

REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

JOURNAL OF BUSINESS STUDIES

AÑO 1 | NÚMERO 1 | SEPTIEMBRE 2015 /// ISSN 2468-9807



Revista de Córdoba Management School,
la Escuela de Negocios de la Universidad Blas Pascal



REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CÓRDOBA MANAGEMENT SCHOOL
UNIVERSIDAD BLAS PASCAL | CÓRDOBA · ARGENTINA

Año 1 – Nro 1 – 2015 /// ISSN Nro 2468-9807

DIRECTOR

MARCO LORENZATTI

COMITÉ EDITORIAL

GRACIELA ERRAMOUSPE DE PILNIK, Universidad Blas Pascal, Argentina.

JUAN ALBERTO ARGÜELLO, Universidad Blas Pascal, Argentina.

V SRIDHARAN, Clemson University, US.

JOSÉ LUIS HERVAS OLIVER, Universidad Politécnica de Valencia, España.

OTRAS COLABORACIONES

AGUSTÍN BLANCO

GUILLERMO FORD

LUCRECIA ARGÜELLO

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

RENATA MALPASSI

VALERIA PÉREZ

RECONOCIMIENTOS

El Comité Editorial agradece especialmente a todas aquellas personas que han colaborado con esta publicación, tanto a quienes han remitido gentilmente sus trabajos, como a los que han asumido las tareas de análisis y referato de los mismos.

Los revisores de los artículos de este número fueron profesores-investigadores de las siguientes universidades: Universidad Central de Catalunya, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad del Norte, Universidad Tecnológica Particular de Loja, Pontificia Universidad Javeriana y Universidad Blas Pascal.

REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Publicación anual de la Córdoba Management School, Escuela de Negocios de la Universidad Blas Pascal.

Av. Donato Alvarez 380, Argüello, Córdoba, Argentina.

Tel. **54 351 4144444**

E-mails: **posgrados@ubp.edu.ar**

cms@ubp.edu.ar

Revista editada en Córdoba, Argentina.

ISSN **2468-9807** (versión digital) /// ISSN **2468-9785** (versión impresa)

Revista de Ciencias Empresariales, revista de la Córdoba Management School de la Universidad Blas Pascal, no asume responsabilidad alguna por las opiniones vertidas en los artículos firmados.

EDITORIAL

Para quienes conformamos Córdoba Management School, representa una incommensurable satisfacción presentar el primer número de la Revista de Ciencias Empresariales en el año del veinticinco aniversario de la Universidad Blas Pascal.

La creación de la revista significa una fuerte apuesta de la Universidad. Embarcarse en esta empresa ha implicado un medido equilibrio entre análisis pensando en el largo plazo, y casi infinitas micro-acciones de carácter ejecutivo. Esta revista es el producido de intensas reuniones y debates, de largos procesos de consenso, de la puesta en común de criterios académicos-científicos; y muchas horas de trabajo que nos permiten entusiasarnos con la idea de que nace bien concebida para generar impacto y contribución en la comunidad del Management de Iberoamericana.

La Revista está enfocada en temas de Ciencias Empresariales con una visión interdisciplinaria. Comprende contenidos propios del título y además los aspectos jurídicos, ambientales y tecnológicos (entre otros), promoviendo abordajes pluridisciplinarios. Se propone llegar al mundo de los universitarios, pero también a los profesionales y a otras personas que necesitan contar con análisis fundados y opiniones informadas, interesados todos en conocer de buena fuente cuáles son las nuevas tendencias que se perfilan y sobresalen en las problemáticas, campos disciplinarios o desarrollos científicos y tecnológicos de que se ocupa la revista.

Los artículos presentados en esta Revista se basan en investigaciones concretas, de las que dan cuenta de modo resumido y claro, haciendo ver sus implicaciones y perspectivas, o bien pueden ser expresión de una opinión calificada a partir de estudios u observaciones más generales. Asimismo, podrán ser textos que resuman trabajos de tesis u otras investigaciones, o reseñas de libros.

Siendo este el primer número, consideramos especialmente importante agradecer a todos quienes confiaron en la idea preliminar y a quienes lo hicieron facilitando valioso tiempo de sus agendas para remitir sus colaboraciones, evaluar artículos o sugerir criterios de forma. Entonces, gracias al rectorado de la Universidad Blas Pascal, en especial al Dr. Alejandro Consigli (Rector); también a quienes conforman el Comité Editorial; igualmente al Lic. Agustín Blanco, al Abog. Guillermo Ford, a la Lic. Renata Malpassi; y principalmente a quienes son el corazón de la revista: los autores y evaluadores de esta primera edición, de España, México, Colombia, Ecuador y Argentina.

MARCO LORENZATTI | Secretario de
Posgrado y Educación Continua |
UNIVERSIDAD BLAS PASCAL
malorenzatti@ubp.edu.ar

SUMARIO

“Evolución histórica del concepto de gestión del desempeño” Luis María CRAVINO	5
“La aculturación del consumidor. Conociendo mercados emergentes” Dulce Eloísa SALDAÑA LARRONDO · Alberto ARES MATEOS · Carlos BALLESTEROS GARCÍA	15
“Estudio de los estados financieros en Industrias agroalimentarias” Núria ARIMANY SERRAT · Alejandra Aramayo García · Clara de URIBE GIL · Anna SABATA ALIBERCH	33
“Valoración social de políticas públicas dirigidas a la niñez y adolescencia en la Provincia de Córdoba. Aplicación de encuestas de preferencias declaradas y estimación de modelos de elección discreta” Juan José POMPILIO SARTORI · Ana María ROBLES · Jorge Mauricio OVIEDO · Ariel CASTAÑEDA.....	49
“Milagro sobre el río Han” Pablo PICCOLOTTO	62
Revista de Ciencias Empresariales “PAUTAS PARA LOS AUTORES”	82

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

HISTORICAL EVOLUTION OF THE CONCEPT OF PERFORMANCE MANAGEMENT

LUIS MARÍA CRAVINO ¹

RECIBIDO: *octubre 2014* | ACEPTADO: *junio 2015*

RESUMEN

El foco de esta investigación se centra en presentar, de manera cronológica, definiciones formuladas por diferentes autores sobre dos conceptos: “Evaluación del Desempeño” y “Gestión del Desempeño”. A partir de un gran número de definiciones se procura caracterizar la evolución de las mismas

ABSTRACT

The focus of this research is to present, in chronological order, definitions formulated by different authors on two concepts: “Performance Evaluation” and “Performance Management”. From several definitions, it seeks to characterize the evolution of them.

PALABRAS CLAVE: Evaluación del desempeño, desarrollo organizacional, dirección de recursos humanos.

KEY WORDS: *Performance appraisal, organizational development, human resource management.*

¹ Luis María Cravino. Doctor en Sociología del Trabajo (UADE) Director de AO Consulting SA. Co-Director de la Diplomatura en Desarrollo Organizacional –ITBA – Profesor titular e investigador- UADE · lmcravino@apconsulting.com.ar/

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe consenso acerca que las prácticas o herramientas que en la jerga interna de las organizaciones se denomina como “Evaluación del Desempeño” (que se abreviará como ED) y “Gestión del Desempeño” (que se abreviará como GD) son conceptos diferentes.

La ED puede ser entendida como un evento, en general de naturaleza anual en la que un jefe o superior directo le transmite a su colaborador una opinión formal (muchas veces mediante un formulario “ad hoc”) sobre el desempeño de este último. En tanto que la GD suele ser entendida como un proceso conversacional (no un evento) en el que jefe y colaborador acuerdan al inicio de un ciclo anual objetivos a lograr y conductas a desplegar por este último. A partir de dicho acuerdo se generan una serie de reuniones, la última de las cuáles implica, entre varios aspectos, una devolución del jefe consistente en una opinión formal sobre el desempeño (objetivos, competencias, evaluación global, etc.) y que sirve para la elaboración de planes de mejora.

Esta clara separación que cataloga a la ED como un evento y a la GD como un ciclo de reuniones basadas en un acuerdo inicial no siempre fue percibida de esa manera. Es por ello que el propósito de este artículo es presentar una investigación que sigue una virtual línea de tiempo (entre 1957 y 2005) en donde se ordenan una serie de autores que expresan definiciones sobre estas prácticas organizacionales.

La referencia a ese período de casi 50 años se justifica ya que si bien existen antecedentes de estudios previos a 1957 -Murphy y Cleveland (1995) en una revisión bibliográfica muy completa encuentran apenas algunos textos vinculados con esta cuestión anteriores a la primera mitad de la década de los 50 del siglo pasado - es sabido que el mayor desarrollo de las herramientas que integran la gestión de los recursos humanos tienen una mayor contemporaneidad en tanto que el tope del 2005 surge por otras cuestiones. En los últimos años es posible que se discuta menos sobre qué realmente

la GD sin embargo como plantean Buckingham y Goodal (2015) la necesidad actual es su rediseño o reinvencción. *También desde hace años la GD se ve inserta dentro de un debate crucial inspirado por el aporte de las neurociencias como expresa Rock (2008). Debido al recorte de período de tiempo especificado para esta investigación estos nuevos debates estarán ausentes en este texto.*

Esta investigación presenta a su vez un sesgo específico ya que se basa mayormente en libros y no en revistas. El objetivo es de alguna manera “mirar las definiciones que se presentan” desde textos accesibles a “practitioners” o directivos de organizaciones. Asimismo las fuentes basadas en revistas son también accesibles a ese “target” de lectores como lo es la *Harvard Business Review* o la revista *Training* que es muy popular entre los gerentes de desarrollo de recursos humanos de Estados Unidos o bien de empresas internacionales en diferentes países del mundo.

Cómo se observará más adelante los primeros autores en esta línea de tiempo que se recorta específicamente en casi 50 años solo definen a la ED sin hacer referencia a la GD hasta que en un período entre finales de la década de 1980 y comienzos de 1990 los autores citados expresan un nuevo concepto y diferente concepto: la GD. Sin embargo la separación que se expresa en esta investigación vive un cierto período confusional en donde los términos de ED y GD se alternan no siempre representando el significado que en la actualidad se les brinda a cada uno.

Al final de este artículo se procurará brindar mayor claridad sobre las distinciones entre ED y GD a partir de las definiciones halladas en la investigación bibliográfica.

Revisión histórica de definiciones sobre ED y/o GD

Murphy & Cleveland (1991) hacen referencia a la antigüedad que podría tener la herramienta de ED, mencionando un antecedente en la antigua China, *“en la tercera centuria después de Cristo, Sin Yu, un antiguo filósofo chino, criticaba el sistema de evaluación empleado por la dinastía Wei basada en una escala de nueve grados, donde casi nadie es evaluado por sus méritos sino por la simpatía con su jefe”*.

Sin embargo, para este trabajo, el texto más antiguo que se ha consultado (lo que no significa que sea el primero en esta materia) pertenece a McGregor (1957). Este autor afirma que, *“los sistemas de ED formales están diseñados para alcanzar tres objetivos: 1) Proveer un juicio sistemático que sirva para los incrementos salariales, promociones, transferencias y en algunos casos, demociones y desvinculaciones. 2) Servir de medio para decirles a los colaboradores cómo están trabajando y sugerirles necesidades de cambio en sus conductas, actitudes, habilidades o conocimientos laborales. 3) Servir de medio para que el jefe pueda brindarle al colaborador coaching y counseling”*.

Para encontrar otra definición de ED se debe saltar hasta Levinson (1970). Al igual que McGregor (1957), Levinson se centra en enumerar para qué sirve la ED. Este autor encuentra siete finalidades. Estas son: *“1) Medir y juzgar el desempeño; 2) Relacionar el desempeño individual con las metas organizacionales; 3) Estimular el incremento de las competencias y el crecimiento de los colaboradores; 4) Estimular la motivación de los colaboradores; 5) Establecer una vía de comunicación entre jefes y colaboradores; 6) Servir de base para la toma de decisiones en materia salarial y promociones; 7) Servir como mecanismo de control e integración organizacional.”*

Cómo se aprecia las dos primeras definiciones de la ED se centran en sus finalidades o propósitos.

Lawler y Rhode (1976) definen a la ED como *“...un importante elemento de información y control en la mayoría de las organizaciones complejas. Un sistema*

de control necesita datos sobre qué está ocurriendo y cuáles son los caminos para mejorar o ajustar el desempeño, cuando los sensores o medidores indican que es necesario hacer un cambio”. En otras palabras, un sistema de ED serviría para conocer cómo es el desempeño del sujeto que trabaja y cómo la organización debe actuar para mejorar ese desempeño.

Zerilli (1978) asevera que, *“la ED se define como una apreciación sistemática del valor que un individuo demuestra –por sus características personales y/o por su prestación– con respecto a la organización de la que forma parte, expresando periódicamente y que conforma un preciso procedimiento para una o más personas encargadas en tal sentido y que conozca al individuo y a su trabajo”*.

Al igual que McGregor, Zerilli plantea la naturaleza formal (*“procedimiento preciso...”*) del instrumento ED. Asimismo, introduce una primera gran separación acerca de la apreciación del desempeño humano: los aspectos subjetivos del desempeño que Zerilli denomina *“características personales”* y los aspectos más objetivables que denomina *“la prestación”* del sujeto que trabaja.

Esta separación entre lo subjetivo y lo objetivo es importante para la caracterización contemporánea de la GD. En la literatura corporativa (por ejemplo manuales de ED o GD) esta dualidad se presenta como *“El QUÉ lograr”* (habitualmente objetivos) y el *“El CÓMO lograrlo”* (habitualmente competencias).

Schneier y Beatty (1982) afirman que, *“la ED es el proceso para identificar, medir y desarrollar el desempeño humano en la organización”*. Y agregan, *“un efectivo sistema de ED debe no solo medir exactamente el nivel actual del desempeño de una persona, sino también debe contener mecanismos para reforzar las fortalezas, identificar deficiencias y proveer información tanto a la organización como al evaluado, de modo tal que permita mejorar el desempeño de este último”*. Finalmente, plantean tres finalidades para la ED: *“1) Medir el desempeño, 2) Mejorar el desempeño y 3) Proveer información al evaluado y a la organización”*.

Bazinet (1984) afirma que, *“la ED formal es sistemática y estructurada, se vale de técnicas y métodos, tiende a uniformar el punto de vista de los evaluadores y de los evaluados, y en definitiva, tiende a constituirse como un conjunto de reglas conocidas”*.

Este autor reafirma el concepto de la ED como herramienta formal separándola de cualquier acción informal como dar *feedback* o *coaching*. Bazinet valora la posibilidad de que se pueda uniformar algo subjetivo como lo es un punto de vista, sumado a que ese punto de vista proviene de dos partes diferentes: el evaluado y el evaluador.

Más adelante Bazinet (1984) aclara *“...la organización puede obtener datos uniformes sobre el desempeño de un empleado...”*. A criterio del autor, la uniformidad de juicio que provee la formalidad de la ED favorece la motivación de los mandos al opinar que, *“...la evaluación sistemática es un poderoso factor de motivación del personal, especialmente de los mandos intermedios que se quejan a menudo de que desconocen los criterios sobre los que se basa su evaluación. Aun cuando sea severo, un juicio explícito, racional y coherente, tiene un efecto positivo, pues incita al esfuerzo y a la seriedad”*.

Se observa que todos los autores citados hasta este punto utilizan la expresión ED. La primera expresión de GD relevada en esta investigación se encuentra en un texto de Guinn (1987). El mismo es un artículo de la revista *Training* titulado “Performance Management: not just an Annual Appraisal”, que puede traducirse como “Gestión del Desempeño: no solo una Evaluación anual”. Se recuerda que esta revista no reviste un carácter académico sino de divulgación o difusión con un claro target de lectores en el campo de la función de capacitación y desarrollo dentro de organizaciones empresariales. Probablemente esta sea la razón de su escasa citación en otros textos más académicos.

Guinn (1987) dice, *“la GD no es un evento anual, es una serie de eventos a lo largo del año. Una evaluación efectiva debería ser una actividad continua y debería ser parte de la rutina de todo gerente”*.

Guinn (1987) critica la conceptualización de la ED como un evento y plantea que

esta herramienta debe ser un proceso continuo proponiendo un nuevo concepto que denomina GD diferenciándola de la ED y opinando sobre esta última como *“una instancia confrontativa, en la que el jefe es un juez del desempeño del empleado y focalizada únicamente en completar un formulario”*.

Sobre las etapas o componentes de la GD, Guinn (1987) manifiesta que, *“el planeamiento del desempeño deseado tiene como fin la obtención del compromiso de los empleados para que alcancen ese desempeño... El planeamiento del desempeño se focaliza en los resultados individuales: qué es lo que el individuo debe alcanzar y también de manera muy importante, en cómo esos resultados se deben alcanzar”*.

Guinn (1987) agrega que, *“la etapa de evaluación es el paso final del proceso de Gestión del Desempeño, proveyendo la oportunidad para la revisión de lo que se ha hecho, tanto como para elaborar planes futuros. El hecho de que se realicen durante el año continuas reuniones, elimina el factor sorpresa y permite, que tanto jefe como colaborador, puedan planear la reunión de evaluación de manera conveniente. La etapa de evaluación es el punto final, pero también de comienzo de la GD. El análisis del desempeño pasado provee las bases para el planeamiento del siguiente ciclo. Finalmente, la organización podrá conocer cuáles son los resultados que se han alcanzado y qué se deberá hacer para mejorar los resultados del siguiente ejercicio”*. En síntesis, el texto de Guinn (1987) resulta relevante ya que marca una diferencia entre la GD y ED.

Schein (1988) expresa que, *“la ED se basa en 4 pasos. Estos son 1) “La observación del comportamiento de la persona a quien se está juzgando, 2) El desarrollo de alguna norma o criterio que defina niveles de desempeño muy elevados, los niveles esperados y aquellos que se encuentran por debajo de la norma. 3) La comparación del comportamiento observado con la norma o el criterio, la cual implicará cierta capacidad para medir o calificar tanto el comportamiento como la norma y 4) Un juicio o evaluación de lo que significa la diferencia entre el comportamiento observado y el criterio empleado desde el punto de vista de la valoración”*.

En síntesis Schein analiza las etapas de una ED como un evento que termina calificando el desempeño de un empleado.

Dos años más tarde del artículo de Guinn se siguen encontrando textos que utilizan la expresión de ED como el de Mohrman et al (1989). Estos autores afirman que las ED deben estar alineadas con las demás políticas de la empresa, y especialmente, con la estrategia de la misma: *“en la mayoría de las organizaciones los sistemas de ED son instrumentos para facilitar tanto el intercambio de información como la influencia sobre el desempeño. En otras palabras, la ED ha sido diseñada para proveer a los individuos y a la organización información acerca de lo que está sucediendo, y ésta se orienta a que la organización trata de influenciar sobre la conducta de los individuos”*.

Murphy y Cleveland (1991) abordan el concepto de la ED como una herramienta de comunicación al afirmar que, *“hasta la fecha, la mayoría de las investigaciones sobre ED se orientan a catalogar esta herramienta como una técnica que incrementa la precisión y la relación costo-beneficio de medir el desempeño”*, pero agregan que, *“la ED es un proceso social y de comunicación más que una herramienta de medición”*. Si estos autores ponen de relieve el concepto de comunicativo, no descartan la naturaleza intrínseca de la ED como una herramienta evaluativa, aunque según ellos no sea la función primordial de la misma.

Swan (1991) plantea el carácter ciclo e integral de la GD ya que esta herramienta *“significa más que evaluar el desempeño de un período determinado”* y aclara que *“este proceso posee un número de tareas relacionadas: monitoreo, coaching, feedback, obtención de información y también la evaluación de la tarea del empleado”*. Y además asevera que, *“...este concepto (la GD) permite que se logren los objetivos (los más cercanos a la tarea y los de la organización toda)... es por eso que la GD es un proceso que se lleva durante todo el año”*.

Daniels (1993) plantea la naturaleza informativa y de herramienta de influencia en la GD al afirmar que, *“la GD es un enfoque sistemático al personal que se basa en el*

manejo de datos, el refuerzo positivo y la retroalimentación como el mejor método para incrementar al máximo el desempeño laboral”. En primer término, se puede analizar que Daniels (1993) utiliza al igual que Guinn (1987) y Swan (1991), la expresión GD. Además del vocabulario, novedoso para la época, Daniels agrega como elementos de influencia el concepto de refuerzo positivo y la retroalimentación. Es quizá por esa razón que una parte importante de las actividades de capacitación a gerentes y jefes que utilizan la herramienta de GD sea la de entrenarse en estas prácticas de reconocimiento y de *feedback*. Reconocer al personal por lo que ha hecho bien (lo que Daniels denomina refuerzo positivo) y darle *feedback* al empleado sobre aquello que no ha hecho bien o puede mejorar (lo que Daniels denomina retroalimentación), es un tema reiterado en la práctica de esta herramienta en el campo corporativo.

Spencer y Spencer (1993) utilizan como Guinn (1987), Swam (1991) y Daniels (1993) la expresión GD y la relacionan con el término sistema, considerando a esta herramienta como *“un sistema de Performance Management System (PMS)”*. Estos autores definen a esta herramienta como un sistema donde el jefe y el colaborador trabajan en: *“Planeamiento del desempeño, esto es definir las responsabilidades y expectativas del puesto tanto como fijar y objetivos para el período del desempeño. Coaching y gerenciamiento ofreciendo feedback, refuerzo y desarrollo durante el período del desempeño y finalmente evaluar el desempeño de manera formal al final del año.”*.

Murphy y Cleveland (1995) refuerzan el concepto de la ED como mecanismo para facilitar decisiones organizacionales al afirmar que, *“el más obvio propósito de los Sistemas de ED es el de ayudar al proceso de decisiones. La ED provee una base para decidir quién debe ser promovido, quién debe ser despedido, a quién se le debe dar un aumento, etc. De todos modos, los resultados de la ED no son la única base para las decisiones. Las promociones dependen de otras predicciones acerca del desempeño futuro. Los aumentos de salario dependen de las fuerzas del mercado y de la ED. Sin embargo, un Sistema de ED de alta calidad*

provee importante información para una amplia gama de decisiones en materia de administración y desarrollo de Recursos Humanos”.

Murphy & Cleveland (1995) expresan el valor de la ED como herramienta para aportar información al área de Recursos Humanos no apartándose demasiado de las primeras definiciones de McGregor, Levinson o Schein.

Grote (1996) agrega que, *“la ED no es un evento, es un proceso. Si fuera considerado como un incidente aislado, sería algo así como decirle a alguien cómo ha sido su desempeño. Pero como proceso, involucra a un gran número de eventos. Estos eventos ocurren de manera predecible y a través de una determinada secuencia”.*

Analizando a Grote (1996) se puede observar cómo durante la década de los 90 del siglo pasado sigue utilizándose alternativamente la expresión ED o GD. En este caso, Grote, elige sostener la expresión ED aunque hace referencia su carácter cíclico. En otras palabras define a la ED como Guinn, Swam, Daniels o Spencer y Spencer definirían a la GD.

Weiss y Hartle (1997), elaboraron una de las definiciones más completas de la GD que se ha relevado. En primer término usan la expresión GD diciendo que es *“... un proceso para establecer un entendimiento compartido acerca de qué debe ser logrado y de cómo aquello que debe lograrse se ha logrado, y es también un enfoque para gerenciar gente, para que incremente su posibilidad de alcanzar el éxito”.* Agregan además que, *“...la GD no es un set de formularios, ni un hito de evaluación anual, ni un esquema para pagar premios. La palabra proceso se refiere a acciones de todos los días y de las conductas humanas para mejorar el desempeño”.*

Drake (1997) expone que, *“si la ED no existiera, habría que inventarla urgentemente”.* Aunque este autor escribe sobre la segunda mitad de la década de los 90 del siglo pasado, sigue usando la expresión ED y complementa lo dicho de manera coloquial con, *“si usted tiene empleados y quiere que se desempeñen bien, usted deberá hablar con ellos sobre*

cómo alcanzar esas expectativas, y usted también esperará poder hablar con ellos sobre cuáles son las maneras de mejorar el desempeño”.

Bacal (1999) plantea que la GD, *“...es un proceso continuo de comunicación, comprometido en sociedad entre el empleado y su superior inmediato para establecer: 1) Las funciones esenciales del empleado y qué se espera de su trabajo; 2) Cómo el trabajo del empleado contribuye a las metas de la organización; 3) Qué es lo que el empleado está haciendo bien y qué significa esto en términos concretos; 4) Cómo el empleado y su supervisor inmediato pueden sostener el desempeño existente y mejorarlo; 5) Cómo será medido el desempeño del empleado; y 6) Cuáles son las barreras que tiene el desempeño y cómo las mismas pueden ser removidas”.*

Harvard (2001) plantea que, *“las organizaciones que tienen una GD efectiva han desarrollado una idea muy clara de las metas que quieren y pueden alcanzarlas dentro de un marco realista. Esta claridad les ha permitido concentrarse en un pequeño número de cosas que deben hacer realmente bien si quieren no solo sobrevivir, sino prosperar y alcanzar sus objetivos. Emplean una serie de medidas cuidadosamente seleccionadas para recopilar datos que realmente les diga cómo lo están haciendo”.* Harvard plantea la utilidad de GD como una herramienta que ayuda a dar foco a la organización, tanto en términos de qué se espera lograr, como de qué se debe medir.

Si bien a mediados de la década de los 90 del siglo pasado comienza a irrumpir la denominación de GD en lugar de ED, esta última definición sigue apareciendo en diversos autores del siglo XXI, tal es el caso de Grote (2002) quien postula que *“la ED es un sistema gerencial formal que provee una evaluación de la calidad del desempeño individual de una persona en una organización -colaborador evaluado-. Este procedimiento típicamente requiere que el supervisor complete un instrumento de evaluación estandarizado (formulario) donde evaluará un conjunto de dimensiones para el análisis que luego deberá discutir con el colaborador”.*

Hasta aquí se observa que existe una amplia gama de definiciones sobre la ED tanto como la GD. Esto es lo que opina Williams (2003) al concluir que, *“uno de los puntos en donde coinciden todos los autores es que la GD es difícil de definir, al igual claro, que otras iniciativas, como la Gestión de la Calidad Total y, la Reingeniería de Procesos”*. Williams marca tres finalidades de la GD: la de gestionar el desempeño de la organización, la de gestionar el desempeño del individuo y la de gestionar la integración del desempeño del individuo con el desempeño de la organización.

Bacal (2004) vuelve con el paradigma de la GD como instrumento de comunicación al afirmar que, *“la GD es un proceso continuo de comunicación entre el empleado y su supervisor con el propósito de mejorar el desempeño y las contribuciones del primero”*. A lo que agrega que, *“la GD es un sistema que tiene un número de partes, todas ellas necesitan ser incluidas en el sistema para agregar valor a la organización, al jefe y al empleado”*.

Hartle (2004) vuelve con la preocupación expresada por Williams (2003) acerca de la falta de una definición consensuada o aceptada sobre GD, al expresar que, *“la GD es un término muy utilizado hoy en día, del que sin embargo, no existe una definición universalmente aceptada. En algunas organizaciones se considera sinónimo de dirección por objetivos. En otras, es algo que tiene que ver solo con la evaluación de los empleados. Finalmente, existen organizaciones que lo han circunscripto solo a un simple acontecimiento anual relacionado con la formación y el desarrollo, o en un proceso referente a la remuneración en función del desempeño”*. Este planteo acerca de las diferentes visiones sobre la GD le permite a Hartle (2004) decir que, *“todas las anteriores son definiciones muy limitadas de la GD. La GD es un proceso holístico o global que puede abarcar todos los aspectos anteriormente indicados y algunos más”* y agrega que la GD *“es un proceso o conjunto de procesos para establecer un conocimiento compartido acerca de lo que se debe conseguir (y de cómo se va a conseguir), junto con un liderazgo claro que incrementa las posibilidades para lograr aquello que se desea”*.

En gran medida, esta definición coincide con la formulado previamente por Weiss & Hartle ya que plantea la idea de que la GD es un instrumento de comunicación que genera una comprensión compartida de lo que debe lograrse y de cómo debe lograrse junto una dirección para asegurar que dichas expectativas se cumplan.

A partir de todos estos elementos, Hartle (2004) continua agregando que, *“la GD tiene más probabilidades de producir buenos resultados cuando se lleva a cabo un proceso único integrado, en lugar de llevarlo a cabo como un conjunto de procesos distintos y a veces sin relación alguna entre sí”*. Aquí nuevamente se enfoca el concepto de proceso holístico o global. Si bien la GD tiene o puede verse como un conjunto de elementos, la visión o conceptualización como sistema remite hacia algo integral, de modo tal que, cualquier otro punto de vista implicaría considerar a este instrumento como algo fragmentado y por lo tanto no sistémico.

Hartle (2004) visualiza a la GD como un fenómeno no solo sistémico sino cíclico al decir que, *“la GD es un ciclo integrado de planificación del desempeño (definición de las responsabilidades del puesto, establecimiento de las expectativas de desempeño, determinación al inicio del período de los objetivos), junto con el coaching sobre el desempeño (supervisión y control, asesoramiento mediante información sobre el desempeño, desarrollo personal) y finalmente la revisión del desempeño (evaluación formal del desempeño al final del período), realizado conjuntamente por los superiores y los empleados, con el objeto de mejorar el desempeño individual y organizacional y obtener de ese modo información para una o más funciones de Recursos Humanos.”*

Finalmente Hartle (2004) aclara que *“La GD como proceso integrado que es, debería garantizarle a los empleados: 1) Conocer y ser conscientes de lo que se espera de ellos, y de la forma en que su contribución encaja dentro los objetivos de la organización; 2) Intervenir en la determinación de los objetivos o metas desafiantes y que se les exige alcanzar; 3) Recibir el adecuado apoyo y asesoramiento a lo largo del proceso; 4) Comprender la for-*

ma en que se va a medir su desempeño y como seguir la marcha del mismo y 5) Recibir el adecuado reconocimiento y las recompensas apropiadas a sus logros”.

