compras. También se encontró que el 63 % de las personas llevan más de cinco años visitando la plaza para sus compras, lo que indica que no es ocasional, estas personas van porque ya es un hábito de compra para ellas, así mismo le sigue un 23 % que corresponde a aquellas personas que la visitan de 3 a 5 años.

El 49 % de las personas encuestadas van al mercado semanalmente para la compra de alimentos no perecederos, el 31 % de las personas solo acuden cada mes, esto es ocasionado por la cantidad de mercado que llevan en cada visita, o simplemente porque realizan en el transcurso del mes compras en mercados locales. Así mismo, el 47 % de las personas encuestadas hacen compras menores a \$50.000 pesos, esto ocurre porque hacen compras periódicas, luego le sigue un 42 % que corresponde a compras de \$50.000 a \$200.000, que son ocasionadas por empresarios de restaurantes, hoteles, entre otros.

Los productos que más se compran en las plazas de mercado corresponden a un 53 % referente a frutas y verduras, así mismo las carnes en un 60 %. El sitio de compra es elegido basándose en el precio, donde este ocupa un 44 % y un 53 % corresponde a la calidad, lo que indica que las personas prefieren encontrar calidad en la plaza de mercado, y solo un 3 % visita las plazas por tradición. Las personas encuestadas determinan que casi siempre tienen claro cuál será el producto de compra, con un 53 %, posteriormente con un 32 % ya tienen definida su compra, lo que indica que las personas saben con seguridad qué productos encontrarán en las plazas de mercado. El 88 % realizan sus pagos en efectivo por la facilidad de la transacción, seguido por el 11 % que corresponde a créditos, que serán pagados en efectivo. En complemento; los estratos 1 y 2 son los clientes más recurrentes de los mercados, seguidos de los estratos 3 y 4, los cuales van ocasionalmente.

Los encuestados coinciden que la higiene en las plazas de mercado debe ser cambiada, pues ocasiona problemas de salud y problemáticas ambientales, así mismo determinan que las personas prefieren ir el día viernes (36 %), seguido del día miércoles (31 %), y los días lunes (16 %), ya que en estos días llegan los productos frescos. Donde los productos comprados son en un 82 % para consumo propio, y el 18 % para la venta en mercados locales. Así mismo, el 93 % de los encuestados manifiestan que no poseen problemas al momento de la compra, solo el 7 % tiene inconvenientes en la compra, que corresponden a desacuerdos en los precios, o productos mal empacados.

6. Conclusiones

Las plazas de mercado son un ente fundamental en la sociedad, gracias a ellas se encuentran diversos productos para satisfacer la necesidad de la alimentación a bajos precios y buena calidad, es por ello que este proyecto buscó contextualizar el comportamiento del consumidor y por ende sus características fundamentales de compra. Por otro lado, se puede decir que las personas buscan las plazas de mercado, porque quedan cercanas a su lugar de residencia, sin embargo, muchas otras lo hacen porque encuentran bajos precios, calidad y variedad en los productos. Los clientes no hacen compras elevadas, normalmente solo hacen compras inferiores a \$50.000, lo que indica que sus compras

son pequeñas, dado que las hacen periódicamente con el fin de tener en casa productos frescos.

Se puede determinar que los estratos 1 y 2, son los clientes que más compran en las plazas de mercado, debido a las características sociales y los hábitos de compra, es decir los estratos altos hacen sus compras en almacenes de cadena a precios más elevados. Así mismo, las compras se realizan en efectivo, dejando de lado los pagos electrónicos, esto sucede porque los comerciantes solo manejan el pago en efectivo. La mayor parte de los productos consumidos en la plaza de mercado son para consumo propio, lo que indica que los pequeños mercados que compran para vender son muy pocos.

Así mismo, se puede afirmar que las plazas de mercado seguirán siendo un centro de acopio para la compra de productos de primera necesidad, que se mantendrán en un futuro, ya que los consumidores las prefieren antes que los grandes almacenes de cadena.

7. Referencias

- Bacca, W. (2008). *Perfil del comportamiento del consumidor del Fast-Food en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/364/Analisis%20del%20Perfil%20del%20Consumidor%20del%20Patio%20de%20Comidas.htm>
- Baquero, D. L. (2011). *Las plazas de mercado como catalizadores urbanos*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes, Escuela de Arquitectura.
- Castiblanco, A. (2012). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad Paz-ando*, 4(2), 123-132.
- Pérgolis, J. C., Orduz, L. F. y Moreno, D. (2003). *Relatos de ciudades posibles: la práctica significativa*. Bogotá: IDEP.
- Pineda, E. y Velásquez, O. (2015). *La sistematización de experiencias educativas desde el enfoque praxeológico*. Villavicencio: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Uniminuto.
- Richardson, M. (1982). Being in the market, versus Being in the plaza: Material culture and the construction of social reality in Spanish America. *American Ethnologist*, 9(2), 421-436.
- Ríos, M. Y. (2014). Función de las plazas en la época prehispánica del altiplano Mesoamericano. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales Humanísticas RICSCH*, 3(5). México.

Caracterización de la agroindustria artesanal y atributos de la valoración

en consumidores de queso bola de Ocosingo, Chiapas*

Characterization of artisanal agro-industry and valuation aspects

in consumers of queso bola of Ocosingo, Chiapas

Anastacio Espejel García**

Recibido: 12 de Noviembre de 2018

Revisado: 2 de diciembre de 2018

Aprobado: 10 de diciembre de 2018

* Artículo producto del proyecto de investigación caracterización de la agroindustria artesanal en Chiapas, México. Cómo citar este artículo: Espejel, A. (2019). Caracterización de la agroindustria artesanal y atributos de la valoración en consumidores de queso bola de Ocosingo, Chiapas. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 20(33), 137-155. DOI: <https://doi.org/10.15331/22484914.4881>

** Profesor investigador del posgrado en Ciencia y Tecnología Agroalimentaria, Departamento de Ingeniería Agroindustrial, Universidad Autónoma Chapingo. Correo electrónico: anastacio.espejel@gmail.com

Resumen

El queso bola de Ocosingo, Chiapas es un queso emblemático y tradicional que posee características típicas y diferenciadas. La normativa restringe los quesos elaborados con leche cruda. Existe una baja valoración del consumidor con respecto a los quesos artesanales. Los objetivos de esta investigación fueron medir la adopción de innovaciones y su relación con las ganancias en queserías y aspectos de valoración del consumidor. Se seleccionaron seis queserías y se midió el nivel de adopción de innovaciones y utilidad. Se aplicaron cien encuestas a consumidores de Ocosingo, Chiapas y Texcoco, México. Las innovaciones de mayor adopción fueron la administración y estandarización del proceso; la utilidad y estrategia comercial son variables que impactan en mejores ganancias. Los consumidores de mayor ingreso y escolaridad tienen mayor disposición a pagar (DAP) por un queso artesanal, los atributos más valorados son etiqueta, empaque y sensoriales. Una mayor difusión del producto en consumidores con mayor DAP resultaría en mejores ganancias.

Palabras clave: innovación, agroindustria artesanal, valoración.

Clasificación JEL: L2, M11

Abstract

The queso bola of Ocosingo, Chiapas is a traditional cheese that has typical and distinctive characteristics. The regulation restricts cheeses made with raw milk. There is low consumer valuation with respect to artisan cheeses. The objective of this research was to measure the adoption of innovations and its relationship with the profits in cheese factories and aspects of consumer valuation. Six cheese factories were selected and the level of adoption of innovations and profits was measured. One hundred surveys were applied to consumers in Ocosingo, Chiapas and Texcoco, Mexico. The innovations of greater adoption were administration and standardization of the process; usefulness and commercial strategy are variables that impact on better profits. Consumers with higher income and schooling have more willingness to pay (WTP) for an artisanal cheese, the most valued traits are label, packaging and sensory. A greater diffusion of the product in consumers with higher WTP would result in better profits.

Keywords: Innovation, artisanal agro-industry, valuation.

