



# The Anáhuac Journal

Volume 13 | Number 2 | Second Semester 2013

The Academic Journal  
of the Universidad Anáhuac México Sur

Edited by José C. González Núñez



# The Anáhuac Journal

Business and Economics

The Academic Journal of the Universidad Anáhuac-México Sur

---

Volume 13, Number 2 • Second Semester 2013

ISSN 1405-8448

Edited by José C. González Núñez



LIDeditorial  
.com

# The Anáhuac Journal

Business and Economics



*The Anáhuac Journal: Business and Economics* es una revista académica y se publica en los meses de enero y julio, en forma conjunta por la Universidad Anáhuac-México Sur y LID Editorial Mexicana. Incluye artículos producto de investigación y estudios con resultados originales, que traten problemas de economía y negocios, así como temas vinculados a ellos; asimismo, reseña tesis doctorales y notas críticas. El Consejo Editorial, con el apoyo de una amplia cartera de árbitros nacionales e internacionales, especializados en los temas que se publican, dictamina anónimamente los trabajos recibidos para evaluar su publicación y el resultado es inapelable. El contenido de los artículos y reseñas que aparecen en cada número es responsabilidad de los autores y no compromete la opinión de los editores. Los trabajos que se presenten para su publicación deberán ser de carácter académico y ajustarse a los lineamientos que se incluyen al final de la revista.

Universidad Anáhuac-México Sur

Av. de las Torres núm. 131, Col. Olivar de los Padres

C.P. 01780, México, D.F., tel. +52 55 5628 8800

## The Anáhuac Journal: Business and Economics

Editor: José C. González Núñez

Universidad Anáhuac-México Sur,

www.uas.mx

### Editorial Council/Consejo Editorial

**Abraham Nosnik Ostrowiak**, Universidad Anáhuac, México

**Armando Román Zozaya**, Universidad Anáhuac, México

**Carlos Morales Troncoso**, Universidad Nacional Autónoma de México

**Charles Mayer**, Head of Marketing, Central European University, Budapest, Hungría

**F. J. Fiz Pérez**, Catedrático de Bioética Social y de Psicología del Desarrollo, Universidad Europea de Roma

**Irene Limón**, Universidad Anáhuac-México Sur

**Ivan Filby**, Universidad de Dublín, Irlanda

**José Sámano Castillo**, Universidad Nacional Autónoma de México

**Keith Maunders**, Universidad de Hull, Reino Unido

**Leonardo Alfonso Verduzco Dávila**, Universidad Anáhuac Mayab

**María del Rocío de la Torre Aguilar**, Universidad Anáhuac-México Sur

**Miguel Ángel Axtle**, Universidad Anáhuac-México Sur

**Mónica Febles Álvarez-Icaza**, Universidad Anáhuac Mayab

**Nieves Carmona G.**, Universidad Francisco de Vitoria, Madrid, España

**Paul Roosens**, Universidad de Amberes, Bélgica

**Rafael Guillermo Ricardo Bray**, Universidad de la Sabana, Colombia

**Ward Roofthoof**, Profesor, Universidad de Amberes, Bélgica

**Coordinadora del fondo editorial:** Samanta Pérez Cervantes

The Anáhuac Journal está indexado por Latindex, CLASE y EBSCO Host.

Derechos reservados © 2013

respecto a esta edición

por Universidad Anáhuac del Sur, S.C.

México, D.F.

Print: 500 copies

Tiraje: 500 ejemplares

# THE ANÁHUAC JOURNAL

## Business and Economics

The Academic Journal of the Universidad Anáhuac-México Sur  
Volume 13, Number 2 • Second Semester 2013

Edited by José C. González Núñez

### Contents / Contenido

<b>Satisfacción laboral y compromiso organizacional: estudio comparativo en una empresa con operación global</b>	
Roger Manuel Patrón Cortés	9
<b>Las causas de creación de las empresas, las funciones que cumplen en la sociedad y los principios de su funcionamiento eficiente en la teoría de la empresa desde principios del siglo XX</b>	
Benjamín Núñez Zavala	27
<b>Efectos económicos-comerciales de los acuerdos preferenciales de libre comercio de Estados Unidos con América Latina: el caso de México con referencias a Brasil</b>	
Mariana Aparicio Ramírez	61
<b>Validación de recursos, motivaciones y emociones para el desarrollo de productos turísticos integrales</b>	
Ricardo Medina Covarrubias	93



# Satisfacción laboral y compromiso organizacional: estudio comparativo en una empresa con operación global

Roger Manuel Patrón Cortés

## Resumen

*Esta investigación tuvo como objetivo determinar si existe relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional del personal de una empresa agroindustrial latinoamericana ubicada en el sur de México. Este estudio fue exploratorio, descriptivo y correlacional, y participaron un total de 36 empleados que conforman la empresa. Se encontró que el personal de la agroindustria se encuentra satisfecho pero no tiene definido su grado de compromiso. Los empleados percibieron que sus ingresos no son proporcionales al volumen de trabajo que realizan y manifiestan que no existe reconocimiento a su labor.*

*El personal de la agroindustria no tiene definido su compromiso porque le falta identificarse más con la empresa y sus objetivos, asimismo necesita incrementar su sentido de pertenencia. Por otra parte, no se encontró relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional. Se sugiere implementar un programa de pago variable vinculado a un programa de participación de los empleados, con la finalidad de incrementar la satisfacción laboral, lograr un mayor compromiso organizacional y por tanto aumentar la productividad de la empresa, en beneficio del desarrollo económico de la localidad y de México.*

*Palabras clave: satisfacción laboral, compromiso organizacional, empresa agroindustrial.*

*Clasificación JEL: J3, J5, L2 y M1.*

## **Abstract**

*This research aimed to determine the correlation between job satisfaction and organizational commitment of the staff of a Latin American agribusiness company located in southern Mexico. This study was exploratory, descriptive and correlational, and had the participation of the 36 employees of this small company. We found that the employees of agribusiness are satisfied but with no commitment defined. Employees perceived that their income was not proportional to the amount of work done, and the company does not recognize their work. The agribusiness staff has not defined its commitment because the workers do not identify with the company and its objectives in order to increase their sense of belonging. Moreover, no relationship was found between job satisfaction and organizational commitment. It is suggested to implement a variable pay program linked to a program of employee participation, in order to increase job satisfaction, achieve greater organizational commitment and thus, increase the productivity of the company to benefit the economic development of the locality and Mexico.*

*Keywords: job satisfaction, organizational commitment, agribusiness company.  
JEL Classification: J3, J5, L2 and M1.*



## 1. Introducción

En cada país, la búsqueda a largo plazo del bienestar social depende sobre todo de la capacidad de la fuerza de trabajo para alcanzar un mayor aumento de la productividad. Esto permite que las naciones tengan más oportunidades de dónde elegir y satisfacer mejor las necesidades humanas y alcanzar mayores logros (Gibson, Ivancevich y Donnelly, 1994).

Ríos, Tellez, y Ferrer (2010) refieren que las empresas con un índice de compromiso alto, registran niveles de desempeño y productividad elevados, así como también bajos índices de ausentismo. Por ello, es fundamental potenciar y reconocer el trabajo del personal, para tratar de eliminar la sensación de frustración y lograr mayor satisfacción en el trabajo.

De acuerdo con Treviño (2004), más de 98% de los negocios formales e informales en México son pequeñas y medianas empresas (pymes) y, por lo tanto, los problemas que presentan tienen alta influencia en los indicadores macroeconómicos y sociales del país en el que operan. Asimismo, según estudios estadísticos, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha detallado que en México las pymes emplean a 78% de la Población Económicamente Activa (PEA), y aportan 68% del Producto Interno Bruto (PIB) (Vázquez, 2002).

Salgado, Remeseiro e Iglesias (1996) han explicado que, como resultado del tamaño, las pymes exponen profundas diferencias con respecto a las grandes empresas. Como ejemplo, destacan el número de trabajadores, la carga laboral, la necesidad de controles y procesos, así como la dinámica que prevalece en las relaciones formales e informales.

En esta lógica, para mejorar el desempeño de las pymes se requiere reconocer y superar, no solo los obstáculos económicos y técnicos que enfrentan, sino también prestar atención a sus necesidades relacionadas con la satisfacción laboral y su impacto en el compromiso organizacional. Ignorar estos aspectos puede representar una barrera para el desarrollo y competitividad de las mismas.

Realizar estudios sobre sus dificultades es importante para la planeación estratégica de las pymes, ya que les permite tomar decisiones y enriquecer sus resultados. Teniendo información suficiente, una pyme puede impulsar la motivación entre su equipo, o bien accionar programas para que los trabajadores se sientan parte de la organización y encuentren desarrollo personal y profesional. Sin embargo, existe poco conocimiento sobre el círculo virtuoso del desarrollo del capital humano en este tipo de organizaciones, ya que las investigaciones emprendidas hasta la fecha son escasas.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1. Satisfacción laboral

Según Chiang, Méndez y Sánchez (2010), desde la década de los treinta se registra un gran interés por realizar investigaciones sobre la satisfacción laboral, el cual ha ido evolucionando hacia una preocupación creciente por la calidad de vida y el desarrollo del individuo.

Rodríguez (2003) explica que varios autores, tales como Maslow, 1954; Herzberg, 1959; McGregor, 1960; McClelland, 1961; Skinner, 1972; C. Nayle & D. Ilgen, 1984; y Vroom, 1996, han tratado el tema de la satisfacción laboral y sus efectos en la organización. Estos autores, apoyados en diversas investigaciones, han creado teorías relativas a los efectos que producen la insatisfacción y los múltiples factores que pueden influir en el comportamiento de los colaboradores.

De esta forma, Blum y Naylor (1990) exponen que la satisfacción laboral es el resultado de las diferentes respuestas y actitudes generadas hacia sus condiciones de trabajo, tales como los salarios, supervisión, constancia, oportunidades de crecimiento, reconocimiento, evaluación de desempeño, relaciones sociales, resolución de quejas, justicia y otros conceptos similares. Por lo tanto, son numerosas las definiciones y las variables que se incluyen en el término “satisfacción laboral”. Pero, como lo han destacado Abrajan, Contreras, y Montoya (2009), la relación del trabajador con su entorno laboral es una constante en todas las definiciones. En su caso, la variación puede encontrarse en su origen: satisfacción intrínseca o satisfacción extrínseca. La primera se refiere a la naturaleza de las tareas del puesto, así como a la percepción de las personas respecto del trabajo que realizan. En el caso de la satisfacción extrínseca tiene que ver con otros aspectos de la situación de trabajo, tales como las prestaciones y el salario.

Dawis y Lofquist (1992) explican la satisfacción laboral mediante la teoría de Ajuste al Trabajo de Minnesota, la cual se basa en los métodos de la psicología sobre las diferencias individuales y el análisis estadístico para explicar la variación. Reconoce que cada persona es diferente, al igual que el medio ambiente en el que se desempeña. Por ello, estos autores definen la satisfacción laboral del individuo “como una condición afectiva agradable, resultado de su valoración y de la manera en que la situación experimentada en el trabajo resuelve sus necesidades, valores y expectativas” (p. 72).