En la definición anterior se expresan algunas ideas que ya se recorrieron en otros autores como lo son el entendimiento compartido de expectativas y la formulación de criterios de medición. Pero en el texto anterior se agregan algunos principios, tal vez, menos tratados, como lo son el planteo de que una expectativa que se genera en la GD es, que dentro del proceso interactivo que esta herramienta genera, el colaborador se encuentre involucrado en la formulación del desempeño esperado, a través de la formulación de metas desafiantes a alcanzar.

En ese sentido Hartle (2004) no considera al sistema de GD como un simple mecanismo de comunicación del jefe al colaborador, sino como un mecanismo bidireccional donde el colaborador puede participar activamente en la determinación de aquello que debe lograrse. Al mismo tiempo, para asegurar la involucración del colaborador, debe considerarse la necesidad de que las metas a obtener sean desafiantes tanto medibles por parte del colaborador.

Finalmente, para cerrar el período de 50 años que se analiza, Fernández López (2005) plantea que: *“la Gestión del Desempeño se define como un proceso típico de la dirección de Recursos Humanos que pretende: 1) Explicitar los objetivos corporativos, desagregarlos por nivel jerárquico y comprometer a las personas en el alineamiento de sus objetivos personales con los de su equipo, con los de la organización como un todo; 2) Mantener un flujo continuo de comunicación entre jefe y colaborador para la planificación, el seguimiento y la evaluación final de resultados, 3) Concientizar a las personas sobre cuáles son los valores que se quieren fomentar y optimizar en la organización, y 4) Evaluar resultados conseguidos por el empleado respecto en lo planificado para: reconocer el éxito alcanzado en el logro de los objetivos marcados, y orientar sobre los cambios a adoptar, para modificar una determinada conducta y hacerla más exitosa”.*

Fernández López (2005) no agrega demasiados aspectos a todos los analizados anteriormente en este artículo. Sí, en cambio, produce una síntesis al afirmar que la GD sirve para explicitar objetivos, mantener una comunicación interactiva e involucrar al colaborador en el proceso de evaluación lo que redundará en mayores posibilidades para que éste reconozca sus fortalezas y sus oportunidades de mejora.

Síntesis sobre las definiciones de ED y GD

A partir de los autores analizados, es posible entender a la ED como un instrumento, habitualmente un formulario, utilizado con el fin de evaluar cómo se ha desempeñado una persona determinada, en un puesto determinado, en una organización determinada, en un período determinado de tiempo.

La ED es un evento, habitualmente conducido por el jefe, en el que éste hace una revisión retrospectiva de la tarea o las conductas de un colaborador. La calificación que produce el jefe es una información relevante para la toma de decisiones en materia de Recursos Humanos, tales como promociones o incrementos salariales. Debido a que la evaluación se informa en una reunión o encuentro, la ED es también un mecanismo de comunicación y una oportunidad para que el jefe brinde reconocimiento o *coaching*.

Se ha observado que entre el fin de la década de los 80' y comienzo de la década de los 90' comienza a aparecer un concepto que surge como consecuencia de la ED, pero no es una ED es la GD. Ésta nace en su definición a partir de su planteo diferenciador. Si la ED es un evento la GD se define como un proceso o como un ciclo continuo. Pese a que la GD aparece como diferente a la ED es posible observar durante algún tiempo en la bibliografía consultada y expuesta de manera cronológica es posible un período de confusión semántica entre ambos conceptos.

La ED tiene un carácter eminentemente retrospectivo. La GD, en cambio, tiene un carácter integral. La clave está en el concepto de ciclo. Cuando se planifica la gestión se “mira hacia delante” (QUÉ se va a

lograr y CÓMO se va a lograr)”. Cuando se realiza el seguimiento pueden existir las “dos miradas” (QUÉ ha sido realizado hasta el momento y CÓMO se lo ha realizado y QUÉ falta realizar y CÓMO). Cuando se realiza la evaluación se considera la “mirada retrospectiva” (QUÉ se ha logrado y CÓMO se ha logrado). Es por eso que se puede afirmar que la GD es un proceso basado en el ciclo natural de la gestión: planear, seguir y evaluar.

También la GD puede ser considerado como un sistema organizacional complejo u holístico que está compuesto por un ciclo integrado de gestión del QUÉ organizacional (objetivos que se proponen alcanzar) y un CÓMO organizacional (las competencias o comportamientos conducentes al logro del QUÉ organizacional).

La GD también provee de información relevante para la toma de decisiones en actos centrales de la Gestión del Capital Humano. Esa información es relevante pero no determinante, ya que las decisiones se deben tomar considerando más variables.

La GD permite integrar o alinear el desempeño individual con el organizacional impactando de esa manera en ambos.

Pero además de todo, la GD puede ser concebida como un proceso de comunicación interactivo entre jefes y colaboradores. Este último aspecto es el que permite generar una gran síntesis: la GD es esencialmente un “proceso conversacional”.

BIBLIOGRAFÍA

- BACAL R., "Manager's guide to performance reviews", McGraw-Hill, Nueva York, Estados Unidos, 2004.
- BACAL R., "Performance management", McGraw-Hill, Nueva York, Estados Unidos, 1999.
- BAIRD H., SCHNEIER C. & BEATTY R., "What is performance appraisal", The Performance Appraisal Source Book, Amherst, Nueva York, Estados Unidos, 1982.
- BAZINET A., "La evaluación del rendimiento", Herder, Barcelona, España, 1984.
- BUCKINGHAM M. & GOODAL A., "Re-inventing performance management", Harvard Business Review, Harvard, Estados Unidos, 2015.
- DALZIEL M., CUBEIRO J. & FERNÁNDEZ G., "Gestión de la apreciación del desempeño, las competencias: clave para una gestión integrada de los Recursos Humanos", Deusto, Bilbao, España, 2004.
- DANIELS A., "Gerencia del desempeño", McGraw-Hill, Bogotá, Colombia, 1993.
- DRAKE J., "Performance appraisal", Crisp, Menlo Park, Arizona, Estados Unidos, 1997.
- FERNÁNDEZ LÓPEZ J., "Gestión por competencias", Prentice Hall, Madrid, España, 2005.
- GROTE D., "The complete guide to performance appraisal", Amacon, Nueva York, Estados Unidos, 1996.
- GROTE D., "The performance appraisal: question and Answer Book", Amacon, Nueva York, Estados Unidos, 2002.
- GUINN, K. "Performance management: not just an annual appraisal", Training, Santa Bárbara, California, Estados Unidos, 1987.
- HARVARD B., "Métodos de evaluación del rendimiento", Gedisa, Barcelona, España, 2001.
- LAWLER E. & RHODE J., "Information and control in organizations", Goodyear, Santa Monica, Estados Unidos, 1976.
- LEVINSON H., "Appraisal of what performance", Harvard Business Review Paperback Appraising Performance Appraisal, HBR Press, Boston, Estados Unidos, 1991.
- MCGREGOR D., "An uneasy look at performance appraisal", Harvard Business Review Paperback Appraising Performance Appraisal, HBR Press, Boston, Estados Unidos, 1991.
- MOHRMAN A., RESNICK-WEST S. & LAWLER E., "Designing performance appraisal systems", Jossey-Bass, San Francisco, Estados Unidos, 1989.
- MURPHY K. & CLEVELAND J., "Performance appraisal and organizational perspective", Prentice-Hall, New Jersey, Estados Unidos, 1991.
- MURPHY K. & CLEVELAND J., "Understanding performance appraisal", Sage, Thousand Oaks, California, Estados Unidos, 1995.
- ROCK D., "Scarf: a brain-based model for collaborating with and Influencing other", Neuroleadership Journal, www.your-brain-at-work.com/files/NLJ_SCARFUS.pdf, 2014.
- SCHEIN E., "Consultoría de procesos", Addison-Wesley, Nueva York, Estados Unidos, 1988.
- SPENCER L. & SPENCER S., "Competence at work", John Wiley, Nueva York, Estados Unidos, 1993.
- SWAN W., "How to do a superior performance appraisal", John Wiley, Nueva York, Estados Unidos, 1991.
- WEISS T. & HARTLE F., "Reengineering performance management", St. Lucie, Boca Raton, Florida, Estados Unidos, 1997.
- WILLIAMS R., "Rendimiento del personal, diseño, implantación y gestión", Thompson, Madrid, España, 2003.
- ZERILLI A., "Valoración del personal", Deusto, Bilbao, España, 1978.

LA ACULTURACIÓN DEL CONSUMIDOR. CONOCIENDO MERCADOS EMERGENTES.

CONSUMER ACCULTURATION. KNOWING EMERGING MARKETS.

DULCE ELOÍSA SALDAÑA LARRONDO¹

ALBERTO ARES MATEOS²

CARLOS BALLESTEROS GARCÍA³

RECIBIDO: **octubre 2014** | ACEPTADO: **Febrero 2015**

RESUMEN

Los inmigrantes se observan como mercados emergentes que impactan en la escena cultural, económica, social y política debido al intercambio de experiencias que ocurre. La aculturación del consumidor se utiliza para comprender y describir la adquisición de habilidades y conocimientos relevantes para asumir o no una nueva cultura. El artículo presenta una revisión de tres modelos de aculturación de los consumidores con el objetivo de entender cómo éstos se comportan en un nuevo mercado.

ABSTRACT

Immigrants are considered emerging markets that impact the cultural, economic, social and political scene, due to the exchange of experiences. Consumer Acculturation is used to understand and describe the acquisition of relevant skills and assume or deny a new culture or knowledge. This paper presents a review of three models of acculturation of consumers in order to understand how they behave in a new market.

PALABRAS CLAVE: Análisis económico, análisis financiero, empresas cárnicas, industria agroalimentaria.

KEY WORDS: *Economic analysis, financial analysis, meat companies, food industry.*

¹ Profesor asociado. Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Tecnológico de Monterrey. desaldan@itesm.mx

² Profesor titular. Instituto Universitario de Estudio sobre Migraciones. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. alares@iem.upcomillas.es

³ Profesor propio adjunto. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. ballesteros@cee.upcomillas.es

1—FUNDAMENTOS TEÓRICOS —

1.1—Aculturación

Una de las definiciones más citadas de aculturación es aquella dada por el *Social Science Research Council* (1954) citado por Peñaloza (1989, 110) y Ogden, Ogden & Schau (2004, 3), quienes mencionan que la aculturación es: “el cambio cultural que se ha iniciado por la conjunción de dos o más sistemas culturales autónomos... esto puede ser consecuencia de una transmisión cultural directa; y puede ser retrasado por algunos ajustes internos siguiente la aceptación de patrones y rasgos extranjeros o puede ser una adaptación de un tradicional modo de vida. Su dinámica puede ser vista como una adaptación selectiva de un sistema de valores, del proceso de integración y diferenciación y la operación de roles determinantes y factores de personalidad”.

Las contribuciones sobre aculturación que han sido desarrolladas se han enfocado en diversas dimensiones, incluyendo algunos que restantan la distancia cultural (Berry, 1980), consumo (Peñaloza, 1994), (Saldaña y Ballesteros, 2011) y la integración mixta (Ares, 2013), *estilos de aculturación* y la diversidad cultural (Ariño 2008), la satisfacción vital en el proceso de aculturación de los inmigrantes (Vallejo y Moreno 2014). Para este trabajo Berry (1980) es considerado como el punto de partida de las teorías de aculturación en la investigación del consumidor.

Relacionado con las aportaciones sobre la aculturación está la de Padilla y Pérez (2003), esta propuesta proviene de la corriente sociológica de la Universidad de Chicago, que fue una de las primeras en trabajar con conceptos de multiculturalidad. Estos autores citan a Robert Park, quien en 1914 trabaja en comprender qué pasa con aquellas personas de otras culturas y lenguas en su primer contacto con una sociedad ajena a ellos. Para ello propone un modelo que consta de tres fases: primer contacto, acomodación y asimilación. Este modelo afirma que las personas recién llegadas, al establecer un contacto con otras personas, fuerzan una situación que de alguna forma les ayuda a acomodarse minimizando el conflicto

(Aguirre Gonzalo, 1992). De este modo se establece una relación entre los distintos grupos. Además el elemento esencial en el modelo es el proceso a través del cual los inmigrantes recién llegados a América aprenden a adaptar su cultura dominante en los Estados Unidos. Si de alguna forma aprendieron a establecer su cultura dominante es porque pasaron por un proceso de asimilación cultural que pudo ser el resultado de un matrimonio o de una fusión con la nueva cultura. Este proceso de adaptación conduce a una asimilación cultural progresiva e irreversible que contribuye con el distintivo de Estados Unidos como país de inmigrantes (Padilla y Pérez 2003, 36).

Otros autores como Peñaloza (1989), Chapman y Jamal (1997) Cabassa (2003) y Ogden, Ogden, y Schau (2004), destacan a los antropólogos Redfield, Linton, & Herskovits (1936) quienes a través de sus investigaciones sobre la aculturación afirman que ésta ocurre cuando existe un contacto continuo entre al menos dos grupos de individuos de diferentes culturas

Desde la perspectiva de la psicología, Berry (1980) propone la aculturación como un proceso que implica necesariamente un aprendizaje gradual bidireccional de comportamientos y valores, entendido como un proceso que afecta tanto al individuo como al grupo social en el que se encuentra inmerso. En este tenor, Cabassa concibe la aculturación como un proceso que pasa por una primera fase de contacto con la sociedad de acogida, posteriormente se vive una etapa de conflicto en la cual comienza a observar y experimentar diferencias y adquiere distinciones que le permiten finalmente una adaptación en dicha sociedad (2003). Con base en este proceso propone un marco de aculturación basado en los diferentes modos a través de los cuales las personas pueden aculturarse, conformando una estructura donde caben significativas diferencias referentes al tiempo, a las experiencias personales, al contexto social del que provienen, al contexto del movimiento

migratorio o al contexto del nuevo lugar de asentamiento (Cabassa 2003) o a la distancia cultural (Zlobina, Basabe, y Pérez 2004) o la perspectiva bidireccional; mantenimiento o no de la propia identidad cultural y deseo de contacto intercultural con el grupo de acogida (Vallejo y Moreno 2014).

Estas y otras variables son recogidas en la Figura 1 que incorpora todos aquellos factores del medio ambiente y personales que inciden bien de forma directa e indirecta la forma de aculturación de una persona.

PRINCIPAL CONTEXTO DE INMIGRACIÓN

FACTORES DE LA SOCIEDAD DE ORIGEN

- Políticos
- Económicos
- Sociales

FACTORES INDIVIDUALES

- Factores demográficos antes de migrar
- Razones para migrar
- Roles en la decisión de migrar
- Principales conocimientos o contactos con la sociedad de acogida.
- Separación de las redes sociales
- Significado de la pérdida

CONTEXTO DE MIGRACIÓN

- Tipo de grupos de migrantes
- Ruta de migración
- Nivel de peligro de la jornada de migración

PRINCIPAL CONTEXTO DE LA SOCIEDAD DE ACOGIDA

FACTORES DE LA SOCIEDAD DE ACOGIDA

- Políticos
- Económicos
- Sociales
- Políticas de migración
- Actitudes de la sociedad hacia la inmigración

FACTORES INDIVIDUALES

- Demográficos, durante y después de la migración
- Edad al momento migrar
- Legalidad y estatus de residencia
- Distancia cultural entre la cultura de origen y la cultura de acogida
- Tiempo de vivir en la cultura de acogida
- Espectativas de vida en la cultura de acogida

Figura 1—Factores que ejercen influencia en el proceso de aculturación | Fuente: Cabassa 2003; 131

Dentro de la estrategia de aculturación, Berry (1980) destaca también que existen otros dominios que afectan el proceso de aculturación del individuo. La persona está constituida psicológicamente por un estilo cognitivo, usa un lenguaje que le permite comunicarse en todos los sentidos, tiene una personalidad, una identidad y unas actitudes, y dada esa conformidad de diversos aspectos, al interrelacionarse con el contexto social y cultural de la nueva sociedad, podrá adoptar una u otra forma de aculturación.

Así, Berry (1990) además de las anteriores variables, identifica cuatro formas o estrategias de aculturación, conocidas como los modos de aculturación vistos en la Figura 2. En ella, se presentan diferentes maneras en que las personas pueden establecer una relación con la sociedad de acogida a partir de dos dimensiones actitudinales; la primera hace referencia a si el individuo considera importante conservar su identidad y características culturales y la segunda dimensión se basa en si el individuo tiene una actitud abierta o cerrada hacia el contacto con los miembros de la sociedad de acogida (Zlobina, Basabe, y Pérez 2004, 75). Por tanto se identifica A) un proceso de asimilación en aquellas personas que no desean mantener su identidad cultural y buscan un alto nivel de participación e interacción en la nueva sociedad; B) separación o segregación, compuesta por quienes mantienen un fuerte vínculo hacia su cultura de origen y rechazan y evitan la interac-

ción con la cultura de acogida; C) Aquellos que incluyen y valoran ambas culturas se mantienen integrados mientras que por último D) la marginalización, se refiere a aquellas personas que deciden excluirse o que son excluidas de ambas culturas (Jun et al. 1994, 82).

Existe otro estatus de aculturación identificado llamado antinomía, definido como el estado de un individuo que busca identificar su cultura de origen con la de acogida, es un estado prematuro en el cual aun no se absorben las nuevas normas, los valores y los comportamientos, mientras tratan de identificarse con la nueva cultura (Jun, Ball, y Gentry 1993, 79).

La propuesta bidireccional de Berry tanto en sentido individual y grupal, continúa siendo una referencia para muchas investigaciones. Existe una propuesta sobre la aculturación individual que incorpora a su vez otras dimensiones como la identidad cultural, el uso del lenguaje, la religión y las actividades sociales (O'Guinn y Faber 1985).

La identidad cultural considerada así una subdimensión, representa una percepción subjetiva hacia la pertenencia a un grupo étnico, lo que puede tener implicaciones diferentes hacia la actitud al adoptar una nueva cultura (Jun, Ball, y Gentry 1993). O'Guinn y Faber (1985), por su parte, separan el constructo individual en dos aspectos, donde es posible identificar cambios de comportamiento orientados hacia la aculturación, y las actitudes orientadas hacia la identificación con una cultura, siendo que éste evoluciona de forma más lenta que los cambios de comportamiento, los cuales siempre dependerán de los antecedentes individuales y de sus experiencias personales. Por ejemplo, hay personas que pueden participar activamente en la sociedad de acogida pero seguir manteniendo una fuerte identificación hacia su cultura de origen, aun cuando sus patrones de comportamiento, incluyendo por supuesto sus actividades de consumo, sean iguales que las de la sociedad de acogida. Las personas desde esta perspectiva se consideran no aculturadas. (Jun et al. 1994).

Otros autores como O'Guinn y Faber (1985) complementan y profundizan el

modo de aculturación propuesto por Berry (1980) realizando algunas aportaciones.

- Existen diferentes niveles de aculturación en momentos y situaciones específicas o bajo un contexto específico en el cual un individuo puede tener diferentes niveles de aculturación para diferentes roles en el curso de su vida cotidiana. Por ejemplo, una persona puede conservar los valores familiares tradicionales de su cultura de origen, mientras que respecto a la educación escolar adopta las normas y está de acuerdo con ellas en la sociedad de acogida.

- Los niveles de aculturación de una persona pueden bajar o incrementarse, con independencia del tiempo transcurrido en la nueva sociedad, según sea el uso de la lengua natal ya que esto permite a la persona sentirse en algunas situaciones más o menos cómoda.

Otra de las contribuciones más recientes al tema es la de Ariño (2008, 123), para quien bajo su perspectiva de la Antropología social la aculturación es un tema complejo que trata de analizar preferencias, discursos y prácticas. Busca diferenciar entre grupos dominantes y no dominantes, entre niveles individuales, grupos e instituciones; incluye los contextos económicos, sociales y políticos en que se dan los contactos; toma en consideración los tipos de grupos en función de una serie de variables y factores (tiempo de contacto, carácter voluntario o forzado del contacto, tamaño de grupos, recursos, poder, diversidad, igualdad de trato, conformidad, capital económico, relaciones con su contexto, lengua, religión, entre otros).

Respetando la complejidad del concepto, recientemente Vallejo y Moreno (2014, 53) hacen toda una recopilación de modelos de aculturación definido por ellos como un proceso ecológico complejo en que entran en juego una multitud de variables, en el que influye un contexto histórico determinado y en el que deben analizarle las diferentes relaciones de poder, más allá de lo estrictamente cultural. Dicho proceso debe concretarse en una herramienta de intervención que procure que el proceso migratorio se produzca en las mejores condiciones.

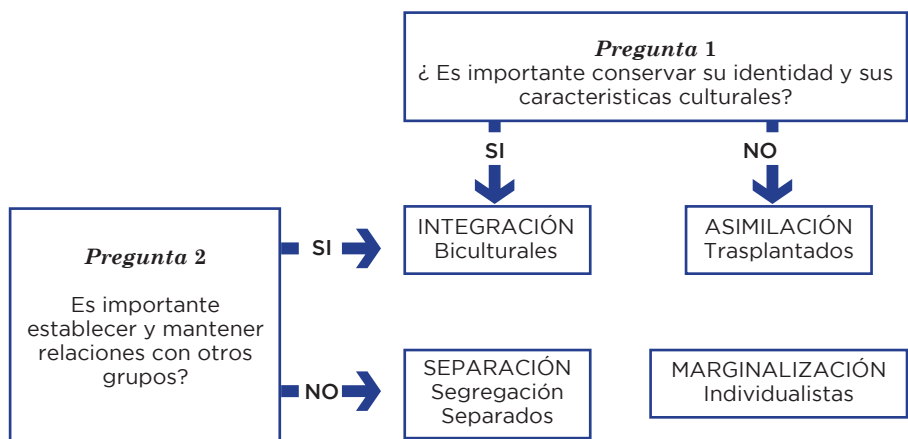


Figura 2—Modos de aculturación | **Fuente:** Berry 1990

MODO DE ACULTURACIÓN INDIVIDUAL	PERCEPCIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN CULTURAL	ADOPCIÓN DE NUEVAS NORMAS, VALORES Y COMPORTAMIENTOS DE LA NUEVA CULTURA
Separación	Orientado a la cultura de origen	Orientado a la cultura de origen
Integración	Orientado a la cultura de origen	Orientado a la nueva cultura
Antinomia	Orientado a la nueva cultura	Orientado a la cultura de origen
Asimilación	Orientado a la nueva cultura	Orientado a la nueva cultura
Frustración	No orientado a ninguna cultura	Orientado a la nueva cultura o a la cultura de origen

Figura 3—Modos de aculturación individual | **Fuente:** Jun, Ball, Gentry 1993

1.2—Aculturación del consumidor

En párrafos anteriores ha aparecido el término aculturación del consumidor, un concepto que nace dentro de la disciplina del comportamiento del consumidor. Este término proviene de la traducción del inglés *consumer acculturation*. El concepto se aplica a aquellas personas que experimentan su vida en una cultura diferente a la de origen y pretende conocer los procesos a través de los cuales se adquieren habilidades y conocimientos relevantes desde el punto de vista del comportamiento del consumidor. Cabe mencionar que, así como en el proceso de socialización el nuevo consumidor aprende a comprar y consumir bienes, aprende además aquellos significados que los consumidores locales atribuyen a ciertos bienes, incluyendo a ellos mismos (Moschis y Churchill 1978).

La aculturación del consumidor es vista como un sub-apartado o sub-grupo de la aculturación y se refiere a las bases culturales sobre el comportamiento y el proceso de aprendizaje hacia el consumo, y cómo la interacción de dos o más culturas afectan este proceso. Concretamente, se busca describir un proceso de aprendizaje y un despliegue cultural selectivo de habilidades, conocimientos y comportamientos de consumo (Peñaloza 1989 y Ogden, Ogden, y Schau 2004). Es evidente que este proceso es un complejo multidimensional que afecta al individuo (a diferentes niveles) así como a su entorno más próximo, incluyendo la sociedad de acogida.

Se podrían destacar algunos ejemplos de investigaciones sobre el estilo de vida y su adaptación en diferentes culturas: Champman y Jamal (1997) realizan una investigación etnográfica de diversos grupos de paquistaníes y su estilo de vida en Bradford, Inglaterra. Lindridge (2003) realiza un análisis sobre la población hindú que vive en Gran Bretaña respecto de los británicos de origen. Laroche et al. (1993) investiga un grupo de italianos residentes de Quebec, donde fueron analizados para observar si existía cierta influencia inglesa y francesa en su estilo de vida.

Uno de los trabajos ha analizado el consumo entre grupos de mexicanos y americanos en el suroeste de Estados Unidos y

otros grupos con mexicanos que viven en la Ciudad de México. Encontraron que el colectivo de mexicanos que viven en Estados Unidos desarrolla un patrón propio de consumo, que va más allá de la mezcla entre patrones americanos y mexicanos. Es este trabajo, se utilizó una metodología curiosa e interesante, basada en el estudio de la basura desechada por estos grupos de personas, técnica conocida en inglés como *garbology* (Wallendorf y Reilly 1983). Estos mismos investigadores han realizado investigaciones sobre el consumo de alimentos de diferentes grupos étnicos sociales, en diferentes ciudades tanto americanas como en Ciudad de México, concluyendo que los patrones de consumo de alimentación son complejas expresiones de diferentes grupos sociales y que coinciden entre dichos grupos (Wallendorf y Reilly 1984 y 1987).

En los últimos años se ha producido una evolución en el estudio del comportamiento del consumidor que se observa al estudiar los modelos de aculturación a través del consumo, desde una perspectiva etnográfica. Algunos trabajos que dan cuenta de la realidad aculturativa de la población inmigrante desde la metodología etnográfica son:

- Procesos de toma de decisión familiares (Wilk, 1987).
- Análisis sociocultural de mercadillos (Sherry, 1990).
- Rituales de consumo en celebraciones (Reilly y Wallendorf, 1991).
- Personas sin hogar (Hill, 1993).
- Migrantes mexicanos residentes en Estados Unidos (Peñaloza, 1994).
- Tensiones que vive la comunidad pakistaní en su proceso de aculturación en Gran Bretaña (Chapman y Jamal, 1997).
- El significado del tatuaje para el consumidor (Velliquette, Murray y Creyer, 1998).
- Patrones de consumo de la nueva élite en Zimbawe (Belk, 2000).
- Significado que para los hombres

estadounidenses tienen sus vehículos (Belk, 2004).

- Relación entre el aburguesamiento o elitización (“gentrification”) y el consumo en un barrio de Estambul (Ilkucan y Sandikci, 2005).

- Vínculos de familias transnacionales ecuatorianas y peruanas en España (Parella, 2007).

- Estudio crítico del proceso de aculturación desde el punto de vista de la clase social en Ankara (Ustuner y Holt, 2007).

- Estudio crítico desde la perspectiva histórica (Ozcaglar-Toulouse y Ustuner, 2009).

- Deseos, necesidades y esperanzas con migrantes empobrecidos (Tari y Omeraki, 2008).

- Influencia de las remesas en el consumo de familias transnacionales entre México y Estados Unidos (Peñaloza y Cavazos, 2011).

- Aculturación, religión y consumo en segundas generaciones indias en Gran Bretaña (Lindridge, 2009).

- Inmigración bosnia en Turquía (Dedeoglu y Ustundagli, 2011).

- Significado y efectos que la frontera tiene sobre el consumo transfronterizo (Ulusoy, 2011).

- Familias biculturales mexicano-españolas en Madrid (Saldaña y Ballesteros, 2011).

- Consumo como reflejo de un modelo mixto de aculturación a través de estudio de tres colectivos en dos contextos diferentes: salvadoreños en EE.UU. (Boston), Ecuatorianos y marroquíes en España (Madrid y Valladolid) (Ares, 2013).

Estos ejemplos son sólo una muestra de la importancia que la literatura de la aculturación a través del consumo representa en el avance del conocimiento del comportamiento de compra de las comunidades migrantes. Algunos autores han dividido los estudios de aculturación

en dos grupos: Asimilacionistas y postasimilacionistas (Askegaard et al., 2005; Dedeoglu y Ustundagli, 2011; Figueiredo y Cayla, 2011). Los estudios asimilacionistas han mostrado que las comunidades migrantes tienen diferentes patrones de consumo que son importantes para segmentar mercados y lanzar campañas de publicidad. Muchos de estos trabajos entienden el proceso de aculturación como la progresiva asimilación de las personas inmigrantes en la cultura de la sociedad de acogida (Deshpande, Hoyer y Donthu, 1986; O’Guin y Faber, 1985). Por su parte, los trabajos postasimilacionistas, suponen un reto para la línea asimilacionista clásica principalmente en tres vías (Figueiredo y Cayla, 2011): 1) Los estudios postasimilacionistas han demostrado que los procesos de aculturación a través del consumo son fenómenos complejos en los que intervienen multitud de agentes y circunstancias (Askegaard et al., 2005; Peñaloza, 1994; 2) asimismo, han mostrado como los profesionales del marketing, los vendedores, los intermediarios, los productos y servicios, las marcas condicionan y son condicionadas por los esfuerzos que los consumidores hacen por aculturarse (Peñaloza, 2000 y Visconti, 2006; 3) han descrito cómo diversas estructuras sociales e históricas pueden desembocar en diferentes patrones de aculturación a través del consumo (Ustuner y Holt, 2007; Ozcaglar-Toulouse y Ustuner, 2009).