Classification JEL: L2, M11

1. Introduction

Los alimentos tradicionales (TFP) son considerados elementos importantes de la cultura, identidad y patrimonio gastronómico. Contribuyen al desarrollo, diversificación y sostenibilidad de muchas áreas rurales, deteniendo el éxodo. La Unión Europea es la región líder en la investigación y comercialización de alimentos tradicionales. Europa es la región donde la cultura y el reconocimiento social de estos productos han sido consecuencia de diversos trabajos de investigación y difusión de las bondades y atributos de este tipo de productos. La caracterización del alimento, la protección jurídica para evitar el plagio y la implementación de modelos que certifiquen la autenticidad del producto son esfuerzos que dieron como resultado la comercialización legal de productos tradicionales.

La producción de TFP en Europa se lleva a cabo principalmente por las pequeñas y medianas empresas (pyme), y estos productos se comercializan mayormente mediante una diferenciación o protección, entre las principales tenemos a las denominaciones de origen, indicaciones geográficas y marcas colectivas (Guerrero, Claret, Verbeke, Sulmont y Hersleth, 2016; Kristbergsson y Oliveira, 2016; Trichopoulou, Vasilopoulou, Georga, Soukara y Dilis, 2006).

En México, los quesos genuinos elaborados a partir de leche cruda son los productos más emblemáticos y representativos de un alimento tradicional. Las empresas agroindustriales en donde se produce este tipo de queso están por lo regular aglomeradas en espacios rurales donde comparten recursos naturales, geográficos y agroecológicos que confieren atributos específicos a la materia prima (leche), por consiguiente, al queso, y representan un potencial para su diferenciación con respecto a los quesos de imitación e industrializados.

Los eslabonamientos dentro de este tipo de cadenas son cortos y con un nivel de proximidad elevado, la comercialización se realiza mediante modelos de circuitos cortos, que permite a estos quesos insertarse de manera eficiente en los mercados locales y en muy pocas ocasiones nacionales, disminuyendo los costos de transacción, incluso se habla de que son competitivos aun con todas las asimetrías en el acceso y valoración del consumidor. La empresa quesera tradicional está compuesta por micro y pequeñas empresas, con una organización productiva, dinámica y lógica de producción propia; se caracteriza por la incorporación de mano de obra familiar, integración de recursos locales y aplicación de tecnología e innovaciones acordes a las necesidades de producción y demanda del mercado donde se insertan (Cervantes, Villegas, Cesín y Espinoza, 2008; Solís, 2018).

El consumo de quesos en México es elevado en todos los niveles socioeconómicos, promovido en parte por la diversidad de quesos mexicanos tradicionales (más de 40), entre

ellos panela, quesillo, asadero, chihuahua, cotija, adobera, crema de Chiapas, bola, etc. El queso artesanal mexicano es un alimento con historia y tradición, forma parte del legado cultural del país; son quesos tan diversos como heterogéneos en calidad, que compiten desventajosamente con quesos industriales y de imitación o con ingredientes sustitutos y análogos (Hervás, 2012).

Los consumidores, actualmente, demandan sabores únicos y comidas típicas, sin culpa de cocinar y comer, y una dieta cada vez más focalizada en el cuidado de la salud y acorde a sus necesidades y preferencias individuales (Sarkar y Costa, 2008). Los consumidores de este tipo de productos aceptan algunas innovaciones (etiquetado y envase) que no alteran la calidad sensorial y mejoran la apariencia y vida útil del producto; otro grupo de innovaciones están orientadas a productos más sanos y seguros, por ello, el sector agroindustrial invierte a través de ingredientes seleccionados, materia prima de mejor calidad y trazabilidad. Sin embargo, se busca que en este tipo de productos, las innovaciones no comprometan las propiedades sensoriales de los productos alimenticios tradicionales, como en los quesos mexicanos genuinos tradicionales (Kühne, Vanhonacker, Gellynck y Verbeke, 2010).

Los productores de alimentos tradicionales enfrentan el desafío de mejorar la seguridad y conveniencia de sus productos, de acuerdo con la demanda de los consumidores mediante diferentes tipos de innovaciones que permiten mantener o expandir su influencia, en un entorno altamente competitivo y globalizado. Un mejor entendimiento de los consumidores, de sus creencias, percepciones y expectativas es esencial para el desarrollo de productos e introducción de innovaciones, así como la implementación de acciones de marketing exitosas (Kristbergsson y Oliveira, 2016).

Dentro de los quesos genuinos mexicanos, quizá uno de los más emblemáticos es el queso bola de Ocosingo, Chiapas, el cual posee características tecnológicas únicas, externamente posee una cubierta que sirve como empaque natural a base leche descremada, y el centro es un queso crema madurado al menos por 21 días, de acuerdo con las reglas de uso de la marca colectiva. Un problema es la normativa que no permite la comercialización de quesos elaborados con leche cruda (NOM-243-SSA1-2010) y la baja valorización del consumidor con respecto a los atributos de estos productos. Los objetivos de esta investigación fueron analizar las empresas queseras tradicionales, a fin de evaluar las innovaciones adoptadas y su relación con la utilidad y el análisis de los consumidores y factores que influyen en la decisión de compra de este producto, para proponer estrategias que incrementen el posicionamiento de los quesos artesanales.

2. Metodología

2.1. Caracterización de la agroindustria (AI)

Se diseñaron y aplicaron encuestas estructuradas a las queserías: El Dorado, Queshil, Laltic, Productos Ocosingo, Lácteos Maya y Santa Rosa, con la finalidad de caracterizar y analizar la adopción de tecnología e innovaciones con las que cuentan cada una. La encuesta tuvo cuatro categorías principales: 1) aspectos generales del productor, 2) organización, 3) dinámica de la agroindustria y 4) dinámica de innovaciones.

2.2. Adopción de innovaciones

Los datos obtenidos de las encuestas fueron sistematizados en Excel; se calculó el índice de adopción de innovaciones (INAI), en el cual se expresan las innovaciones que realiza cada productor dentro del total de innovaciones, utilizando la siguiente ecuación (1) (Muñoz, Altamirano, Aguilar, Rendón y Espejel, 2007).

$$INAI = \sum_{i=1}^j \left[\frac{\text{innovaciones realizadas por el innovador } i}{\text{máximo número de innovaciones por los productores } j} \right] * 100$$

2.3. Velocidad de adopción de innovación

Con el propósito de conocer la trayectoria de las innovaciones implementadas por las agroindustrias queseras, se calculó a través de los resultados de las encuestas, la velocidad de adopción de innovación con la siguiente ecuación (2) (Rendón, Aguilar, Muñoz y Altamirano, 2007).

$$VA = \frac{\text{año de registro de la primera innovación} - \text{año más reciente de adopción}}{\text{porcentaje de productores adoptantes por año}}$$

2.4. Análisis económico

Se realizó considerando los costos generados con la producción y los ingresos totales en la unidad productiva (cantidad de queso producido multiplicada por el precio corriente). Los beneficios fueron estimados con la ecuación (3) (Espejel, Barrera, Herrera y Cuevas, 2016).

$$B = \sum_{t=1}^n IT - \sum_{i=1}^n CT$$

Donde:

B = beneficios o ganancias económicas de la actividad.

IT = sumatoria de los ingresos totales de la unidad productiva de 1 hasta n.

C = Sumatoria de los costos de producción incurridos en la unidad productiva de 1 hasta n.

2.5. Análisis estadístico

La información obtenida de las encuestas fue organizada y registrada en una base de datos de Excel, para su posterior análisis. Primero se realizó un análisis de correlación de Pearson para identificar la asociación entre variables (calidad, estandarización del proceso, manejo de residuos, estrategia comercial y utilidades) y su relación con las ganancias económicas.

Se realizó un análisis de componentes principales (ACP) para identificar las variables que influyen en el posicionamiento de las empresas queseras. Los datos se analizaron con el paquete estadístico XLSTAT 2014.5.03.

2.6. Caracterización del consumidor de queso bola

Se aplicaron cien encuestas a consumidores del queso bola en dos lugares: Feria del queso bola 2017 en Ocosingo, Chiapas y Feria de la Cultura Rural en Texcoco, estado de México. Los criterios de selección fueron ser consumidor del queso bola y mayoría de edad. También se incluyeron variables que permitieron definir el perfil sociodemográfico de los consumidores potenciales del queso (edad, nivel de ingresos, ocupación, lugar de origen, sexo, estado civil, etc.) y hábitos de consumo como: percepción del queso, frecuencia de consumo, marca preferida, lugar de compra, precio del producto.