La teoría de Ajuste al Trabajo ha conducido al desarrollo de instrumentos, materiales y monografías para la investigación, dentro de los cuales se encuentra el Cuestionario de Satisfacción de Minnesota (MSQ, por sus siglas en inglés), que establece el grado en el que los requerimientos del trabajador son satisfechos por el ambiente de trabajo.

Por otra parte, de acuerdo con Spector (1997), entre las escalas más usadas por los investigadores para medir la satisfacción laboral se encuentran: el Índice

Descriptivo del Trabajo (JDI, por sus siglas en inglés), el Cuestionario de Satisfacción de Minnesota (MSQ), el Estudio Diagnóstico del Trabajo (JDS, por sus siglas en inglés) y la Escala del Trabajo en General (JIG, por sus siglas en inglés).

El cuestionario de Satisfacción de Minnesota (MSQ) es un instrumento muy conocido y utilizado. Esta herramienta es útil en el asesoramiento de estudios complementarios y en la generación de información sobre los reforzadores en el trabajo.

## 2.2. *Compromiso organizacional*

Con el objetivo de crecer y observar cada vez mejores resultados, una pyme tiene que manejar adecuadamente el cambio, pero este proceso por lo general requiere de empleados comprometidos que se identifiquen con los valores y objetivos de la empresa, y la traten como si fuera propia (Dessler, 1996). La falta de compromiso puede reducir la eficacia de la organización. En cambio, la gente comprometida tiene menos probabilidades de renunciar y buscar otro empleo y, por ende, la organización no deberá incurrir en los costos provenientes de un alto índice de rotación. De la misma forma, los colaboradores comprometidos y altamente calificados requieren menos supervisión, pues conocen la importancia y el valor de alinear sus metas con las de la organización, ya que visualizan ambas a un nivel personal (Gibson, Ivancevich y Donnelly, 1994).

El concepto de compromiso organizacional se ha utilizado con sentidos muy diversos. Allport (1963, citado por Pintor, 1989) lo definió como el grado en que un empleado participa en su trabajo, teniendo en cuenta sus necesidades, prestigio, autorrespeto, autonomía y autoimagen. Robbins (2004) asegura que el compromiso organizacional se puede percibir a través de la identificación y orgullo del personal por pertenecer a la empresa. Cuando se tiene un trabajador comprometido, contribuye de manera optimista y responsable para alcanzar los objetivos organizacionales. En esta lógica, el compromiso organizacional podría ser el mejor indicador del desempeño que tendrá la empresa, pues es una respuesta más global y duradera a la organización como un todo, que la satisfacción laboral. Por ejemplo, un empleado puede estar insatisfecho con su cargo y responsabilidades, pero puede asimilar la situación como temporal y, sin embargo, no sentirse insatisfecho con la organización como un todo. En cambio, es importante valorar que, cuando la insatisfacción se extiende hacia toda la organización, es muy probable que los individuos consideren renunciar.

El término general de compromiso organizacional aglutina diferentes aspectos relacionados con el apego afectivo hacia la empresa, con los costos que el trabajador debe absorber asociados a separarse de esta, y con la obligación de permanecer en la misma. Durante años ha prevalecido en la mente de muchos directores y gerentes el paradigma de que un colaborador satisfecho es un empleado

productivo. Incluso, es probable que esta premisa parezca perfectamente lógica para el común de las personas. No obstante, y a pesar de los más de setenta y siete años que lleva el estudio de la satisfacción laboral, no existe publicación de corte científico que haya podido validar esta relación de forma contundente.

Investigadores en distintas partes del mundo se han dado a la tarea de identificar cuál es la naturaleza de cada uno de los posibles vínculos que originan el apego de un empleado hacia su empresa, y no solo eso, también se han enfocado en analizar cuáles son las principales conductas que se derivan de estas relaciones. Además, han evaluado qué factores o variables influyen en el desarrollo de estos vínculos. Al conjunto de vínculos que mantiene a un sujeto apegado a una empresa en particular, se le ha llamado compromiso organizacional.

### *2.3. Relación satisfacción laboral y compromiso organizacional*

García del Junco y Brás (2008) explican que, aunque la mayor parte de la literatura y de las evidencias empíricas sugieren una relación causal, donde la satisfacción es una causa del compromiso, el entorno cultural puede forzar una relación causal distinta a la propuesta en la mayoría de los trabajos descriptivos. Todavía no hay evidencias que soporten la existencia de una relación causal entre los dos constructos, solo se ha logrado determinar una correlación elevada entre estos. Estos autores aclaran que existe una controversia sobre la existencia de una relación causal entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional y cuál es la variable que la motiva. Sin embargo, aseguran que está claro que ambas son variables asociadas que afectan los resultados, tales como la rotación de personal, las intenciones de dimisión de los trabajadores, el ausentismo o el desempeño individual y organizacional. Asimismo, se encuentran relacionadas con el comportamiento organizacional, justicia distributiva y de procedimientos, liderazgo y productividad, y cambio institucional, entre otros constructos.

Mathieu (1991), apoyado en experiencias empíricas, manifiesta que las variables compromiso organizacional y satisfacción laboral se encuentran recíprocamente relacionadas, pero que la influencia de la satisfacción en el compromiso es más elevada que en el caso contrario.

Robbins (2004) indica que el interés de estudiar la satisfacción laboral se centra en los efectos que tiene en el desempeño del personal. “Los investigadores saben de este interés y por eso vemos muchos estudios diseñados para evaluar el impacto de la satisfacción en la productividad, ausentismo y rotación” (p. 79) y, por lo tanto, en el compromiso organizacional.

### *2.4. Investigaciones de satisfacción laboral y compromiso organizacional*

Kreitner y Kinicki (1997) señalan que un metaanálisis de 68 estudios, reveló una relación significativa y sólida entre la satisfacción con el trabajo y el

compromiso organizativo. Por su parte, Galaz (2003), explica que en el ámbito académico se ha encontrado que la satisfacción en el trabajo no se asocia de forma consistente con el desempeño en términos generales. Más allá de la posibilidad de que los empleados altamente productivos se encuentren satisfechos, y tomando en cuenta que no todos los trabajadores muy satisfechos son igualmente productivos, parecería lógico pensar que los niveles bajos de satisfacción repercutan negativamente en la productividad, hasta llegar a la apatía, o a la renuencia, a la constitución de sindicatos y hasta a la búsqueda de otro empleo.

Un estudio emprendido por Villalba-Moreno (2001) en el que examinó el aumento de la satisfacción y del compromiso organizacional de los empleados a través del liderazgo efectivo, encontró que cuando el líder reta el *statu quo*, inspira una visión compartida, habilita a los demás para actuar, sirve como modelo de desempeño y anima a actuar, además de promover la satisfacción y el compromiso organizacional de sus seguidores.

Díaz y Quijada (2005) realizaron un estudio para conocer la relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional, el cual reveló que existe una correspondencia moderada positiva, es decir, si aumenta la satisfacción laboral en un empleado también aumenta el compromiso organizacional.

García del Junco y Brás (2008) ejecutaron una revisión metaanalítica a partir de 58 investigaciones, resumiendo estudios y calculando el tamaño promedio del efecto de la relación compromiso organizativo y satisfacción profesional. El ejercicio confirmó la existencia de una correlación general significativa y positiva aproximada de 0.53.

## 2.5. Planteamiento del estudio

El estudio se realizó en una pyme agroindustrial, líder en la producción y procesamiento de sábila, con certificación orgánica. Fue establecida en 1989 en el sureste de la República Mexicana. Cuenta con diversas certificaciones y acreditaciones como se muestra en la Tabla 1.1

**Tabla 1.1** Certificaciones y acreditaciones de la empresa agroindustrial de sábila

Certificación	Descripción	Año de inicio
Bioagricert	Organismo certificador para productos de agricultura orgánica con sede en Bologna, Italia.	2002
INFOAM ( <i>International Federation of Organic Agriculture Movements</i> )	Normas de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica con sede en Alemania.	2002

Certificación	Descripción	Año de inicio
NOP - USDA ( <i>The National Organic Program Standard of the US Department of Agriculture</i> )	Certificación orgánica para productos agrícolas, pecuarios y de recolección silvestre para el mercado estadounidense.	2002
JAS ( <i>Japanese Agricultural Standard</i> )	Certificación orgánica para productos agrícolas y de recolección silvestre para el mercado japonés.	2002
REACH Compliance ( <i>Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals</i> )	Reglamentación de la política química de la Unión Europea, con sede en Helsinki, Finlandia.	2008
HACCP ( <i>Hazard Analysis and Critical Control Points</i> )	Certificación internacional que define las guías para un control efectivo sobre la seguridad de los alimentos.	2008

Fuente: Gerencia general de la empresa (2013).

En la Tabla 1.1 se observa que la empresa tiene más de 10 años de experiencia en los procesos internacionales de certificación y acreditación. Asimismo, desde 2000 es miembro del *International Aloe Science Council* (IASC). Cuenta con un área de cultivo de 650 hectáreas (1,600 acres), una planta productiva y un departamento de ventas. La inversión en la planta productiva se aproximó a los 17 millones de dólares. Procesa un total de 4.5 millones de pencas de sábila al año, de las cuales 1.1 millones son de cultivo propio y la diferencia es comprada. El incremento del nivel de producción y ventas se detalla en la Tabla 1.2.

**Tabla 1.2** Producción y ventas de la empresa agroindustrial 2008-2012

Año	Producción: gel y polvo (unidades)	Ventas (Millones de pesos)
2008	38,994	12.0
2009	42,503	15.0
2010	46,328	15.0
2011	50,497	17.0
2012	55,041	9.0

Fuente: Departamento Contabilidad de la empresa (2013).

En la Tabla 1.2 se observa que la producción ha registrado una tasa de crecimiento anual promedio de 8.8% durante los últimos cinco años. En 2012 se aprecia una baja en las ventas debido a la crisis económica europea. Sin embargo, se estima que al cierre de 2013 las ventas totales asciendan a 13 millones de pesos, mientras que en 2014 alcanzarán los 17 millones de pesos, de acuerdo con las proyecciones elaboradas por la empresa.

Esta firma es líder en la producción y procesamiento de materia prima para compañías y laboratorios del sector cosmético, farmacéutico, alimenticio y del cuidado personal, no solamente en México sino también en América Latina. Además, exporta sus productos a los mercados más importantes de Europa, Asia, África y Oceanía, con presencia en 35 países, tales como Australia, Japón, Taiwán, Malasia, Marruecos, Sudáfrica, España, Alemania, Francia, Italia, Israel, Bélgica, Suiza, Suecia, Holanda, Canadá, Estados Unidos, Chile, Colombia, Perú y Grecia.