Por último, Askegaard, Kjeldgaard y Arnould (2010) describen que los procesos de aculturación y multi-aculturación pueden guiar hacia procesos de metaculturación, es decir, una aculturación caracterizada por niveles elevados de reflexividad cultural en los cuales el consumidor “metaculturado” se haría consciente de diversos aspectos de su identidad cultural e intentaría guiar u organizar esos aspectos para construir su propia identidad cultural. En el fondo, el consumo de culturas se convertiría en una manera de construirse a uno mismo (Figueiredo y Cayla, 2011).

2—UNA REVISIÓN DE LOS TRES MODELOS DE ACULTURACIÓN

2.1—El modelo de aculturación a través del consumo de Peñaloza

La aculturación del consumidor, según Peñaloza (1989, 1994), atañería a aquellas personas que se sumergen en una cultura diferente a la de su país de origen e intentaría conocer los procesos a través de los cuáles se adquieren conocimientos, nuevos significados (Moschis y Churchill, 1978) y destrezas desde el punto de vista del comportamiento del consumidor.

Algunos autores como Peñaloza reconocen que los individuos adquieren la cultura del país de recepción a través de la forma de consumir. De este modo, el consumo, se convierte en un elemento central a la hora de entender los procesos de aculturación.

Peñaloza desarrolla por primera vez su modelo teórico de aculturación a través del consumo en 1994, en un estudio sobre los hábitos de consumo de los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos (Peñaloza, 1994: 33).

El modelo empírico de aculturación del consumidor propuesto por Peñaloza se despliega en cuatro etapas que se presentan en el cuadro anterior: 1) Las diferencias o particularidades personales, tales como las variables demográficas (edad, sexo, etc.), la habilidad con el idioma, el tiempo de estancia en Estados Unidos, la identidad étnica y algunos factores medioambientales; 2) los agentes de aculturación desde las perspectiva de ambas culturas, la mexicana y la estadounidense. En ambas los agentes principales son la familia, los amigos, los medios de comunicación, y las instituciones tanto comerciales, como educativas y religiosas; 3) los procesos de aculturación, que se inician con el movimiento de un país al otro, seguido por uno de “traducción” o de desarrollo de nuevas capacidades de intercambio y finalmente una adaptación a los nuevos hábitos de consumo; y 4) los resultados del proceso de aculturación a través del consumo, que muestra a inmigrantes que por una parte asimilan muchos bienes y servicios asociados con la cultura dominante, otros que mantienen aspectos de su cultura

mexicana, otros que presentan resistencia al cambio y por último, otros que están físicamente segregados.

Una de las grandes bondades del modelo de Peñaloza es haber conseguido un marco teórico exitoso en el estudio del comportamiento de compra de las personas inmigrantes en su proceso de incorporación a la sociedad de acogida. Después de Peñaloza muchos expertos en el campo de la aculturación a través del consumo presentan a esta profesora como un referente en la materia (Sojka y Tansuhaj, 1995; Brewer, 2001; Arnould y Thompson, 2005; Merino, 2009; Figueiredo y Cayla, 2011; Dedeoglu y Ustundagli, 2011; Saldaña y Ballesteros, 2011).

2.2—El modelo de aculturación a través del consumo de Saldaña y Ballesteros.

Saldaña y Ballesteros (2011), por su parte, toman el esquema de Peñaloza (1994) e incorpora a su propuesta conceptual de aculturación de la familia bicultural (Saldaña y Ballesteros, 2011: 134) elementos inspirados en Berry (1980, 1990), Cabassa (2003), Basabe, Zlobina y Páez (2004), Assael (1999) y Jun, Ball y Gentry (1993).

Su modelo se articula en tres etapas y algunos factores que visualizamos en el cuadro siguiente. La primera tiene que ver con una fase previa a la unión de los cónyuges, tomando en cuenta el contexto social, demográfico, personal y familiar, entre otros, denominado *antecedentes* por Peñaloza (1994). Incorpora a su vez otros aspectos como el contexto de la sociedad de origen y de destino, elementos como las razones que le empujaron a migrar, las redes sociales, contexto socioeconómico y cultural de la sociedad de acogida y destino, etc. (Cabassa, 2003).

La segunda etapa, *el proceso de aculturación -migración, habilidades de traducción y formas de adaptación-* (Peñaloza, 1994), viene condicionado por varios vectores de influencia: 1) agentes de aculturación, entre los que se encuentran la familia, los amigos, los medios de comunicación y las instituciones tanto civiles como religiosas (Peñaloza, 1994; Godefroit-Winkel, Fosse-Gomez, & Özcaglar-Toulouse, Globalization in the Less Affluent World: The Moroccan Consumers' Acculturation to

Global Consumer Culture in Their Heomeland, 2012) 2) constructos de aculturación, como uso del lenguaje, el estilo cognitivo, la personalidad, la actitud, el estrés aculturativo y la identidad (Berry, 1980, 1990); 3) herramientas de aculturación, como la observación y la comunicación (Assael, 1999); y 4) los atributos culturales, entre los que se encuentran entre otros la vestimenta, la gastronomía, las celebraciones, la lengua y formas de expresión, y las normas de conducta (Basa-be, Zlobina y Páez, 2004).

La tercera y última etapa, es lo que Saldaña y Ballesteros denominan *modos de aculturación familiar* y entre los diversos modos distingue la asimilación, la integración o biculturalidad, la segregación o frustración, la marginación y la antinomia. Tanto Peñaloza (1994), como Saldaña (Saldaña y Ballesteros, 2011: 137) contemplan la posibilidad de que tanto el individuo como la familia vivan distintos modos de aculturación según los contextos.

El desarrollo de este planteamiento conceptual de aculturación de la familia bicultural en Saldaña y Ballesteros ha sido utilizado como una propuesta *a priori* para profundizar en el conocimiento del estilo de vida de las familias biculturales (mexicano-españolas), dando como resultado un modelo de desarrollo de competencias y actitudes biculturales que permite generar una tipología de familias biculturales. Para lograr la tipología fue desarrollado un *framework* llamado Paradigma de Competencias y Actitudes Biculturales, que permite profundizar aún más en los procesos de aculturación de las familias biculturales.

2.3—El modelo teórico de integración mixto

El trabajo de Ares (2014) aborda una de las críticas más fuertes que han recibido los estudios sobre el tema de aculturación ya que en la práctica suelen ocuparse del cambio de uno de los grupos, generalmente el más débil (Figueiredo y Cayla, 2011). Esta tendencia ha ocurrido desde los orígenes de los trabajos sobre aculturación, con los estudios realizados acerca del colonialismo, donde las cultu-

ras occidentales y las culturas primitivas entraban en relación desde una fuerte asimetría de poder, y sólo se contemplaba el cambio de manera unilateral en la cultura dominada cuando entraba en contacto con la cultura dominante.

Tampoco hay acuerdo cuando se hace dialogar los conceptos de asimilación y aculturación. Algunos autores, como Abercrombie, Turner y Hill (1992), incorporan al término aculturación no sólo al proceso de relación, sino a los resultados de tal encuentro. En otros términos, se podría concluir bajo esta comprensión que la aculturación sería la asimilación por un grupo de la cultura de otro, con lo que se produce una modificación en la cultura existente y se produce un cambio en la identidad del grupo. Sin embargo, Seymour- Smith (1992), hablan de la asimilación como uno de los resultados de la aculturación, en el cual el grupo más débil es subordinado por el grupo dominante.

En la actualidad, el término “aculturación” se sigue utilizando desde la antropología cultural y existe un desarrollo en estudios etnográficos en contextos de incorporación y convivencia. Muchos de ellos tienen que ver con los procesos de acomodación y de cambio de los estilos de vida. Asimismo, varios estudios recientes en el campo de las migraciones utilizan el concepto de “capital cultural”, como conjunto de capacidades, valores, estilos de vida y manera de entender la realidad que los emigrantes llevan consigo cuando emigran (Ares 2014).

El *modelo teórico de integración mixto* se articula en tres fases diferenciadas. La primera que siguiendo a Peñaloza (1994) denominamos “antecedentes”. En esta fase se toman en cuenta el contexto demográfico, personal, familiar, y social del individuo.

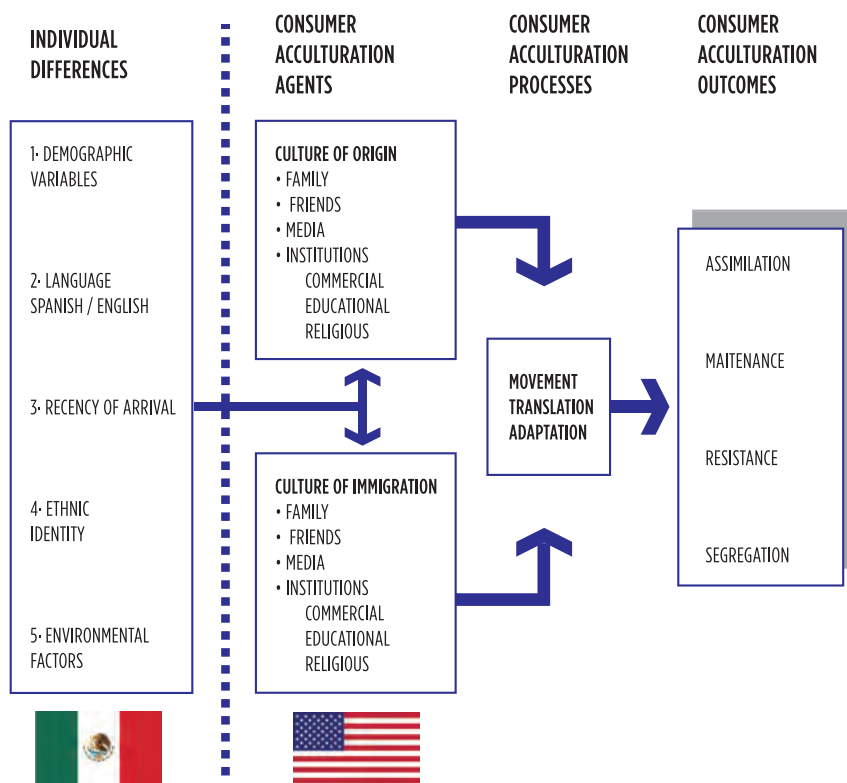


Figura 4—Modelo empírico de aculturación del consumidor (Peñaloza).
Fuente: Peñaloza (1994: 48)

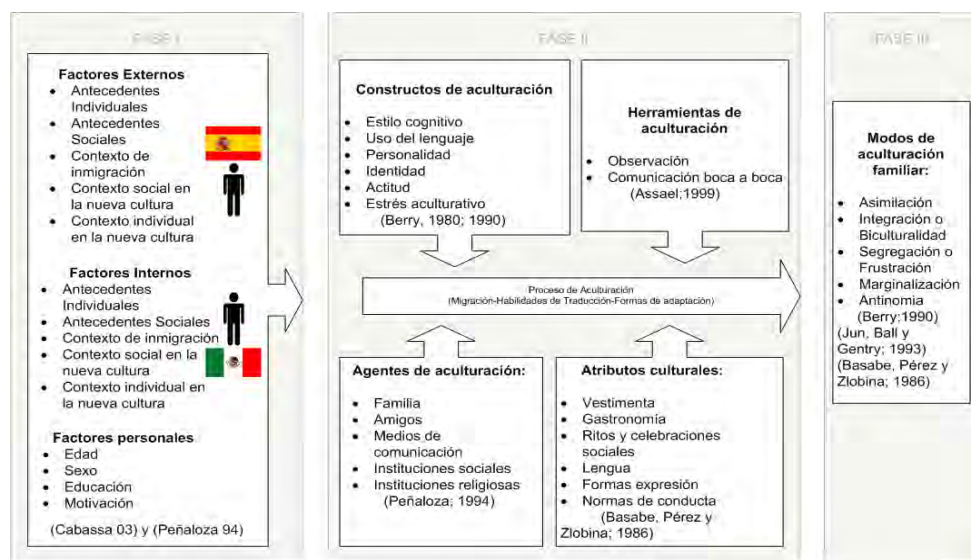


Figura 5—Propuesta conceptual de aculturación de la familia bicultural.
Fuente: Saldaña y Ballesteros (2011: 134).

Concretamente se identifican seis variables clave:

1) Variables demográficas.- Son aquellas características constitutivas del individuo y de una sociedad que ayudan a definirla a través de elementos como la edad, el sexo, el número, la nacionalidad y la religión, entre otros.

2) Procedencia en origen, urbana o rural.- La descripción y análisis del contexto de la comunidad de origen desde el punto de vista de su procedencia es un elemento que ayuda a entender tanto a la persona, como a la comunidad que emigra.

3) Identidad étnica.- La construcción y recreación de la propia identidad tiene mucho que ver con el propio bagaje cultural y étnico. Explicitarlo será un elemento básico de los antecedentes que están al inicio del camino de la integración.

4) Nivel de estudios.- La educación es algo más que un cúmulo de conocimientos teóricos o títulos académicos, pero se apoya en ellos como índice que alimenta el bagaje personal y colectivo previo al proceso de integración.

5) Antecedentes personales y sociales.- Tan importante como las variables demográficas para entender a una persona o una comunidad, son su historia, personalidad, estilo de vida y valores, entre otros.

6) Proyecto migratorio.- Las expectativas en el proceso migratorio son muy importantes. Un proyecto migratorio cerrado para un tiempo determinado y con plazo de retorno, en un extremo; y un proyecto abierto sin fecha límite, constituyen antecedentes que van a influir de muy distinta manera en el proceso de integración.

Esta etapa se reconoce como el background que la persona que emigra trae a sus espaldas en el momento de comenzar el proceso de integración.

La segunda fase es el proceso de integración propiamente dicho, lo que Peñaloza (1994) profiere como mi-

gración, habilidades de traducción y formas de adaptación. Este proceso viene modulado por cuatro vectores de influencia:

1) Los agentes de integración, entre los que se encuentran la familia, los amigos, los medios de comunicación de masas y las instituciones, tanto civiles como religiosas (Peñaloza, 1994).

2) Las herramientas de integración. El ser humano dispone de ciertos recursos que pone en juego cuando se enfrenta a contextos nuevos, a nuevas realidades vitales. Estas dimensiones están engarzadas en la estructura psicológica personal y los antecedentes sociales. Assael (1999: 446) las identifica como la observación, la comunicación “boca a boca” y la influencia de los medios de comunicación masivos. A través de la observación, la persona que emigra descubre nuevas realidades en la sociedad de acogida. En ocasiones estas conductas observadas son imitadas, en otras rechazadas y algunas con el tiempo se hacen propias realizando síntesis personales. La comunicación “boca a boca”, es decir, los contactos personales y la opinión de personas en las que se confía, tales como familiares y amigos, influyen en gran medida en las decisiones de compra y también en el proceso global de integración. Otro elemento que influye enormemente en nuestras decisiones cotidianas son los medios de comunicación masivos, como identifica Peñaloza (1994) en los agentes de aculturación.

3) Los atributos culturales. El estilo de vida de las personas tiene mucho que ver con algunos atributos culturales que se reflejan en diversas facetas de la vida cotidiana. Algunos de estos elementos son la vestimenta, la gastronomía, las celebraciones, la lengua y formas de expresión, y las normas de conducta, entre otros (IOE, 2010; Basabe, Zlobina y Páez, 2004). Algunas de estas dimensiones cobran vital importancia para estudiar los procesos de aculturación de comunidades migrantes.

4) Otras dimensiones de integración. Asimismo, hay otros elementos que condicionan los procesos de incorporación como son: el tipo de residencia legal, la situación laboral, la práctica religiosa, el grado de participación social, el lugar donde se reside, los prejuicios percibidos, las relaciones con la familia en origen, la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el estrés aculturativo (Martínez, 2007; Fernández et al., 2008; Cachón, 2008; IOE, 2010; Giménez, 2003; Benítez, 2011; Lucas, 2009; Berry, 1980 y 1990; Pennix, 2005; Achótegui, 2004 y 2006).

La tercera y última fase es la denominada “*modelo de integración mixto*”. Haciendo memoria del modelo de masas y minorías de Segundo (1973), los seres humanos contamos con una energía limitada que empleamos para estimular aquellas dimensiones de nuestra vida que nos

generan un mayor valor añadido. Estas conductas son las que Segundo denomina *conductas minoritarias*. Inspirados en Castells (2000), el *modelo de integración mixto* las denomina *conductas proyecto*.

Segundo (1973) describe las *conductas mayoritarias* como aquellas que se realizan de forma mecánica y en las que no se emplea mucha energía vital. El *modelo de integración mixto* distingue dentro de las conductas mayoritarias, las *conductas asimilacionistas* y las *multiculturales*. Las primeras son facetas de la vida que se imponen al sujeto de tal manera, que no son objeto de discernimiento. De igual forma, pero en el otro extremo, se encuentran aquellas conductas en las que el individuo tampoco va a perder mucho tiempo ni energía en dirimir, pues se imponen como constitutivas de la propia identidad o sencillamente no se está dispuesto a negociar con ellas.

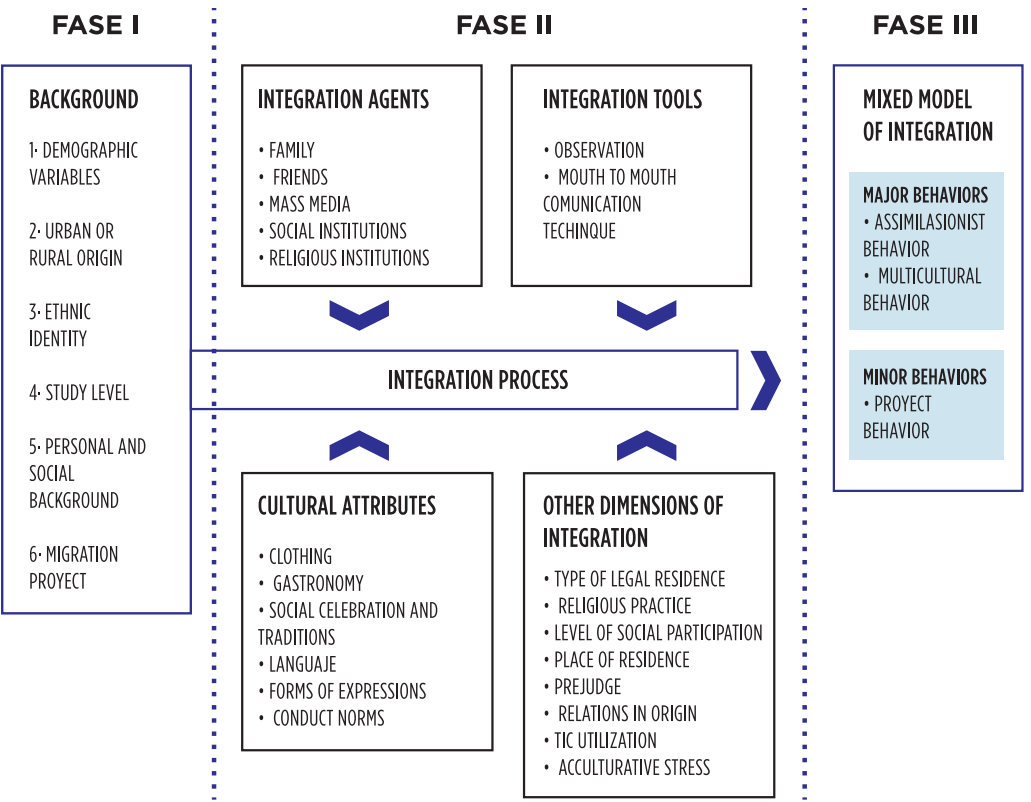


Figura 6. Modelo de integración mixto. | Fuente: Ares 2013

A continuación se presenta una comparativa más esquemática entre los tres diferentes modelos.

Peñaloza (1994)	Saldaña y Ballesteros (2011)	Ares (2013)
El primer modelo que inspira el trabajo de Ares y Saldaña. Es un modelo empírico construido sobre marco teórico exitoso en el estudio del comportamiento de compra de las personas inmigrantes en su proceso de incorporación a la sociedad de acogida. Da una visión sobre los procesos diversos que experimentan los individuos una vez traspasada la frontera cultural con un foco centrado en sus patrones de consumo.	Modelo enfocado en la aculturación familiar a través del consumo. Se incorporan elementos relacionados con el origen de cada uno de los cónyuges antes de su unión, tomando en cuenta su contexto social, demográfico, personal y familiar, entre otros, denominado <i>antecedentes</i> por Peñaloza (1994). Incorpora a su vez otros aspectos como el contexto de la sociedad de origen y de destino, elementos como las razones que le empujaron a migrar, las redes sociales, contexto socioeconómico y cultural de la sociedad de acogida y destino, etc. (Cabassa, 2003). Como resultado del proceso de aculturación familiar existen diferentes salidas que van desde la asimilación, la integración, la segregación, la marginalización y la antinomia. El desarrollo de este planteamiento conceptual de aculturación de la familia bicultural en Saldaña busca conocer el estilo de vida de las familias biculturales de acuerdo a sus competencias y habilidades biculturales desarrolladas en ambas culturas.	Su modelo de integración mixto aborda la integración, como concepto más amplio, creado para medir el grado de integración que las comunidades migrantes tienen de su propio proceso de integración. El <i>modelo de integración mixto</i> distingue dentro de las conductas mayoritarias, las <i>conductas asimilacionistas</i> y las <i>multiculturales</i>. Las primeras son facetas de la vida que se imponen al sujeto de tal manera, que no son objeto de discernimiento. De igual forma, pero en el otro extremo, se encuentran aquellas conductas en las que el individuo tampoco va a perder mucho tiempo ni energía en dirimir, pues se imponen como constitutivas de la propia identidad o sencillamente no se está dispuesto a negociar con ellas.

Figura 7 | Fuente: Elaboración propia.

3—LAS IMPLICACIONES DE LA ACULTURACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LOS MERCADOS EMERGENTES

Los flujos migratorios continúan creciendo, según el Consejo Nacional de Población en México (CONAPO) en el año 2010 el 3.1% de la población mundial (casi 214 millones de personas) se encuentran en situación de migración, cifra que creció en 25 millones de personas en 5 años.

Al respecto Valle afirma que debemos aceptar que la migración siempre existirá, cada vez de una manera más compleja, no solamente del sur al norte, sino también sur-sur, del norte al sur y al interior de los países. Es imposible detener la migración por decreto o por la imposición

de muros, porque hay países que necesitan trabajadores, y a su vez hay trabajadores que requieren oportunidades de empleo. Del mismo modo, los desastres naturales, el cambio climático, el aumento de los precios de los productos básicos, y la grave crisis alimentaria, son factores que seguramente propiciarán un aumento en los flujos migratorios durante los próximos años (2008).

En este mundo globalizado y donde los fenómenos migratorios son crecientes, la adaptación de las personas y de las familias a las culturas de acogida sin renunciar a las identidades de partida son fundamentales. Ariño (2008) afirma que la diversidad cultural y su gestión política es tema central en nuestros días debido a lo que él llama proceso de mundialización que genera condiciones de pluralismo etnocultural constitutivo.

Dicho pluralismo está plasmado en una “amplia diversidad de estilos y estrategias de aculturación, se crean también nuevas modalidades de conciencia intercultural, es decir, en las preferencias, actitudes y creencias que guían los contactos entre grupos diferentes o cuyos contenidos abordan las pautas a seguir en la interacción” (Ariño 2008, 116).

Como se ha venido discutiendo la construcción de la identidad en una sociedad de acogida es multipolar, donde el consumo juega un papel fundamental en la misma, tal y como los tres modelos de aculturación aquí descritos han puesto de manifiesto. Así, mientras el modelo de Ares demuestra que mientras que el consumo suele ser una actividad rutinaria (conducta mayoritaria) para la mayoría de las personas, en el caso de un proceso migratorio en el que hay que adaptarse e integrarse en nuevos entornos, pasa a ser una de las conductas que más inciden en el mismo. Saldaña y Ballesteros ya habían apuntado en esa dirección en el caso de aquellas personas que, viniendo de dos entornos culturales muy diferentes, deciden construir un proyecto de vida (pareja) en el que la forma de consumir hace mucho por acercar y construir esta nueva identidad. Peñaloza, a su vez, había establecido las bases y antecedentes de

estas adaptaciones y descubierto los factores que inciden en el proceso de aculturación individual.

Así, parece abrirse un amplio campo de investigación sobre estos procesos de aculturación a través del consumo, especialmente en lo que se refiere a segmentos y/o mercados emergentes:

- La crisis económica financiera ha supuesto de alguna manera un cambio en los flujos y condiciones de los procesos migratorios. Muchas familias que en su momento migraron desde países latinoamericanos hacia España y otros países europeos, están retornando a sus países de origen. El estudio de lo que podría llamarse re-aculturación o aculturación de retorno abre perspectivas interesantes. En este sentido podría, de alguna manera, usarse el modelo Peñaloza (1994) en sentido inverso (los antecedentes de inicio se convierten en condicionantes de destino).

- Igualmente, las migraciones que se están produciendo de personas que nacieron en países desarrollados, ricos, y que por lo tanto habían estado acostumbrados a la abundancia de las sociedades de consumo y que ahora, a causa de esa crisis, han visto como se recortaba su nivel de bienestar y se ven abocadas a buscar oportunidades en otros países introduce matices interesantes en el estudio de los procesos de aculturación. Si hasta ahora se podía decir que la migración, generalmente, mejoraba el status socioeconómico de las personas, abriendo oportunidades de consumo y mejora del estilo de vida, los nuevos procesos podrían darse en el sentido contrario, como si de una huida hacia delante se tratara, y la mejora de la situación queda en entredicho.

- Asimismo, el rápido crecimiento de mercados y países emergentes, especialmente en el continente africano, en el que se aceleran los procesos y se introducen novedades incluso antes que en los mercados tradicionales (ej. Banca vía telefonía móvil) puede abrir nuevas perspectivas en el estudio de procesos aculturativos de poblaciones que, sin necesariamente estar sujetas a migración, si ven como en sus entornos se implantan rápidamente tec-

nologías, costumbres y negocios nuevos que les suponen un gran esfuerzo adaptativo. Thompson and Arsel (2004) afirman que la interacción de las marcas globales y la cultura local produce una cultura heterogénea. La cultura global ejerce influencia en las culturas locales y al mismo tiempo ha resultado ser una nueva forma de dominación.

Lo anterior hace referencia al modelo de aculturación de cultura global de consumo (en inglés, acculturation to the global consumer culture) (AGCC) propuesta por Cleveland and Laroche (2007). Los autores han mencionado que la globalización acelera los procesos de aculturación entre los consumidores locales moviéndolos hacia la cultura global de consumo. Gupta (2013) lista seis diferentes categorías que promueven la aculturación del consumo: 1) cosmopolitanismo; 2) exposición a las actividades de marketing; 3) exposición y uso al idioma inglés; 4) interacción social con extranjeros; 5) exposición a los medios de comunicación masivos globales y extranjeros; y 6) apertura a emular la cultura global de consumo.

Respecto al modelo AGCC podría destacarse una investigación realizada con la comunidad de consumidores marroquíes, en quienes fueron identificados cuatro relaciones con la cultura global de consumo: 1) adoptan los significados de consumo, no cuestionan los mecanismos de mercado, ellos aceptan las reglas del mismo; 2) rechazan al mercado; algunos de los habitantes rechazan comprar ciertos artículos en el supermercado o en tiendas más contemporáneas o modernas; 3) otros negocian como forma de moverse entre las culturas; y 4) lo mejor de ambas culturas, el consumidor valor lo positivo de cada lado, tanto de su cultura tradicional y disfruta de lo nuevo de la cultura global (Godefroit-Winkel et al 2012).

4 —CONCLUSIONES

Este artículo refiere a tres diferentes modelos como relevantes formas de analizar los patrones de consumo que ayudan a entender el proceso de integración de las comunidades migrantes. Estos modelos funcionan como una guía para entender dicho proceso desde el consumo.

En años recientes, algunas compañías han realizado una serie de estrategias para identificar los productos de la preferencia de estos grupos sociales y así adaptarlos y presentarlos en los puntos de ventas preferidos por ellos. Con la misma idea han rediseñado las marcas, la publicidad, las promociones y los precios. Palumbo and Teich (2004, 472) afirman: “Globalmente, las culturas regionales han llegado a ser más notables debido a las olas de nuevos migrantes, éstas han cambiado el panorama para los profesionales del Marketing”, las Naciones Unidas revelan que más de 232 millones de migrantes internacionales viven en otros países (UN 2013).

Peñaloza (1994), Saldaña y Ballesteros (2010) y (Ares 2013) han desarrollado tres modelos para obtener información sobre los grupos inmigrantes y su proceso para aculturarse a través de su consumo. Tal y como los modelos lo muestran hay diferentes formas de aculturación que incluye la asimilación a la nueva cultura, el mantenimiento de la cultura de nacimiento, el rechazo de los elementos de ambas culturas y la creación y asimilación de la nueva cultura, sin olvidar el rechazo total a la nueva cultura. Los tres modelos se enfocan en los procesos de aculturación para realzar la importancia de aprender, interpretar y entender la lengua, los aspectos sociales, económicos, el sistema de mercados y cómo se incorpora dentro del nuevo sistema social.