Se realizó un análisis de regresión logística para obtener las variables de mayor influencia en relación con la disposición a pagar por el queso bola, y un análisis de componentes principales (ACP) para identificar las variables que más influyen en la decisión de compra e identificar los atributos que el consumidor valora. Los datos se analizaron con el paquete estadístico XLSTAT 2014.5.03.

3. Resultados y discusión

3.1. Problemática de las empresas queseras

Uno de los principales problemas identificados por el 60 % de los productores del queso bola es el desabasto de leche, principalmente en la época de estiaje, este hecho afecta a aquellos productores que no producen su materia prima y dependen exclusivamente de la oferta y demanda, mientras otros se ven en la necesidad de comprar leche en polvo (15 %), afectando así a la genuinidad y tipicidad del queso bola.

Pese a la importancia cultural del queso bola, existe de manera constante la presión sobre los queseros por modificar la tipicidad de sus productos, impulsado por las instituciones gubernamentales que establecen requerimientos sobre la calidad en los procesos de producción de quesos: la NOM-243-SSA1-2010; la NOM-251-SSA-2009, la Secretaría de Salud, la NOM-051-SCFI-SSA1-2010 y la NMX-713-COFOCALEC-2005, oficialmente son las normativas que regulan la calidad mínima necesaria para elaborar y comercializar los quesos producidos en México. Pese a que ya existen estudios en quesos tradicionales genuinos mexicanos, donde se demuestra la inocuidad del queso y la disminución del microbiota de estos, como es el caso del queso cotija e incluyendo al queso bola, siendo quesos elaborados con leche cruda; falta entendimiento y sensibilización de las instituciones correspondientes para dar la importancia necesaria a estos quesos (Escobar, Hernández y Gaspar, 2012; López, 2013; Hernández, 2014).

Los cambios en los hábitos de consumo y el ritmo de vida de la sociedad resultan en la alteración de la producción de alimentos a nivel mundial, es decir, cambian por completo las fronteras alimentarias, y se homogeniza y monopoliza la alimentación de manera industrial y también la población demanda productos con propiedades funcionales específicas (Solís, 2018; Vendruscolo, Tomé da Cruz y Schneider, 2016).

Los consumidores son el factor más importante, cada vez son más los que prefieren productos genuinos tradicionales y prestan mayor atención a la procedencia geográfica de los productos, y se preocupan por determinadas características presentes en los productos que adquieren. En ocasiones, el lugar de origen sugiere a los consumidores que el producto tendrá una calidad o características sensoriales específicas que confieren atributos de mayor valoración para un grupo de consumidores.

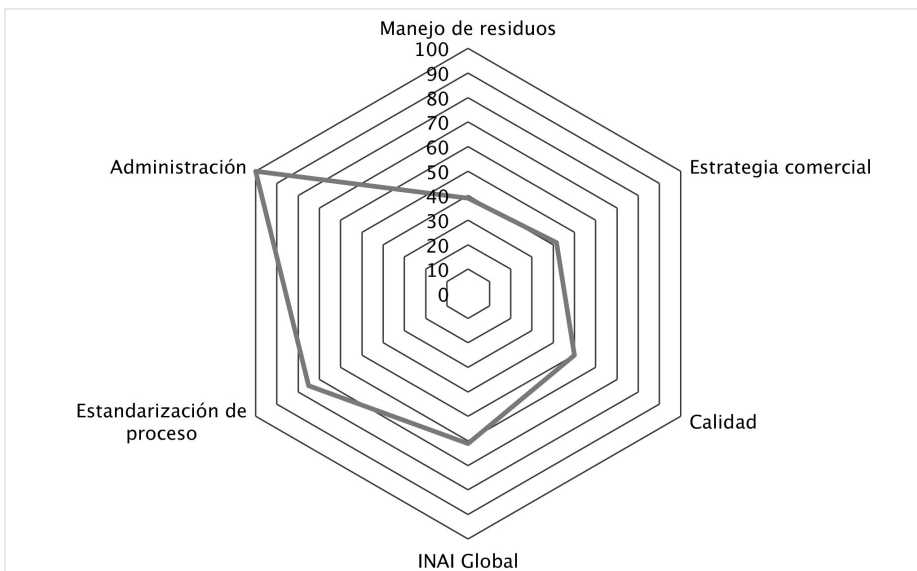
A menudo, los consumidores están dispuestos a pagar más por estos productos, favoreciendo mercados específicos para productos con determinadas características vinculadas a su lugar de origen (Rizo *et al.*, 2013).

3.2. Adopción de innovaciones en la AI quesera

La innovación en productos artesanales debe introducirse de manera cuidadosa y creativa, ya que un cambio en el proceso de estos productos podría no ser el más adecuado para el consumidor que valora lo artesanal y típico de estos productos tradicionales. Para el análisis del índice de adopción de innovaciones se consideraron las categorías: producción (calidad), estandarización del proceso, manejo de residuos, estrategia comercial y utilidades. En la figura 1 se observa que la categoría de mayor adopción de innovación durante los últimos años para AI son: administración, ya que el 100 % de los productores cuentan registros manuales de sus operaciones y estandarización del proceso, esto porque el 50 % de los productores respetan lo estipulado en las reglas de uso para la marca colectiva “queso bola de Ocosingo, Chiapas”. Para esta última categoría se consideraron cuatro puntos: leche cruda, tiempo de maduración del queso, sin aditivos (excepto sal y cuajo) y la elaboración del forro.

Las categorías que se encontraron por debajo del 50 % de adopción corresponden a calidad, estrategia comercial y manejo de residuos, por lo que se atribuye a un bajo interés de los productores en estas innovaciones. En el caso de la estrategia comercial es necesario profesionalizar y promover de manera más eficiente el producto, de manera paralela es necesario informar al consumidor sobre las bondades del queso bola más allá del consumo y del aspecto tangible. La diferenciación a partir de etiquetas con información sobre aspectos culturales del producto podría contribuir a una mayor diferenciación.

Figura 1. Medias de las diferentes categorías para adopción de innovaciones en la agroindustria



Fuente. Elaboración propia (2017)

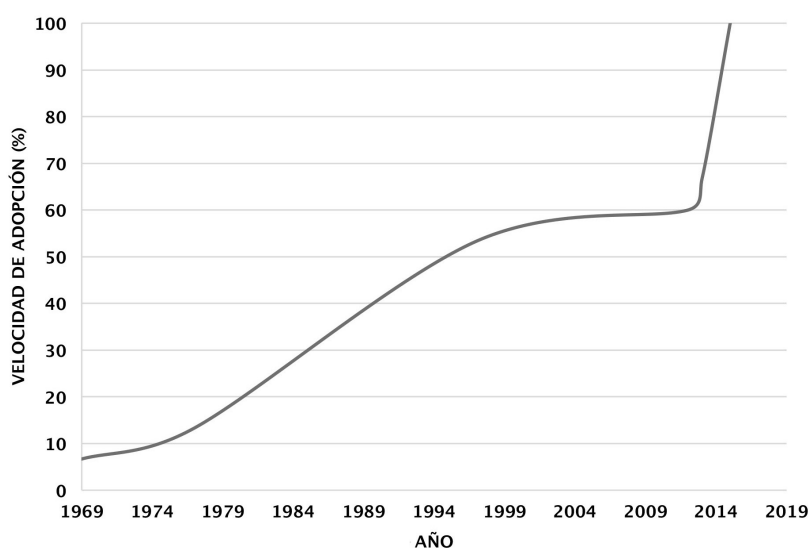
Con respecto a los atributos sensoriales, el queso bola posee características únicas, la forma en que lo elaboran, el proceso de maduración y los recursos naturales asociados, así como la ubicación geográfica, confieren rasgos típicos: olor, sabor, color, consistencia que lo diferencian de los demás quesos madurados. Sin embargo, la valoración que el consumidor le da al producto es baja aunado a débiles estrategias de promoción de los productores.