La manufacturera se encuentra a la vanguardia en innovación tecnológica y desarrollo de nuevos productos, y tiene el compromiso de ofrecer a sus clientes máxima pureza, disponibilidad de productos todo el año y los precios más atractivos del mercado. A lo largo de dos décadas ha consolidado un proceso agroindustrial integral que abarca desde la selección, siembra y cosecha del producto, hasta el empaque y comercialización de la materia prima elaborada. Cuenta con personal altamente calificado y la más avanzada plataforma tecnológica para producir materia prima con un alto grado de estabilidad y pureza, lo cual aporta calidad y valor agregado a los requerimientos de sus clientes. Vale la pena destacar que también mantienen un firme compromiso con el cuidado y conservación de la naturaleza, por lo que ha realizado inversiones en equipo y tecnología que permiten una ingeniería de procesos sostenible, eficiente y con nulo impacto ambiental.

A pesar de las declaraciones de los ejecutivos que lideran la empresa, no se han realizado estudios que midan la satisfacción laboral y el compromiso organizacional de su personal. Por ello se emprendió la presente investigación que tiene como objetivos: a) registrar el grado de satisfacción laboral, b) medir el nivel de compromiso organizacional, y c) determinar si existe relación entre ambas variables.

De la misma forma, esta investigación cumplirá con el objetivo de abonar a la literatura empresarial sobre pymes, y de hallar el nivel de satisfacción y compromiso que tienen los empleados de la empresa en estudio, con el fin de brindar herramientas a los tomadores de decisiones de la organización. Con la información recabada podrán fortalecer sus programas de beneficios laborales para obtener un mejor desempeño del personal, el cual coadyuve al desarrollo económico y sustentable de su localidad y de México.

### 3. Metodología

Este ejercicio tuvo un enfoque exploratorio, de corte cuantitativo, descriptivo y correlacional. Se decidió realizar el análisis en la planta productiva, por ser el área sustantiva de la empresa y en la que se tiene un mayor número de trabajadores. Participaron 36 de los 40 colaboradores que laboran en la planta, de los cuales cinco son jefes de área, cuatro son supervisores, 12 son operadores de procesos, y 15 son obreros. El proceso de recopilación de información se efectuó a través de dos instrumentos: el Cuestionario de Satisfacción de Minnesota (MSQ, por sus siglas en inglés) de Weiss, Dawis, England, & Lofquist (1967), y la Escala del Grado de Compromiso de los Empleados, de Grajales (2000). Estas herramientas fueron seleccionadas porque son las más utilizadas y conocidas por el sector investigador, además de que son útiles en el asesoramiento de estudios complementarios y en la generación de información sobre reforzadores en el trabajo. Por lo tanto, se alinean al objetivo del estudio.

Según Dawis y Lofquist (1992), el MSQ reporta datos de confiabilidad, lo cual indican que el instrumento es apropiado para ser usado en la investigación y en la práctica. Esta confiabilidad fue valorada en dos aspectos: consistencia interna y estabilidad. La prueba de confiabilidad de consistencia interna se aplicó a las 21 escalas, administradas a 27 grupos normativos, utilizando el método de análisis de varianza de Hoyt. De los 567 coeficientes de confiabilidad investigados, 83% fueron de 0.80 o más y solamente 2.5% se ubicaron por debajo de 0.70. Los resultados obtenidos reportan que, en general, las escalas del MSQ tienen un coeficiente de confiabilidad de consistencia interna adecuada.

Los datos sobre la estabilidad de las 21 escalas del MSQ fueron obtenidos mediante *test-retest*, en dos intervalos de tiempo: una semana y un año. El *retest* de una semana se aplicó a 75 empleados que asistían a cursos de psicología y de relaciones laborales en una escuela nocturna, y el *retest* de un año se aplicó a 115 empleados individualmente. Ambos grupos fueron heterogéneos con respecto a la edad y nivel ocupacional. Ninguno de los dos grupos incluyó a individuos que habían cambiado trabajos entre las administraciones del MSQ. Para el intervalo de una semana, los coeficientes de correlación de estabilidad se extendieron de 0.66 para la escala de compañeros de trabajo a 0.91 para la escala de condiciones de trabajo. El coeficiente medio para las 20 escalas, exceptuando la de satisfacción general, fue de 0.83, y el coeficiente de estabilidad para la escala de satisfacción general fue de 0.89. Para el intervalo de un año, los coeficientes de correlación de estabilidad se extendieron de 0.35 para la escala de independencia a 0.71 para la escala de utilización de habilidades. El coeficiente medio para las 20 escalas, exceptuando la de satisfacción general fue de 0.61 y el coeficiente de estabilidad para la escala de satisfacción general fue de 0.70.



La evidencia de efectividad del MSQ se deriva de los estudios de validación de constructo en torno al Cuestionario de Importancia de Minnesota (MIQ, por sus siglas en inglés), basado en la Teoría de Ajuste al Trabajo. Se realizó una serie de estudios con las escalas del MSQ, como variables dependientes, para ser predichas de la relación entre las necesidades vocacionales, medidas por el MIQ y los niveles estimados de reforzadores ocupacionales.

El MSQ requiere aproximadamente cinco minutos para ser contestado. Contiene 20 reactivos, clasificados en 20 necesidades psicológicas dentro del ambiente laboral: servicio social, creatividad, valores morales, independencia, variedad, supervisión, relaciones humanas, utilización de habilidades, estatus social, políticas y prácticas de la institución, autoridad, seguridad, remuneración, condiciones de trabajo, desarrollo, supervisión técnica, compañeros de trabajo, responsabilidad, reconocimiento, logro y actividad (Weiss, Dawis, England, & Lofquist, 1967). Los reactivos pueden ser contestados seleccionando una de las cinco categorías de respuesta: 1) no satisfecho, 2) poco satisfecho, 3) satisfecho, 4) muy satisfecho, y 5) extremadamente satisfecho. El análisis estadístico del MSQ reportó un Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.80

La escala del Grado de Compromiso de los Trabajadores consiste en un valor compuesto por los valores de respuestas ofrecidas a un conjunto de declaraciones, es un instrumento de fácil y rápida aplicación. Consta de 21 ítems que pueden ser contestados con uno de cinco valores de respuesta: 1) totalmente en desacuerdo, 2) medianamente en desacuerdo, 3) no lo tengo definido, 4) medianamente de acuerdo y 5) totalmente de acuerdo. Pueden obtenerse calificaciones mínimas de 21 puntos y máximas de 105 puntos (Grajales, 2000). Asimismo, los 21 ítems se distribuyen en cuatro dimensiones: a) participación (1 al 6), b) identificación (7 al 12), c) pertenencia (13 al 17) y d) lealtad (18 al 21). La escala del Grado de Compromiso de los Empleados obtuvo un Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.69.

Para la recolección de datos, se solicitó la autorización de los dueños de la empresa, quienes permitieron realizar el estudio entre su personal. Asimismo, se contó con la ayuda de estudiantes de una universidad latinoamericana. Los cuestionarios se administraron en la empresa previa cita y se requirieron de tres sesiones para completar la recolección de datos de todo el personal.

### 3. Resultados

#### 3.1. Satisfacción

Los resultados del grado de satisfacción laboral, de acuerdo con la administración del MSQ, se presentan en la Tabla 2.1.

**Tabla 2.1** Escalas de necesidades y satisfacción general del personal de la agroindustria

Escala	N	Media	Desviación Estándar
Actividad	36	2.52	0.97
Independencia	36	2.63	0.96
Variedad	36	3.08	0.99
Estatus social	36	3.19	0.87
Supervisión - relaciones humanas	36	2.58	0.74
Supervisión técnica	36	2.55	0.60
Valores morales	36	2.83	0.76
Seguridad	36	2.75	0.77
Servicio social	36	2.97	0.52
Autoridad	36	3.08	0.80
Utilización de habilidades	36	3.47	0.66
Políticas y prácticas de la empresa	36	2.88	0.55
Remuneración	36	1.94	0.82
Desarrollo	36	2.27	0.67
Responsabilidad	36	2.63	0.82
Creatividad	36	2.80	0.88
Condiciones de trabajo	36	2.30	0.79
Compañeros de trabajo	36	2.80	0.88
Reconocimiento	36	2.33	0.84
Logro	36	2.58	0.70
Satisfacción general	36	2.71	0.66

Fuente: Resultados a través del paquete estadístico SPSS, versión 17.0 para Windows.

En la Tabla 2.1, se observan las necesidades psicológicas que lograron ser cubiertas en mayor o menor grado dentro de la empresa agroindustrial. Se encontró que el personal está satisfecho en las escalas a) utilización de habilidades (3.47), b) estatus social (3.19), c) variedad (3.08), y d) autoridad (3.08). Por otra parte, los empleados indicaron poca satisfacción con a) remuneración (1.94), b)

desarrollo (2.27), c) condiciones de trabajo (2.30) y d) reconocimiento (2.33). En términos de la satisfacción general, el resultado fue que el personal se encuentra satisfecho (2.71).

Los colaboradores de la agroindustrial se encuentran satisfechos porque tienen la oportunidad de demostrar sus capacidades, tomar un lugar relevante en la comunidad, hacer cosas diferentes ocasionalmente, y en el caso de los que tienen personal subordinado, decirles que hacer. No obstante, los trabajadores manifestaron poca satisfacción en función del salario que perciben, las oportunidades de promoción, condiciones en que desarrollan su trabajo y la falta de reconocimiento por el trabajo bien realizado. Estos resultados son consistentes con los generados por Kirk (1990), particularmente en cuanto a las escalas a) satisfacción general, al estar satisfechos con su trabajo, y b) remuneración, al sentirse poco complacidos. Estos resultados también muestran congruencia con Galaz (2003), quién indica que en instituciones educativas se han encontrado niveles de satisfacción relativamente bajos en relación con el salario que perciben los docentes.

### 3.2. *Compromiso*

Los resultados del compromiso organizacional, de acuerdo con la Escala del Grado de Compromiso de los Trabajadores se muestran en la Tabla 2.2.

**Tabla 2.2** Escala del grado de compromiso de los trabajadores de la agroindustria.

<b>Dimensión</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación Estándar</b>
Participación	36	3.16	0.76
Identificación	36	3.62	0.93
Pertenencia	36	2.18	0.86
Lealtad	36	3.10	0.69
Compromiso general	36	3.02	0.56

Fuente: Resultados a través del paquete estadístico SPSS, versión 17.0 para Windows.

En la Tabla 2.2 se observa que el personal se encuentra medianamente identificado con la empresa (3.62). No tiene definida su participación (3.16) ni su lealtad con la organización (3.10), y se encuentra medianamente en desacuerdo con su sentido de pertenencia (2.18). En lo que respecta al grado de compromiso, el resultado fue que el personal no lo tiene definido.