Lo anterior da información a las instituciones privadas, públicas, educativas, culturales, sociales para generar estrategias que puedan orientarse de manera adecuada a los individuos, familias y colectivos migrantes a fin de lograr una integración transparente que resulte positiva para el que migra y para la sociedad de acogida.

5—BIBLIOGRAFIA

- ABERCOMBRIE N., HILL S. & TURNER B, "Diccionario de sociología", Madrid, España, 1992.
- AGUIRRE G., "El proceso de aculturación y el cambio sociocultural en México", Fondo de Cultura Económica, México, 1992.
- ARES A., "El eterno dilema de los modelos de integración, hacia un modelo de integración mixto desde la perspectiva de las personas migrantes", Universidad Pontificia Comillas de Madrid, Madrid, España, 2013.
- ARIÑO A., "Estilos de aculturación y encrucijadas de la diversidad cultural", Papers Revista de Sociología, Cerdanyola del Vallés, España, 2009.
- ARNOULD E. & THOMPSON C., "Consumer culture theory (CCT): Twenty Years of Research", Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 2005.
- ASKEGAARD S., ARNOULD E. & KJELGAARD D., "Postassimilationist ethnic consumer research: Qualifications and extensions", Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 2005.
- ASSAEL H., "Comportamiento del consumidor", International Thompson, México, 1999.
- BERRY J., "Social and cultural change", Handbook of Cross-Cultural Psychology, 1980.
- BREWER K., "Methodological Issues in cross-cultural research: lessons learned in a study of chinese and North America consumers", Asia Pacific Advances in Consumer Research, 2001.
- CABASSA L., "Measuring acculturation: Where we are and where we need to go". Hispanic Journal of Behavioral Sciences, Washington, Estados Unidos, 2003.
- CACHÓN L., "La integración de y con los inmigrantes en España: debates teóricos, políticas y diversidad territorial", Política y Sociedad, Barcelona, España, 2008.
- CARPENTER J., MOORE M., DOBERTY A. & ALEXANDER N., "Acculturation to the global consumer culture: a generational cohort comparison", Journal of Strategic Marketing, Gran Bretaña, 2012.
- CASTELLS M., "La era de la información, economía, sociedad y cultura, vol. 2: El poder de la identidad", Alianza, Madrid, España, 2000.
- CHAPMAN M. & JAMAL A., "Acculturation: cross cultural perceptions and the symbolism of domestic space", Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 1997.
- FERNÁNDEZ M., GIMÉNEZ C. & PUERTO L., "La construcción del codesarrollo", Vol. 31, La Catarata, Madrid, España, 2008.
- FIGUEIREDO B. & CAYLA J., "What happens when consumers acculturate to multiple cultural contexts? Advances in Consumer Research", Australia, 2011.
- GODEFROIT-WONKEL D., FOSSE-GOMEZ M. & ÖZCAGLAR-TOULOUSE N., "Globalization in the less affluent world: The moroccan consumers; Acculturation to global consumer culture in their homeland", Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 2012.
- GUPTA N., "The impact of globalization on consumer acculturation. A study of urban, educated, middle class Indian consumers", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Perth, Australia, 2012.
- GUPTA N., "Understanding acculturation of consumer culture in an emerging market. An analysis of urban, educated, middle-class Indian consumers", International Journal of Emerging Markets, Georgetown, Estados Unidos, 2013.

- JUN S., BALL D. & GENTRY J., "Modes of consumer acculturation". Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 1993.
- JUN S., GENTRY J., BALL D. & GONZÁLEZ G., "Hispanic acculturation process: evidence against assimilation", Asian Pacific Advances in Consumer Research, Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 1994.
- LAROCHE M., CHANKON K., MICHEL H. & ANNAMMA J., "Acculturation of Italians toward the french and english cultures and its effect in lifestyles". European Advances in Consumer Research, Journal of Consumer Research, 1993.
- LINDRIGE A., "Religion as a consumer acculturation variable: the case of british indians", Journal of Consumer Research, 2003.
- MARTÍNEZ J., "Ciudadanía, migraciones y religión: un diálogo ético desde la fe cristiana", España, 2007.
- MERINO D. & Ruiz C., "La experiencia escolar de los hijos de inmigrantes marroquíes en los centros de educación secundaria obligatoria", Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado (REIFOP), Madrid, España, 2009.
- MOSCHIS G. & CHURCHILL G., "Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis", Journal of Marketing Research, Chicago, Estados Unidos, 1978.
- O'GUINN T. & FABER R., "New perspectives on acculturation: the relationship of general and role specific acculturation with hispanics' consumer Attitudes", Advances for Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 1985.
- OGDEN D., OGDEN J. & SCHAU H., "Exploring the impact of culture and acculturation on consumer purchase decisions: toward a micro-cultural perspective", Academy of Marketing Science Review, Los Angeles, Estados Unidos, 2004.
- PADILLA A. & PEREZ W., "Acculturation, social identity, and social cognition: a new perspective", Hispanic Journal of Behavioral Sciences, Washington, Estados Unidos 2003.
- PEÑALOZA L., "Border crossing: a critical ethnographic exploration of the consumer acculturation of mexican Immigrants". Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Research, Chicago, Estados Unidos, 1994.
- PEÑALOZA L., "Immigrant consumer acculturation", Advances in Consumer Research, 1989.
- REDFIELD R., Linton R. & Herskovits M., "Memorandum for the study of acculturation", American Anthropologist, 1936.
- SALDAÑA D. & BALLESTEROS C., "La familia, la cultura y la toma de decisiones en el consumo. Una contribución al comportamiento del consumidor", Alemania: Editorial Académica Española, España, 2011.
- SEGUNDO J. L., "Masas y minorías. En la dialéctica divina de la liberación", La Aurora, Buenos Aires, Argentina, 1973.
- SEYMOUR-SMITH Ch., "Dictionary of anthropology". London & Basingstoke: The Macmillan Press, Londres, Inglaterra, 1992.
- SOJKA J. & TANSUHAJ P., "Cross-cultural consumer research: a twenty-year review", Advances in Consumer Research, 1995.
- SOLOMON M., BAMOSSY G., ASKEGAARD S. & HOGG M., "Consumer behaviour: a european perspective", Prentice Hall, 2010.
- VALLE D., "Puentes: análisis e información sobre comercio y desarrollo sostenible para América Latina, <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/migraci%C3%B3n-y-desarrollo-opportunidades-y-desaf%C3%ADos>, 2008.

- VALLEJO M. & MORENO M., "Uralismo al bienestar psicológico. Propuesta de un modelo de satisfacción vital en el proceso de aculturación de inmigrantes", Boletín de psicología, 2014.
- VISCONTI L., "Border crossing consumers and postassimilationist studies: Cultural alternation in the marketplace. Working Paper, Milan: Bocconi University, 2006.
- WALLEDORF M. & Reilly M., "A comparison of group differences in food consumption using household refuse". Journal of Consumer Research , 1987.
- WALLEDORF M. & Reilly M., "A longitudinal study of mexican-american assimilation". Advances in Consumer Research , 1984.
- WALLEDORF M. & Reilly M., "Ethnic migration, assimilation, and consumption", Journal of Consumer Research, 1983.
- ZLOBINA A., Basabe N. & Pérez D., "Integración socio-cultural y adaptación psicológica de los inmigrantes extranjeros en el País Vasco", Vitoria-Gasteiz:Gobierno Vasco: Cuadernos Sociológicos, 2004.

ESTUDIO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS EN INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS.

FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS ON THE AGRIFOOD INDUSTRY

NÚRIA ARIMANY SERRAT¹
ALEJANDRA ARAMAYO GARCÍA²
CLARA DE URIBE GIL³
ANNA SABATA ALIBERCH⁴

RECIBIDO: **octubre 2014** | ACEPTADO: **diciembre 2014**

RESUMEN

Este trabajo realiza un diagnóstico de la salud económica financiera de las empresas cárnicas catalanas en el período 2007-2011 por ser un sector estratégico dentro de la agroalimentación, considerada primer clúster agroalimentario de Europa según el observatorio de clústers Stockholm School of Economics. El estudio posiciona estas industrias dentro del sector agroalimentario español y presenta los principales indicadores económicos financieros de las empresas objeto de estudio mediante un análisis a corto y largo plazo, de los resultados, de los cambios patrimoniales y de sus flujos de efectivo.

ABSTRACT

This paper provides an economic and financial analysis of the Catalanian meat companies in the period 2007-2011, as a strategic agrofood sector and considered the first cluster in Europe by the Observatory of Stockholm School of Economics. The study ranks these companies within the Spanish food industry and it presents the main financial economic indicators of the companies under study by examining, short and long term, the results, changes in equity and its cash flows.

PALABRAS CLAVE: Análisis económico, análisis financiero, empresas cárnicas, industria agroalimentaria.

KEY WORDS: *Economic analysis, financial analysis, meat companies, food industry.*

¹ Profesora Universidad Central de Cataluña, nuria.arimany@uvic.cat

² Profesora Universidad Central de Cataluña, alejandra.aramayo@uvic.cat

³ Profesora Universidad Central de Cataluña, clara.uribe@uvic.cat

⁴ Profesora Universidad Central de Cataluña, annam.sabata@uvic.cat

1—INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas la industria agroalimentaria española ha realizado notables esfuerzos de modernización para incrementar su competitividad y consolidar su presencia en mercados internacionales, desarrollando capacidades de innovación gracias a una eficiente gestión de sus recursos.

En este trabajo se analiza la industria cárnica catalana por ser un sector estratégico de la agroalimentación que en los últimos años ha experimentado un crecimiento de sus exportaciones gracias a sus precios competitivos y la estructura del sector; considerada primer clúster agroalimentario de Europa según el observatorio de clúster de *Stockholm School of Economics* (Peix, 2008), aunque esta industria tiene una fuerte dependencia de las materias primas para la alimentación animal en constante crecimiento de precios en los mercados internacionales que ocasiona una situación de alerta (Cruz, 2009).

El estudio realiza un análisis a corto y largo plazo, de los resultados, de los cambios patrimoniales y de los flujos de efectivo de las empresas seleccionadas. Al análisis convencional se añade la información derivada del estado de cambios en el patrimonio neto y del estado de flujos de efectivo y se investiga si han tenido un crecimiento equilibrado, en el período 2007-2011 para valorar si podrán afrontar las nuevas exigencias de los mercados en un entorno cambiante y competitivo.

La investigación se inicia con la revisión de la literatura, constatando que hay pocos estudios académicos que traten el análisis económico financiero de las empresas cárnicas en Catalunya; a continuación, se posicionan las cárnicas en el contexto de la industria agroalimentaria reflejando su situación en el período 2007-2011.

El estudio se realiza sobre una muestra de 130 empresas de la Federación Catalana de Industrias de la Carne (FECIC), y mediante los estados financieros, obtenidos de la base de datos SABI, se lleva a cabo el estudio descriptivo con el software SPSS. Las características destacables de la muestra son: el 54% de las empresas tienen menos de 50 trabajadores de plantilla, presentan un activo medio aproximado de 23 millones de euros y una media de ventas de 48,5 millones de euros.

Finalmente, después de presentar e interpretar el análisis económico financiero, además de un modelo de regresión para explicar la rentabilidad, se concluye con una revisión de la situación de las empresas en el período analizado y sugerencias para futuras decisiones empresariales.

2—REVISIÓN DE LA LITERATURA

Diversas publicaciones profesionales presentan datos económicos de la industria cárnica catalana en el período analizado (*Informes de la Subdirecció General d'Indústries i Qualitat Agroalimentàries de la Generalitat de Catalunya, Centre de Recerca Econòmica i Social de Catalunya, Magma,...*), mientras que en revistas académicas hay pocos estudios dedicados a este tema. Los cambios producidos en esta industria por la incorporación de España a la Unión Europea impulsaron el análisis económico financiero de estos negocios revelando su estabilidad (correctas rentabilidades, aceptable endeudamiento), su orientación al mercado interior y escasa internacionalización (Eurocarne). En fechas posteriores se constata un notable crecimiento en producción (especialmente en carne de cerdo), en consumo (impulsado por el desarrollo de supermercados, grupos empresariales y cooperativas), y en exportaciones a la Unión Europea¹ y a otros mercados (Cruz, 2009). Algunos estudios destacan la importancia de la promoción industrial en determinadas comarcas (Ameur y Gil, 2003) y la apuesta por las exportaciones para incrementar los resultados económicos (Serrano et al., 2008).

Estudios recientes demuestran que, aunque las exportaciones favorecen la situación del sector (Barreiro, 2010), las amortizaciones de las inversiones y el aumento de los costes no trasladables al precio final, precisan de buenos resultados. Además el necesario equilibrio *calidad-precio* augura un crecimiento moderado. En este

¹ A pesar de la crisis en el contexto de la Unión Europea.

sentido, un estudio de la Unión Europea² (2011), recomienda crear asociaciones y cooperativas para afrontar nuevos retos de futuro.

La literatura académica señala que la innovación técnica y de diseño es la estrategia competitiva de las multinacionales agroalimentarias (Alfranca et al. 2003). En la misma línea, un estudio del consumo de carne en España (Chamorro et al. 2012) destaca las innovaciones a tener en cuenta: certificados de calidad, envases, cadenas de distribución. La apuesta por la innovación es estratégica para mejorar resultados empresariales en la industria frente a la concentración de las empresas de distribución alimentaria (Mamaqu et al. 2009). Además, investigaciones de estrategias y actitudes empresariales de la agroindustria de Aragón y Navarra revelan unos bajos niveles de productividad y una estructura atomizada con claras desventajas competitivas (Gil et al. 1998).

En referencia al análisis económico financiero existen estudios académicos centrados en las rentabilidades, las estructuras financieras, la solvencia y la generación de riqueza (González et al. 2002); otras investigaciones detallan que las cárnicas con importantes obligaciones a corto plazo asignan mejor los recursos (Alarcón, 2008) y diferentes estudios señalan que el crecimiento de las ventas repercute en un mayor endeudamiento a corto plazo en empresas agroalimentarias (Lajara-Camilleri y Mateos-Ronco, 2012). De otra parte, investigaciones basadas en la información contable de las empresas cárnicas castellanoleonesas en el período 2009-2010, revela que los problemas más destacados en este período se concretan en rentabilidades y márgenes bajos, altos niveles de endeudamiento de mala calidad y costes elevados de financiación (Pindado y Alarcón, 2013).

La revisión de la literatura fundamenta la necesidad de aportar más información

sobre la salud empresarial de las cárnicas que ayude a la comprensión y toma de decisiones.

3—LAS CÁRNICAS EN EL CONTEXTO DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

En la última década la industria agroalimentaria española ha incrementado la producción y la productividad de forma sostenida. Los resultados obtenidos la sitúan en la quinta posición europea por valor de ventas (detrás de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido). También ha ganado importancia en el contexto español siendo la primera actividad industrial en 2011 con el 19,7% de ventas netas, el 17,6% de personas ocupadas, el 14,8% de inversiones en activos materiales y el 15,3% de valor añadido (Magrama, 2013: Informe Anual de Indicadores). La industria agroalimentaria es un sector estratégico por la aportación al PIB (7,6% en 2012) y su contribución al empleo, la alimentación, la salud, el medio ambiente, y las exportaciones.

En cuanto a la estructura, el sector es heterogéneo y atomizado, formado por un reducido número de grandes empresas y un gran número de pymes de carácter familiar con menos de 50 trabajadores y cooperativas, con limitada capacidad de innovación, de internacionalización y de acceso a la financiación. Aun así, las empresas del sector se preocupan por la diferenciación de producto y mejoras en calidad, fabricación y conservación, y también invierten en certificaciones ISO para acceder a nuevos mercados. Según la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), la industria alimentaria invierte el 0,26% de la facturación en I + D + I aunque en Europa la tasa es del 1,2%.

La industria cárnica es el principal subsector de la industria alimentaria, también el principal exportador agroalimentario tal como muestra el gráfico 1. En este subsector destaca la carne de porcino, que

2 El estudio presenta como variables: una población envejecida preocupada por la salud, la preservación del medio ambiente, el desarrollo de la biotecnología, la competencia con Brasil y Argentina y el incremento de costes.

representa el 61% del total de producción de carne fresca y es el tercer exportador de porcino de la Unión Europea, sólo por detrás de Alemania y Dinamarca.

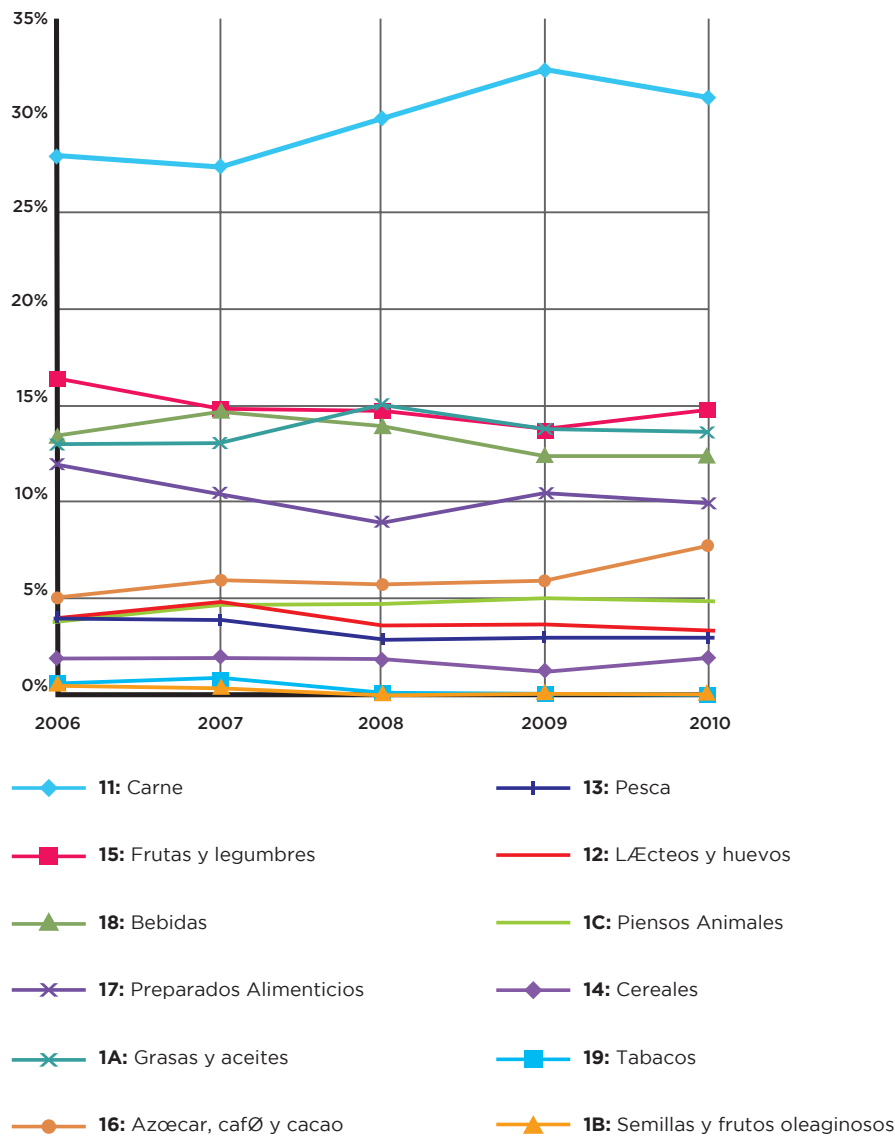


Gráfico 1: Exportación en Alimentación
Peso (%) de los subsectores sobre el total de la exportación de la alimentación |
Fuente: Beviá González, B. Cano Borrego M. J. (2011).

Por comunidades autónomas, la industria agroalimentaria catalana destaca en el conjunto del estado por las ventas, el personal que ocupa y las exportaciones cárnicas de porcino. El gráfico 2 muestra la participación autonómica del 23% de los ingresos de explotación en 2011,

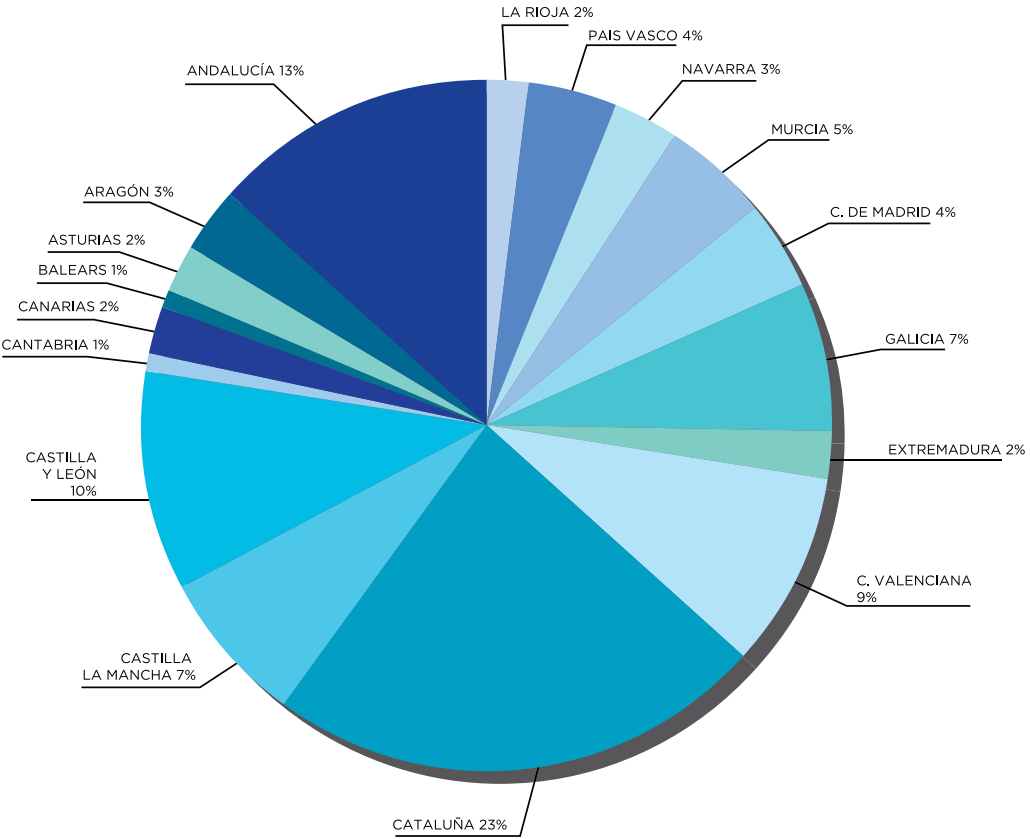


Gráfico 2: Ingresos de Explotación de la Industria Agroalimentaria Española
Fuente: Elaboración propia mediante datos INE

NOMBRE EMPRESA	Ingresos de explotación mil EUR
Corporación Alimentaria Guissona, SA	1.301.032
Casa Tarradellas SA	693.971
Frigoríficos Costa Brava SA	281.224
Patel SA	267.249
Cárnicas De Juia Sociedad Anónima	258.498
Grupo Alimentario Argal SA	182.612
Cárnica Batalle SA	175.565
Frigoríficos Andaluces De Conservas De Carne SA	173.229
Frigoríficos Del Ter, Sociedad Anónima	165.818
Frigoríficos Emporda, Sociedad Anónima	162.166
Noel Alimentaria SA	157.062
Cárnicas Solá SA	151.696
Pavo Y Derivados SA	145.995
Cárnicas Toni Josep SL	135.255
Grup Baucells Alimentación SL	134.872
Matadero Frigorífico Avinyo SA	114.335
Friselva SA	114.178
Mafriges SA	109.919
Sada Pa Catalunya Sociedad Anónima	104.270

Cuadro 1: Industrias cárnicas líderes en ingresos de explotación en Cataluña | **Fuente:** SABI 2013

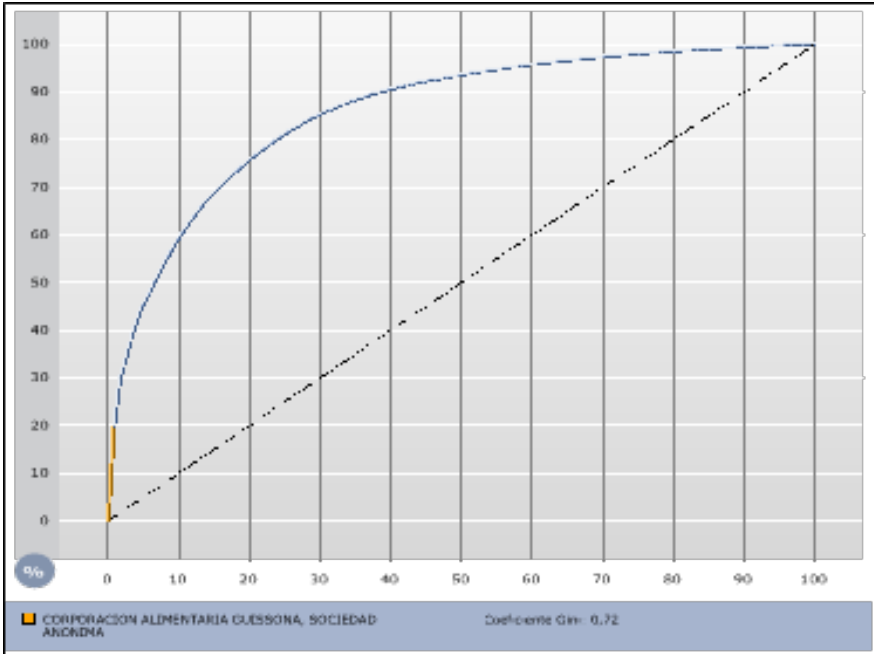


Gráfico 3: Curva de Lorenz- Concentración Ingresos de Explotación. 2011

La agroalimentación catalana es una industria líder en ventas, generadora de puestos de trabajo, muy vinculada al sector agrario (compra el 60% de su producción) y clave en el desarrollo de zonas y comarcas agrarias. El Índice de Producción Industrial (IPI) del sector presenta un valor estable y muy superior a la media de la industria global. Los indicadores de clúster agroalimentario en el año 2011 se detallan en el cuadro 1.

La elaboración de productos cárnicos, CNAE 2009 (101), es una actividad muy arraigada en Cataluña y el sector más importante de la alimentación por volumen de ventas y ocupación (un 39% del personal del sector alimentario). La industria cárnica presenta rasgos estructurales similares a la industria alimentaria, el cuadro 2 muestra las 19 empresas de gran dimensión del sector que representan el 70% de los ingresos de explotación del sector.

El índice de Gini de 0,72 indica el grado de concentración de los ingresos de explotación en pocas empresas en la industria cárnica catalana, tal y como muestra el gráfico 3

Las dos primeras empresas del sector, Corporación Alimentaria de Guissona y Casa Tarradellas centran su estrategia empresarial en la integración vertical, la innovación en procesos y productos, y en

una política de financiación de las inversiones basada principalmente en recursos propios.

La dimensión empresarial también está relacionada con la exportación, según el estudio de PIMEC (2013) las empresas más exportadoras son las de mayor dimensión, y las pymes que exportan multiplican por tres la ocupación de las que no exportan, por seis los ingresos de explotación y casi per cinco el volumen de activos. La dimensión también está relacionada con el mercado destino de la exportación, a mayor dimensión mayor diversificación geográfica de las ventas exteriores (Poveda, 2012). Las empresas inician sus exportaciones a países europeos, y según aumenta su dimensión y experiencia exploran mercados más lejanos como los asiáticos y el americano. Así, los principales destinos de las exportaciones agroalimentarias catalanas por valor son: Francia, Italia, Alemania, Portugal, Reino Unido, Rusia, Países Bajos, Estados Unidos, Bélgica y Japón. El incremento del 19% de las exportaciones en 2011, ha contribuido a dar salida a los excedentes acumulados por la caída del 0,9% del consumo de los hogares en un contexto de incremento de la producción industrial y de sacrificio de la ganadería.

PESO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA (2011)	
Número de establecimientos	2.921
Personas ocupadas	75.600
Facturación	22.230 millones de
Volumen de negocio de la industria agroalimentaria española.	23,4%
Exportaciones del sector catalán en el conjunto de las exportaciones del sector español.	22,05%

Cuadro 2: Industria alimentaria en Cataluña | **Fuente:** Generalitat de Catalunya (2012)

4—SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LAS CÁRNICAS CATALANAS

Los cálculos de los principales indicadores financieros de las 130 empresas estudiadas en el período 2007-2011 se muestran en el Cuadro 3. Estos indicadores permiten el análisis a corto y largo plazo de la situación financiera así como de los resultados; añadiendo al análisis convencional el estudio de las variaciones patrimoniales y de los flujos de efectivo para valorar las garantías que ofrecen estas empresas junto a su situación de tesorería gracias a la información que se desprende de los documentos contables: Estado de cambios en el patrimonio neto y Estado de Flujos de Efectivo.

4.1—Análisis de la situación financiera a corto plazo

El análisis de la situación financiera a corto plazo mide la capacidad de las empresas para hacer frente a sus obligaciones de pago a corto plazo.