El queso es elaborado por un grupo reducido de queseros artesanales, quienes han heredado y conservado el saber hacer de este queso por generaciones, conservando la identidad, tipicidad y tradicionalidad. Por otro lado, en los mercados locales se comercializa queso bola de diversas calidades, con variaciones que afectan la tipicidad, tales como la disminución del tiempo de maduración, forro más fresco y en casos extremos la adición de leche en polvo, resultando un producto más fresco, y sensorialmente diferente y perdiendo parte de lo genuino y típico. Esto coincide con el porcentaje bajo en la adopción de innovaciones del queso, pues la mayoría de las queserías no respetan las reglas de uso de la marca colectiva para la elaboración del queso bola, lo que demerita su valoración (Cervantes *et al.*, 2008; Pomeón, 2011).

3.3. Velocidad de adopción de innovación de la AI

Se calculó para conocer velocidad con la que los productores aprenden y adoptan innovaciones durante el tiempo, lo cual está relacionado directamente con la capacidad de adaptación de las empresas al entorno y tendencias de consumo. En la figura 2 se destacan dos etapas, la primera que va de 1969 a 2012 y la segunda que va de 2012 a 2017.

Figura 2. Velocidad de innovación de la AI del queso bola de Ocosingo, Chiapas



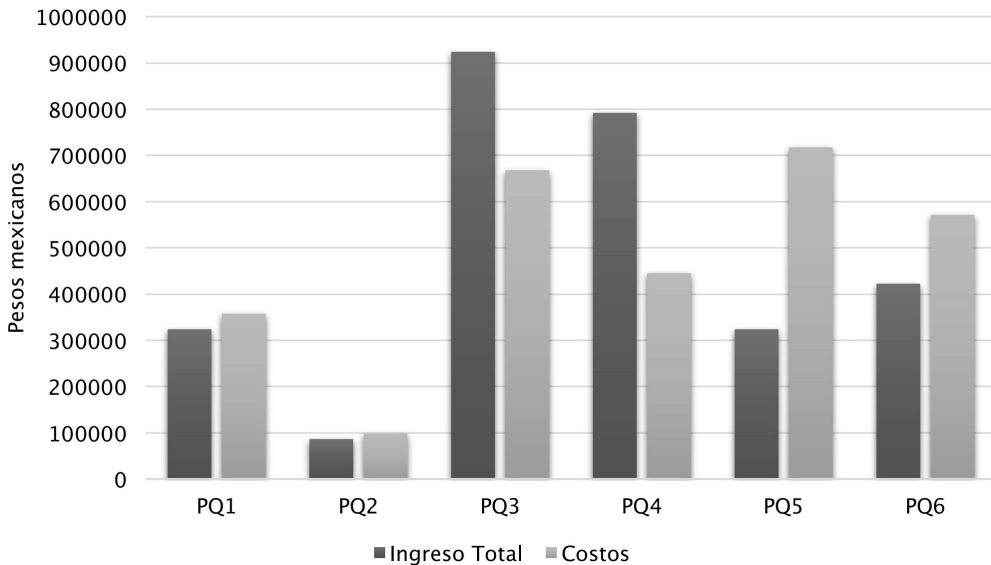
Fuente. Elaboración propia (2017)

En la primera fase, se aprecia que las innovaciones que se han introducido se relacionan con la mejora del proceso y la integración de equipos y trazabilidad de la materia prima, es decir, se puede asociar como una etapa de fortalecimiento de lo típico y tradicional. En la segunda etapa, se aprecia una mayor rapidez en adoptar innovaciones relacionadas con mayores exigencias del mercado y entorno, tales como las buenas prácticas de producción, introducción de innovaciones de cuidado ambiental, como el manejo del lactosuero y la necesidad de vincular el queso con mercados de mayor valor, implicando mejorar la estrategia comercial, utilizando las redes sociales y mayor participación en ferias para promocionar el queso bola.

3.4. Análisis económico de las queserías del queso bola

El análisis económico en las agroindustrias (figura 3) es un indicador que muestra de manera general las utilidades derivadas de la producción quesera, y puede representar la continuidad o no de la producción de este queso. El análisis indica que el 33 % de las queserías tienen mayor ingreso con respecto a los costos asociados a la producción del queso, por lo que podría asumirse una mayor rentabilidad, el resto puede ser que presente utilidades negativas, sin embargo, es posible que para este grupo de queseros la actividad represente una parte complementaria.

Figura 3. Análisis económico de las queserías del queso bola de Ocosingo, Chiapas



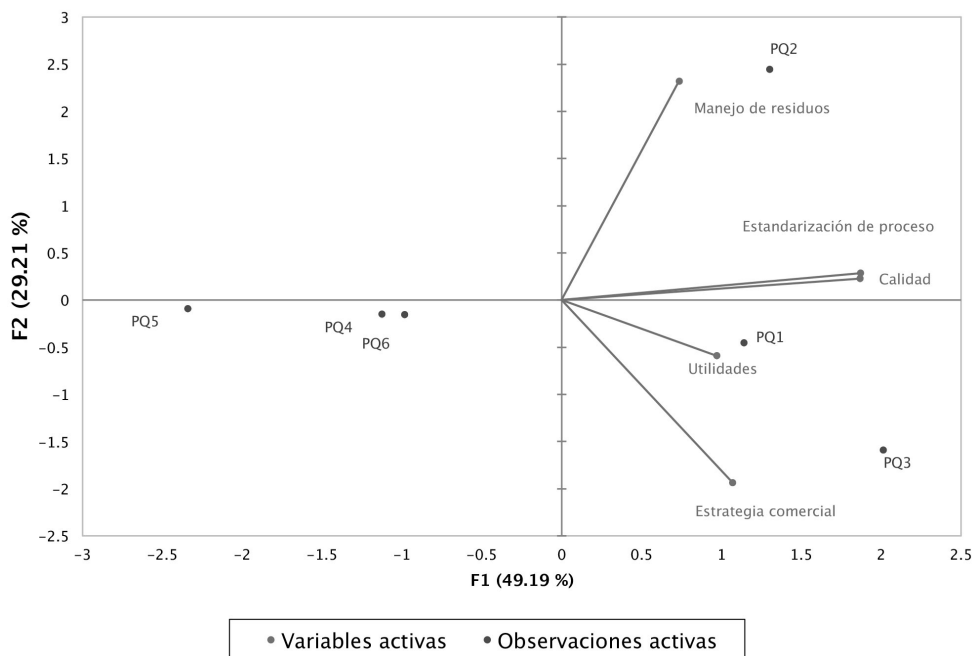
Fuente. Elaboración propia (2017)

PQ1 (El Dorado), PQ2 (Queshil), PQ3 (Laltic), PQ4 (Productos Ocosingo), PQ5 (Lácteos Maya)

Las queserías con mayores utilidades están vinculadas a mercados más estables y de mayor valor, por lo que el precio al que comercializan su producto es más alto, en comparación con el resto de las queserías quienes muestran incluso pérdidas. La quesería (PQ3) posee un nivel de integración elevado y, por lo tanto, poseen mayor control sobre la materia prima, esto confiere una mayor calidad del queso. Por otro lado, la PQ4, no produce su propia leche, además cuenta con un mercado específico, el cual ya es garantía para la venta de sus quesos (por ejemplo: Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo, Chiapa de Corzo, Chiapas).

Derivado del análisis de componentes principales (ACP), se obtuvo que con dos componentes se explica el 78 % de la variabilidad de los datos (KMO = 0.5), en la figura 4 se aprecia que las variables analizadas se distribuyen en dos grupos con alta afinidad al interior de ellos, en el primer grupo las variables de mayor peso son la estandarización del proceso, calidad y manejo de residuos (proceso), en el segundo grupo se ubica la estrategia comercial y utilidades, lo cual sugiere que aquellas empresas que ponen mayor énfasis en el mercado y los consumidores tienen mejores utilidades.

Figura 4. Análisis de componentes principales vinculados a las variables de adopción e innovación en seis queserías en Ocosingo, Chiapas



Fuente. Elaboración propia

PQ1 (El Dorado), PQ2 (Queshil), PQ3 (Laltic), PQ4 (Productos Ocosingo), PQ5 (Lácteos Maya) y PQ6 (Santa Rosa)

La posición competitiva de las empresas queseras con respecto a los dos componentes principales permite diferenciar que en el componente 1 (eje X) las variables de mayor peso son calidad y estandarización del producto; y con respecto al componente 2 (eje Y) la variable de mayor peso es la del manejo de residuos (tabla 1), siendo los factores que dan mayores ganancias en las queserías.