Los empleados se encuentran medianamente identificados con la agroindustria porque no la consideran como una gran empresa para trabajar, pues se encuentran poco orgullosos de la misma. No tienen claro si sus opiniones son tomadas en cuenta y si realizan su trabajo sin pretender dar más de lo que les pagan. Además, se encuentran medianamente en desacuerdo en que son parte de la empresa. Debido a los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones, el personal no tiene definido su compromiso con la organización. Estos estudios son consistentes con Regnault (1995), Loli (2006) y Barraza (2008), quienes en sus investigaciones encontraron la existencia de un compromiso moderado o la tendencia a un mayor compromiso.

### *3.3. Compromiso y satisfacción*

Teniendo los resultados, se procedió a comprobar la existencia de una relación significativa entre el grado de compromiso organizacional y el grado de satisfacción laboral dentro de la empresa agroindustrial. Se utilizó el análisis de correlación de Pearson, y se obtuvo un valor de  $r=0.258$ , por lo que no se encontró diferencia significativa en el nivel de significación de 0.05 entre compromiso organizacional y satisfacción laboral. Por lo tanto, se puede afirmar que en el caso de la empresa agroindustrial no existe relación entre la satisfacción laboral y el compromiso con la organización. Por otra parte, se encontró un valor de  $r=0.03$  al correlacionar la satisfacción general y la dimensión de identificación del compromiso organizacional.

## **4. Conclusión**

Tras la evaluación integral del ejercicio, se concluyó que el personal de la agroindustria se encuentra satisfecho pero no tiene definido su grado de compromiso. Aunque el personal tiene la oportunidad de demostrar sus capacidades, los empleados percibieron que sus ingresos no son proporcionales a la cantidad del trabajo realizado, no hay suficientes oportunidades de desarrollo dentro de la empresa, y además no les reconocen su labor. El personal de la agroindustria no ha logrado establecer un compromiso, porque le falta identificarse más con la empresa y sus objetivos, además necesita incrementar su sentido de pertenencia. Esto es congruente con Robbins (2004), quien señala que el compromiso organizacional elevado consiste en identificarse con la compañía para la que se trabaja.

Se encontró que no existe relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional. Estos resultados son contrarios a los estudios de Mathieu (1991), quien manifiesta que ambas variables se encuentran relacionadas de forma recíproca. También son contrarios a los señalados por Kreitner y Kinicki

(1997), quienes revelaron mediante varios estudios una relación significativa y fuerte entre el compromiso organizacional y la satisfacción con el trabajo. Asimismo, son contrarios a las investigaciones de Díaz y Quijada (2005), quienes hallaron que existe una relación moderada positiva entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional.

Finalmente, este estudio es congruente con García del Junco y Brás (2008), quienes señalan que todavía no hay evidencias que soporten la existencia de una relación causal entre los dos constructos, ya que solamente se ha logrado determinar una correlación elevada entre estos. Estos autores aclaran que ambas son variables asociadas que afectan la rotación de personal y las intenciones de dimisión de los trabajadores, el ausentismo o el desempeño individual y organizacional.

Por lo tanto, se sugiere crear un programa de participación de los empleados, con el objetivo de aprovechar toda la capacidad del personal y fomentar un compromiso con el éxito de la organización. Esto es consistente con Robbins (2004), quien expone ejemplos de empresas que han utilizado este tipo de programas, tales como General Electric en Carolina del Norte, Childress Buick en Phoenix, y la planta Bic Corporation de Milford, Connecticut. Además, Robbins detalla que, en la medida en que los empleados participen en las decisiones que involucran e incrementan su autonomía, los trabajadores estarán más motivados y comprometidos con la organización, serán más productivos y se sentirán más satisfechos con su labor. De la misma forma, para que los empleados de la agroindustria puedan incrementar sus ingresos y ser reconocidos por su trabajo, se sugiere implementar un programa de pago variable basado en indicadores de desempeño, tales como planes a destajo, incentivos salariales, bonos y utilidades compartidas, entre otros. Esto es con base en Robbins & Judge (2009), quienes explicaron que actualmente más de 70% de las empresas de Estados Unidos tienen alguna forma de plan de pago variable, mientras que en 1970 solo existían en 5.0% de las organizaciones. Ejemplo de compañías multinacionales que lo utilizan son IBM, Wal-Mart, Pizza Hut, Cigna Corporation y John Deere, entre otras.

Debido a que este estudio fue exploratorio, descriptivo y correlacional, es necesaria más investigación, de tal forma que puedan obtenerse resultados más sólidos en este tipo de organizaciones. Otros estudios de corte cualitativo podrían profundizar sobre las causas de los resultados obtenidos. Por ejemplo, se sugiere realizar estudios de caso, grupos focales y etnográficos. También podrían emprenderse estudios para conocer los diferentes niveles de satisfacción y compromiso que existen dentro de la empresa.

Finalmente, se hace necesario realizar más investigaciones de satisfacción laboral y compromiso organizacional en la pymes, para conocer con mayor precisión la relación que tienen estas dos variables, para apoyar a este tipo de organizaciones y a la sociedad en su conjunto.

## **El autor**

Roger Manuel Patrón Cortés es profesor investigador titular de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche. Es doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Anáhuac Mayab. Su tesis doctoral sobre clima organizacional y satisfacción laboral recibió el primer lugar en el XXIII Premio Nacional de Tesis y Trabajos de Investigación para la Obtención de Grado Académico 2008 de la ANFECA. Entre los reconocimientos que ha recibido se encuentran la Certificación Académica en Administración de la ANFECA (2012-2015), Perfil Deseable PROMEP (2012-2015) y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1 (2013-2015). Ha presentado los resultados de sus estudios en congresos nacionales e internacionales. También ha publicado diversos artículos y capítulos de libro arbitrados. Asimismo, es autor del libro *Clima organizacional y satisfacción laboral: una propuesta metodológica*.

roger\_patron\_cortes@hotmail.com

## Referencias

- Abrajan M., Contreras J., y Montoya, S. (2009). *Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa*. Enseñanza e Investigación en Psicología. Vol. 14, No. 1, pp. 105-118. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/292/29214108.pdf>
- Barraza, A. (2008). *Compromiso organizacional de los docentes: un estudio exploratorio*. *Avances en Supervisión Educativa*. Revista de la Asociación de Inspectores de Educación de España. Recuperado de: [http://www.adide.org/revista/index.php?option=com\\_content&task=view&id=437&Itemid=64](http://www.adide.org/revista/index.php?option=com_content&task=view&id=437&Itemid=64)
- Blum, M., y Naylor, J. (1990). *Psicología industrial: sus fundamentos teóricos y sociales* (2ª. Ed.) México: Trillas.
- Chiang, M., Méndez, G., y Sánchez, G. (2010). *Cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: caso empresa de retail*. Chile: Theoria. Vol. 19 (2), 21-36. Recuperado de: <http://realyc.uaemex.mx/612/61252457.pdf>
- Davis, R. & Lofquist, L. (1992). *A psychological theory of work adjustment* [Una teoría psicológica del ajuste del trabajo]. Minneapolis, EU: University of Minnesota Press, UMI.
- Dessler, G., (1996). *Administración de personal*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Díaz, Y. y Quijada, A. (2005). *Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional*. Tesis de licenciatura no publicada. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México.
- Galaz, J. (2003). *La satisfacción laboral de los académicos en una universidad estatal pública. La realidad institucional bajo la lente del profesorado*. México: Tesis de doctorado, Biblioteca de la Educación Superior, ANUIES.
- García del Junco, J. y Brás, J. (2008). *Satisfacción profesional y compromiso organizativo: un meta análisis*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol 17, No. 3, 61-78. Universidad de Sevilla.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M. y Donnelly, J.H., (1994). *Las organizaciones*. EU: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Grajales, T. (2000). *Manual de la Escala de Grado de Compromiso de los empleados Universitarios*. México: UM.
- Kirk, D. (1990). *Job satisfaction among elementary school counselors in Virginia*. Disertación doctoral no publicada, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia, EE. UU.
- Kreitner, R. y Kinicki, A. (1997). *Comportamiento de las organizaciones*. España: McGraw Hill.
- Loli, A. (2006). *Compromiso organizacional de los trabajadores de una universidad pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas*. Revista de Investigación en Psicología, Vol. 9, No. 1 pp. 37-67.
- Mathieu, J. (1991). *A cross-level nonrecursive model of the antecedents of organizational commitment among professionals and nonprofessionals*. Journal of Vocational Behavior. No. 34, 299-317.

- Pintor, M. (1989). *Análisis factorial de las actitudes personales en educación secundaria. Un estudio empírico en la comunidad de Madrid*. Revista de Psicología. pp: 73-97.
- Regnault, Z. (1995) *Compromiso organizacional de los docentes que laboran en el programa de posgrado de la UPEL-IPB*. Disponible en el Centro de Información y Documentación del Instituto Pedagógico de Barquisimeto (CIPIPB).
- Ríos, M., Tellez, M., y Ferrer, J. (2010). *El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las pymes*. Contad. Adm [online], n.23, pp. 103-125. Recuperado de: <[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422010000200006&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422010000200006&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0186-1042.
- Rodríguez, J. (2003). *Introducción a la administración con enfoque de sistemas*. México: Thomson.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional* (10a. ed.). México: Pearson Educación.
- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional* (13a. ed.). México: Pearson Educación.
- Salgado, J., Remeseiro, C., e Iglesias, M. (1996). *Clima organizacional y satisfacción laboral en una pyme*. Psicothema. Vol 8, No. 2, pp. 329-335. Recuperado de <http://www.psycothema.com/pdf/31.pdf>.
- Spector, P. (1997). *Job satisfaction: application, assessment, causes, and consequences*, Thousand, Oaks, Sage.
- Treviño, S. (2004). *El uso de SSD en las mipymes mexicanas*. Gestipolis. Recuperado de: <http://www.gestipolis.com/canales2/gerencia/1/ssdsandra.htm>.
- Vázquez, R. (2002). *Pymes y la vanguardia tecnológica en sistemas de información*. Gestipolis. Recuperado de: <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/pymesssii.htm>
- Villalba-Moreno, O. (2001). *Incremento de la satisfacción y del compromiso organizacional de los empleados a través del liderazgo efectivo*. *Revista Latinoamericana de Administración*. 26, 5-17. Cladea Bogotá. Recuperado de: <http://revistaacademia.uniandes.edu.co/index.php/Cladea/article/view-File/138/145>
- Weiss, D., Dawis, R., England, G. & Lofquist, L. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. Work Adjustment Project*. Industrial Relations Center, University of Minnesota, Minneapolis: The Vocational Rehabilitation Administration.