Los resultados obtenidos en el fondo de maniobra de los diferentes ejercicios es positivo y aumenta un 33,34% durante el período analizado por lo que interpretamos que las empresas atienden los pagos a corto plazo. Además en el gráfico 4 se aprecia la evolución de las masas patrimoniales, constatando un fondo de maniobra positivo ya que los capitales permanentes financian los activos no corrientes y una parte de los activos corrientes. En los cinco ejercicios las inversiones a largo plazo están financiadas con recursos a largo plazo.

Respecto al ratio de solvencia a corto plazo (ratio de liquidez) que mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo, en los cinco ejercicios muestra que las cárnica estudiadas pueden pagar las deudas a corto plazo (la evolución de este ratio incrementa en un 32%).

Estos resultados indican la buena situación financiera a corto plazo¹ de las cárnica catalanas en el período analizado (situación que se ratifica con el análisis del estado de flujos de efectivo).

4.2—Análisis de la situación financiera a largo plazo

El análisis de la situación financiera a largo plazo, mide la capacidad de la empresa para satisfacer las deudas a largo plazo. Para este estudio se analiza si en este período las empresas han tenido un crecimiento equilibrado (Amat y Perramon 2012), se comprueba que el crecimiento de las ventas (23%) supera al de los activos (8,2%) denotando la eficiente gestión de activos y que el crecimiento de deudas (0,6%) es inferior al de los activos (8,2%) denotando una gestión financiera prudente. En todo caso, cabe mejorar la gestión de los gastos ya que la evolución del resultado (decremento de 9,4%) no supera el crecimiento de ventas.

La evolución en este período refleja que las empresas se han capitalizado, han aumentado un 17% sus patrimonios, debido principalmente, al incremento de los recursos propios y de las subvenciones recibidas, tal como revela el estado de cambios en el patrimonio neto.

Respecto al resultado global (resultado neto más ingresos y gastos imputados a patrimonio neto) se constata que es un resultado más volátil, crece en 2010 un 62,5% y disminuye en 2011 un 17,4% siguiendo la trayectoria del resultado neto pero con variaciones más acusadas.

¹ A partir del ejercicio 2010 incluso se puede apreciar la existencia de activo corrientes ociosos, por lo que sería recomendable mejorar su gestión.

ANÁLISIS FINANCIERO A CORTO PLAZO	2007	2008	2009	2010	2011
Fondo de maniobra (miles euros)	3.473,82	3.629,39	4.223,88	4.302,03	4.632,11
Ratio solvencia a corto plazo	1,947	2,173	2,288	2,528	2,570
ANÁLISIS FINANCIERO A LARGO PLAZO	2007	2008	2009	2010	2011
Ratio rotación total activo (días)	224,63	239,65	268,97	260,23	235,91
Ratio de garantía	2,526	2,718	2,721	2,991	2,968
Ratio endeudamiento	0,569	0,578	0,564	0,568	0,575
Ratio de calidad de la deuda	0,797	0,769	0,753	0,756	0,751
Ratio de autonomía financiera	1,526	1,718	1,721	1,991	1,968
Apalancamiento financiero	2,488	2,515	2,475	12,733	3,058
ANÁLISIS DE RESULTADOS	2007	2008	2009	2010	2011
Rentabilidad financiera	12,07%	10,79%	2,22%	3,17%	9,33%
Rentabilidad económica	6,92%	5,51%	4,32%	5,37%	4,04%

Cuadro 3: Indicadores financieros

Activo no corriente 43,03%	Patrimonio neto 46,41% + Pasivo no corriente 14,18%
Activo corriente 56,97%	Pasivo corriente 39,41%

Gráfico 4: Masas patrimoniales del balance

	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas	45.136,71	48.993,80	45.648,97	49.735,26	55.421,33
Activo	22.303,45	23.298,27	22.784,81	23.977,95	24.130,34
Deudas	11.957,31	12.610,94	12.136,95	12.811,78	12.025,25
Resultado neto	1.133,30	818,45	778,87	1.177,46	1.026,89

Cuadro 4: Indicadores financieros del crecimiento equilibrado

	2007	2008	2009	2010	2011
Patrimonio neto	10.346,14	10.687,33	10.647,86	11.166,17	12.105,09
Resultado global	n.d.	776,95	761,03	1.262,58	1.042,21

Cuadro 5: Indicadores financieros de riqueza empresarial

Para el análisis a largo plazo, los ratios calculados muestran los siguientes resultados:

- El ratio de rotación total del activo indica que estas empresas tardan, en tiempo medio, menos de un año a recuperar su activo.
- El ratio de garantía revela que las cárnicas catalanas están lejos de la quiebra con unos patrimonios netos positivos que van incrementando en cada ejercicio económico.
- El endeudamiento en cada ejercicio es aceptable, entre el 50% y 60%, aunque no es de calidad, ya que hay más deudas a corto plazo que a largo plazo. Son empresas con autonomía financiera, y con un endeudamiento que no las perjudica, tal como señala su apalancamiento financiero (especialmente los últimos ejercicios).

Así pues, en el período analizado las cárnicas analizadas presentan una buena posición financiera a largo plazo.

4.3—Análisis económico

Este análisis determina las causas y motivos de variación de los resultados de las empresas objeto de estudio.

El resultado neto en el período analizado presenta variaciones significativas (en 2008 se reduce un 28%, en 2009 un 5%, en 2011 un 13%, pero en 2010 incrementa un 51%). Estas fluctuaciones hacen recomendar una mejor gestión de gastos con especial énfasis en los costes de personal que incrementan respecto a las ventas un 21% hasta 2010 y descienden un 40% en 2011 por la crisis.

Aunque en este período se consiguen aceptables márgenes de explotación por el incremento de ventas (33%), es importante tener presente los resultados financieros, ya que la cobertura de los gastos financieros a largo plazo (BAIL / Gastos financieros), es cada vez más difícil de conseguir por el descenso de los beneficios.

La rentabilidad financiera (ROE) aumenta un 37,6% hasta el ejercicio 2010 y se reduce un 18% en el ejercicio 2011. La rentabilidad económica (ROA) aumenta un 19,7% hasta 2010 disminuyendo en el año 2011 un 17,8%, y siempre la rentabilidad financiera supera la rentabilidad económica dejando patente que el endeudamiento no perjudica en este periodo a estas empresas.

Estas rentabilidades calculadas con el resultado global siguen la misma tendencia aunque las variaciones son más acusadas, ya que el resultado global capta más rápidamente la situación del mercado. La rentabilidad financiera supera la económica con unas distancias más amplias debido a la volatilidad del resultado global.

Las diferencias entre el resultado global y el resultado neto observadas en este estudio corresponden básicamente a las subvenciones del período analizado, seguidas de las coberturas de flujos de efectivo y las diferencias de cambio.

Completando el análisis económico se incluye un modelo explicativo de la rentabilidad financiera (ROE, como variable dependiente) mediante las variables independientes: rentabilidad económica (ROA), recursos permanentes (RP), relación activo/patrimonio neto (A/PN) y efecto fiscal (EF: Beneficio neto/Beneficio antes de impuestos). Se modeliza la rentabilidad financiera por la importancia de este indicador que mide el beneficio neto

generado en relación a la inversión de los propietarios, para averiguar si las variables independientes apuntadas afectan a esta rentabilidad.

Modelo:

$$ROE_i = \beta_0 + \beta_1 RP + \beta_2 ROA + \beta_3 \text{Activo/PN} + \beta_4 EF_i + \varepsilon_i$$

Para los ejercicios 2007 y 2008 el modelo propuesto presenta un coeficiente de determinación elevado (0,763 y 0,653 respectivamente) aunque sólo dos variables son explicativas: la rentabilidad económica y la relación entre activo/ patrimonio neto. Es decir, el beneficio neto en relación a la inversión de los propietarios depende de la rentabilidad económica y de la relación del activo respecto los recursos propios, las subvenciones recibidas y los ajustes por cambio de valor. En el modelo no son explicativas las variables recursos permanentes y efecto fiscal².

Para los ejercicios 2009, 2010 y 2011 el modelo explica peor la rentabilidad financiera (presenta bajos coeficientes de determinación de 0,232, 0,082, 0,136, un bajo grado de ajuste). Sólo la rentabilidad económica ayuda a explicar la rentabilidad financiera, evidenciando la estrecha relación entre ambas rentabilidades y la no incidencia de la variable activo/patrimonio neto seguramente por los cambios estructurales ocurridos durante estos ejercicios del período analizado. Los recursos permanentes y efecto fiscal tampoco son explicativos.

	2007	2008	2009	2010	2011
Costes personal sobre ventas	10,12%	10,03%	11,58%	12,26%	7,32%

Cuadro 6: Indicadores financieros de costes del personal

	2007	2008	2009	2010	2011
Rentabilidad financiera (RN/PN)	n.d.	7,66%	7,31%	10,54%	8,66%
Rentabilidad económica (BAIT/Activo)	n.d.	6,35%	5,37%	7,60%	6,36%

Cuadro 7: Indicadores financieros de rentabilidad según resultado neto

	2007	2008	2009	2010	2011
Rentabilidad financiera (RG/PN)	n.d.	7,27%	7,15%	11,31%	8,61%
Rentabilidad económica (RG/Activo)	n.d.	3,33%	3,33%	5,28%	4,15%

Cuadro 8: Indicadores financieros de rentabilidad según resultado global

2 Un nuevo modelo que obviara las variables de Recursos Permanentes (RP) y Efecto Fiscal (EF), daría un coeficiente de determinación 0,761, explicando perfectamente la ROE con las variables ROA y Activo/Patrimonio Neto (A/PN).

4.4—Análisis del estado de cambios en el patrimonio neto de las empresas cárnicas

Añadiendo al análisis económico financiero convencional la información del Estado de Cambios en el Patrimonio Neto (ECPN), se identifica el resultado global de estas empresas y sus variaciones patrimoniales, reflejando las garantías totales.

En el primer documento del ECPN, el Estado de ingresos y gastos reconocidos, la partida más influyente entre resultado neto y resultado global es la de subvenciones. De otra parte, la evolución del resultado global refleja que hasta el ejercicio 2010 crecía un 62,5% y en 2011 baja un 17,4%.

El resultado global sigue la misma trayectoria del resultado neto pero refleja más rápidamente la realidad del mercado, de otra parte, para las empresas cárnicas en el periodo analizado, provoca un aumento de sus patrimonios en el período considerado.

El segundo documento del ECPN, el Estado total de cambios en el patrimonio neto, permite asegurar que las empresas cárnicas se han capitalizado en este periodo debido a la evolución del resultado global (que compensa la distribución de dividendos), de manera que estas empresas tienen un 17% más de garantías de principio a fin del período analizado y por tanto gozan de mayor riqueza empresarial.

	2007	2008	2009	2010	2011
Resultado neto	1.133,30	818,45	778,87	1.177,46	1.026,89
Resultado global	n.d.	776,95	761,03	1.262,58	1.042,21

Cuadro 9: Indicadores financieros de resultado neto y resultado global

Patrimonio neto 2007	10.346,14
Patrimonio neto 2008	10.687,33
Patrimonio neto 2009	10.647,86
Patrimonio neto 2010	11.166,17
Patrimonio neto 2011	12.105,09

Cuadro 10: Evolución del Estado Total de Cambios en el Patrimonio Neto

4.5—Análisis del estado de flujos de efectivo

El análisis convencional de las empresas cárnicas se completa con la información del Estado de flujos de efectivo, es decir, los cobros y pagos (movimiento de efectivo y otros activos líquidos equivalentes) según correspondan a la actividad de explotación, de inversión y de financiación, tal y como muestra la cuadro 12.

El análisis de los diferentes flujos de las tres actividades de las empresas de la muestra indica lo siguiente:

- 1• Los flujos positivos de la actividad de explotación aumentan hasta el ejercicio 2010 un 37,9% y se reduce un 24% en 2011. Es decir, en este período no hay problemas para atender los pagos a corto plazo, aunque a partir de 2011 la diferencia entre cobros de explotación y pagos de explotación es más moderada.

- 2• Los flujos de la actividad de inversión a lo largo de los cuatro años son negativos, por tanto estas empresas están invirtiendo, aunque a partir del ejercicio 2011 la inversión disminuye. Estas inversiones se cubren por las actividades de explotación y de financiación
- 3• Los flujos de la actividad de financiación reflejan para el ejercicio 2008 una necesidad de financiación, en cambio en los otros ejercicios se van amortizando las deudas con las entidades financieras, denotando cierta madurez empresarial por parte de estas empresas.

El incremento de efectivo entre 2008/2010 (15%) disminuye en 2011 (75%), pero las empresas pueden atender sus pagos a corto plazo, es decir, son solventes a corto plazo; de otra parte, realizan inversiones en el período analizado y a partir del ejercicio 2009 amortizan préstamos (aunque en 2011 la capacidad de devolución de préstamos es inferior).

FLUJOS DE EFECTIVO	2008	2009	2010	2011
A) Flujos de efectivo de la actividad de explotación	1.739,51	2.791,17	2.398,85	1.813,61
B) Flujos de efectivo de la actividad de inversión	-2.680,73	-1.971,11	-1.393,56	-1.588,79
C) Flujos de efectivo de la actividad de financiación	971,28	-581,72	-746,65	-122,19

Cuadro 11: Evolución de los Flujos de Efectivo

5—CONCLUSIONES

Del estudio económico financiero para el período 2007-2011 de las industrias cárnicas catalanas, se concluye que los empresarios deberían tener presente que para seguir gozando de una buena solvencia a corto plazo y un crecimiento equilibrado, estas empresas deberían mejorar la gestión de sus gastos. Por otro lado, para mantener la gestión eficiente de sus activos deberían tener en cuenta la consolidación de su potencial exportador como estrategia para mantener su crecimiento de ventas y, en muchos casos, dar salida a los excedentes de producción provocados por caída en el consumo interior. Así mismo sería conveniente favorecer la innovación en procesos y en productos para incrementar de gama de la oferta de la empresa y también impulsar una mayor relación e integración de los distintos eslabones de la cadena productiva, especialmente de piensos, explotaciones ganaderas e industrias cárnicas.

De otra parte, para seguir gozando de una gestión financiera prudente, estas empresas deben mantener el nivel de endeudamiento (no aumentarlo), aunque las deudas deben ser de más calidad (más deudas a largo plazo), además, la aceptable capitalización de las cárnicas analizadas ha de permitir afrontar los nuevos retos de futuro: inversiones en mejora de canales de distribución e innovación en procesos y productos. Por tanto, sería conveniente renegociar las deudas e intentar no endeudarse más para afrontar los efectos de la crisis económica que en 2011 modera el crecimiento empresarial de un sector que ocupa un 39% del personal del sector alimentario, y tiene una gran importancia para la economía de determinadas comarcas en las que la actividad de esta industria representa un alto porcentaje del PIB comarcal. Es destacable la fortaleza financiera de Corporación Alimentaria Guissona que le permite asumir nuevas inversiones con sus recursos propios.

Respecto al análisis económico, resalta el descenso de los resultados y de las rentabilidades en 2011, augurando un cambio de tendencia, por ello, a pesar de que el endeudamiento no perjudica a estas em-

presas, sería recomendable moderar los gastos de financiación en los próximos ejercicios para favorecer los resultados, e igualmente moderar los gastos en personal en sintonía con el descenso iniciado en 2011.

A nivel estructural la convivencia de grandes empresas (que representan un 70% del volumen de negocio) con pequeñas empresas permite alcanzar unas aceptables rentabilidades, aunque en los primeros años del período analizado, tal como refleja la modelización de la ROE, la rentabilidad financiera se explica por la rentabilidad económica y por el volumen de activo respecto al patrimonio neto, a partir de 2009 sólo se explica por la rentabilidad económica (ya que se precisan también las pequeñas empresas para la integración vertical).

En el estudio queda claro que la expansión de las ventas vía exportaciones es un objetivo prioritario de estas empresas, de otra parte, la directa relación entre dimensión de las empresas y la exportación a la Unión Europea y hacia mercados extracomunitarios evidencia que para conseguir el objetivo las grandes empresas deben ofrecer un acertado equilibrio calidad-precio, es decir, unas exportaciones competitivas, y que las empresas de reducidas dimensiones deben apostar por alianzas estratégicas (temporales y/o permanentes) para acceder a la exportación incrementando su dimensión, visibilidad y presencia en fóruns y mercados internacionales.

Finalmente destacar que, en 2011 se intuye un cambio de tendencia en el análisis de los resultados, que se debería contrastar en posteriores investigaciones, además es importante velar por el mencionado crecimiento de las ventas vía exportaciones para poder hacer frente a las amortizaciones financieras comprometidas y a futuras inversiones en innovación de procesos y productos de calidad para mantener y conseguir ventajas competitivas dinámicas.

BIBLIOGRAFIA

- ALARCÓN, S., "Endeudamiento y eficiencia en las empresas agrarias", Revista Española de Financiación y Contabilidad, 2008.
- ALFRANCA, O., RAMA, R., VON TUNZELMANN N., "Estrategias sobre innovación en las empresas multinacionales agroalimentaria", Economía Agraria y Recursos Naturales, 2003.
- AMAT, O., PERRAMON, J., "High-growth cooperatives: financial profile and key factors for competitiveness", CIREC-España, revista de economía pública, social y cooperative, 2011.
- AMEUR, M, GIL, J.M., "Estrategias empresariales y propensión exportadora de la industria agroalimentaria catalana y española", Economía Agraria y Recursos Naturales, 2003.
- BARREIRO D., "Estudio de la competitividad en el sector cárnico de la Unión Europea", Informe EUROCARNE nº 199, 2011.
- BARREIRO D., "Informe económico de la industria cárnica y alimentaria", Informe EUROCARNE nº 188, 2010.
- BEVIÁ GONZÁLEZ B., CANO BORREGO M. J., "Diagnóstico Territorial de la Exportación Española. Comunidad Autónoma de Cataluña", Fundación EOI, 2011.
- CRUZ J., "La industria cárnica española sigue creciendo", Informe EUROCARNE, nº 175, 2009.
- EUROCARNE DIGITAL, "El Magrama está centrando sus esfuerzos en hacer del sistema agroalimentario uno de los pilares de la recuperación económica", <http://www.eurocarne.com/noticias.php?codigo=26157&titulo=>, 2013.
- EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY, "Study on the Competitiveness of The European Meat Processing Industry", European Commission, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/documents/studies/index_en.htm, 2011.
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas & Fundación Cajamar, "Competitividad y tamaño en la industria de la alimentación y bebidas", Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España,
- GENERALITAT DE CATALUNYA, "Informe de la industria, la distribució i el consum agroalimentari a Catalunya". Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesac, Alimentació i Medi Natural, <http://www20.gencat.cat/portal/site/empresaiocupacio/>, 2013.
- GHAMORRO A., MIRANDA J.M., RUBIO S. & VALERO V., "Innovations and trends in meat consumption: An application of the Delphi method in Spain", Meat Science, 2012.
- GIL J.M., IRAIZOZ B., RAPÚN M. & SÁNCHEZ M., "Estrategias empresariales de la industria agroalimentaria de Aragón y Navarra", Economía Agraria nº 182, 1998.
- GONZÁLEZ PÉREZ A., CORREA RODRÍGUEZ A., ACOSTA MOLINA M., "Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las PYMES", Revista Española de Financiación y Contabilidad, XXXI (112), 2002.
- http://www.anice.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=7, 2012.
- http://www.magrama.gob.es/estadistica/pags/anuario/2011/AE_2011_16.pdf, 2011.
- http://www.magrama.gob.es/imagenes/es/AyP%20Informe%20anual%20de%20Indicadores_2012_tcm7-285382.pdf, 2013.

- LAJARA-CAMILLERI N. & MATEOS-
RONCO A., "Estructura financiera
y logro empresarial en coopera-
tivas agrarias: una aproximación
empírica", Economía Agraria y
Reservas Nacionales, 2012.
- MAGRAMA, "La industria de la alimenta-
ción y medio ambiente", Anuario
de estadística 2011 (datos 2010 y
2011),
- MAMQU X., GONZÁLEZ M.A. & ALBISU
L.M., "La relación entre ventajas
competitivas y resultados empre-
sariales en la industria agroalimen-
taria aragonesa", Economía Agra-
ria y Recursos Naturales, 2009.
- MEHREZ A., GIL J. M., "Estrategias em-
presariales y propensión expor-
tadora de la industria catalana y
española", Economía Agraria y
Recursos Naturales, 2003.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALI-
MENTACIÓN Y MEDIO AMBIEN-
TE, "Líneas estratégicas para la
Internacionalización del Sector
Agroalimentario, http://www.magrama.gob.es/imagenes/es/Lineas%20estrat%C3%A9gicas%20internacionalizaci%C3%B3n_tcm7-278627.pdf , 2013.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALI-
MENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE,
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE
ESTADÍSTICA, Boletín mensual
de estadística, Publicaciones de la
Administración General del Esta-
do, <http://publicacionesoficiales.boe.es/>, 2013.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALI-
MENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE.
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE
ESTADÍSTICA, Informe Anual de
indicadores Agricultura, Alimenta-
ción y Medioambiente,
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y
MEDIO RURAL MARINO, INSTITUT
CERDÀ, "Análisis de la Innovación
en las PYMEs Agroalimentarias",
<http://www.magrama.es>, 2010.
- PEIX J., "Catalunya primer clúster agroa-
limentari d'Europa, Generalitat de
Catalunya. Observatori de Clústers
d'Europa", Stockholm School of
Economics, www.clusterobservatory.eu, 2008.
- PIMEC, "Anuari de la PIME catalana 2013,
resultats econòmics i financers:
2007-2011", <http://observatori.pimec.org/es/anuarios/anuario-de-la-pime-catalana-2013>, 2013.
- PINDADO E. & ALARCÓN S., "Análisis de
conglomerados empresariales en
la industria cárnica castellanoleo-
nesa", IX Congreso de Economía
Agraria, septiembre, UPC, Castell-
defels, Barcelona, España, 2013.
- POVEDA CARME, "Anàlisi de l'exportació
catalana des d'una perspectiva
empresarial", Gabinet d'estudis
econòmics i infraestructura de la
cambra de comerç de Barcelona,
2012.

VALORACIÓN SOCIAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS DIRIGIDAS A LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA. APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE PREFERENCIAS DECLARADAS Y ESTIMACIÓN DE MODELOS DE ELECCIÓN DISCRETA.

SOCIAL ASSESSMENT OF PUBLIC POLICIES AIMED AT CHILDREN AND ADOLESCENTS IN THE PROVINCE OF CORDOBA. APPLICATION OF STATED PREFERENCES SURVEYS AND ESTIMATION OF DISCRETE CHOICE MODELS.

JUAN JOSÉ POMPILIO SARTORI²

ANA MARÍA ROBLES³

JORGE MAURICIO OVIEDO⁴

ARIEL CASTAÑEDA⁵

RECIBIDO: **noviembre 2014** | ACEPTADO: **agosto 2015**

RESUMEN

Este estudio presenta estimaciones de modelos de elección discreta utilizando encuestas de preferencias declaradas realizadas a una muestra de trabajadores de la provincia de Córdoba, para luego calcular la valoración social de políticas públicas dirigidas a mejorar el bienestar de niños y adolescentes.

ABSTRACT

This study presents estimates of discrete choice models using stated preference surveys with a sample of workers in the province of Cordoba, then calculate the social assessment of public policies aimed at improving the welfare of children and adolescents.

¹Profesor Universidad Blas Pascal y Universidad Nacional de Córdoba, jsartori@ubp.edu.ar

²Profesora Universidad Blas Pascal, arobles@ubp.edu.ar

³Jorge Mauricio Oviedo, Profesor Universidad Blas Pascal, joroviedo@ubp.edu.ar

⁴Ariel Castañeda, Profesor Universidad Blas Pascal, acastanieda@ubp.edu.ar

PALABRAS CLAVE: Modelos de elección discreta, preferencias declaradas, deserción escolar, inseguridad alimentaria de niños, indigencia, derechos de niños y adolescentes

KEY WORDS: *Discrete choice models, stated preferences, school dropout, food insecurity for children, Indigence, children and adolescents rights.*

1—INTRODUCCIÓN

Existen metodologías que se identifican como tradicionales para la valoración de beneficios y costos de los proyectos o políticas públicas, son aquellas en las cuales los impactos sobre la producción o los propios bienes, implican una identificación plena de sus mercados. Es decir: si el proyecto produce X bienes (o servicios) y utiliza Y factores productivos; estos bienes y factores tienen mercados definidos; y por lo tanto es factible dimensionar el impacto producido con cada mercado y en el bienestar de la sociedad. Sin embargo, a pesar de que las metodologías tradicionales de asignación de precios cuenta de eficiencia (precios sombra) hacen un gran aporte al proceso, existe un vacío generado en la medida que existan externalidades que no puedan ser cuantificadas, y no exista ningún criterio riguroso para establecer si son mayores, menores o iguales a la parte cuantificada. Por ende, no puede establecerse el signo del resultado neto en términos de bienestar de la sociedad.

Tal como plantea Arrow (1986), cuando no existe mercado, hay un vacío de información para la toma de decisiones de los individuos, que ha de completarse con algún tipo de conjetura. El problema es que dichas conjeturas no siempre coinciden con la realidad asociada al fenómeno bajo estudio, y por consiguiente, la toma de decisiones que se deriva de las mismas puede resultar en una asignación

no óptima de recursos. Ante este tipo de situaciones, la tarea del evaluador radica en proporcionar instrumentos de análisis que permitan corregir tales desvíos.

Es por lo anterior que se ha vuelto importante el desarrollo de metodologías alternativas para la evaluación económica de proyectos y políticas, que permitan dimensionar la parte no cuantificada, y facilitar el proceso de tomas de decisiones. Entre estas metodologías pueden citarse: análisis costo-eficiencia, ahorro en costos, costos de mitigación, precios hedónicos, costos de viaje (Castro & Mokate, 2003) y preferencias declaradas, pudiendo clasificar a estas últimas entre técnicas de valoración contingente y estimación de modelos de elección. Los modelos de elección pueden basarse en la respuesta a una elección específica realizada por el entrevistado (modelos de elección discreta propiamente dichos) o en un ordenamiento de preferencias de todas las alternativas incluidas en cada escenario de elección (modelos de elección ordenados).

Según Pere Riera (1994) el método de valoración contingente es una de las técnicas utilizadas para estimar el valor de los bienes (productos o servicios) para los que no existe mercado. El método consiste en simular un mercado mediante encuesta a los consumidores potenciales, preguntando por la máxima cantidad de

dinero que pagarían por el bien si tuvieran que comprarlo. Esta forma directa de indagación ha sido denominada también “precio de transferencia” (del inglés “transfer price”) o “beneficio de transferencia” (del inglés “benefit transfer”). Este método tiene como objetivo que las personas declaren sus preferencias con relación a un determinado bien o servicio, en lugar de realizar estimaciones sobre la base de conductas que se observan en el mercado. En este caso se pregunta directamente sobre la disposición a pagar por un bien o servicio que no posee mercado.

En la encuesta, después de proporcionar la información específica sobre la finalidad del estudio y la situación que se va a valorar, se pregunta al encuestado directamente por su disposición a pagar respecto del bien objeto de análisis. La disposición a pagar estimada es un valor que depende de características observables y no observables del decisor, es decir, desde el punto de vista estadístico es una variable aleatoria.

Este método se aplica generalmente a los servicios ambientales que poseen un valor de existencia significativo.

Por otra parte, los métodos de preferencias declaradas mediante la estimación de modelos de elección discreta también se basan en encuestas presentadas a las personas para que declaren sus preferencias con relación a un determinado bien o servicio. En este caso, se presentan escenarios hipotéticos de elección para que el entrevistado seleccione el que considera de su mayor preferencia.

Estos métodos permiten estimar la máxima disposición a pagar (DAP) por un bien o servicio; o bien la disposición a ser compensado, es decir, disposición a aceptar (DAA)¹. La aplicación de estos métodos tiene como objeto la estimación de la función de demanda de un bien que no posee un mercado donde pueda ser transado.

1 En muchos casos se considera inadecuado el uso de la disposición a aceptar debido a que sugiere la posibilidad de que la persona encuestada presente reparos de índole moral; por ejemplo, el hecho de aceptar un pago a cambio del permiso para degradar el medio ambiente. Por otra parte, Carson & Hanemann (2005) plantea que la elección entre la «disposición a pagar» y la «disposición a aceptar» depende de los derechos de propiedad que existan o se asuman sobre el bien o servicio en cuestión.

Las encuestas de preferencias declaradas y su aplicación con modelos de elección discreta basados en la teoría de la elección del consumidor son un instrumento fundamental para el análisis de la demanda. El punto fundamental que aparta a este paradigma de la teoría económica del consumidor tradicional está relacionado con la idea de que la utilidad se deriva de las propiedades o características de los bienes en vez de hacerlo por los bienes en sí mismos. Este es el llamado “paradigma de la elección” que se encuentra subyacente en el análisis de elección discreta y que une la función de utilidad con los bienes y sus características objetivas (Louviere, Hensher & Swait, 2000).