Tabla 1. Cargas factoriales de los componentes

Variable	F1	F2
Calidad	0.947	0.110
Estandarización de proceso	0.944	0.087
Manejo de residuos	0.371	0.904
Estrategia comercial	0.541	-0.755
Utilidades	0.491	-0.231

Fuente. Elaboración propia con datos de campo (2017)

De acuerdo con los resultados, en este grupo de queserías las ganancias (utilidades) tiene relación directa con la adopción de innovaciones, lo cual sugiere que las innovaciones evaluadas contribuyen de manera sustancial con este modelo de queserías, principalmente las relacionadas con la estrategia comercial, manejo de residuos y conservación del proceso de producción; incluso las de mejor posicionamiento muestran fuerte relación con una estrategia comercial basada en la identificación de necesidades del consumidor y nuevos mercados.

Las variables relacionadas con la estandarización del proceso y calidad están altamente correlacionadas e influyen en la posición de las queserías. Un aspecto relevante es que todas las queserías no consideran importante el análisis del consumidor y del mercado, aunque ello pueda implicar una mejor posición en el mercado.

Con relación a las reglas de uso de la marca colectiva, buena parte de los queseros no las respeta, obteniendo calidades distintas en los productos, demostrando así la baja organización de los productores del queso bola, y por lo tanto una marginal alternativa de que este producto pueda acceder a otro tipo de protección o indicación geográfica, pese a ser un buen candidato.

4. Caracterización del consumidor actual y potencial del queso bola

4.1. Características sociodemográficas de los consumidores

Es posible que las queserías de tamaño pequeño y mediano se vean limitadas en la fortaleza de la relación que establecen con sus clientes, y sobre todo que entiendan sus necesidades. Los resultados derivados del análisis indican que los consumidores son personas adultas, en edad laboral, en un rango de edad entre los 20 a 79 años, de los cuales el 40 % poseen un nivel de escolaridad básica y media superior, un 50 % con estudios universitario y un 10 % con estudios de posgrado.

4.2. Características socioeconómicas de los consumidores

Con respecto al análisis socioeconómico de los consumidores, se clasificaron en tres estratos, en relación con el nivel de ingresos mensuales que expresaron tener, lo cual se asocia con la ocupación de estos. Los resultados se muestran en la tabla 2, y sugieren que el 50 % de los encuestados tienen un grado universitario; el 30 % de la población se encuentra en el estrato 1, esto se asocia a que muchos perciben un salario muy bajo o no ejercen su profesión, lo cual limita la capacidad de compra. En el estrato 3, con un 7 % de participación se encuentran los consumidores con estudios de posgrado, ya que cuentan con trabajos estables o son empleados del Gobierno, quienes perciben un salario mayor a los consumidores de los otros estratos.

Tabla 2. Clasificación por estratos de acuerdo con el nivel de ingresos mensual y escolaridad de los consumidores

Variable	Estrato (bajo) (<\$5,000/mes)	Estrato 2 (medio) (\$5,001-\$10,000/mes)	Estrato 3 (alto) (>\$10,000/mes)
Con posgrado (%)		3	7
Estudios superiores (%)	30	13	7
Media superior (%)	19	6	
Básica (%)	10	1	3
Edad (años)	34	38	43
Consume queso por:			
Apariencia (%)	46	22	12
Inocuidad (%)	80		20
Identidad (%)	54	29	18
Tradición (%)	65	22	13

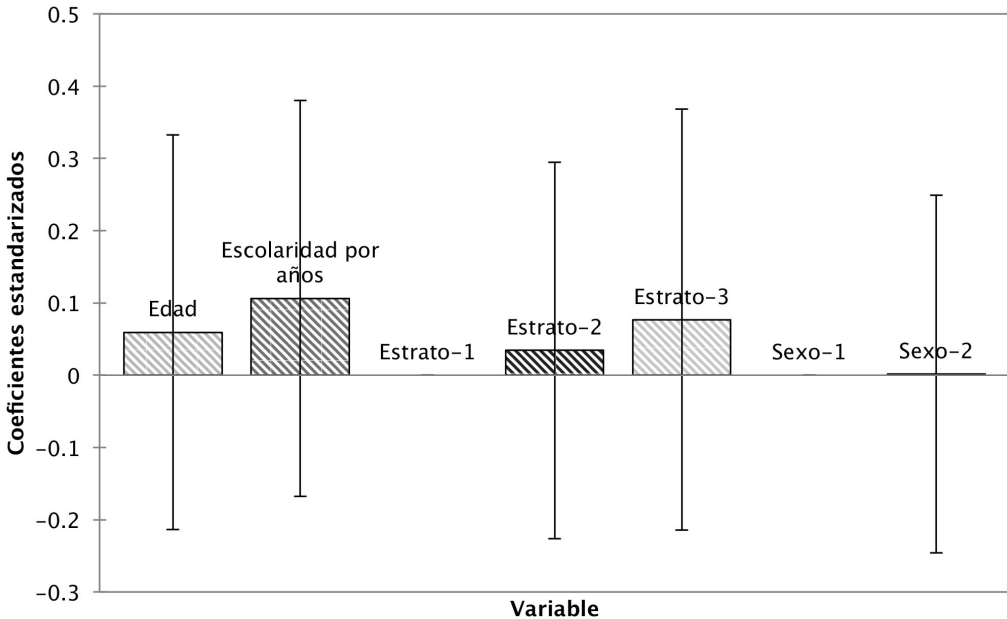
Fuente. Elaboración propia con base a datos de campo (2017)

En relación con la edad, los consumidores del estrato alto se caracterizan por tener mayor edad comparado con los otros dos estratos, lo cual repercute en decisiones más sólidas al momento de elegir los productos a consumir, principalmente los del tipo tradicional. Con respecto a la inocuidad del producto, los consumidores del estrato bajo y alto lo consideran importante. El consumo de este producto asociado a la identidad, tradición y apariencia es importante para los tres estratos, lo cual significa que el consumidor de este queso está informado sobre aspectos intangibles asociados al producto y lo consume por sus características de tipicidad.

4.3. Variables que inciden en la disposición a pagar

Con base al análisis de regresión logística, en la figura 5 se observan las variables de mayor influencia en relación con la disposición a pagar por el queso bola. Las variables de mayor incidencia son la edad, escolaridad y nivel de ingresos del estrato 3 (mayor ingreso y mayor nivel de estudios). Estas variables son las que influyen en una mayor disposición a pagar por un queso artesanal, lo cual está relacionado directamente con un mayor nivel de ingreso y nivel educativo, esto se podría asociar con un mayor conocimiento y valorización de un producto tradicional, considerando las características asociadas, tales como recursos naturales, cultura, tradición y saber hacer.

Figura 5. Variables que influyen para la disposición a pagar por el queso bola



Fuente. Elaboración propia con base a datos de campo (2017)

Existe una clara ventaja competitiva de los alimentos tradicionales con respecto a los industriales, ya éstos son alimentos ofrecen comodidad a un precio económico para la mayoría de los consumidores; son productos que están estandarizados, ofrecen calidad constante todos los días y la mayoría son quesos frescos. Generalmente se producen a gran escala por grandes empresas en cualquier lugar del mundo y los productores pueden tener casi el mismo producto final.

Caso contrario con los quesos tradicionales, como el queso bola de Ocosingo, Chiapas, que son productos hechos a mano y producidos en un territorio de origen mediante el uso de recursos naturales específicos, condiciones climáticas, raza del animal adaptada al entorno y, por tanto, son testimonio de la historia, cultura y estilo de vida de la comunidad rural y entorno geográfico en donde se producen. Este tipo de queso se caracteriza por sus sabores intensos y distintivos, con una variabilidad razonablemente alta, incluso dentro de la variedad del mismo queso (Licitra, 2010).