# Las causas de creación de las empresas, las funciones que cumplen en la sociedad y los principios de su funcionamiento eficiente en la teoría de la empresa desde principios del siglo XX

Benjamín Núñez Zavala

## Resumen

*El artículo indaga en los planteamientos más relevantes de la Teoría de la Empresa (TE) desde principios del siglo XX y hasta nuestros días, si cada una de las teorías y autores seleccionados abordaron tres aspectos acerca de las empresas: 1) las causas de su surgimiento, 2) las funciones que cumplen en la sociedad y 3) los principios de su funcionamiento.*

*Palabras clave: creación de las empresas, sociedad y teoría de la empresa.  
Clasificación JEL: M10, M14 y M19.*

## **Abstract**

*The article explores the most relevant approaches on the Theory of the Firm, from the beginning of the 20th century to our days, if each theory and selected authors have dealt with three aspects of the companies: 1) the causes of their emergence, 2) the role they play in society and 3) their operating principles.*

*Key words: creation of companies, society and theory of the firm.*

*JEL classification: M10, M14 and M19.*

## Introducción

La empresa es un objeto de estudio de las ciencias sociales y no existe acuerdo respecto a las causas de su surgimiento, las funciones que cumple en la sociedad y los principios de su funcionamiento. Desde los inicios del siglo XX, casi toda la Teoría de la Empresa (TE) ha entendido que las organizaciones son algo dado y “natural”, a las que es necesario hacer funcionar de manera eficiente para generar riqueza. Por ello, la mayoría de los planteamientos teóricos acerca de esta figura se refieren más a los principios citados, que a las funciones que cumplen en la sociedad y, mucho menos, a las causas de su surgimiento. En el afán de encontrar tales principios, la TE se ha olvidado que estos y las funciones de las empresas en la sociedad, dependen de las causas de su surgimiento y no solo del mercado. Explicar los principios y las funciones de las empresas sin abordar primero las causas de su surgimiento, ha desatado que se visualicen solo como generadoras de riqueza y prosperidad económica, y no de cohesión social.

En la TE se identifican cuatro causas de creación de las empresas: a) el empresario que convierte parte de la incertidumbre en riesgo (Knight, 1921) o realiza el proceso de destrucción creativa (Schumpeter, 1949), b) los costos de negociación o transacción (Coase, 1937), c) la cooperación humana como una acción social (Barnard, 1938) y d) diversas causas como el espíritu emprendedor del individuo, la capacidad humana de convertir su energía en ideas y proyectos empresariales viables de desarrollo, y a un entorno favorable que facilite el proceso de creación de empresas (Amill, 2003). Sin embargo, solo Barnard y Knight esbozan las razones de creación de las empresas en la sociedad y no en el mercado o en un territorio específico, como hacen las demás posturas teóricas.

Por otro lado, en la TE se han asignado a las empresas funciones como producir las cantidades de bienes y servicios requeridos por el mercado (neoclásicos), optimizar los recursos disponibles (administrativistas), generar riqueza para sus propietarios o accionistas (Levitt, 1958 y Friedman, 1970), cumplir con un contrato social implícito frente a la sociedad (Anshen, 1970) o con ciertas responsabilidades sociales frente a los *stakeholders* (Freeman, 1984), producir valor y prosperidad para su países (Porter, 1980 y Garelli, 2006) y generar cohesión social (Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1994), entre muchas otras.

Sobre los principios del funcionamiento de las empresas, en la TE se identifica a las teorías que resaltan la igualación de costos e ingresos marginales (neoclásicos), los tiempos y movimientos en las tareas de la producción (Taylor, 1914), la organización de las tareas directivas (Fayol, 1916), la toma de decisiones con racionalidad limitada (Simon, 1947), la estrategia (Chandler, 1962; Ansoff, 1965 y Mintzberg, 1998), la competitividad (Porter 1980 y Garelli, 2006), la innovación (Nelson y Winter 1982), el conocimiento (Nonaka y

Takeuchi, 1995) y la creación de valor compartido (Porter y Kramer 2006), entre las más relevantes.

Este artículo retoma solo planteamientos teóricos –no investigaciones empíricas– y parte de la idea de que la tendencia a considerar a las empresas como algo “natural” o como un fin en sí mismo, ha generado que la TE haya dejado de lado tres conceptos fundamentales. Primero, que las empresas se crean en la sociedad por la capacidad de la especie humana para generar organizaciones y establecer acuerdos entre ellos. Segundo, que su función principal es generar cohesión social. Tercero, que sus principios de funcionamiento y el rol que cumplen en la sociedad o en el mercado, se derivan de las causas de su creación. Finalmente, que hacerlo de manera diferente las convierte en simples medios utilitarios de sus propietarios.

Mostrar que la TE, desde principios del siglo XX, presenta una tendencia a proponer los principios de funcionamiento y el objetivo que las empresas cumplen en el mercado, sin explicar las causas que las hacen surgir en la sociedad, es el fin que persigue este artículo. Para lograrlo se analiza cronológicamente la TE más relevante surgida en el periodo 1900-2011, a través de los planteamientos de sus autores, e indagando por separado en la Teoría de la Responsabilidad Social de las Empresas (TRSE). Así, el artículo está organizado en cinco partes.

En la primera parte (1900-1945) se analizan las aproximaciones positivistas que se hicieron respecto de la empresa en la teoría económica, abocada a las causas del surgimiento y a los principios del funcionamiento de las empresas en el mercado de competencia perfecta. También se indagan las de la sociología centradas en explicar tales principios, y las funciones que las empresas cumplen en la sociedad. Además, las de la administración más bien centradas en los principios del funcionamiento óptimo de los métodos de trabajo al interior de la empresa. En esta parte se concluye que el aspecto más abordado por la teoría de la empresa es el de los principios de funcionamiento de ellas, ya sea en el mercado o en su interior. Sin embargo, poco se abordan las causas de su surgimiento y las funciones que cumplen en la sociedad.

La segunda etapa (1945 a 1960) indaga los planteamientos teóricos positivistas y sistémicos que surgieron al finalizar la Segunda Guerra Mundial, entre los que resalta el positivista-satisfactorio de H. Simon, que sustituye las decisiones racionales en el mercado de competencia perfecta por las de racionalidad limitada, y al objeto de estudio empresa por el de organización. Desde esta perspectiva se concluye que tales cambios reforzaron la tendencia a enfocar los esfuerzos teóricos en los principios de funcionamiento de las organizaciones, dejando también de lado las causas de su creación y las funciones que juegan en la sociedad.

La tercera parte (1960-1980) analiza los planteamientos de la escuela del pensamiento estratégico, que con métodos positivistas y sistémicos, considera a la empresa como un tipo de organización que interactúa con su entorno,

adaptándose a él y compitiendo con sus pares mediante la decisión y ejecución de una estrategia. Desde este enfoque se concluye que la empresa y la organización son reducidas a la estrategia como principio básico del funcionamiento de ella, sin explicar las causas de su creación ni las funciones que cumplen en la sociedad.

La cuarta parte (1980-2006) indaga los planteamientos estratégico-desarrollistas, que con un método multidisciplinario abordan nuevamente el objeto empresa (y ya no el de organización) y proponen a la competitividad, innovación y gestión de conocimiento, como el principio estratégico de su funcionamiento. En esta sección se concluye que tales teorías abundan en explicaciones acerca de estos principios, pero poco en las funciones que juegan en la sociedad y nada en las causas del surgimiento de ellas.

La quinta parte está dedicada a la Teoría de la Responsabilidad Social de las Empresas (TRSE) que, con un método multidisciplinario, se ha producido en medio de los debates entre racionalidad total o limitada, empresa u organización, estrategia o competitividad, innovación o conocimiento, sobre todo a partir de la década de los ochenta. En esta parte se concluye que esta teoría, con sus conceptos de *stakeholders*, contrato social implícito y valor compartido, ha resaltado las funciones de la empresa en la sociedad o en el mercado, pero no explica las causas de su creación ni los principios de su funcionamiento.

Finalmente, se presentan las conclusiones generales del análisis y algunas de las razones por las que se recomienda que los principios de funcionamiento de las empresas se deriven de su razón de ser en la sociedad y de las causas de su creación.

## **1. La empresa: un objeto de estudio fraccionado (1900 y 1945)**

Muchos piensan que la TE surgió solo basada en los planteamientos teóricos de los economistas neoclásicos quienes, con un método lógico-matemático, convirtieron en ecuaciones los planteamientos de Adam Smith. Esta idea es equivocada, ya que en este periodo otras disciplinas y ciencias sociales como la administración y la sociología, hicieron importantes contribuciones teóricas para entender los principios de su funcionamiento y su cometido en la sociedad. Los planteamientos de Thorstein Veblen, Elton Mayo y P. Selznick –entre otros– así lo muestran.

### *1.1. Los conceptos de empresa antes de la Gran Crisis 1929-1933*

Para los neoclásicos, el objeto de estudio primario era el mercado de competencia perfecta y no la empresa, es decir, la oferta, la demanda y sus equilibrios parcial (A. Marshall) y general (L. Walras) como mecanismos de la “mano

invisible”. Ellos entendían a las empresas como un agente más en el mercado de competencia perfecta y establecieron que el principio básico de su funcionamiento en él, era la igualación de los costos e ingresos marginales. Pero no profundizaron en las funciones que cumplen en la sociedad, ni en las causas de su surgimiento y, menos aún, en los principios administrativos que las hacen exitosas.

Para ellos, las empresas eran un centro en el que se decidían las cantidades a producir, ya que un mercado perfecto les dictaba los precios a los que debían de comprar los factores productivos y vender sus productos. Esta aproximación asigna equivocadamente a las empresas la única función de producir satisfactores, utilidades y riqueza en el mercado, el cual es el espacio social por excelencia en el que los individuos y grupos se realizan decidiendo y ejecutando actos de oferta y demanda de bienes y servicios.

Sin embargo, la especie humana tiene su razón de ser más allá del intercambio de bienes. La empresa tiene también aspectos sociales y administrativos y existen valores no económicos –como la libertad, la autoestima, la dignidad, la justicia y la preservación de la especie humana en el planeta– que no son explicados por la lógica de este.

La teoría económica no era el único punto de vista existente acerca de la empresa a principios del siglo XX. La economía política y la sociología la entendían como un fenómeno socioeconómico y sociocultural, ya que los nuevos métodos de trabajo en las empresas, derivados del uso del motor eléctrico, generaban mecanización intelectual de los trabajadores, transformaciones culturales, ganancias y cambios espirituales e institucionales (Veblen, 1904, Cap. 9).

Aunque Veblen reconoce que derivado de dichos cambios, el nuevo proceso máquina podría convertirse en un freno del crecimiento de las empresas. Esta visión parece asignarles la función de generar riqueza, pues señala que una empresa de negocios es “...*toda aquella cuyo motivo principal está constituido por la ganancia pecuniaria, cuyo método de trabajo consiste en la compra, producción y venta, y cuyos objetivos y resultados son la acumulación de riqueza*” (Cap. 3). Esta perspectiva encontraría posteriormente sustento en la Gran Crisis de 1929 a 1933, y negación en el crecimiento acelerado que siguió al fin de la Segunda Guerra Mundial.