El modelo económico teórico postulado para realizar las estimaciones y los pronósticos se basa en la teoría de la utilidad aleatoria, formalizada por Manski (1977). El supuesto básico del modelo de utilidad aleatoria es que un individuo actuando racionalmente puede comparar alternativas y elegir aquella que le reporta el máximo nivel de satisfacción o utilidad, es decir, el individuo elige la alternativa que maximiza su utilidad una vez que se confronta con el ejercicio de elección, dados los atributos de los bienes considerados y sus propias características socio-económicas. El significado “aleatorio” de este modelo se utiliza debido a que en la modelación de las preferencias individuales (utilidades), el analista no posee información completa sobre los argumentos del proceso de decisión, así, una parte de la función de utilidad modelada es mensurable y otra no es directamente mensurable, es aleatoria.

Por lo tanto, el individuo q elegirá la alternativa que le otorgue mayor utilidad que cualquier otra alternativa del conjunto de alternativas disponibles (incluida la alternativa de “no elección”²). Es decir:

$$V_{jq} = CEA_j + \sum_k \beta_{kj} x_{kjq}$$

2 Por lo general se han estimado modelos de elección considerando un conjunto de alternativas determinadas, sin embargo, en los últimos años se ha incluido como una alternativa más que integra el conjunto de elección la denominada “alternativa de no elección” (Dhar, 1997; Haaijer, 1999; Dhar & Simonson, 2003).

La parte sistemática (o determinística) de la utilidad individual a menudo se supone como una función lineal aditiva en los atributos en la que los parámetros b se suponen constantes para todos los individuos pero pueden variar entre alternativas. La CEA es la denominada “constante específica de la alternativa” y representa la influencia neta de todas las características no observadas del individuo o de la alternativa en el modelo especificado.

El individuo q elige la alternativa que maximiza su utilidad, es decir:

$$U_{jq} \geq U_{iq}$$

donde los subíndices “ i ” y “ j ” se refieren a las alternativas de elección disponibles, con $i = 1, \dots, I$ e $i \neq j$.

Esto es,

$$V_{jq} - V_{iq} \geq \varepsilon_{iq} - \varepsilon_{jq} \quad V_{jq} + \varepsilon_{jq} \geq V_{iq} + \varepsilon_{iq}$$

Dado que el individuo elige la opción que maximiza su utilidad, se desconoce el valor del segundo miembro de la última desigualdad presentada y el procedimiento para determinar la probabilidad de elegir la alternativa j por el individuo q viene dado por:

$$P_{jq} = \text{Prob}(\varepsilon_{iq} - \varepsilon_{jq} \leq V_{jq} - V_{iq}, \forall i \in 1, \dots, I; i \neq j)$$

Numerosas aplicaciones en el campo del marketing, la economía del transporte y la economía ambiental utilizan la especificación del modelo logit multinomial, que implica que se cumple el supuesto de independencia de las alternativas irrelevantes, la parte no observable de las utilidades se distribuyen de manera idéntica e independiente, no existe correlación serial en el modelo, posee factores de escala constantes para todas las alternativas que se normalizan arbitrariamente igualándolos al valor unitario y los parámetros a estimar son fijos, no aleatorios.

El modelo logit multinomial³ puede expresarse como:

$$P_i = \frac{e^{\lambda U_i}}{\sum_{j=1}^n e^{\lambda U_j}}$$

donde:

U_i es la función de utilidad de la alternativa i -ésima, que puede expresarse como:

$U_i = V_i + \varepsilon_i$ en la cual V_i es la parte determinística de la función de utilidad que usualmente se supone como una función lineal de variables explicativas de la demanda y ε_i es un término de error aleatorio relacionado a los efectos no observables.

λ es el factor de escala o parámetro de precisión, que es una función inversa de la desviación estándar de los efectos no observables o errores del modelo ε_i . En este modelo, λ se supone igual a la unidad.

Asimismo, el modelo logit multinomial permite considerar diferentes conjuntos de elección para cada individuo entrevistado de manera de estimar un modelo como una función de los niveles de servicio de las alternativas y de las características socio-demográficas de los individuos entrevistados.

En este tipo de modelos pueden presentarse algunas limitaciones, como son:

Efectos dinámicos dados por el hecho de que las elecciones en un momento determinado pueden depender de las elecciones realizadas en el pasado, como son por ejemplo los efectos de hábito o aprendizaje. En el caso de trabajar con una secuencia temporal de situaciones de elección, pueden agregarse en la función de utilidad variables exógenas representativas del pasado o el futuro para representar respuestas rezagadas o efectos de hábito y comportamiento anticipado, respectivamente.

Correlación serial existente debido a factores no observables que persisten a través del tiempo o de la secuencia de elecciones, en particular todos los factores relacionados al individuo n , a partir de lo cual

³ McFadden (1974), presenta los fundamentos y propiedades econométricas de este modelo denominado originalmente *Modelo Logit Condicional*.

los ε_{njt} podrán no ser independientes de los $\varepsilon_{nj(t-1)}$. Este tipo de correlación resulta de importancia ya que en el caso de trabajar con datos de preferencias declaradas existirán varias respuestas del mismo individuo a diferentes situaciones de elección. La estimación de un modelo logit multinomial mixto de panel permite salvar esta limitación.

2— ELECCIÓN DE PREFERENCIAS DECLARADAS

A los fines de mejorar la situación de vulnerabilidad de los derechos de los niños resulta importante conocer las preferencias declaradas por la población bajo análisis que permita elaborar un esquema de recaudación de fondos suplementarios a los obtenidos mediante recaudación impositiva tradicional y cumplir con las preferencias de la población.

En este estudio, el diseño del experimento de elección consideró una situación en la que el entrevistado puede elegir entre donar una determinada cantidad de dinero a cuatro diferentes organismos recaudadores (Estado Nacional, Estado Provincial, Estado Municipal, Unicef) o no hacerlo. Se ha utilizado la figura de la donación para evitar utilizar otro mecanismo de financiamiento del gasto, como por ejemplo a través de aumentos de impuestos. Al utilizar la figura de la donación, se supone que el sistema de impuestos no se modifica, por lo tanto, el individuo entrevistado puede elegir donar o no donar sin variación en los tipos de impuestos y alícuotas que enfrenta.

Se trata de un experimento de elección de cinco alternativas, una de las cuales es fija y se corresponde con niveles fijos de los atributos que caracterizan a esa alternativa. Como antes, los niveles fijos utilizados se obtuvieron de la situación actual de los indicadores socioeconómicos de los niños y adolescentes según Tuñón (2011). Los atributos y niveles considerados se exponen a continuación en la Tabla 1. Uno de los atributos se refiere a

“aporte o donación mensual” que debería realizarse para obtener mejoras en los demás atributos relacionados a variables relacionadas con la condición socioeconómica de niños y adolescentes en la provincia de Córdoba, a saber:

- Porcentaje de niños entre 5 y 17 años que vive hacinado: con niveles de 12% y 0%. (Área: Vivienda).
- Porcentaje de niños entre 5 y 12 años que comparten cama o colchón para dormir: con niveles de 12%, 6% y 0%. (Área: Crianza y socialización).
- Porcentaje de niños menores de 17 años con inseguridad alimentaria (no logra cubrir sus requerimientos nutricionales): con niveles de 10%, 5% y 0%. (Área: Alimentación).
- Porcentaje de niños entre 13 y 17 años que no asiste a nivel secundario: con niveles de 5% y 0%. (Área: Educación).
- Porcentaje de niños entre 0 y 17 años en situación de indigencia: con niveles de 6% y 0%. (Área: Subsistencia).
- Organismo recaudador: con cuatro niveles, 1. Estado Nacional, 2. Estado Provincial, 3. Estado Municipal y 4. Unicef.
- Aporte o donación mensual: con niveles de \$10, \$50, \$90. Cabe señalar, que se restringió el modelo de diseño del experimento de elección, de manera que en cada escenario el nivel de esta variable es el mismo para los diferentes organismos recaudadores y administradores de los fondos donados.

Se diseñó un experimento D-eficiente utilizando el software Ngene (Choicemetrics, 2009), especificando las siguientes funciones de utilidad:

Atributos de las alternativas	Nombre de la variable o atributo	Niveles de los atributos de cada alternativa			
		Alternativa 1. Situación actual. No realiza aporte o donación específica.	Alternativas 2 a 5. Situación en la que se realiza el aporte o donación al Estado Nacional, Estado Provincial, Estado Municipal o Unicef.		
Aporte o donación mensual	Ap	\$ 0	\$10	\$50	\$90
Porcentaje de niños entre 5 y 17 años que vive hacinado	Viv	24%	12%	0%	
Porcentaje de niños entre 5 y 12 años que comparten cama o colchón para dormir	Colch	18%	12%	6%	0%
Porcentaje de niños menores de 17 años con inseguridad alimentaria (no logra cubrir sus requerimientos nutricionales)	Alim	16%	10%	5%	0%
Porcentaje de niños entre 13 y 17 años que no asiste a nivel secundario	Educ	10%	5%	0%	
Porcentaje de niños entre 0 y 17 años en situación de indigencia	Indig	12%	6%	0%	

Tabla 1: Atributos y niveles del experimento de elección | **Fuente:** Elaboración propia.

Valoración de Políticas de Infancia - B2

¡Gracias por participar de esta encuesta!

Con su colaboración, desde la Universidad Nacional de Córdoba y la Universidad Blas Pascal, podremos realizar análisis de políticas públicas dirigidas a niñez y adolescencia en la provincia de Córdoba (Argentina).

0%

100%

Preferencias Declaradas B2 - E1

En el siguiente cuadro se presentan cinco situaciones.

La primera situación (Situación Actual) está relacionada con el valor que asumen en la actualidad algunos indicadores sobre deficiencias en la situación social de los niños y adolescentes en la provincia de Córdoba.

Las siguientes 4 "Situaciones Finales", corresponderían con el aporte o donación monetaria específica "Al Estado Nacional, Al Estado Provincial, Al Estado Municipal o Unicef", en las cuales mejoran algunos indicadores como resultado de su donación monetaria.

Luego se le solicita que elija si estaría dispuesto a efectuar la donación mensual a un ente específico o en caso de no donar seleccionar la opción "Situación Actual".

Indicadores	Situación Actual	Situación Final Con aporte o donación monetaria específica "Al Estado Nacional"	Situación Final Con aporte o donación monetaria específica "Al Estado Provincial"	Situación Final Con aporte o donación monetaria específica "Al Estado Municipal"	Situación Final Con aporte o donación monetaria específica "A Unicef"
Porcentaje de niños entre 5 y 17 años que vive hacinado (viviendas en donde conviven tres o más personas por cuarto)	24%	12%	0%	0%	12%
Porcentaje de niños entre 5 y 12 años que comparten cama o colchón para dormir	18%	12%	0%	0%	12%
Porcentaje de niños menores de 17 años con inseguridad alimentaria (no logra cubrir sus requerimientos nutricionales)	16%	10%	5%	0%	5%
Porcentaje de niños entre 13 y 17 años que no asiste a nivel secundario	10%	5%	5%	0%	0%
Porcentaje de niños entre 0 y 17 años en situación de indigencia (el ingreso del hogar no permite adquirir el valor de la Canasta Básica Alimentaria)	12%	6%	6%	0%	0%
Aporte o donación mensual	\$0	\$90	\$90	\$90	\$90

Seleccione la alternativa que Ud. prefiere.

No donar (se mantiene la Situación Actual)

Donar al Estado Nacional

Donar al Estado Provincial

Donar al Estado Municipal

Donar a Unicef

Seleccione la alternativa que Ud. prefiere.

☐

☐

☐

☐

☐

Continuar después

Siguiente

Ir a la encuesta

Figura 1: Escenario de elección | **Fuente:** Elaboración propia.

$$V(Nacion) = b0N + b1 . Viv + b2 . Colch + b3 . Alim + b4 . Educ + b5 . Indig + b6 . Ap$$

$$V(Provincia) = b0P + b1 . Viv + b2 . Colch + b3 . Alim + b4 . Educ + b5 . Indig + b6 . Ap$$

$$V(Municipio) = b0M + b1 . Viv + b2 . Colch + b3 . Alim + b4 . Educ + b5 . Indig + b6 . Ap$$

$$V(Unicef) = b0U + b1 . Viv + b2 . Colch + b3 . Alim + b4 . Educ + b5 . Indig + b6 . Ap$$

$$V(No aporta) = b1 . Viv + b2 . Colch + b3 . Alim + b4 . Educ + b5 . Indig + b6 . Ap$$

en las cuales:

β_{ON} : constante específica de la alternativa de elección de donar al Estado Nacional.

β_{OP} : constante específica de la alternativa de elección de donar al Estado Provincial.

β_{OM} : constante específica de la alternativa de elección de donar al Estado Municipal.

β_{OU} : constante específica de la alternativa de elección de donar a Unicef.

Se generaron diez escenarios de elección en el experimento divididos en dos bloques de cinco escenarios.

En la figura 1 que sigue se presenta a modo de ejemplo un escenario de elección de la encuesta web utilizada.

En el caso de la estimación de modelos de elección discreta, se desea estimar el porcentaje (probabilidad o proporción) de personas que elegirán una alternativa de elección de entre las disponibles.

El marco muestral de esta investigación está conformado por todas las personas mayores de 18 años de edad con ingresos, es decir, que poseen trabajo o ingresos que le permiten decidir si realizarían una donación.

La estrategia de muestreo en una encuesta de preferencias declaradas para estimar modelos de elección discreta debe realizarse cuidadosamente para que la muestra sea representativa de la población bajo estudio.

En la ciudad de Córdoba se realizó un diseño muestral probabilístico por conglomerados geográficos, realizado en dos etapas basadas en los hogares, que implicó dividir la ciudad en 74 zonas geográficas que se corresponden con las fracciones poblacionales del Censo de Población del año 2001, seleccionar aleatoriamente un radio censal de cada una de las fracciones y luego una manzana dentro del radio seleccionado. La selección de hogares a encuestar en cada manzana elegida se realizó por medio de muestreo sistemático, hasta completar al menos una encuesta a un trabajador por cada manzana seleccionada. En las ciudades del interior de la provincia que se presentan en la Tabla 2, se realizó un muestreo no probabilístico del tipo bola de nieve a partir de algunos trabajadores seleccionados.

La muestra a partir con la que se efectuaron las estimaciones quedó conformada por 540 casos (o respuestas de escenarios de elección) correspondientes a 108 encuestados que respondieron la encuesta en el primer semestre de 2014. Con este tamaño de la muestra y considerando muestreo aleatorio simple para todas las ciudades consideradas en el estudio, el error de muestreo ex - post ascendería a 3,5%, con un 90% de nivel de confianza. Dada la característica no probabilística de la muestra en las ciudades del interior de Córdoba unido a que en algunas de ellas consiguieron realizarse muy pocas encuestas, debe considerarse a este estudio como exploratorio y a la encuesta realizada como encuesta piloto.

En la siguiente tabla se presenta la distribución de casos (o respuestas a escenarios de elección) según ciudad.

Las encuestas se recopilaban vía web en todos los casos. En el caso de la ciudad de Córdoba se realizaron visitas personales a los hogares que permitieron establecer el primer contacto con el hogar seleccionado y tomar las direcciones de email de los trabajadores del hogar, que luego permitieron enviar las invitaciones a participar de la encuesta web realizada en la plataforma LimeSurvey disponible en la Universidad Nacional de Córdoba. En el caso de las ciudades del interior, se tomó contacto con estudiantes universitarios y personal docente de la Universidad Na-

cional de Córdoba, de la Universidad Tecnológica Nacional (Facultad Regional Villa María) y de la Universidad Blas Pascal que brindaron información sobre contactos de las diferentes ciudades del interior, a partir de los cuales se aplicó la estrategia de bola de nieve mencionada anteriormente.

CIUDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Villa Carlos Paz	10	1,85	1,85
Colonia Caroya	5	0,93	2,78
Córdoba capital	415	76,85	79,63
Mendiolaza	5	0,93	80,56
Río Ceballos	25	4,63	85,19
Río Cuarto	5	0,93	86,11
San Francisco	10	1,85	87,96
Unquillo	5	0,93	88,89
Villa Allende	30	5,56	94,44
Villa María	25	4,63	99,07
Villa Nueva	5	0,93	100,00
Total	540	100,0	

Tabla 2: Distribución de respuestas según ciudad | **Fuente:** Elaboración propia.

3— ESTIMACIÓN DE LA VALORACIÓN SOCIAL DE POLÍTICAS DIRIGIDAS A NIÑEZ Y ADOLESCENCIA EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de las encuestas relevadas, se estimó el modelo especificado logit multinomial en el diseño del experimento de elección.

Las funciones de utilidad del modelo estimado son las siguientes:

$V(Nacion) = b0N + b1 \cdot Viv + b2 \cdot Colch + b3 \cdot Alim + b4 \cdot Educ + b5 \cdot Indig + b6 \cdot Ap$

$V(Provincia) = b0P + b1 \cdot Viv + b2 \cdot Colch + b3 \cdot Alim + b4 \cdot Educ + b5 \cdot Indig + b6 \cdot Ap$

$V(Municipio) = b0M + b1 \cdot Viv + b2 \cdot Colch + b3 \cdot Alim + b4 \cdot Educ + b5 \cdot Indig + b6 \cdot Ap$

$V(Unicef) = b0U + b1 \cdot Viv + b2 \cdot Colch + b3 \cdot Alim + b4 \cdot Educ + b5 \cdot Indig + b6 \cdot Ap$

$V(No aporta) = b1 \cdot Viv + b2 \cdot Colch + b3 \cdot Alim + b4 \cdot Educ + b5 \cdot Indig + b6 \cdot Ap$

Al estimar el modelo se obtuvieron los resultados que se presentan en la siguiente tabla.

	Logit multinomial			Logit multinomial mixto con efectos de panel para respuestas repetidas		
Parámetro	Valor del parámetro	Estadístico t robusto	p-valor	Valor del parámetro	Estadístico t robusto	p-valor
β_{0N}	-2,85	-6,53	0,00	6,39	1,80	0,07
β_{0P}	-3,23	-7,38	0,00	6,01	1,68	0,09
β_{0M}	-2,80	-6,14	0,00	6,44	1,80	0,07
β_{0U}	-1,76	-4,13	0,00	7,50	2,10	0,04
β_1	-0,0443	-4,67	0,00	-0,0452	-4,29	0,00
β_2	-0,0467	-4,13	0,00	-0,0478	-4,38	0,00
β_3	-0,079	-6,12	0,00	-0,0799	-5,68	0,00
β_4	-0,0239	-1,08	0,28	-0,0218	-1,16	0,25
β_5	-0,0664	-3,88	0,00	-0,0677	-4,23	0,00
β_6	-0,00284	-0,68	0,50	-0,00394	-0,34	0,73
σ_{panel}	---	---	---	9,21	3,51	0,00
Número de observaciones:				540		
Rho cuadrado:				0,293		
Rho cuadrado ajustado:				0,280		
Log de verosimilitud inicial:				-860,096		
Log de verosimilitud final:				-614,554		
Test de Razón de verosimilitud:				509,085		

Tabla 3: Logit multinomial de elección de donación o aporte para mejorar las condiciones socioeconómicas de niños y adolescentes de la Provincia de Córdoba | **Fuente:** Elaboración propia basada en resultados de BIOGEME (Bierlaire, 2003 y 2009), utilizando modelos de elección discreta con simulación (Train, 2009).

Como puede apreciarse se estimó el modelo logit multinomial para la elección de no donar o realizar una donación a diferentes entes recaudadores y el modelo logit multinomial con efectos de panel. Dado que el modelo con efectos de panel para respuestas repetidas resultó válido a juzgar por la significatividad del parámetro estimado spanel, y además arrojó una mejor bondad de ajuste general evidenciada por el coeficiente Rho cuadrado ajustado, este es el mejor modelo que representa las preferencias de la muestra utilizada.

En los modelos logit multinomiales estimados los parámetros resultaron con el signo esperado y en su mayoría significativos considerando un 5% de nivel de significación. No resultaron significativos (al 5% de nivel de significación) los coeficientes asociados a las variables “aporte” y “educación”. Sin embargo, a los fines de obtener una primera estimación de la valoración subjetiva de las políticas dirigidas a mejorar la calidad de vida de niños y adolescentes en la provincia de Córdoba resulta necesario contar con el parámetro asociado a la variable “aporte” que resultó con el signo negativo esperado, razón por la cual se ha considerado como válido el modelo estimado, a los fines de mostrar los primeros resultados obtenidos con esta metodología en la provincia de Córdoba y posiblemente a nivel mundial. Sin lugar a dudas, resulta necesario ampliar el número de casos de la muestra a los fines de mejorar la eficiencia de los parámetros estimados, tarea que podrá realizarse en próximas investigaciones.

A partir de estas estimaciones, puede calcularse la valoración monetaria subjetiva de cada uno de los atributos considerados en la elección de realizar un aporte o contribución.

Como es sabido, una manera de establecer la importancia relativa de los atributos en una estimación de demanda de elección discreta es calcular la valoración de un atributo en términos de otro atributo utilizado como numerario, tal como el precio o costo de la alternativa. Así, por ejemplo, para obtener la valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños que vive hacinado, se divide el valor estimado del parámetro

relacionado a la variable Viv (β_1) por el valor estimado del parámetro asociado a la variable que representa el aporte o donación mensual (β_6).

Las valoraciones subjetivas calculadas para los distintos indicadores considerados a partir de los modelos estimados son las que se exponen en la siguiente tabla.

Según los resultados de ambos modelos estimados, existe una mayor valoración de las políticas dirigidas a disminuir la inseguridad alimentaria y la indigencia, seguidas por las valoraciones de las políticas dirigidas a reducir el hacinamiento (tanto el hacinamiento propiamente dicho como la situación de compartir cama o colchón para dormir) y luego la deserción escolar en el nivel de enseñanza secundario.

Asimismo, debe señalarse que existe una mayor preferencia por efectuar donaciones a Unicef en relación a los demás organismos estatales recaudadores y administradores de los fondos que los encuestados estarían dispuestos a donar.

Modelo estimado:	Logit multinomial	Logit multinomial mixto con efectos de panel para respuestas repetidas
Valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños que vive hacinado:	\$ 15,60	\$ 11,47
Valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños que comparten cama o colchón para dormir:	\$ 16,44	\$12,13
Valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños con inseguridad alimentaria:	\$ 27,28	\$ 20,28
Valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños que no asiste a nivel secundario:	\$ 8,42	\$ 5,53
Valoración subjetiva de una reducción de un 1% en el porcentaje de niños en situación de indigencia:	\$ 23,38	\$ 17,18

Tabla 4: Valoración Social de Políticas dirigidas a niñez y adolescencia en la Provincia de Córdoba | **Fuente:** Elaboración propia.

4—CONCLUSIONES

Con el presente trabajo se pudo observar la importancia de la valoración social subjetiva de las políticas públicas por parte de los miembros de una comunidad.

En diferentes artículos se ha analizado la evolución del gasto público dirigido a niñez en la Provincia de Córdoba (Blanco y Zen, 2005; Sartori, Oviedo y Robles, 2013). La evolución creciente del gasto público dirigido a niñez y adolescencia en términos del producto bruto geográfico de la provincia de Córdoba o el gasto por niño en valores monetarios constantes, podría suponer la existencia o la generación de una percepción favorable por parte de la población hacia las políticas aplicadas por el Estado.

A partir del presente estudio de preferencias declaradas, se relacionó la disposición a realizar una donación monetaria mensual que resultara en una mejora de las condiciones de vida de niños y adolescentes en la provincia de Córdoba. Dicho trabajo fue efectuado a través de una encuesta a adultos y estimando a partir de la misma la valoración subjetiva y disposición a realizar aportes (donaciones) para implementar políticas específicas que permitan mejorar las condiciones socioeconómicas de los niños y adolescentes de Córdoba. Como conclusión se observa que las preferencias de la población en relación a políticas específicas dirigidas a mejorar la situación socioeconómica de niños y adolescentes podrían ser diferen-

tes a la valoración subjetiva de quienes implementan las políticas. Es probable que la evaluación realizada de la población hacia el Estado posiblemente considere indicadores diferentes a los que puedan surgir del análisis de los resultados de una Ejecución Presupuestaria o sobre la cuenta Ahorro – Inversión – Financiamiento del gobierno. Ello surge a partir de los resultados obtenidos que muestran que existe una mayor preferencia por efectuar donaciones a Unicef en relación a los demás organismos estatales recaudadores y administradores de los fondos donados. Asimismo, es de destacar que existe por parte de la población una mayor valoración de las políticas dirigidas a disminuir la indigencia y la inseguridad alimentaria, seguidas por las valoraciones de las políticas dirigidas a reducir el hacinamiento (tanto el hacinamiento propiamente dicho como la situación de compartir cama o colchón para dormir) y la deserción escolar.

Para ello sería importante avanzar por parte del Estado en el registro anual de la situación de los indicadores relacionadas a las condiciones socioeconómicas de niños y adolescentes para luego calcular de qué manera los aumentos en el gasto público se vinculan con mejoras en los valores de los indicadores relevados. Luego, podrán compararse los incrementos específicos de gasto con la valoración subjetiva social que le otorga la comunidad a ese gasto. De esta manera, se podrían medir los beneficios sociales resultantes en el marco analítico de la evaluación económica y social de políticas de gobierno, lo que permitiría tomar decisiones de asignación del gasto público a aquellas políticas que arrojen mayores beneficios sociales, contribuyendo así al desarrollo económico.

5—BIBLIOGRAFIA

- ARROW K., "Rationality of self and others in an economic system", *Journal of Business*, Cambridge, Estados Unidos, 1986.
- BIERLAIRE M., "Biogeme: a free package for the estimation of discrete choice models, proceedings of the 3rd swiss transportation research conference", Nueva York, Estados Unidos, 2003.
- BIERLAIRE M., "Estimation of discrete choice models with BIOGEME 1.8", <http://biogeme.epfl.ch/v18/tutorialv18.pdf>, 2009.
- BLANCO F. & Zen S., "Gasto público dirigido a la niñez y adolescencia en la provincia de Córdoba, 2000-2004: un estudio sobre la inversión de recursos públicos provinciales", Fundación Arcor y UNICEF, Córdoba, Argentina, 2005.
- CARSON R. & HANEMANN W. "Contingent valuation: handbook of environmental economics, 2", California, Estados Unidos, 2005.
- CASTRO R. & MOKATE K., "Evaluación económica y social de proyectos de inversión", Alfaomega, Nueva York, Estados Unidos, 2003.
- CHOICECMETRICS, "NGene 1.0 user manual & reference guide, the cutting edge in experimental design", Nueva York, Estados Unidos, 2009.
- DHAR R. & SIMONSON I., "The effect of forced choice on choice", *Journal of marketing research*, Chicago, Estados Unidos, 2003.
- DHAR R., "Consumer preference for a no-choice option", *Journal of consumer research*, Oxford, Inglaterra, 1997.
- HAAIJER M., "Modeling conjoint choice experiments with the probit model", The Netherlands, Labyrinth Publications, Nueva York, Estados Unidos, 1999.
- LOUVIERE J., HENSHER D. & SWAIT J., "Stated choice methods. Analysis and application", Cambridge University Press, Cambridge, Estados Unidos, 2000.
- MANSKI C., "The structure of random utility models, theory and decision", Nueva York, Estados Unidos, 1977.
- MCFADDEN D., "Conditional logit analysis of qualitative choice behaviour, frontiers of econometrics", Academic Press, Zarembka, Nueva York, Estados Unidos, 1974.
- PERE RIERA M., "Manual de valoración contingente, Ministerio de Economía y Hacienda", Madrid, España, 1994.
- SARTORI, J., OVIEDO J. & ROBLES A., "XLVIII reunión anual de la Asociación Argentina de Economía Política, una estimación de la valoración social de las políticas públicas dirigidas a niñez y adolescencia en la provincia de Córdoba aplicando encuestas de preferencias declaradas", Universidad Nacional de Rosario y Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Provincia de Santa Fe, Rosario, Argentina, 2013.
- TRAIN, K., "Discrete choice methods with simulation", Cambridge University Press, <http://eml.berkeley.edu/books/choice2.html>, 2009.
- TUÑÓN I., "Situación de la infancia a inicios del bicentenario: un enfoque multidimensional y de derechos, barómetro de la deuda social de la infancia", Universidad Católica Argentina, <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/investigacion/situacion-infancia-inicios-bicentenario-multidimensional.pdf>, Buenos Aires, Argentina, 2011.

MILAGRO SOBRE EL RÍO HAN

MIRACLE ON THE HAN RIVER

PABLO PICCOLOTTO¹

RECIBIDO: **marzo 2015** | ACEPTADO: **abril 2015**

RESUMEN

El caso de estudio que se presenta a continuación pretende exponer las variables económicas, políticas, sociales y culturales que fueron instrumentales para el desarrollo económico de Corea del Sur, luego de finalizada la Guerra de Corea y hasta mediados de los 90s. El fin último que persigue este artículo es descubrir y hacer explícitas aquellas buenas prácticas que podrían ser aplicadas por otras naciones emergentes, para generar condiciones de crecimiento similares a las de Corea del Sur. El trabajo se encuentra complementado por un análisis comparativo sobre los valores culturales de Corea del Sur y Argentina, ya que la cultura es un aspecto clave que debe ser considerado a la hora de analizar e instanciar las lecciones que se exponen en el artículo. La información expuesta se encuentra respaldada por una amplia investigación de literatura e información estadística actualizada, así como también, se nutre de la experiencia vivencial del autor tras estudiar dichos aspectos en Corea del Sur.