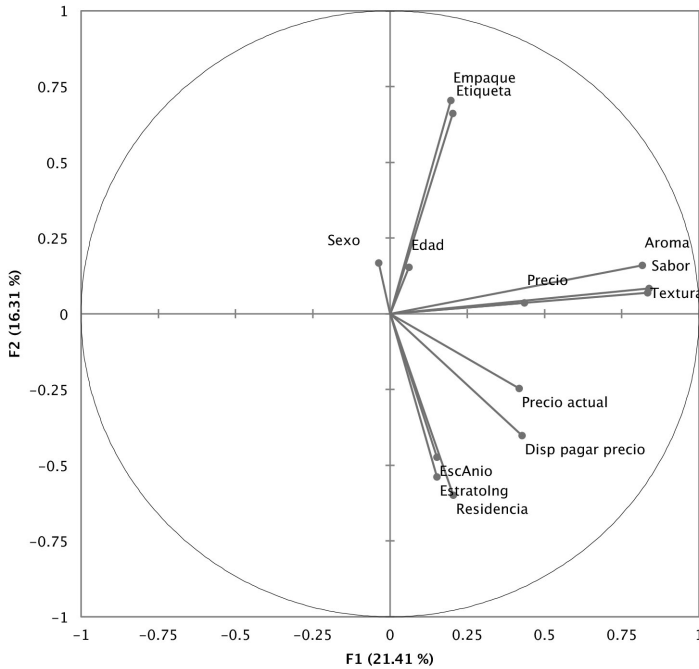
Un grupo reducido de consumidores que comparte características específicas valora este tipo de productos, sin embargo, existe evidencia acerca del desconocimiento para la mayoría de los consumidores sobre los atributos de los quesos tradicionales diferenciados por su calidad de origen. Es decir, los consumidores que adquieren alimentos similares a los quesos mexicanos tradicionales siguen sin conocer su diversidad o existencia, como es el caso del queso bola de Ocosingo (Agudelo *et al.*, 2016).

Para asociar los atributos que el consumidor valora del queso bola y los grupos de consumidores, se realizó un ACP, donde se obtuvo que dos componentes explican el 75 % de la variabilidad de los datos ($KMO = 0.6$) los factores que consideran los consumidores en el consumo de este queso son las variables como el sabor, aroma y textura (características sensoriales), en el segundo la etiqueta y empaque, en el tercero el nivel de ingresos, escolaridad y lugar de residencia; por otro lado, el precio, género y edad no son atributos relevantes (figura 6).

La posición de los consumidores con respecto a los dos componentes principales del ACP permite diferenciar en el componente 1 (eje X) las variables de mayor peso que son aroma, textura y sabor; con respecto al componente 2 (eje Y) empaque y etiquetado.

En los últimos años se ha observado un creciente interés de los consumidores en productos alimenticios más diferenciados, en este contexto, los TFP representan una alternativa de consumo saludable y esto se asocia al hecho de que los consumidores son cada vez más reacios a los riesgos inducidos por la innovación alimentaria como resultado de la intervención humana; sin embargo, el desarrollo de TFP es necesario para la supervivencia del producto en un mercado global competitivo (Stolzenbach, Bredie y Byrne, 2013; Vanhonacker *et al.*, 2013)

Figura 6. Componentes principales vinculados a las variables que influyen en la decisión de compra en los consumidores



Fuente. Elaboración propia (2017)

Los TFP representan un segmento en crecimiento en el mercado alimentario, sin embargo, para mantenerse en el mercado actual, deben innovar y mejorar la forma de llegar a los consumidores, pero más importante es informar al mercado sobre los atributos de este tipo de productos. Cuanto más estrictamente los consumidores definen los alimentos tradicionales, más influye su aceptación en el impacto percibido de la innovación en el carácter tradicional del producto alimenticio (Vanhonacker *et al.*, 2013).

La aceptación por parte de los consumidores de las etiquetas con garantía de origen y mayor variedad de productos corresponde a los esfuerzos del sector para ingresar a nuevos mercados y mejorar la comercialización de sus productos alimenticios tradicionales (Kühne *et al.*, 2010).

Un factor importante para la aceptación de innovaciones y que beneficien a los productores del queso bola implica reforzar las características tradicionales del producto (por ejemplo, una etiqueta que garantice el origen) o que brinden beneficios al mejorar los atributos negativos asociados con características tradicional de los alimentos (por ejemplo, resaltar que es un producto madurado, genuino, sin adición de aditivos).

Por otro lado, el productor tradicional debe tener una comprensión clara de las características que los consumidores buscan en el TFP (Kühne *et al.*, 2010). Ya que el consumidor exige una relación más cercana con el productor de su comida, ya sea real (por ejemplo, la compra directa en el lugar de origen), o imaginaria (a través de un etiquetado con datos de su origen, elaboración e identidad), pues simbólicamente estos datos le representen cualidades intangibles y ayudan a compensar la distancia entre el consumidor del producto y la fuente del alimento (Bessiere, 1998).

Tal es el caso del estrato 3, que tienen la disposición de pagar mejor el queso bola, además otra característica singular es que son consumidores que difícilmente pueden acceder al producto en su lugar de origen, por lo que sería necesario trabajar con los productores en mejorar la información plasmada en la etiqueta, y que ellos mismos valoricen más su producto, ya que la mayoría o vende sin etiquetas, demeritando así la calidad de este producto tradicional.

5. Conclusiones

Existen posibilidades de introducir innovaciones en el queso bola de Ocosingo, Chiapas, sin disminuir su principal ventaja competitiva como sus rasgos característicos de la forma de elaboración, apariencia, y en especial las características relacionadas con la autenticidad y genuinidad del producto. Tal sería el caso de mejorar la etiqueta principalmente y de preservar las características de elaboración del queso, respetando lo que marcan las reglas de uso de la marca colectiva, para mantener la calidad de los quesos (maduración, forrado oreado, sin otros aditivos distintos al cuajo y sal).

Un estrato de los consumidores con mayor nivel de estudios y mayor nivel de ingresos son los que se identifican en mayor medida con los productos tradicionales, además de mostrar una mayor disposición a pagar por este tipo de queso.

Las variables que los consumidores consideran para adquirir el queso tienen que ver con tres grupos, en el primero se ubica el empaque y la etiqueta, en el segundo el aroma, textura y sabor y en el último grupo se encuentran variables como el precio, la escolaridad, estrato de ingreso y la residencia. Una estrategia que se puede implementar, derivada de este trabajo, fue identificar posteriormente nichos de mercado con este tipo de características.

6. Referencias

- Agudelo, M. A., Cesín, A. y Thomé, H. (2016). Alimentos emblemáticos y turismo. La vinculación del queso bola de Ocosingo con la oferta turística regional. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 13(1), 131-149. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360545634008>
- Bessiere, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. DOI: <http://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Cervantes, E. F., Villegas, G. A., Cesín, V. A. y Espinoza, O. A. (2008). *Los quesos mexicanos genuinos: patrimonio cultural que debe rescatarse*. (Primera edición). México: Mundi-Prensa.
- Escobar, R., M. C., Hernández, I. M. y Gaspar, S. D. (2012). *Composición fisicoquímica y microbiológica del queso bola de Ocosingo, Chiapas*. Memorias XXXVI Congreso Nacional de Buiatría.
- Espejel, A., Barrera, A., Herrera, B. E. y Cuevas, V. (2016). Factores estructurales en la construcción del sistema regional de innovación de vainilla (vainilla planifolia Jacks ex Andrews) en México. *Agroproductividad*, 9, 74-78.
- Espejel, G. A. y Ramírez, G. A. G. (2017, octubre). Empleo e innovación en la producción de queso añejo en el municipio de Zacazonapan. *Research Gate*, 205-232.
- Guerrero, L., Claret A., Verbeke W., Sulmont, C. y Hersleth M. (2016). Innovation in traditional food products: Does it make sense? In Ch. Galanakis (Ed.), *Innovation Strategies in the Food Industry* (pp. 77-89). DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-803751-5.00005-2>
- Hervás S. A. (2012). *El mercado del queso en México*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.
- Kristbergsson, K. y Oliveira, J. (2016). *Traditional foods: General and Consumer Aspects*. Springer. DOI: <http://doi.org/10.1007/978-1-4899-7648-2>
- Kühne, B., Vanhonacker, F., Gellynck, X. y Verbeke, W. (2010). Innovation in traditional food products in Europe: Do sector innovation activities match consumers' acceptance? *Food Quality and Preference*, 21(6), 629-638. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.03.013>