Si bien Veblen –a diferencia de los neoclásicos– analiza críticamente los cambios culturales derivados de las nuevas formas de trabajo industrial en las empresas, lo hace sin considerar las causas de su creación, ni los principios de su funcionamiento en la sociedad.

Al contrario que Veblen, y desde una naciente disciplina de la administración, F. Taylor (1911) reconocía útiles a las nuevas formas de trabajo con las que las plantas industriales del siglo XX reemplazaron a los talleres manufactureros del siglo XIX, pues representaban “...*una total revolución del espíritu de*

los obreros, una revolución completa en la manera en que ellos observan sus deberes frente a su trabajo y sus empleadores[...] Una revolución completa del estado de ánimo de quienes están en la dirección...” (Taylor citado por Barba, 2010: 17). Él observaba en la administración científica y en los cálculos de los tiempos y movimientos del trabajo individual, el principio básico del funcionamiento de las empresas y la manera de optimizar los procesos de trabajo.

Taylor compartía con los neoclásicos la tendencia a optimizar, pero él pensaba en una optimización de los procesos internos de trabajo en la empresa –no en la de su funcionamiento en el mercado– mediante los principios de organización científica del trabajo, selección y entrenamiento del trabajador, cooperación, remuneración según el rendimiento individual, y especialización de los directivos en la planeación del trabajo. Aunque la contribución del pensamiento optimizador ha sido importante para entender los principios de funcionamiento de las empresas, ha dejado de lado las causas de su creación y las funciones que cumplen en sociedad, abonando así a la tendencia que este artículo intenta mostrar.

H. Fayol (1916) encuentra seis grupos de actividades internas de las empresas: “*técnicas, comerciales, financieras, de seguridad, de contabilidad y administrativas*” (p. 7). El estudio del sexto grupo, le llevó a establecer que “*la función administrativa solo tiene por órgano y por instrumento al cuerpo social (el personal)[...] cuya salud y buen funcionamiento dependen de [...] principios...*” (p. 23) tales como orden jerárquico, división del trabajo, unidad de mando y subordinación de los intereses individuales a los generales, entre otros. Para él, las empresas se dirigen administrativamente como una nación, y los principios que hacen exitosas a las naciones son también los del éxito de las empresas.

A diferencia de Taylor que había establecido los principios del trabajo en la línea de producción, Fayol estableció los del trabajo directivo, pero al igual que él, tampoco abonó a explicar las causas del surgimiento de las empresas ni de analizar las funciones que cumplen en la sociedad.

En este mismo periodo, Frank Knight (1921) explicó la empresa como una respuesta especializada y centralizada de la sociedad para reducir la incertidumbre y el riesgo existentes. La empresa ofrece a la sociedad la “*...posibilidad de mejorar la calidad de la vida humana a través del cambio de la forma de organización...*” (Prefacio) ya que la libre empresa es “*...un sistema o método de asegurar y dirigir los esfuerzos cooperativos en un grupo social.*” (Prefacio).

Knight detalla claramente lo que los neoclásicos, Veblen y los administrativistas no: las causas del surgimiento de las empresas en la sociedad (la incertidumbre y el riesgo) y las funciones que cumplen en ella (mejorar la calidad de la vida humana). Pero el interés por encontrar tales causas sería apenas continuado posteriormente para justificar la creación de las empresas por R. Coase (en el mercado) y Ch. Barnard (en la sociedad).

La TE y los principios optimizadores de los neoclásicos y de los administrativistas encontrarían en la Gran Crisis de 1929 a 1933, cuestionamientos que obligaron a plantearse nuevas preguntas: ¿Cómo funcionan las empresas en un mercado sin competencia perfecta ni pleno empleo? ¿Habían fallado los principios neoclásicos y de la administración científica? ¿La crisis era producto del cambio cultural que las empresas habían generado en la sociedad? ¿Eran la empresa industrial y sus procesos mecanizados una manera de mejorar la condición humana? Surgirían entonces algunas teorías que resaltaron la naturaleza social y humana de las empresas y que dejarían de lado los aspectos materiales y optimizadores de ellas.

### *1.2. Los conceptos de empresa después de la Gran Crisis de 1929 a 1933 y hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial*

La Gran Crisis de 1929 a 1933 representó un límite al crecimiento de las empresas, a su funcionamiento interno y al de los mercados. La realidad negaba los planteamientos de Knight, pues la incertidumbre y el riesgo crecían mientras el número de empresas disminuía. Las empresas sobrevivientes no lograban mantenerse cerca de la igualdad entre costos e ingresos marginales, ni el mercado funcionaba en pleno empleo como prescribían los neoclásicos. Además, los principios de Taylor y Fayol no alcanzaban para reducir los inventarios de las empresas ni para aumentar la escasa demanda de bienes. En los años siguientes a la crisis, en la TE predominaron aproximaciones teóricas más sociales y humanas que son las únicas que se refieren a las causas de surgimiento de las empresas en la sociedad o en el mercado, pues después de la Segunda Guerra Mundial este aspecto estuvo ausente de las reflexiones teóricas acerca de la empresa o las organizaciones.

Mayo, E. (1933) destaca que la empresa no está constituida por máquinas, estructuras, principios administrativos y mecanizaciones, sino por seres sociales que inciden en los procesos de trabajo en los que cooperan y señala que “...*el nivel de producción no se determina por la capacidad física o fisiológica de los empleados [...] sino por las normas sociales y las expectativas que ellas involucran. Es la capacidad social del trabajador; y no la de ejecutar correctamente los movimientos ordenados, la que establece su nivel de competencia y de eficiencia*” (Cap. III). Él pensaba que el conflicto de intereses de la sociedad se reproduce también en la empresa, la cual, en la civilización industrializada, es una especie de nuevo hogar y espacio de seguridad emocional para las personas (Chiavenato, 2004, Caps. 5 y 6).

Aunque Mayo –al igual que Fayol– plantea que las empresas funcionan reproduciendo el orden social y esclarece que los mismos principios de él son los de las empresas, no aborda las causas de su creación, abonando así a la tendencia que se intenta mostrar aquí.



Coase, R.H. (1937) plantea varias funciones y causas de creación de las empresas en el mercado, él señala que “... *La razón principal por la que es rentable establecer una firma [empresa], parecería ser que hay un costo por usar el mecanismo de mercado.*” (p.21)<sup>1</sup>. Tales costos los generan los agentes económicos organizados al establecer reglas que les son favorables y que deben “pagar” sus contrapartes en los actos de intercambio. Las contrapartes para disminuir esos costos (de negociación o de transacción) fundan empresas que integran muchos intercambios en uno solo<sup>2</sup>.

Para Coase, las empresas asumen menores costos de negociación que los consumidores individuales, y ello es la causa para la fundación de nuevas empresas rentables. Un agente económico racional que optimiza sus decisiones, no solo responde a la incertidumbre y al riesgo creando empresas –como señalaba Knight–, sino también creando reglas (costos de negociación) y, como tal, preferirá ser creador de ellas, que pagar por las que otros crean. Entonces, si tales costos disminuyen al aumentar el número de empresas, una función de ellas es la de reducir los costos de intercambio en el mercado y, otra, la de mantenerse rentables para cumplir con la primera.

Coase pensaba que los mercados funcionaban con fallas (externalidades) y no de manera perfecta como planteaban los neoclásicos. Tales externalidades habían generado la crisis y esta se resolvería aumentando el número de empresas creadas<sup>3</sup>. En síntesis, Coase identificaba como causa de la creación de empresas a los costos de negociación, y como funciones de ellas las de ser rentables, reducir dichos costos y resolver externalidades y crisis. Cabe aclarar que mientras Knight identificaba al riesgo y a la incertidumbre como elementos de la sociedad, Coase los consideraba como fenómenos del mercado.

Barnard, Ch. (1938) con una visión sistémica, explicaba que la empresa es una forma de organización específica, producto de la cooperación humana y de la acción social, cuya sobrevivencia depende del logro de las metas establecidas y de la satisfacción de las motivaciones (no solo económicas) de los individuos que logren las habilidades directivas (Mahoney, 2009, p. 1). Él definió a la organización como “... *una especie de cooperación humana consciente y deliberada y encaminada a un fin*” (p. 73).

Interpretando a Barnard se puede deducir que la causa del surgimiento de las organizaciones en la sociedad es la cooperación humana como acción social.

<sup>1</sup> Coase señala que un intercambio en el mercado implica pagar actividades adicionales a las relacionadas con el bien que se negocia, tales como traslados, contratos, etc. Tales pagos no fueron contemplados por los marginalistas al analizar los actos de intercambio. K. J., Arrow (1973) denominó a estos cargos como costos de transacción.

<sup>2</sup> Para Coase las empresas incurren en costos de producción, coordinación y uso del mercado. Estos últimos son menores para las empresas que para los individuos.

<sup>3</sup> Keynes, en contrario, pensaba que podía recuperarse el equilibrio de pleno empleo y de mercados perfectos, mediante la participación del Estado en la economía.

Que la función que cumplen en ella es la de satisfacer motivaciones de los individuos (clientes y trabajadores) y que el principio básico de su funcionamiento es el logro de las metas. Él –junto con Knight– es uno de los pocos que no se enmarca en la tendencia de la TE que aquí se pretende mostrar, y sus planteamientos marcarían el curso de la TRSE a finales de los años cincuenta.

Que solo Knight y Barnard aborden las causas de la creación de empresas en la sociedad y Coase lo haga en el mercado, lleva a identificar la tendencia de la TE a considerarlas como un fin en sí mismas, algo dado y “natural”, cuya función principal es ser eficientes y rentables.

Durante la guerra, la producción de TE continuó, sin embargo, no fue publicada sino hasta terminada la actividad bélica cuando las empresas habrían aumentado su tamaño, se habrían convertido en entes con funciones políticas, eran proveedoras del Estado, y formaban parte de la cultura postmoderna en un contexto de paz, en el que la guerra entre las naciones se había transformado en una guerra entre las empresas por los mercados.

## **2. La Teoría de la Empresa en los primeros 15 años posteriores a la Segunda Guerra Mundial: De la racionalidad total en el mercado a la racionalidad limitada en las organizaciones (1945-1960)**

En los primeros 15 años de la posguerra, la TE privilegió el análisis de los principios de funcionamiento de las empresas sobre las funciones que cumplen en la sociedad o en el mercado, y dejó de lado por completo el de las causas de su creación. En ese sentido, destacan los trabajos de Simon, H. (1947), Selznick, P. (1948), Schumpeter, J.A. (1949) y Ackoff, R. (1953) como los más importantes.

### *2.1. De la teoría de la empresa a la de la organización como un proceso decisorio con racionalidad acotada*

Al término de la conflagración, los planteamientos gerencialistas de Simon, H. (1947), dejaron ver que las decisiones económicas de competencia perfecta eran diferentes a las que toman los decisores reales en las organizaciones. Para él, la decisión no es una simple elección racional en el mercado ni la selección de una alternativa con información perfecta, sino un proceso que se ejecuta en tres fases: “1) la enumeración de todas las estrategias alternativas, 2) la determinación de todas las consecuencias de cada una de ellas y 3) la valoración comparativa de esta serie de consecuencias.” (pp. 93-94).