ABSTRACT

The study case presented below, aims to expose the economic, political, social and cultural variables that were instrumental in the economic development of South Korea, after the Korean War ended to the mid-90s. The ultimate purpose of this paper is to discover and make explicit those good practices that could be applied by other emerging economy nations to generate similar growth conditions as South Korea. The work is complemented by a comparative analysis of the cultural values of South Korea and Argentina, since culture is a key aspect that must be taken into account when analyzing and instantiating any of the lessons outlined in this article. The material presented is supported by an extensive updated literature and statistical information research; also it draws on the author's experience having studied these aspects in South Korea.

PALABRAS CLAVE: Corea del Sur, desarrollo económico, cultura, innovación, educación, conglomerado

KEY WORDS: *South Korea, economic development, culture, innovation, education, conglomerate*

¹ Pablo Piccolotto, profesor en el Instituto Universitario Aeronáutico y en la Universidad Blas Pascal. pablopiccolotto@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Corea del Sur es sin lugar a dudas, una de las potencias económicas mundiales y su historia esconde uno de los casos de estudio del desarrollo económico más interesantes del siglo pasado: el “*Milagro del río Han*”. Este fenómeno, que tuvo su auge a partir de la década del 1960 y que se extendió hasta mediados de 1990 es, incluso al día de hoy, la experiencia de crecimiento económico sostenido más rápido que ha experimentado una nación en los tiempos modernos, con una crecimiento anual cercano al 8.5%. El calificativo, hace referencia al también elogiado “*Milagro del río Rin*”, nombre con el que se conoce al renacimiento de la economía de la Alemania del Oeste, tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial. El caudaloso río Han atraviesa la ciudad de Seúl, capital de Corea del Sur, y ha sido testigo del fenómeno que transformó a uno de los países más pobres del mundo, en uno de los países más ricos y desarrollados de la de nuestros días. Como reconocimiento de esta asombrosa transformación, en el año 1988 Seúl fue anfitrión de los Juegos Olímpicos de verano y en el año 2002, organizador del Mundial de Fútbol de la FIFA.

En la actualidad, Corea del Sur posee una economía global influyente y conglomerados multinacionales (conocidos en ese país con el nombre de *chaebols*) líderes en sus respectivos segmentos de mercado, tales como Samsung, LG, Hyundai-Kia, Daewoo, entre otros. Es el fabricante #1 a nivel mundial de teléfonos móviles, pantallas de cristal líquido (LCD), televisores de pantalla plana, semiconductores (memorias), #2 en producción de navíos y embarcaciones de transporte de gran porte, #5 en la producción de automóviles y #6 en la producción de acero, con el proceso de elaboración más eficiente del mundo de este crítico metal. Todo esto posiciona a la economía surcoreana como la número #15 a nivel mundial, según su producto interno bruto (PIB), a valores de paridad de poder adquisitivo (PPA), y está clasificado como país desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Además, es el exportador de bienes manufacturados #8 en el *ranking* mundial.

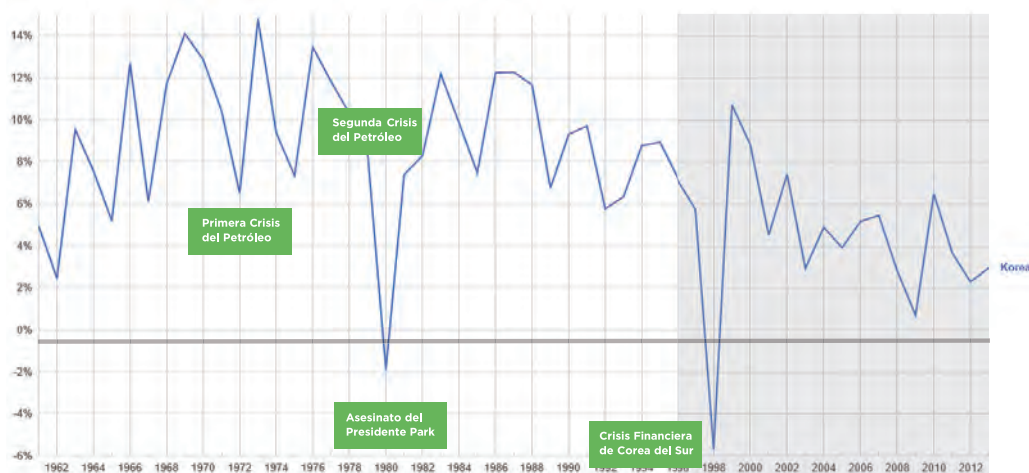


Gráfico 1— Porcentaje de crecimiento del PBI de Corea del Sur entre los años 1961 y 2013. / **Fuente:** Banco Mundial

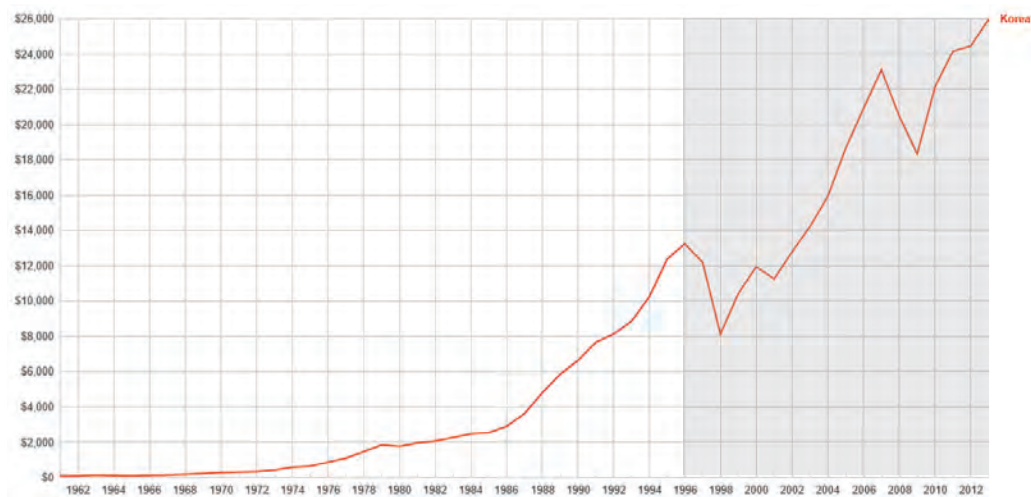


Gráfico 2—Crecimiento del PBI per cápita de Corea del Sur entre los años 1961 y 2013.
Fuente: Banco Mundial, consulta realizada el 16-02-2015



Imagen 1— Río Han en Seúl (Piccolotto, 2014)

En materia de innovación, Corea del Sur es considerada como la nación con el Índice de Innovación Global más alto del mundo de acuerdo a la consultora Bloomberg. Es el cuarto país en el ranking mundial de generación de patentes internacionales y el primero en cantidad de patentes e inversión en investigación y desarrollo (I+D) en proporción a su PIB.

INDUSTRIA	RANKING MUNDIAL
Televisores de pantalla plana	#1
Pantallas de cristal líquido (LCD)	#1
Teléfono móviles inteligentes	#1
Relojes inteligentes	#1
Memorias (semiconductores)	#1
Lavadoras y secadoras de ropa	#1
Fabricación de navíos	#2
Fabricación de automóviles	#5
Producción de energía nuclear	#6
Producción de acero	#6

Tabla 1—*Ranking de mundial de industrias de Corea del Sur.* / **Fuente:** creación personal del autor

INDICADOR	RANKING MUNDIAL
Índice global de Innovación (Bloomberg)	#1
Inversión en I+D	#5
Inversión en I+D de acuerdo al PBI	#1
Aplicaciones de patentes	#4
Aplicaciones de patentes de acuerdo al PBI	#1
Aplicaciones de patentes de acuerdo a la población	#2
Patentes otorgadas	#4

Tabla 2—*Indicadores de innovación, I+D y generación de propiedad intelectual.* / **Fuente:** creación personal del autor



Imagen 2—Busan, segunda ciudad más importante de Corea del Sur con aproximadamente 3.6 millones de habitantes (Piccolotto, 2014)

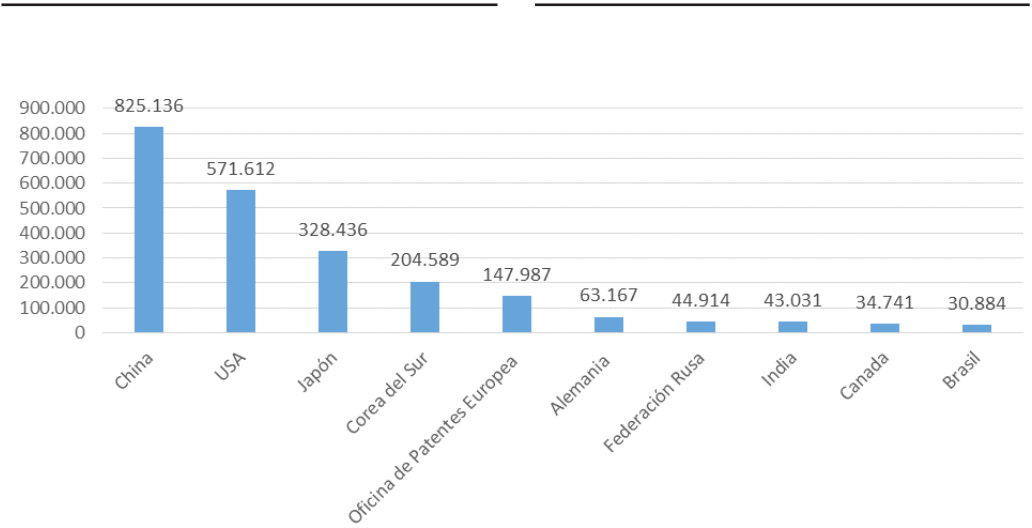


Gráfico 3—Ranking de aplicaciones de Patentes en las Top 10 de las Oficinas de Propiedad Intelectual / **Fuente:** WIPO (World Intellectual Property Organization), 2014

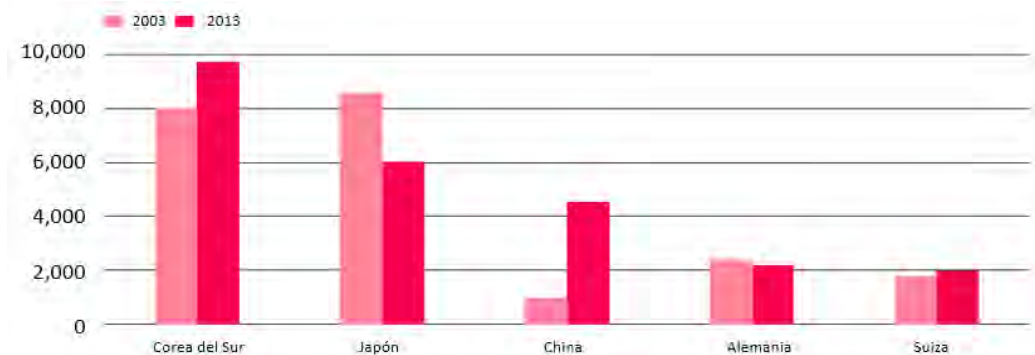


Gráfico 4—Ranking de Patentes de acuerdo al PBI cada 100 billones de dólares. / Fuente: WIPO (World Intellectual Property Organization), 2014

Sorprendentemente, Corea del Sur no es un país extenso, posee apenas una superficie equiparable a la de la provincia argentina de Catamarca (provincia de nuestro país número #11 en extensión), con alrededor de 100 mil kilómetros cuadrados. En materia de recursos naturales, tampoco cuenta con reservas considerables de ningún tipo. De hecho, su territorio está compuesto en su mayoría por sierras y serranías, que dificultan el transporte terrestre, al mismo tiempo que desafían las actividades agrícola-ganaderas. Tampoco su población de 50,2 millones de habitantes es demasiado grande si la comparamos con la de la República Argentina, ni ha heredado las riquezas de otras naciones colonialistas europeas como el Reino Unido. Al contrario, todavía sufre de los devastadores efectos de cientos de miles de familias separadas tras una guerra que comenzó hace más de 60 años y que no muestra signos de finalizar. Entonces, ¿cuál es el secreto detrás de esta misteriosa nación que con escasez de recursos naturales y luego de dos devastadoras guerras logró convertirse en potencia mundial? ¿Cuáles son las lecciones que podemos aprender e imitar de Corea del Sur?



Figura 1—Ilustración comparativa de la provincia de Catamarca y Corea del Sur. /
Fuente: Elaboración propia

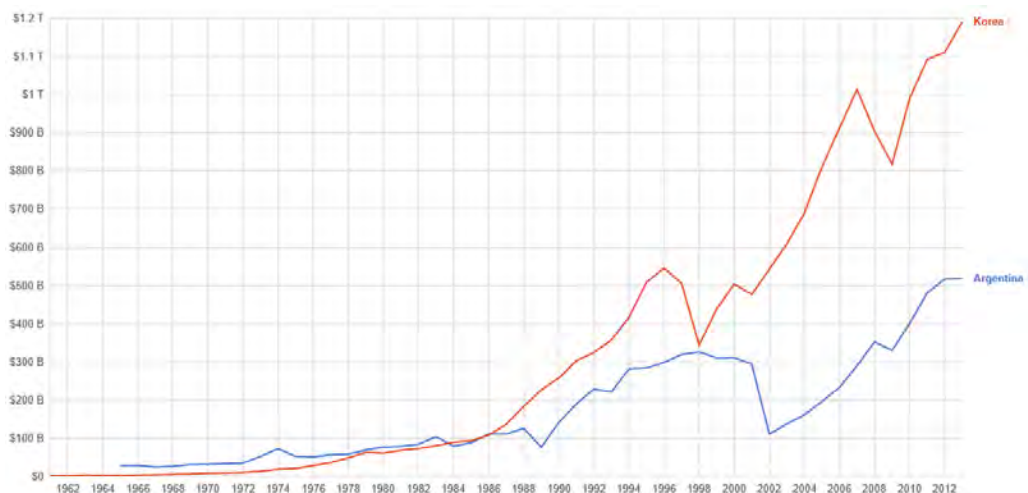


Gráfico 5—Crecimiento de la Producción Total del PBI de Corea del Sur y Argentina entre los años 1961 y 2013. Fuente: Banco Mundial

EL TRASFONDO HISTÓRICO

—Dinastía Chosun (1392-1910)—

Este período de la historia coreana se caracterizó por una economía agraria igualitaria donde las influencias culturales chinas fueron profundas; en particular, por la adopción del confucionismo como ideología social y de estado. El confucionismo determinó y confeccionó la estructura social de castas de Corea, proporcionando un alto valor a los estudios académicos, anteponiéndose a otras labores comerciales y del trabajo.

El reinado de oro durante esta etapa se le atribuye a Sejong el Grande (1418-1450), el cuarto monarca de Joseon, pues se considera a este período particular como el de mayor esplendor. Durante su regencia, Corea gozó de un gran florecimiento cultural y artístico. Es sin lugar a dudas el alfabeto coreano, conocido con el nombre de *Hangul*, la joya de la corona de este reinado y actual orgullo de su pueblo. El alfabeto fue creado en el año 1443 tras 30 años de investigación y refinamiento para poner la escritura y la lectura al alcance de toda la población. Es uno de los pocos alfabetos fonéticos creados intencionalmente y a través de un proceso de inves-

tigación y diseño racional. De hecho, fue denominado por la Universidad de Oxford como el mejor sistema de escritura en el mundo. El alfabeto consta de 24 letras (14 consonantes y 10 vocales) que pueden simbolizar casi cualquier sonido emitido por la voz humana. Es de fácil aprendizaje y mucho más simple que el alfabeto chino o japonés, permitiendo la alfabetización de gran parte de la población, aún en una época donde la escritura era un lujo al que muy pocos podían acceder.

Isabella Bishop, famosa escritora y aventurera, escribió en su obra *Corea y sus vecinos* (1897) uno de los pasajes más interesantes sobre la cultura oriental donde describe detalladamente a la sociedad coreana de finales del siglo XIX. Su libro, contiene algunos extractos que permiten retratar y entender el sistema de proletariado durante el período de la dinastía Chosun. En sus escritos, Isabella relata que los campesinos surcoreanos parecían vagos y desmotivados, sin ánimos de superación ni ambición alguna de progreso.



Imagen 3—Fortaleza Hwaseong en la ciudad de Suwon (Piccolotto, 2014)

Pero su percepción sobre el pueblo coreano cambió radicalmente cuando visitó a la aldea de Kwan, cerca de Vladivostok (en Siberia), donde vivían alrededor de 20.000 inmigrantes coreanos. Los coreanos que habitaban este pueblo eran más exitosos en la explotación de sus tierras y comercialmente que sus vecinos rusos y chinos. De hecho, su estándar de vida y desarrollo era muy superior al de cualquier otra comunidad que ella hubiera visto en ese continente. La explicación, el sistema de posesión de las tierras y sus incentivos eran muy diferentes al tradicional proletariado coreano. En este pueblo, los campesinos eran dueños de sus tierras y responsables de sus propios cultivos. No existía ningún noble que les sacara parte de sus cosechas si sus rendimientos eran mayores que los de sus vecinos y su recompensa, dependía en gran medida del esfuerzo, trabajo duro y la colaboración con otros miembros de la aldea.

Hacia el final de la dinastía Chosun, el tradicionalista Imperio Coreano, aún impermeable a los avances del mundo occidental, sucumbe ante el poderío bélico y tecnológico japonés en manos del Imperio del Sol Naciente.

—La Invasión Japonesa (1910-1945)—

Durante este período de 35 años, el pueblo coreano sufrió la explotación del colonialismo japonés. La población padeció de todo tipo abusos y sometimientos, incluyendo la explotación sexual de las jóvenes coreanas, niños obligados a estudiar el idioma y la cultura japonesa en las escuelas y la sociedad completa rindiendo tributo al emperador japonés. Es junto con la Guerra de Corea, el período más triste y oscuro de esta nación. Los japoneses controlaron el 40% de las tierras aptas para el cultivo y el pueblo coreano fue obligado a participar en la Segunda Guerra Mundial, lo que ocasionó cuantiosas bajas y sumió a la nación en la pobreza.

—El paralelo 38 y la guerra de Corea (1945-1953)—

Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, el gobierno militar estadounidense que estuvo al mando de Corea del Sur entre 1945 y 1948, trató de establecer un sistema moderno de economía de mercado. En 1948 se instauró el gobierno de la nueva e independiente República de Corea, e inmediatamente se dio la tarea de

reconstruir el país. No obstante, cualquier esfuerzo serio quedó postergado por la guerra de Corea (1950-1953), evento que acarreó a la nación en la mayor de las tragedias de su historia, dividiendo y enfrentando a sus habitantes. Desde el norte, el avance del ejército comunista soviético y chino. Desde el sur, las tropas estadounidenses comandadas por el general McArthur tratando de repeler el ataque.

El conflicto comenzó oficialmente el 25 de junio de 1950 y como dato anecdótico de la guerra, fue la primera y única que vez que el Cuerpo de Marines Norteamericano emprendió una retirada, y lo hizo bajo la amenaza de 1.500.000 soldados pertenecientes al ejército de la República Popular de China que descendían desde Corea del Norte. Las actividades bélicas cesaron en el año 1953 con un armisticio que restauró la frontera entre las dos Coreas cerca del Paralelo 38, donde actualmente se encuentra la zona desmilitarizada (o DMZ, por sus siglas en Inglés). El saldo, 1.5 millones de vidas perdidas, miles de familias divididas y obligadas a enfrentarse entre sí durante un conflicto que dejó a Corea del Sur nuevamente sumida en la pobreza y casi la totalidad de su infraestructura y estructura edilicia destruida.



Imagen 4—Soldado estadounidense ayudando a un niño surcoreano. Fotografía tomada en el Monumento de la Guerra de Corea (Piccolotto, 2014)

—Presidencia de Rhee Syngman (1953-1960)—

El armisticio firmado en el año 1953 sentó las bases para la tregua en el conflicto armado entre las dos Coreas, pero la devastada economía de Corea del Sur solo podía ser mantenida mediante la ayuda y la caridad de otras naciones. Al poco tiempo se empezaron a percibir los efectos contraproducentes de dicha ayuda, ya que afectaba negativamente los valores y los hábitos de los surcoreanos. La gente tenía menos incentivos para trabajar porque las cosas les eran dadas en forma gratuita.

En ese mismo año y ya en una tensa tregua, asume la presidencia de Corea del Sur Rhee Syngman, un político exiliado que había estudiado en los Estados Unidos. Su mandato se caracterizó por ser una democracia liberal capitalista que lamentablemente se vio opacada por el comienzo el comienzo de la Guerra Fría.

Una de las gestiones más importantes de su gobierno fue la denominada “*Reforma de la tierra*”, instrumento mediante el cual el gobierno compró las tierras a los terratenientes a cambio de bonos, para luego distribuirlas en forma equitativa entre los campesinos con una financiación muy accesible. Ésta simple política por sí sola permitió incrementar considerablemente la producción del campo, ya que no es lo mismo trabajar para otra persona y por una compensación fija e igualitaria que tener el incentivo y la motivación que les brindaba ser dueños de su propia porción de tierra. De esta forma, se generó un incentivo inexistente hasta ese momento.

El segundo gran logro de su gobierno fue la instauración de la “*Educación universal primaria compulsiva*”, lo que se convirtió en un paso fundamental para la alfabetización de toda la sociedad y ayudó a construir habilidades sociales positivas necesarias para el desarrollo posterior de la nación. Niños, jóvenes y adultos, todos participaron de estos programas de educación que fueron clave para poder contar con la mano de obra calificada necesaria para industrializar y desarrollar la nación en las décadas siguientes.

—Dictadura de Park Chun-hee (1960-1979)—

Sin lugar a dudas, las políticas de mano firme del dictador Park, fueron la clave para el desarrollo económico moderno de Corea del Sur. Cuando llegó al poder a través de un golpe de estado, la renta per cápita de Corea del Sur era de apenas US\$72 dólares y la nación estaba sumida en la pobreza, sin industrias y con una supervivencia que dependía fuertemente de la ayuda extranjera encabezada por la ONU y los Estados Unidos. Park fue un dictador inteligente que tuvo el desafío de levantar a una nación con escasos recursos naturales y con una población prácticamente sin educación, anímicamente desalentada y acostumbrada a vivir de la ayuda y dádiva de otras naciones.

Una de sus primeras acciones tuvo que ver con una profunda *“Reforma del Gobierno”*, que incluía la creación del Servicio Nacional de Impuestos de Corea. Esto fue decisivo a la hora de eliminar la corrupción y la evasión impositiva. Los resultados fueron contundentes e inmediatos. Tal es así que para el año 1965 la recaudación impositiva ya había aumentado el 67%.

El lema de Park era: *“Dios ayuda a aquellos que se ayudan a sí mismos.”* y llevaba implícito un fuerte mensaje que buscaba cambiar la forma de vida y los valores de los surcoreanos. Nada sería gratis de ahora en adelante; solo el trabajo duro y las acciones que permitieran el desarrollo colectivo serían recompensados. El Gobierno y la sociedad entera reconocieron y dieron crédito a aquellos que trabajaron duro y tuvieron éxito. Esto también motivó a otros a trabajar igual de duro. Este tipo de estructura de incentivos basada en el desempeño fue clave para las políticas de desarrollo económico y para levantar la moral de una sociedad deprimida.

Sin fondos ni créditos para poder desarrollar la industria surcoreana, el gobierno envió a hombres y mujeres a trabajar como mineros y enfermeras a Alemania con el objetivo de reunir el capital necesario para la creación de las primeras industrias. Las primeras exportaciones manufacturadas de Corea del Sur fueron en

su mayoría productos textiles y pelucas hechas con pelo humano.

La *“industrialización”* y el *“fomento de las exportaciones”* fueron temas centrales en la agenda del presidente Park. En el año 1964 se declaró la ambición del Gobierno de la República de Corea de modernizar el sector industrial y aumentar su competitividad internacional mediante la rápida expansión de industrias clave (cemento, fertilizantes, maquinaria industrial, refinación de petróleo, entre otras), el fomento de las industrias conexas y la promoción de nuevas industrias de exportación y de sustitución de las importaciones. Más tarde en el año 1967 le siguieron las industrias pesada y química, incluidas las de siderurgia, maquinaria y petroquímica.

Las compañías exportadoras excepcionales fueron reconocidas y recompensadas con créditos blandos y beneficios impositivos que las ayudaron a crecer rápidamente y a fortalecerse para aumentar su competitividad en el mercado mundial. Las contribuciones de estas empresas a las exportaciones y al bien público fueron presentadas como logros patrióticos y sus dueños, reconocidos públicamente como héroes nacionales.

Otro gran hito de su mandato fue la creación del movimiento *“Saemaul undong”*, que perseguía como objetivo mejorar la calidad de vida en las aldeas y pueblos rurales. De nuevo, el mensaje era claro, el Gobierno solamente ayudaría a aquellos que se ayudaran a sí mismos. En consecuencia, el estado decidió brindar apoyo con materiales para la construcción a aquellas aldeas rurales que pudieran demostrar mejoras visibles en la calidad de vida e infraestructura de sus comunidades mediante el esfuerzo y la colaboración.

—Diferencias culturales entre Argentina y Corea del Sur—

Geert Hofstede es un psicólogo social y antropólogo holandés que ha estudiado las interacciones entre culturas. Ha recibido numerosos galardones por su investigación intercultural en todo el mundo. Uno de sus logros más notables ha sido la formulación de la teoría de las dimensiones culturales, que proporciona un marco de trabajo sistemático para evaluar las diferencias entre naciones y culturas.

Hofstede ha recopilado la mayoría de sus datos sobre valores culturales de nuestro planeta mediante estudios realizados por IBM, para ayudar a entrenar a sus gerentes dispersos por el mundo. Su teoría se basa en la idea de que se puede asignar valor a seis dimensiones culturales: distancia jerárquica o poder (igualdad contra desigualdad), colectivismo (contra individualismo), evitación de la incertidumbre (contra tolerancia de la incertidumbre), masculinidad (contra femineidad), orientación temporal e indulgencia (contra contención).

DISTANCIA JERARQUICA (alta vs baja)

Grado en que los miembros con menos poder de las instituciones y organizaciones de un país esperan y aceptan que el poder esté distribuido de manera desigual.

CONTROL DE INCERTIDUMBRE (alta vs baja)

Grado en que los miembros de una cultura se sienten amenazados por situaciones desconocidas o inciertas.

INDIVIDUALISMO (Individualista vs Colectivista)

Colectivismo: las personas se integran en grupos cerrados (familias, organizaciones, etc) que les cuidan a cambio de su lealtad.
Individualismo: las personas cuidan de sí mismas y de su familia más cercana.

PRAGMATISMO (pragmática vs Normativa)

Grado en que las personas muestran una perspectiva orientada al futuro o pragmática frente a un punto de vista normativo o a corto plazo.

MASCULINIDAD (alta vs baja)

Masculinidad: los valores dominantes en la sociedad son el reto y el triunfo.
Feminidad: los valores dominantes en la sociedad son la protección de los demás y la calidad de vida.

INDULGENCIA (alta vs baja)

Grado en que las personas tratan de controlar sus deseos e impulsos. Un control relativamente débil se llama “Indulgencia” y uno relativamente fuerte se llama “Contención”

Tabla 3—Las 6 dimensiones de la cultura nacional según Hofstede. Fuente: The Hofstede Centre, 2015

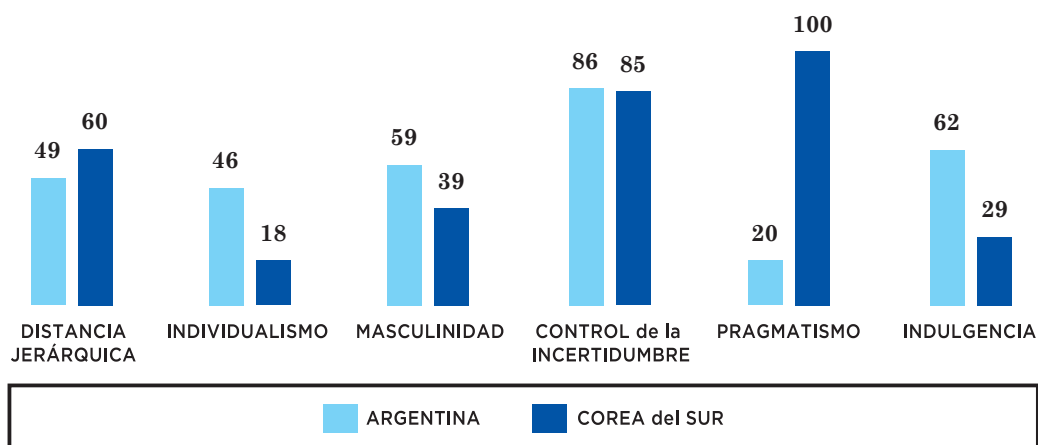


Gráfico 6—Cuadro comparativo entre Corea del Sur y Argentina de acuerdo a las 6 dimensiones de Hofstede. Fuente: The Hofstede Centre, 2015

—Distancia jerárquica—

Corea del Sur posee una sociedad visiblemente más jerárquica que Argentina, en parte por su herencia confucionista y además por la fuerte influencia que tiene el servicio militar obligatorio en su población. Esto se traduce en que la gente acepta un orden jerárquico en el que todos los ciudadanos tienen un lugar sin necesidad de justificación. La jerarquía en las organizaciones es vista como un reflejo de las desigualdades inherentes y los subordinados en las organizaciones esperan que se les diga qué hacer. La toma de decisiones se encuentra centralizada y el jefe ideal es del estilo autócrata benévolo.