- Muñoz, R. M., Altamirano, C. J. R., Aguilar, Á. J., Rendón, M. R. y Espejel, G. A. (2007). *Innovación: motor de la competitividad agroalimentaria. Políticas y estrategias para que en México ocurra*. UACH - CIESTAAM.
- Poméon, T. (2011). *De la retórica a la práctica del patrimonio: procesos de calificación de los quesos tradicionales mexicanos*. (Tesis de doctorado en problemas económico-agroindustriales). México: CIESTAAM-UACH.
- Rendón, M. R., Aguilar, Á. J., Muñoz, R. M. y Altamirano, C. J. R. (2007). *Identificación de actores clave para la gestión de la innovación: el uso de redes sociales*. Chapingo, estado de México: Universidad Autónoma Chapingo-Ciestaam/PIAI.
- Rizo, M. P., Frigant, N. y Jalba, V. (2013). *Las indicaciones geográficas*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. Recuperado de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf
- Sarkar, S. y Costa, A. I. A. (2008). Dynamics of open innovation in the food industry. *Trends in Food Science and Technology*, 19(11), 574–580. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.tifs.2008.09.006>
- Stolzenbach, S., Bredie, W. L. P. y Byrne, D. V. (2013). Consumer concepts in new product development of local foods: Traditional versus novel honeys. *Food Research International*, 52(1), 144-152. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.foodres.2013.02.030>
- Trichopoulou, A., Vasilopoulou, E., Georga, K., Soukara, S. y Dilis V. (2006). Traditional foods: Why and how to sustain them. *Trends in food Science and Technology* 17(9), 498-504. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2006.03.005>
- Vanhonacker, F., Kühne, B., Gellynck, X., Guerrero, L., Hersleth, M. y Verbeke, W. (2013). Innovations in traditional foods: Impact on perceived traditional character and consumer acceptance. *Food Research International*, 54(2), 1828-1835. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.foodres.2013.10.027>
- Vendruscolo, R., Tomé da Cruz, F. y Schneider, S. (2016). (Re)valorización de los alimentos de la agricultura familiar: límites y particularidades de las estrategias agroalimentarias en el estado de Rio Grande Do Sul, Brasil. *Agroalimentaria*, 22(42), 149-169. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199245407009>
- Villegas, G. A. Z., Santos, M. A. y Cervantes, E. F. (2016). *Los quesos mexicanos tradicionales*. (Primera edición). Universidad Autónoma Chapingo.

Condiciones o pautas para la presentación de artículos

Revista CIFE

1. Se reciben para su publicación artículos que plasmen los resultados de proyectos de investigación, artículos de revisión, artículos de reflexión y ensayos, como también documentos propios de la actividad investigativa en el ámbito de la economía y áreas afines.
2. Los artículos deben ser originales del autor, con redacción correcta, clara, precisa e impersonal y no podrán encontrarse en proceso de evaluación, ni haber sido publicados o aceptados para su publicación en otros medios, salvo excepciones concedidas por el Comité Editorial.
3. Los artículos deben presentarse en medio magnético en formato o procesador de texto a espacio y medio con márgenes a 3 cm en tamaño carta, letra Times New Roman tamaño 10 y máximo de veinte cuartillas, incluidos anexos.
4. Los artículos deben presentar la siguiente estructura:
 - Título del documento.
 - Nombre(s) del (los) autor(es), indicando en el pie de página la institución a la que pertenece(n) el (los) autor(es), perfil(es) bibliográfico(s), correo electrónico de contacto y si el trabajo recibió algún tipo de financiamiento o apoyo de alguna institución.
 - Resumen en español e inglés, que no será mayor a 150 palabras. Este debe ser una síntesis de los conceptos, planteamientos, propuestas o ideas, destacando sus elementos esenciales. No se deben incluir tablas ni gráficas en esta sección.

- Palabras clave en español e inglés y los respectivos códigos de la clasificación en Journal Economic Literature (JEL), como máximo 4 palabras y códigos.
 - El artículo debe estar constituido por una introducción, cuerpo del trabajo (marco teórico, métodos, desarrollo del trabajo), resultados, conclusiones y referencias.
5. Las tablas incluidas en los artículos deben elaborarse en formato Microsoft Word y las figuras en Excel. Para todas las anteriores, incluyendo a las ecuaciones, se debe utilizar fuente Times New Roman tamaño 10, sin negrita. Solo se utilizan colores en escala de grises.
 6. Las referencias bibliográficas deben comprender únicamente la literatura citada en el texto, siguiendo la metodología de las normas APA (American Psychological Association).
 7. Las notas de pie de página deben ser de carácter aclaratorio.
 8. Todo artículo postulado a la *Revista CIFE* será remitido a evaluadores anónimos y los comentarios de esta evaluación se comunicarán únicamente al (los) autor(es). Se mantendrá el carácter confidencial de las evaluaciones.
 9. Dentro de los tres meses posteriores al recibo de los artículos, se notificará a cada autor si su artículo fue aceptado o rechazado para su publicación. Si el documento es aceptado, se procederá a la transferencia de los derechos de autor a la *Revista CIFE*.
 10. Los artículos postulados a la *Revista CIFE* deben ser enviados en medio magnético al correo electrónico revistacife@usantotomas.edu.co, incluyendo los datos mínimos para la comunicación con los autores (teléfono fijo y móvil). La confirmación de la postulación se dará por la acusación de recibido del documento.
 11. La remisión del documento por parte del autor, da por entendido que este acepta las condiciones de publicación de la *Revista CIFE*.
 12. Los artículos publicados en la *Revista CIFE* son de exclusiva responsabilidad de los autores y en nada comprometen a la Universidad Santo Tomás ni al Comité Editorial. Los artículos pueden ser reproducidos por cualquier medio con la obligación de citar la fuente bibliográfica.

Índice de autores

Revista CIFE 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31 y 32

A

Ascanio, C. (2017). Historias de derecho y ciudadanía las ciudadanías colombianas descritas a través de historias de vida. *Revista CIFE, 19(30)*, 101-120.

B

Barrios, J., Blandón, S., Juliao, J. (2016). Estrategias de responsabilidad social empresarial de multinacionales en Países de economía emergente. *Revista CIFE, 18(29)*, 115-138.

Berdugo, E. y Gámez, J. (2015). Mujeres empresarias de Bogotá. *Revista CIFE, 17(26)*, 149-174.

Buendía, J., Osorio, R., Rangel, J. y Miranda, M. (2016). La desindustrialización en Colombia desde la apertura económica. *Revista CIFE, 18(28)*, 71-89.

C

Castelao, M. (2016). De la empresa al mercado, factores que inciden en la organización de las cadenas de producción de bioenergía. *Revista CIFE, 18(29)*, 93-114.

Castillo, D. (2017). Los efectos de las importaciones, las exportaciones y los TES sobre el EMBI para el caso colombiano. Un análisis utilizando modelos VEC para el periodo 2010-2016. *Revista CIFE, 19(30)*, 47-77.

Chávez, N., Ríos, H. y Varón, O. (2016). Participación laboral en Bogotá: Cambios en sus determinantes en la década comprendida entre 2005 y 2015. *Revista CIFE*, 18(29), 25-50.

Chuliá, S. (2016). La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico de Adam Smith y el de los pioneros de la sociología británica. *Revista CIFE*, 18(29), 69-92.

Corena, F. (2017). Estimación del valor económico transferido al municipio de Montelibano por parte de la actividad de una empresa de explotación minera ante un escenario de cierre de actividades de la mina en el 2029. *Revista CIFE*, 19(30), 79-100.

Cortazar, J. y Linares, E. (2015). Incidencia de los precios del petróleo en el crecimiento económico y la inversión extranjera directa en Colombia durante el periodo 1990-2010. *Revista CIFE*, 17(26), 75-108.

Cotte, A. y Gutierrez, J. (2015). Incertidumbre y riesgo en los cobros desde el punto penal: un análisis aplicando la teoría de juegos. *Revista CIFE*, 17(27), 297-312.

Cuenca, M; Amaya, F. y Castrillón, B. (2014). La política monetaria y el crecimiento económico en Colombia 1990-2010. *Revista CIFE*, 16(25). 71-121.