El argumento central de Simon era que el ser humano toma decisiones en un contexto complejo, lleno de incertidumbre y acerca del cual tiene un conocimiento imperfecto, pues le es imposible enumerar todas las alternativas y las consecuencias de estas últimas. Así, con una racionalidad acotada, los resul-

tados de las decisiones son solo satisfactorios y no óptimos. Para él, existe un *homo administrativo* que se caracteriza por ser un “... sistema de información llamado hombre, enfrentado a una complejidad más allá de su entendimiento, [que] usa sus capacidades de procesamiento de información, para buscar alternativas, calcular consecuencias, resolver incertidumbres, y [...] encontrar cursos de acción [...] satisfactorios” (p. 102), mas no óptimos.

Para Simon, la organización está obligada a ejercer una tarea administrativa que realizan los gerentes (no los accionistas), tomando decisiones con racionalidad limitada, para obtener logros subóptimos. El Óptimo de Pareto que sustentaba a la teoría neoclásica, no resultaba aplicable a las decisiones administrativas de las organizaciones cuyos gerentes, al resolver problemas multiobjetivos en presencia de escasez y rivalidad, debían conformarse con logros satisfactorios.

En síntesis, Simon, al igual que los administrativistas, se ocupó de los principios de funcionamiento de las organizaciones e identificó al proceso decisorio como el principio básico de su éxito, pero no se ocupó de explicar las causas de surgimiento de las organizaciones ni de las funciones que cumplen en la sociedad. Incluso, puede decirse que a pesar de su gran contribución a las ciencias empresariales, también ayudó a fortalecer la tendencia de la TE al estudiar más los principios del funcionamiento de las empresas u organizaciones, que las funciones que cumplen en la sociedad y menos aún, las causas de su creación.

## 2.2. La teoría de la empresa después de los planteamientos de Simon

También en los primeros años de la posguerra, Selznick, P. (1948) sostenía que una organización tiene a la vez un carácter económico, administrativo y social, ya que “cualquier sistema organizacional concreto es una economía; [y] al mismo tiempo, es una estructura social adaptable...” (pp. 25-26) al entorno con el que interactúa, y cuya estrategia resulta del estilo personal del líder. Él planteó que la autoridad, el liderazgo, la coordinación y el control, son recursos administrativos de una empresa que la economía neoclásica no consideró y que son las relaciones de la estructura organizacional –y no el mercado–, las que determinan la asignación eficiente de los recursos.

A pesar de que el trabajo seminal de Selznick contribuyó de manera importante a sentar las bases de la teoría del pensamiento estratégico, parece reducir las funciones de las organizaciones en la sociedad a la adaptación de sus estructuras al entorno en el que se desempeñan. Es decir, que las funciones de las organizaciones a las que él se refiere no son las que las empresas cumplen en la sociedad ni en el mercado, sino las que se realizan al interior de ellas para generar una estrategia exitosa de adaptación al entorno.

Por otra parte, Schumpeter, J. A. (1949), con un enfoque optimizador y neoclásico, identifica a las empresas como el resultado del proceso de destrucción

creativa que realiza el empresario<sup>4</sup>, y a su funcionamiento como el de la combinación de cinco tipos de innovaciones: 1) bienes y servicios nuevos o de mejor calidad, 2) nuevos métodos de producción que no se derivan de descubrimientos científicos ni de la invención técnica, 3) apertura de nuevos mercados, 4) mejoras en la oferta de factores productivos y 5) nuevas formas de organización de las empresas (Schumpeter, 1949, p. 43).

Para él, el empresario y sus empresas no se adaptan a los cambios ocurridos en el entorno como proponía Selznick, sino que superan los retos que les imponen la incertidumbre y el medio social, creando innovaciones y progreso técnico mediante la destrucción creativa. Esta concepción del progreso técnico no se basa solo en los grandes inventos que modifican la producción de bienes y servicios, sino incluso en cambios que pueden ocurrir en cualquier área de las empresas o del mercado.

Al igual que Selznick, centrado en los aspectos internos de las organizaciones, Ackoff, R. (1953) creó el sistema de investigación de operaciones y programación lineal con herramientas cuantitativas para asignar óptimamente recursos a múltiples objetivos, y apuntaba –en sentido opuesto a Mayo, pero sobre todo a Taylor y a Fayol– que “*la habilidad de una persona para llevar a cabo la administración de sus asuntos o los de su sociedad, depende más de su comprensión y actitud hacia el mundo, que de su ciencia y su tecnología*” (p. 53). Para Ackoff, los principios de eficiencia, optimización y estrategia, generan el éxito de las empresas, pero él no aborda las funciones que cumplen en la sociedad ni las causas que las hacen surgir.

Después de los trabajos de Simon, Ackoff, Selznick y Schumpeter, la teoría de la organización se enfocaría a definir la estrategia como el principio básico del funcionamiento de las organizaciones, entendiendo que estas son un conjunto de relaciones entre las funciones y estructuras de su interior con las de su contexto, abandonando por completo las explicaciones acerca de las funciones que cumplen en la sociedad y las causas de su creación.

### 3. La TE como teoría de la estrategia organizacional (1960-1980)

Desde su surgimiento, la Teoría del Pensamiento Estratégico (TPE) ya no se ocuparía de la sociedad en su conjunto sino de la organización en sí misma, de sus procesos decisorios y de sus relaciones con el entorno. En este nuevo contexto teórico, la sociedad es entendida como simple entorno de las organizaciones y/o de las empresas, tal como lo señaló Luhmann, N. (1978):

---

<sup>4</sup> Para Schumpeter, la causa del progreso es el empresario y no las empresas, ya que es él quien realiza las innovaciones que permiten producir más con menos para un mayor número de personas.

“La organización es vista e investigada como un estado de cosas de tipo propio. Lo que de allí tenga relevancia para la sociedad total, se queda fuera del contexto [objeto] de investigación correspondiente. [Y] Se convierte para la teoría de la organización en entorno” (p. 5).

El concepto de estrategia se mudó de las organizaciones militares a las civiles y, en particular, a las empresas. Ellas con su entorno forman el todo, y su éxito depende de la forma en que diseñen y ejecuten su estrategia, más aún, esta les determina todas sus demás características. Así, la lógica de pensamiento de Mayo y Selznick se había invertido, pues las organizaciones y/o empresas ya no pertenecen a la sociedad sino a la inversa. Si los neoclásicos habían sustituido a la sociedad por el mercado, la TPE la sustituyó por las relaciones entre la empresa y su entorno, es decir por la estrategia.

Refiriéndose a las empresas y no a las organizaciones, Chandler (1962) considera que la estrategia de una organización es “...*la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo en una empresa, junto con la adopción de cursos de acción y la distribución de recursos para lograr estos propósitos*” (p. 9). Para Chandler, la estrategia determina la estructura de la empresa –y no a la inversa como en Taylor y Fayol– y su característica central es la planeación empresarial formal a largo plazo.

Este nuevo concepto de estrategia sugería a las empresas la conquista de mercados mediante la competencia, y recomendaba el desarrollo e introducción de nuevos productos en diferentes tipos de entornos económicos, políticos, sociales y culturales.

El avance tecnológico y científico que sobrevino a la guerra, había puesto al conocimiento y a la tecnología como los factores determinantes de las estrategias exitosas de las organizaciones. Para Drucker, P. (1969) “...*la civilización siempre ha estado configurada por la tecnología... y la idea de que la tecnología ha sido importante solo durante los últimos doscientos años es absurda*” (p. 36). Para él, la tecnología no es solo un conjunto de herramientas, máquinas y métodos de organización del trabajo, es cultura, conocimiento y sociedad, como parte de los aspectos estratégicos del éxito de las organizaciones. Drucker perfilaba así, desde finales de los sesenta, lo que afirmaría posteriormente en 1996 acerca de que “*los recursos económicos básicos ya no son el capital, los recursos naturales o el trabajo. El recurso básico es y será el conocimiento. [...] El valor es ahora creado por la productividad y la innovación, ambos generados como consecuencia de la aplicación del conocimiento al trabajo*” (p. 95). Drucker sugiere con esto que la estrategia de las organizaciones se diseñe de manera conjunta entre los científicos, los empresarios y los directivos de las empresas.

Entre los autores clásicos<sup>5</sup> de la TPE, que consideran a la estrategia como resultado de un proceso formal de planificación, Ansoff (1965) señala que en las empresas “...la política es una decisión contingente, mientras que la estrategia es una regla para tomar decisiones” (p. 73). El mismo Ansoff (1976) abundaba en que la estrategia empresarial es “un conjunto de directrices gerenciales que especifican...los puntos fuertes a explotar y las debilidades a superar... [y que] provee un elemento unificador para todas las actividades” (pp. 127-131). Entonces, cualquier decisión o tarea a realizarse debería estar orientada y ser consistente con la estrategia.

Para Mintzberg, H. (1999), el concepto de estrategia ha sido abordado en cinco diferentes sentidos, es decir como: 1) plan (acción conscientemente determinada), 2) pauta de acción o estratagema (artimaña para ganar), 3) patrón o consistencia en el comportamiento, 4) posición (ubicación privilegiada) y 5) perspectiva o interpretación colectiva del entorno externo e interno de la organización (citado por Ramos, 2008).

El mismo Mintzberg (1999) hace una interesante clasificación de la corriente del pensamiento estratégico desde su surgimiento y, hasta finales de la década de los setenta. Para él, hay 10 escuelas de esta corriente y ellas se presentan en el siguiente cuadro.

**Cuadro 1.** Las diez escuelas de la Teoría del Pensamiento Estratégico según Mintzberg

Escuela	Algunos autores	La estrategia es:
De diseño	<b>Selznick</b> (1957), <b>Andrews</b> (1965).	Resultado de un proceso informal en el que el director es un elemento clave con su estilo de liderazgo personal.
De planificación	<b>Ansoff</b> (1965).	Creada por un patrón de planificación y comportamiento formal e incremental.
Del posicionamiento	<b>Porter</b> (1980) y otros.	Resultado del cambio gradual de la organización derivado de la selección de posiciones en el mercado por parte de la empresa.

<sup>5</sup> Esta teoría clásica se caracteriza por considerar al conocimiento y a la tecnología como aspectos importantes de las organizaciones y de la estrategia, al CEO como el único responsable de su diseño y elaboración, y a los procesos centralizados de planeación estratégica como los más exitosos.