El centro Hofstede propone que el bajo puntaje de Argentina en este indicador tiene que ver con las oleadas de inmigración europea que recibió la nación a partir del 1900, aspecto que le aportó una identidad cultural bastante diversa. En ese período de tiempo, aproximadamente 6,5 millones de inmigrantes europeos entraron en el territorio argentino. La sociedad argentina tiene la particularidad de que se rige en gran medida por las apariencias. De hecho, un atuendo elegante, un reloj valioso y un auto costoso son elementos que permiten inferir sobre el poder y facilitan la entrada en ciertos círculos y a la hora de hacer negocios.

—Individualismo—

Corea del Sur se presenta como una sociedad en extremo colectivista, caracterizada por la cooperación, el consenso, la cohesión y la armonía en la convivencia. Esto se manifiesta en un estrecho compromiso a largo plazo para los miembros que están “*dentro del grupo*”, ya sea dentro de la familia, la familia extendida o en las relaciones prolongadas. La lealtad en una cultura colectivista es primordial, por lo que la sociedad fomenta las relaciones fuertes donde todos sus integrantes se hacen responsables de los demás miembros de su grupo. En las sociedades colectivistas el delito conduce a la vergüenza y a la marginalidad. Las relaciones empleador / empleado se perciben en términos morales (como un vínculo familiar) y las decisiones de contratación y promoción tienen en cuenta si el empleado está “*dentro o fuera del grupo*”.

En cambio, Argentina se presenta como una nación extremadamente individualista, caracterizada por una fuerte competitividad entre sus miembros y los logros individuales. Como consecuencia de las olas de inmigración antes mencionados y de la pronta aparición de la clase media, Argentina es por lejos el más individualista de todos los países latinoamericanos. Sin embargo, muchos rasgos colectivistas preva-

leen todavía como las obligaciones para con la familia. Los rasgos individualistas se hacen presentes sobre todo entre los individuos más jóvenes de la sociedad y en especial, en aquellos que viven en grandes centros urbanos. Allí, el vínculo entre empleador y empleado es bastante calculador y hay una estricta división entre la vida privada y el trabajo.

—Masculinidad—

Por la calificación obtenida, Corea del Sur puede ser considerada una sociedad femenina, lo cual se refleja en el bienestar y la calidad de vida de sus habitantes. La sociedad surcoreana se enfoca en las relaciones interpersonales, las cuales son cálidas y amenas. Al mismo tiempo, los miembros de su sociedad se distinguen por servir y preocuparse por los demás, con un sentido muy alto de la empatía. En los países femeninos la atención se centra en *“trabajar para vivir”*, los gerentes se esfuerzan por generar consenso y procuran la igualdad, la solidaridad y la calidad de su vida laboral. Los conflictos se resuelven con compromiso y mediante la negociación. Los incentivos como el tiempo libre y la flexibilidad son favorecidos, y el foco está en el bienestar. Un gerente efectivo es aquel que apoya a sus subordinados y que toma decisiones en forma participativa.

Por el contrario, Argentina refleja la presencia de rasgos sociales un poco más masculinos que femeninos. Es importante tener en cuenta la fuerte orientación de su sociedad al logro, al éxito y a la alta competitividad. Es una sociedad donde la asertividad, es decir, el *“tener la razón”* es muy importante y los miembros de la sociedad tienen fuertes necesidades para complacer su ego. La necesidad de sobresalir y destacarse ha sido señalada por muchos expertos.

—Pragmatismo—

Es en esta categoría en particular donde quedan al descubierto las diferencias más significativas entre las seis cate-

gorías propuestas por Hofstede. La puntuación de Corea del Sur es la más alta que se puede obtener por una nación, lo cual la posiciona como una de las sociedades más orientadas al largo plazo y a lo pragmático. Es una sociedad prudente, paciente y con una alta tasa de ahorro. No existe la noción de un único y todopoderoso Dios, salvo por una minoría católica. La gente vive sus vidas guiadas por virtudes y buenos ejemplos prácticos. En las empresas de Corea del Sur, se observa la orientación al largo plazo y una mayor tasa de capital propio que sus contrapartes occidentales. La prioridad se orienta al crecimiento constante y a la permanencia de la empresa en el tiempo, en detrimento de solo altas ganancias trimestrales para sus accionistas. Se entiende que las empresas deben servir a las partes interesadas y a la sociedad en general por muchas generaciones por venir.

En marcado contraste, Argentina, con una puntuación muy baja de 20, se encuentra en el otro extremo. Es una sociedad que se enfoca en vivir en el presente, *“en el día a día”*, y con una baja tasa de ahorro fruto en gran medida de la inestabilidad económica, falta de previsibilidad, reglas de juego cambiantes y desconfianza en las instituciones. La sociedad presenta una cultura muy normativa, que busca lograr resultados rápidos. En este tipo de sociedades sus habitantes tienen una fuerte preocupación por el establecimiento de la verdad absoluta, es decir, son normativos en su forma de pensar.

—Control de la incertidumbre—

Ambas naciones presentan puntajes similares en esta categoría, aunque por motivos y trasfondos culturales diferentes. Corea del Sur es uno de los países más adversos a la incertidumbre. Su sociedad se muestra intolerante a los comportamientos e ideas poco ortodoxas y hay una necesidad emocional por las reglas. El trabajo duro, la precisión y la puntualidad son la norma. Al mismo tiempo, la mayoría coincide en que *“el tiempo es dinero”* y la gente siente permanentemente el impulso interno por estar ocupado todo el tiempo. La innovación puede ser

resistida y la seguridad / estabilidad es un elemento importante en la motivación individual.

Por su lado, Argentina es una sociedad que presenta una fuerte necesidad de reglas y donde se elaboran sistemas jurídicos complejos con el fin de estructurar la vida. Sin embargo, la tendencia de los individuos a obedecer las leyes es débil. La corrupción es generalizada y el mercado negro es considerable. Si las reglas no se pueden cumplir, se dictan normas complementarias. Dentro de una estructura de este tipo, cualquier abuso o transgresión puede encontrar un resquicio legal que lo justifique.

—Indulgencia—

Con una puntuación baja de 29, la sociedad sursurcoreana se demuestra como una sociedad contenida y moderada. Las sociedades con una puntuación baja en esta dimensión tienen una tendencia al cinismo y al pesimismo. Este tipo de sociedades no pone mucho énfasis en el tiempo libre y tienden a controlar permanentemente la satisfacción de sus deseos. Las personas con esta orientación tienen la percepción de que sus acciones están limitadas por las normas sociales y sienten que recompensarse a sí mismos es algo malo.

Una puntuación bastante más alta de Argentina con 62 significa que es un país que pertenece a la categoría de la indulgencia. La gente en este tipo de sociedades exhibe por lo general la voluntad de hacer realidad sus impulsos y deseos en pos de disfrutar de la vida y divertirse, priorizando el ocio y gastando el dinero de acuerdo a sus deseos. Además, poseen una actitud positiva y tienen una tendencia hacia el optimismo.

ALGUNAS LECCIONES INTERESANTES DEL DESARROLLO DE COREA DEL SUR

Apoyo al sector privado y las exportaciones

Como fue mencionado con anterioridad, el desarrollo industrial junto con el impulso de las exportaciones fueron los aspectos decisivos para lograr el crecimiento de la economía de Corea del Sur. Bajo el lema de *“Dios ayuda a aquellos que se ayudan a sí mismos”*, el presidente Park Chun-hee recompensó con apoyo financiero y beneficios impositivos a las empresas que obtuvieron mayores rendimientos en términos de productividad y exportaciones. Las políticas deliberadas de *“discriminación económica”* ejecutadas por Park permitieron acelerar el proceso de selección natural que ejerce el mercado; fortaleciendo rápidamente a aquellas empresas de mejor desempeño y gestión. Esta es una de las explicaciones del desproporcionado crecimiento -que solo unas pocas empresas coreanas pudieron experimentar durante este período-, pero que fue vital para convertir a dichas organizaciones en inmensos conglomerados altamente competitivos y líderes en sus respectivos mercados globales.

SAMSUNG: fundada por Lee Byung-chul en el año 1938 comenzó como un pequeño comercio exportador de cultivos y de pescado hasta convertirse en la corporación surcoreana mas grande del mundo. Su nombre (Samsung) significa tres estrellas, el número tres es símbolo de grandeza, de poder, sabiduría y está asociado a la buena fortuna en la cultura oriental.

HYUNDAI: fundada por Chung Ju-yung comenzó como un pequeño taller de reparación mecánica. En el año 1946 se funda Hyundai Motors y en 1947 Hyundai Construction. Su nombre (Hyundai) significa moderno en español.

LG: fundada por Koo In-Hwoien en el año 1947 comenzó como un pequeño fabricante de cremas faciales y pasta dentífrica hasta crecer en la actualidad al LG Group que es dueña de LG Electronics. Su nombre (LG) es el acronimo de Lucky GoldStar o estrella dorada de la suerte por su traducción al español.

DAEWOO: fundada por Kim Woo-jung como una pequeña empresa dedicada a la exportación en el año 1967 con un capital de 5 millones de won (alrededor de US\$5000 dolares traídos a valores presentes) para convertirse luego en el Daewoo Group. Su nombre (Daewoo) se compone de dos partes: Dae, grandioso en surcoreano y Woo, el apellido de su fundador.

POSCO: también conocida como Pohand Steel (o Acero Pohand en español) fue fundada en el año 1968 por Park Tae-joon y con el apoyo del presidente Park Chun-hee que consideró la producción de acero como la base para el desarrollo de la industria pesada surcoreana. Hoy en día es una de las empresas productoras líderes de acero a nivel mundial con el proceso de producción de dicha aleación mas eficiente del mundo.

Tabla 3—Los orígenes de las grandes corporaciones surcoreanas.

Foco en la educación—

Desde que el presidente Rhee declaró obligatoria la educación primaria para todos los habitantes de Corea del Sur, su importancia ha sido fundamental para la transformación de Corea del Sur. Para el año 1959, a tan solo 6 años de finalizada

la guerra de Corea, la tasa de matriculación en las escuelas primarias ya había alcanzado el 96.5% y para el año 1970 los índices de alfabetización en adultos habían alcanzado el 88%, comparado con un paupérrimo 22% en 1945.

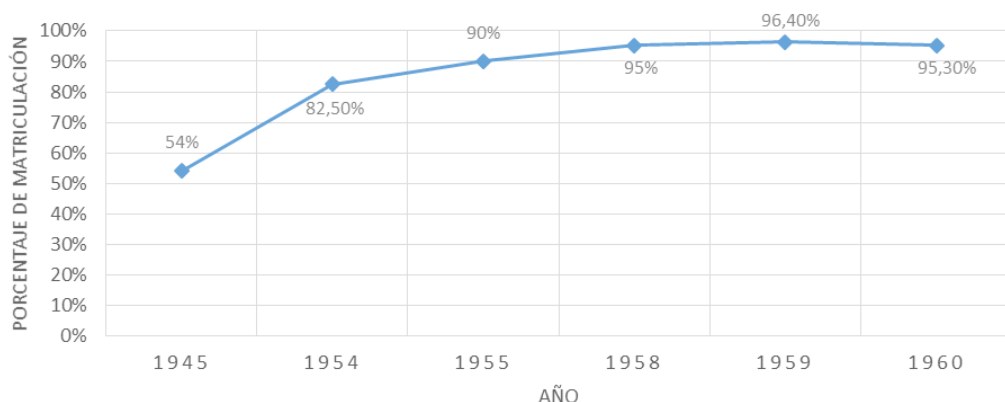


Gráfico 7—Evolución de la matriculación en la escuela primaria entre los años 1945 y 1960.

Según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el año 2011, hay tres elementos clave de los que América Latina puede aprender del progreso educativo de Corea del Sur:

1• La educación es de un valor social y cultural muy elevado. A pesar de la abundante inversión estatal en educación, las familias invierten una gran porción de sus propios ingresos en educación complementaria. En consonancia, la juventud en edad escolar ocupa la mayor parte de su día en estudiar¹. Ésta es una de las características más distintivas y ejemplares de la sociedad de Corea del Sur: su énfasis social y cultural en la educación.

2• La educación se encuentra en el centro de la estrategia de desarrollo a largo plazo de Corea del Sur y está fuertemente vinculada a las demandas del mercado. La educación es una oportunidad para impulsar la economía: esta es la filosofía que

condujo a Corea del Sur hacia el éxito. El punto fuerte de Corea del Sur son sus políticas educativas a largo plazo vinculadas a la tecnología y a las demandas del mercado, y que no se ven afectadas por los cambios de gobierno. Cada cinco años, se reforma la *currícula* nacional para que los estudiantes (futura fuerza laboral) estén preparados para las exigencias cambiantes que corren por estos días.

3• La docencia es una carrera profesionalizada, respetada y muy bien remunerada. En Corea del Sur, solamente los graduados que se encuentren en el 5% más alto de su clase, pueden llegar a convertirse en profesores. Esto hace que la docencia sea una profesión prestigiosa, y asegura consistencia en la calidad de la enseñanza.

Sociedad con valores positivos—

Los valores contemporáneos de una sociedad tienen mucho que ver con su herencia cultural. Una de las influencias más importantes de los valores de la sociedad surcoreana viene de la mano del confucianismo, que es un conjunto de doctrinas

¹ La otra cara de la moneda, lo constituyen las altas expectativas que se ponen en los alumnos. El alto grado de exigencia, el sobre esfuerzo por aprender, sumado al gran número de estudiantes en el sistema educativo y su filosofía competitiva forman un combinado de estrés que ubica a Corea del Sur como la nación con la tasa de suicidios más alta del mundo entre menores de 24 años.

morales y religiosas que tiene como ejes a la armonía y el concepto de jerarquías dentro de la sociedad. Jerarquías planteadas en base a la edad y el status social con énfasis en la lealtad hacia aquellos de mayor edad o mayor “*rango*”. Las figuras del “*profesor*”, el “*padre*”, el “*anciano*” y hasta el “*hermano mayor*” son muy respetadas aun por estos días en Corea del Sur.

Otro aspecto distintivo de la cultura surcoreana lo constituye el foco en las relaciones “*dentro del grupo*”. Los miembros de la sociedad surcoreana forman grupos sociales desde su nacimiento: la familia, los amigos, los compañeros de la escuela, los vecinos, los compañeros de trabajo, etc. Cada círculo forma un grupo social muy importante para sus miembros donde las relaciones de largo plazo, la lealtad, la responsabilidad y el bienestar de sus miembros es vital para mantener una vida social saludable. Este comportamiento de estar “*dentro*” o “*fuera*” del grupo es un rasgo distintivo de su sociedad, que interpone el bienestar del grupo y de sus miembros por encima del bienestar personal o individual.

El tercer aspecto distintivo de su cultura viene dado por el trasfondo histórico y el clima social vivido por Corea del Sur a partir de la devastación de ambas guerras y luego bajo un período de constante tensión durante la Guerra Fría. El orden y la disciplina militar se convirtieron en valores fundamentales de su cultura y fueron vitales para levantar a su nación de las ruinas. Durante las presidencias de Rhee, y en especial de Park, se trató de cambiar la mente de la población surcoreana inculcando nuevamente los valores de esfuerzo y trabajo. Esto generó un cambio cultural profundo en una sociedad moralmente devastada tras dos colosales conflictos bélicos y 35 años de opresión y abusos del Imperio de Japón.

Por último, otro aspecto importante que debe ser tenido en cuenta es el servicio militar obligatorio, el cual tiene una duración que varía entre los 21 y los 36 meses, de acuerdo al arma y tipo de servicio que presten los conscriptos. Si bien esta práctica ha sido fuertemente criticada y erradicada en la mayoría de las naciones occidentales, aun hoy sirve en Corea del Sur

para inculcar valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo, la disciplina, la lealtad y el amor por la patria. Esta influencia también se ve reflejada en el tipo de liderazgo y la forma en la que se gestiona el capital humano en los conglomerados surcoreanos con una fuerte influencia y reminiscencia a la organización jerárquica militar. Además, el poder y liderazgo de sus fundadores y herederos responde al estilo paternalista y autoritario, caracterizado por una fuerte lealtad y vínculos entre sus miembros que generan lazos duraderos.

CONCLUSIONES

Las enseñanzas del caso de estudio de Corea del Sur distan mucho de ser una receta perfecta o sencilla de aplicar en un país como la República Argentina. Las diferencias culturales entre ambas naciones son profundas y el contexto económico mundial ha cambiado mucho desde el final de la Guerra de Corea. Aun así, en el presente artículo se han tratado de enunciar algunas buenas prácticas de fondo que pueden ser útiles.

Por un lado, el apoyo al sector privado para potenciar su competitividad en un mundo globalizado que permita el aumento de las exportaciones manufacturadas de alto valor agregado. El reemplazo progresivo de subsidios por premios y beneficios a aquellos individuos y organizaciones que mejor se desempeñen y que sirvan de ejemplo al resto. Los premios son reconocimientos que permiten generar cambios sociales y reforzar conductas deseables. Las políticas en extremo populistas terminan erosionando el sistema de incentivos y las motivaciones para trabajar duro. Vivir en una sociedad donde un esfuerzo magnífico y un esfuerzo mediocre -o incluso nulo- producen compensaciones similares, tiene un efecto desmoralizador en el largo plazo, que puede ser muy difícil de revertir incluso luego de varias generaciones. Esta era justamente la situación de Corea del Sur allá por el año 1953 cuando se encontraba en extremo empobrecida luego de la gue-

rra y cuya subsistencia, dependía en gran medida del apoyo y la dádiva de otras naciones. Nadie quería trabajar, ya que si bien sumidos en la pobreza, la mayoría de los habitantes de Corea podían subsistir precariamente gracias a la caridad de otras naciones.

Por otro lado, es importante entender que ni el Estado ni el mercado son generadores genuinos de riqueza. Las empresas (sector privado) son los únicos actores que generan en forma legítima la riqueza de una nación, gracias al efecto multiplicador y sinérgico entre su capital, el trabajo y la tecnología. En todo caso, el rol del Estado nunca debe impedir, obstaculizar o desincentivar el crecimiento del ámbito privado en pos de la redistribución de la riqueza, ya que es probable que al poco tiempo ya no haya riqueza que distribuir. El Estado es un ente recaudador que debe generar los estímulos y condiciones para aumentar la competitividad de las empresas y las exportaciones de bienes de alto valor agregado. Una nación que no produce bienes ni servicios de alto valor agregado nunca podrá dar el salto de nación

emergente a nación desarrollada. Al contrario, depender pura y exclusivamente de la exportación de *commodities* rurales y una estructura estatal sobredimensionada e ineficiente son rasgos característicos de naciones subdesarrolladas.

Otro factor clave lo constituye la educación, que es una prioridad en la agenda política y un pilar de la economía surcoreana. La educación en Corea del Sur tiene como cimiento a sus docentes y profesores. A diferencia de muchos países latinoamericanos, la docencia en este país es una carrera profesionalizada, respetada y bien remunerada. Esto constituye la base de un sistema educativo que funciona bien.

Siendo un país pequeño, con recursos naturales limitados y devastado por la guerra a principios de la década del 1950, Corea del Sur es en la actualidad una potencia económica mundial que nos ha enseñado que los “*milagros*” son posibles y que la “*creatividad es más importante que los recursos*”.



Imagen 5—Aforismo escrito en una de las paredes de la acerera POSCO: “Los recursos son limitados; la creatividad es ilimitada”. (Piccolotto, 2014).

BIBLIOGRAFÍA

- BANCO MUNDIAL, Indicadores de Desarrollo Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador>, 2015.
- DUTTA S., LANVIN D. & WUNSCH-Vincent S., "The global innovation index 2014: The human factor in innovation", World Intellectual Property Organization, 2014.
- GUPTA N., "Innovation Policies of South Korea", Institute for Defense Analyses, 2013.
- HWA SUN-HEE, "History and strategy of Korean economic development", Ajou University, Graduate School of International Studies, 2014.
- KDI SCHOOL OF PUBLIC POLICY AND MANAGEMENT, "Miracle on the Han river", Korean Ministry of Strategy and Finance, 2011.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT, <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/korea-es/>, 2015.
- PROGRAMA PARA LA EVALUACIÓN INTERNACIONAL DE LOS ALUMNOS, "Reporte de resultados de PISA 2012", OCDE, 2014.
- SAKONG I. & Youngsun K., "La economía surcoreana: seis décadas de crecimiento y desarrollo", Naciones Unidas, 2012.
- SEVERIN E. & CAPOTA C., "El uso de la tecnología en la educación: Lecciones desde Corea del Sur", Banco Interamericano de Desarrollo, 2011.
- SUN-HO L., "Contemporary Korean Society", Ajou University, Graduate School of International Studies, 2014.
- The Bloomberg Innovation Index, <http://www.bloomberg.com/graph-ics/2015-innovative-countries/>, 2015.
- The Hosftede Centre, <http://geert-hofstede.com/countries.html>, 2015.
- World Intellectual Property Organization, "World Intellectual Property Indicators Report", 2014.
- YOUNG-OK A., "Technology innovation and global strategy", Ajou University, Graduate School of International Studies, 2014.
- YUNG-HO C., "Organization structure and human resource management for innovation", Ajou University, Graduate School of International Studies, 2014.

REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE CÓRDOBA MANAGEMENT SCHOOL

PAUTAS PARA LOS AUTORES

1/ Los temas de interés principal de los contenidos a publicar son: Administración, Innovación, Marketing, Finanzas, Economía, Capital Humano, Contabilidad Gerencial, Comercio Internacional y temas afines. Son de alto interés para la revista los enfoques interdisciplinarios.

2/ Los artículos a publicar en la revista, serán ensayos más bien breves, que hagan un análisis conciso y una exploración reflexiva sobre las tendencias que se perfilan en la problemática o aspectos abordados. Serán escritos de tal modo que ayuden al lector a tener una visión sintética de la temática tratada y de sus perspectivas, y a reflexionar sobre ello.

3/ Una vez recibido el texto, el equipo editorial de la revista lo revisa en los siguientes quince días y si lo considera de interés y cumple con los criterios de aceptación, señalados a continuación, es enviado a dos revisores o árbitros para su evaluación.

4/ Se publicarán los artículos, en la medida que su contenido, calidad y características se ajusten a los objetivos y perfil editorial de la revista. En ningún caso la recepción de material supone necesariamente la aceptación para su publicación.

5/ La revisión o arbitraje lo llevan a cabo tanto docentes e investigadores de la Universidad como de otras Universidades locales e internacionales. Antes de enviar un trabajo a los árbitros el editor realiza una evaluación preliminar verificando la pertinencia del contenido con los objetivos de la revista y los aspectos formales. Cuando sea necesario, el editor o el director de la revista podrán contactarse con el autor para acordar mejoras en la redacción, en los aspectos formales o en el contenido del texto enviado para su publicación.

6/ Los criterios para la revisión de los artículos son: pertinencia, calidad científica, originalidad, claridad en la argumentación y cumplimiento de condiciones de las pautas de presentación.

7/ Al enviar un artículo los autores adquieren el compromiso de garantizar la originalidad de su trabajo y de la inexistencia de plagios en su texto, incluido el auto-plagio o publicación duplicada. Los autores no hará gestiones para su publicación en otros medios hasta no haber recibido respuesta de la dirección de la revista acerca de la aceptación o rechazo del artículo.

8/ En caso de artículos no inéditos que previamente se han publicado como pre-print en una web o en un repositorio, o se han presentado como comunicación a un congreso, los autores deben comunicarlo a la revista, y ésta estudiará su posible aceptación.

9/ En cuanto a la antigüedad de la información, se exige que la recogida de datos, operación o estudio de campo no haya finalizado en un período de tiempo superior a tres años a la fecha de envío del artículo.

10/ Se aplicarán los parámetros de calidad editorial de LATINDEX, Sistema Regional de Información para las Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, para revistas impresas.

11/ El hecho de que un trabajo sea publicado en esta Revista no implica que la Universidad Blas Pascal se adhiera a las opiniones expresadas en él.

12/ Los artículos no tendrán una extensión mayor a 14 páginas escritas con interlineado simple en fuente Arial 11 (entre 4000 y 5500 palabras incluyendo el resumen y las palabras clave) en hoja tamaño A4. El texto ha de enviarse por email a la dirección posgrados@ubp.edu.ar El documento debe presentarse archivo Word o rtf, con las tablas y gráficos pegados en él.

13/ Los trabajos deberán ajustarse a las siguientes pautas formales:

> El título, centrado, en mayúscula y negrita, deberá expresar en no más de cinco o seis palabras el contenido o la finalidad del artículo. La Dirección de la revista podrá eventualmente acordar con el autor la conveniencia de retitular el texto.

> El nombre del autor o autores se colocará inmediatamente abajo del título, con un asterisco que remita a una nota al pie de la primera página, en la que se indicará el cargo o función principal del autor, la institución a la que pertenece, ciudad, país y el e-mail para contactos.

> Un abstract, de no más de cincuenta palabras, dará cuenta de las ideas centra-

les del artículo, tratando de que sea una verdadera invitación a la lectura. El abstract es requerido en Español y en Inglés.

> Las referencias bibliográficas se agruparán alfabéticamente por apellido de los autores, al final del escrito, bajo el título Referencias, y se harán de la siguiente forma:

A) Si se trata de libro: primer apellido del autor, seguido de la inicial del nombre, el título de la obra en *italica*, la editorial, el lugar y el año de publicación. Si hay varios autores, luego del apellido e inicial del nombre del primero, se pondrá la inicial y el apellido de los otros.

B) Si se trata de un artículo de revista: apellido e inicial del autor (o autores), título del artículo entre comillas, nombre de la revista en *italica*, volumen y número, año de publicación, páginas entre las cuales aparece el artículo citado.

C) Si se trata de un artículo dentro de un libro o antología: apellido e inicial del autor (o autores), título del artículo entre comillas, apellido e inicial del autor del libro, nombre del libro o antología en *italica*, editorial, lugar y año de publicación, páginas entre las cuales aparece el artículo citado.

D) Si se trata de una referencia electrónica: apellido e inicial del autor, título del texto en *italica*, fecha de publicación o revisión de la página (de estar disponible) o fecha de acceso a la información, dirección electrónica.

14/ Los autores conservan los derechos morales de autor y transfieren de manera exclusiva y a título gratuito los derechos materiales de autor a la Universidad Blas Pascal para su publicación y divulgación, en los términos de la ley 11.723 y sus modificatorias. El solo hecho de remitir un artículo al editor responsable, sea en soporte papel, electrónico o por cualquier medio, para ser revisado a los fines de su publicación, implicará categóricamente la cesión a que se refiere el párrafo anterior. Los artículos publicados en la revista podrán ser reproducidos libremente con fines académicos citando la fuente y el autor.

CÓDIGO DE ETICA

Con el fin de propiciar una adecuada actuación de los autores y de asegurar que el proceso de arbitraje se desarrolle de la mejor forma posible, se pide tener en cuenta los siguientes aspectos de manera previa a remitir un artículo a consideración de la revista:

1/ La revista únicamente considerará artículos inéditos que correspondan en su contenido y estructura a las políticas señaladas por el comité editorial. Además, los autores confirman la veracidad de los datos, esto es, que no se han alterado los datos empíricos para verificar hipótesis.

2/ Es responsabilidad del autor o los autores señalar y referenciar claramente cualquier fragmento que sea tomado de la obra de otro autor, en la construcción de su trabajo. De no ser así, se considerará como plagio y el trabajo será descartado para publicación en la revista.

3/ Los autores garantizan que en la autoría estarán incluidas aquellas personas que hayan realizado una contribución significativa en el trabajo.

4/ Los autores deben citar aquellas publicaciones que son antecedentes esenciales para comprender el trabajo.

5/ Los autores deben abstenerse de incluir información que hayan obtenido de manera confidencial sin el permiso explícito correspondiente.

6/ La selección y aprobación final de un artículo dependerá del concepto académico de los pares convocados en cada caso y de la disposición de los autores de realizar las modificaciones que se sugieran como necesarias.

7/ El proceso de arbitraje de la revista es “doble ciego”, lo que implica que ni los autores, ni los pares conocerán entre sí sus identidades. En este sentido, es responsabilidad del autor evitar cualquier alusión directa o indicio sobre su identidad dentro del cuerpo del texto. Los detalles de cada proceso no se divulgarán sino entre los directamente involucrados (editores, autores, evaluadores, integrantes del comité).

8/ Cuando el comité editorial o el editor lo estimen conveniente, se podrá pedir al autor o a los autores que sugieran los nombres de posibles pares académicos, siempre y cuando, estos candidatos no conozcan una versión previa del documento o hayan estado vinculados de alguna manera con el proceso de investigación del que se deriva. En este caso, se pide al autor o a los autores que actúen con total transparencia en su recomendación, evitando a aquellos candidatos que puedan identificar su identidad o que puedan presentar algún tipo de conflicto de intereses.

9/ El autor o los autores no podrán remitir de modo simultáneo su trabajo a otra publicación mientras esté en proceso de arbitraje en esta revista.

10/ El comité editorial se reserva el derecho de descartar la publicación de cualquier trabajo postulado, si considera que no corresponde a la naturaleza académica de la revista o si los autores incurren en algún comportamiento indebido, como los descritos anteriormente.

www.cordobamanagementschool.org
54 351 4144444 | cms@ubp.edu.ar