F

Fonseca, V., Contreras, L., Porras, L., y Vargas, A. (2017). Estado del arte sobre el desarrollo rural durante el periodo comprendido entre 2004- 2014 en Colombia. *Revista CIFE*, 19(30), 121-148.

G

García, C. (2019). Specification a model of representations of human capital in aging, youth and childhood. *Revista CIFE*, 20(32), 167-176.

Gómez, I. y García, O. (2014). ¿Futuro limitado de la integración latinoamericana para impulsar el desarrollo?. *Revista CIFE*, 16(24), 195-215.

Gómez, J. E. (2019). Las plazas distritales de mercado en Bogotá: una mirada de la inseguridad alimentaria y el consumo de alimentos en la localidad de Barrios Unidos. *Revista CIFE*, 20(32), 139-166.

Gómez, J., Laverde, H. y Díaz, A. (2016). Tendencias actuales de la educación superior en Colombia. *Revista CIFE*, 18(28), 19-42.

González, C. y Naranjo, G. (2015). La responsabilidad institucional pública: un análisis para el mejoramiento de la gestión y la gerencia en la administración pública. *Revista CIFE*, 17(27), 245-296.

González, G. (2014). Diferencias en los ingresos laborales en Colombia, 2001 - 2006: un análisis de descomposición de Oaxaca para los sectores formal e informal. *Revista CIFE*, 16(24), 13-68.

H

Herazo, G., Herazo, R., Sánchez C. y Sellamén, A. (2015). Indicadores de gestión para el programa de generación de ingresos para la población desplazada en Colombia. *Revista CIFE*, 17(26), 175-218.

Herrera, A. (2015). Narrativas de Madres acerca de las concepciones y prácticas del cuidado en la primera infancia con discapacidad y su incidencia en la calidad de vida en la localidad de San Cristóbal. *Revista CIFE*, 17(26), 109-148.

J

Juliao, J., Pineda, J. y Barrios, F. (2015). Contraste entre los determinantes de la inversión en I&D y del registro de patentes en sectores industriales de Colombia. *Revista CIFE*, 17(27), 185-208.

L

Laverde, C. (2016). Perspectiva de los mercados laborales en un trabajo socialmente devaluado: El caso del trabajo sexual. *Revista CIFE*, 18(29), 51-68.

Laverde, H. y Guevara, F. (2014). Una nueva medida de Capital Humano como determinante del Crecimiento Económico. *Revista CIFE*, 16(25), 167-184.

Lemus, D., Torres, A., Cubillos, S., y Camelo, F. (2017). Análisis de la ejecución presupuestal en Colombia durante el periodo 1954-2013. *Revista CIFE*, 19(30), 23-45.

Linares, A. (2016). Tendencias de la educación superior en Argentina, Chile y México. *Revista CIFE*, 18(28), 43-70.

López, C., Moreno, B., y Lombana, E. (2017). Tendencias de consumo y de la distribución en el mercado de las arepas de maíz en la ciudad de Bogotá D.C. *Revista CIFE*, 19(30), 149-170.

Lorduy, O. (2014). La paridad del Poder adquisitivo, nueva evidencia para Colombia y Latinoamérica. *Revista CIFE*, 16(25), 123-152.

M

Marciales, N. (2013). Solución numérica de la ecuación fundamental de Solow con función de producción CES. *Revista CIFE*, 15(23), 77-91.

Martinez, J. y Cotrino, J. (2013). Hacia un esquema de análisis de la formulación de la política social de salud pública desde un enfoque socio-territorial temporal a partir de los instrumentos de planificación. *Revista CIFE*, 15(23), 123-152.

Mateus, R. D. y Castro, E. E. (2019). Condiciones hidrológicas y su relación con la pobreza en Colombia: un análisis desde el ámbito departamental. *Revista CIFE*, 20(32), 51-77.

Mojica, L. (2016). El paradigma de inclusión y su pertinente asimilación en el entorno eco-nómico colombiano: una visión desde la neuroeconomía. *Revista CIFE*, 18(29), 139-170.

Montalvo, Y. A. y Jácome, V. J. (2019). Elementos para la construcción de un modelo de gestión dirigido a la banca comunal en Ecuador. *Revista CIFE*, 20(32), 79-102.

Morales, P. y Finke, J. (2015). Small-World Networks of corruption. *Revista CIFE*, 17(26), 19-36.

P

Pabón, C. (2015). Análisis crítico del discurso sobre conflicto armado y desarrollo en los presidentes Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos en Colombia entre los años 2002 y 2013. *Revista CIFE*, 17(27), 55-103.

Parra, C., Del Pilar, A. y Perilla, R. (2015). La educación superior a distancia tradicional y virtual: una perspectiva desde la economía de la educación. *Revista CIFE*, 17(26), 219-242.

Pérez, O. (2014). Inversión y endeudamiento en Colombia: un análisis de financiación y sostenibilidad. *Revista CIFE*, 16(24), 69-88.

Pradilla, A. (2016). La efectividad de las reformas laborales sobre el nivel de desempleo. Un análisis del contexto de México y Colombia para el período 2002 a 2012. *Revista CIFE*, 18(28), 131-156.

Q

Quiceno, N. (2014). Modelación basada en agentes en el sistema pensional colombiano. Una aproximación desde el mercado laboral y la dinámica poblacional. *Revista CIFE*, 16(24), 119-162.

R

Racero, D. (2014). Desarrollo Humano y Convergencia en economías de aglomeración. *Revista CIFE*, 16(25), 43-70.

Rincón, C. y Díaz, R. (2016). Una aproximación teórica a la innovación. Fuentes y barreras en el sector lácteo. *Revista CIFE*, 18(28), 91-110.

Ríos, W. (2015). Diferencias de género en la edad del primer matrimonio: una evidencia desde los modelos de búsqueda marital para Colombia. *Revista CIFE*, 17(27), 149-184.

Rodríguez, I. (2014). Eficiencia de la educación superior en Colombia: un análisis mediante fronteras. *Revista CIFE*, 16(24), 163-194.

Ruiz, M., Galeano, J. y Gil, M. (2015). Posconflicto colombiano y sus efectos económicos. *Revista CIFE*, 17(27), 23-54.

S

Sagar, H. (2019). La fundamental convergencia teórica entre el pensamiento económico de la escuela monetarista de Chicago y el de los sociólogos constructivistas moderados: teleología, epistemología y metodología. *Revista CIFE*, 20(32), 103-138.

Sierra, J. (2015). Representaciones Sociales frente a la Responsabilidad Social de la industria petrolera y su influencia en la calidad de vida. *Revista CIFE*, 17(27), 103-148.

Sierra, O. y Vargas, Y. (2015). Corrupción en las empresas y la evasión tributaria del IVA en Colombia: un método alternativo de medición. *Revista CIFE*, 17(26), 37-74.

Sierra, Sh. y Martínez, J. (2019). El efecto de la reforma tributaria, Ley 1819 del 2016, en los restaurantes tipo franquicia maestra en Colombia. *Revista CIFE*, 20(32), 17-49.

T

Talero, B. (2015). Una comparación del gasto por tres niveles de ingreso para Colombia bajo una estimación del sistema de ecuaciones de demanda Working y Leser y del Sistema Lineal de Gasto Extendido 2008. *Revista CIFE*, 17(27), 209-244.

Talero, J. (2014). Determinantes del precio del suelo como variable proxy de las preferencias idiosincráticas de los individuos en un marco teórico de equilibrio general. *Revista CIFE*, 16(25), 17-41.

Téllez, D. (2017). Los efectos de las importaciones, exportaciones y TES sobre el EMBI para el caso colombiano un análisis utilizando modelos VEC para el periodo 2010 -2016. *Revista CIFE*, 19(30), 47-78.

V

Vargas, K., Hernández, Y. y Quiñonez, A. (2016). Proceso de fortalecimiento para las empresas del sector turístico -Restaurantes- municipio de Restrepo (Meta). *Revista CIFE*, 18(28), 111-130.

Vernazza, Á., Castellanos C. y Sellamén A. (2014). Responsabilidad social empresarial en la industria del tabaco en Colombia. *Revista CIFE*, 16(24), 89-118.