Escuela	Algunos autores	La estrategia es:
Empresarial	<b>Schumpeter</b> (1950), <b>Cole</b> (1959).	Es idéntica a la empresa. Es decir, una visión de lo que se quiere ser en el futuro.
Cognoscitiva	<b>Simon</b> (1947 y 1957), <b>March y Simon</b> (1958).	Un proceso de toma de decisiones con información limitada y en un contexto de objetivos en conflicto.
De aprendizaje	<b>Lindblom</b> (1959 y 1968), <b>Cyert y March</b> (1963), <b>Weick</b> (1969), <b>Quinn</b> (1980), <b>Prahalad y Hamel</b> (1990).	Emergente de los procesos de adaptación y aprendizaje de la empresa.
De poder	<b>Allison</b> (1971), <b>Pfeffer y Salancik</b> (1978), <b>Astley</b> (1984).	El resultado de la negociación entre los poderes internos de la empresa y de estos con el exterior o contexto.
Cultural	<b>Rhenan y Normann</b> (1968).	Una característica que se deriva de la cultura organizacional mediante la cooperación y la coordinación de lo colectivo y lo individual.
Ambiental	<b>Hannan y Freeman</b> (1977).	Una reacción de la empresa a los cambios del contexto.
De conformación	<b>Chandler</b> (1962), <b>Grupo McGill</b> (1965), <b>Mintzberg y Miller</b> (1979), <b>Miles y Snow</b> (1978).	Un proceso integral de administración de la empresa.

Fuente: Elaboración propia con base en Mintzberg (1999).

Las posturas citadas en el cuadro anterior tienen tres elementos en común: *primero*, la mayoría se plantean en las décadas de los sesenta y setenta, considerando que lo que está y ocurre fuera de las organizaciones es simplemente un entorno y no la sociedad en su conjunto; *segundo*, el objeto de estudio es la estrategia como tal y como resultado de la interacción de las organizaciones con su entorno para adaptarse o responder a lo que en él sucede y, *tercero*, la estrategia es prácticamente todo al interior de la organización (las causas de su surgimiento, sus funciones y el principio básico de su desempeño).

En síntesis, esta teoría explica el principio básico del funcionamiento de las empresas –la estrategia o las decisiones de planeación a largo plazo– en sus

causas (la interacción de las empresas con su entorno), en las funciones que cumple en las organizaciones (adaptarlas a su entorno y hacerlas exitosas), pero no explica las causas del surgimiento de las empresas ni las funciones de ellas en la sociedad. Puede decirse entonces que la TPE confirma la tendencia de la TE a entender a la empresa como un objeto dado y como un fin en sí misma, y no como un medio de acción de la sociedad.

#### **4. La evolución de la TPE: de la organización a la innovación, el conocimiento y la competitividad (1980-2012)**

En la década de los ochenta surgieron nuevos planteamientos teóricos acerca de los principios que hacen exitosas a las empresas. La TE, influenciada por la TPE, tendría un importante salto al menos en tres sentidos: *primero*, se abandonaría el uso del concepto organización y se regresaría al uso de empresa; *segundo*, se entendería a la estrategia como proceso sistemático de construcción de las empresas a corto y largo plazo, y no como una mera adaptación o reacción sistemática de ellas a los hechos del entorno; *tercero*, la estrategia constructiva y exitosa de la empresa sería una genérica centrada en un aspecto particular de ella como la competitividad, la innovación, el conocimiento y la inteligencia competitiva.

Los planteamientos de Hamel, G. y Prahalad, C.K. (1989) sintetizan críticamente el avance de la TPE en la década de los ochenta. Ellos proponen el concepto de inteligencia competitiva como una característica deseable y adquirible por los miembros de una organización, el cual consiste en la capacidad de cada uno de ellos para comparar su desempeño con el de los mejores competidores, de tal forma que el desafío se vuelva personal. Para conseguir tal inteligencia, señalan que es necesario “rehacer la estrategia” y dejar de lado los enfoques de ella que se centran en la combinación “recursos-oportunidades”; en “estrategias genéricas” como precios (costos bajos), diferenciación y focalización, y los que se centran en la “jerarquía estratégica” (metas, estrategias y tácticas); para sustituirla por una centrada en la innovación competitiva, en el propósito estratégico (no en la estrategia competitiva), en la inteligencia competitiva y en la búsqueda de “economías de ámbito”<sup>6</sup> que complementen las economías de escala.

<sup>6</sup> Las economías de ámbito planteadas originalmente por J. C. Panzar y J. D. Willig en 1977 se deben a la diversificación y no a la especialización, como es el caso de las economías de escala. Las economías de ámbito se presentan en firmas que producen y venden más de un producto. Estas pueden provenir de la producción (economías de ámbito en los costos) o de los ingresos (economías de ámbito en el consumo). Las economías de ámbito en la producción se presentan cuando los costos de la producción conjunta de una mezcla de productos por una empresa diversificada, son menores que la suma de los costos de producción individuales de cada producto por empresas competidoras que producen solo uno de ellos. Las economías de ámbito en los ingresos se presentan cuando los ingresos totales de las ventas de una mezcla de productos por una empresa diversificada, son mayores que la suma de los ingresos por la venta de cada producto por empresas especializadas.



Cuando Hamel y Prahalad se refieren a la innovación competitiva, están refiriéndose a una innovación que genere ventajas competitivas y no solo a una que conjunte el saber científico con la producción, la logística, la distribución y la venta de productos. De igual forma, cuando se refieren al propósito estratégico, se están refiriendo a la generación de una ventaja competitiva al interior de la organización, es decir, a una manera única de despertar la ambición ganadora y participativa en todos los niveles jerárquicos de las empresas.

#### 4.1. Las principales teorías de la competitividad

Desde 1980, esta corriente de pensamiento señala que la competitividad es la estrategia genérica de naciones, regiones, sectores y empresas. Respecto a la competitividad de las empresas resaltan tres posturas teóricas: la de Porter, M. (1980, 2007), la de Garelli, S. (2006) y la sistémica que plantean Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. y Meyer-Stamer, J. (1994) del Instituto Alemán para el Desarrollo (GDI por sus siglas en inglés).

Las posturas de Porter y Garelli pueden considerarse instrumentales, pues en el fondo argumentan que esta es un instrumento de la generación de riqueza o de prosperidad. Para Porter, la competitividad de las empresas está determinada por su productividad, la cual a su vez depende de tres áreas interrelacionadas: la sofisticación y capacidades con las que compiten, la calidad del entorno microeconómico en el que operan, y el nivel de desarrollo de los *clúster* que aportan beneficios mediante la proximidad de empresas e instituciones relacionadas (Porter, Ketels y Delgado, 2007, 53). Por otro lado, para Garelli la competitividad de las empresas emana del aumento del valor generado por ellas y de la mejora del entorno, que con sus políticas públicas hace el Estado (Garelli, 2006, 607-609).

Así, en Porter, con cierta influencia de los neoclásicos, se identifica un enfoque inductivo y microeconómico de la competitividad que, construido con aumentos de la productividad, tiene como sujetos actuantes a las empresas cuyo objetivo último es la generación de riqueza o valor económico. En Garelli en cambio, se distingue un enfoque deductivo y macroeconómico en el que los actores son tanto las empresas como el Estado, y cuyo objetivo último es la prosperidad nacional entendida como el aumento conjunto del ingreso de los individuos y de su calidad de vida.

Una tercera postura teórica que merece ser tratada por separado es la de Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer (1994). Ellos con un enfoque sistémico (inductivo-deductivo), consideran que la competitividad emana del sistema (hombre-empresas-Estado-nación-mundo), y con una visión crítica de las teorías instrumentales proponen el estudio de la competitividad como sistema en cuatro niveles de análisis: el meta (la sociedad o sistema social en su conjunto), el macro

(el Estado-Nación), el meso (los sectores y las políticas públicas) y el micro (las empresas). El análisis que inicia en el nivel micro y avanza hacia el meta es de tipo inductivo y solo tiene en cuenta la influencia de las empresas en la construcción de la cohesión social. Pero el análisis cabal de la competitividad requiere también el que va desde el nivel meta hacia el micro, es decir, el que permite deducir que la cohesión social facilita crear empresas más eficientes y productivas. Para esta visión de la competitividad, el actor es el sistema y todas sus acciones han de encaminarse a lograr la integración o cohesión social como fin último.

Cada una de estas tres posturas asigna a las empresas una función distinta, elevar su productividad y así la de las naciones (Porter, 2007, p. 59), aumentar la cantidad de valor generado y la prosperidad de las naciones (Garelli, 2006, 609 y 613-614) y generar cohesión social (Esser et al, 1994, 174). Sin embargo, solo esta última considera que tal función se cumple para la sociedad, pues las visiones instrumentales la sustituyen por la nación.

En síntesis, las teorías instrumentales de la competitividad pusieron de nuevo a las empresas (y no a las organizaciones) en el centro de las reflexiones teóricas, propusieron a la competitividad (y no a la estrategia) como el principio básico de su funcionamiento, y asignaron a las empresas la función de generar riqueza o prosperidad para las naciones, sin abordar las causas de creación en la sociedad. Por otro lado, aun cuando la visión sistémica resalta que la función principal de las empresas es el aumento de la cohesión social, tampoco explica las causas de su creación en la sociedad. Por ello, puede decirse que la teoría de la competitividad también contribuye a esa especie de hueco que tiene la TE, al considerar que las empresas son un objeto de estudio dado acerca del cual no es necesario explicar las causas de su surgimiento.

#### *4.2. Las principales teorías de la innovación*

Las teorías de la innovación, desde Schumpeter, J.A. y hasta nuestros días, explicaron la creación y la difusión de la tecnología y de la innovación como los principios de su funcionamiento, y consideraron que estos procesos son micro-económicos porque los realizan principalmente las empresas.

Para Nelson y Winter (1982), las empresas son las verdaderas incubadoras de las innovaciones porque transportan y contienen la tecnología y productividad en sus rutinas tecnológicas que son de tres tipos: los procesos operativos (cuánto y qué se produce), los sistemas y criterios de las decisiones tecnológicas, y los mecanismos de aprendizaje de las empresas. Para ellos, la empresa es una *“máquina innovadora en evolución económica, cuyas metas principales son sobrevivir y progresar”* (p. 17) y tiene la función de ser motor del desarrollo, pues es en ella en la que ocurren la innovación y evolución de las tecnologías.

Ellos resaltan que la estrategia genérica de las empresas es crear tecnología mediante la innovación que resulta de un proceso evolutivo de aprendizaje

continuo, y combina el saber científico con la experiencia cotidiana en el trabajo. Entienden que la tecnología no es la combinación de factores productivos –como pensaban los neoclásicos–, sino más bien la aplicación de la ciencia a las actividades de las empresas.

Sus planteamientos, al igual que los de Schumpeter, fueron retomados en el Manual de Oslo (2005) que hoy es la guía para realizar y medir actividades científicas de innovación en la empresa, y que define cuatro tipos de innovaciones entendidas como cambios significativos en: las características de los bienes y servicios –innovaciones de producto–, los métodos de producción y distribución –innovaciones de proceso–, las prácticas, las formas de organización y en las relaciones exteriores –innovaciones organizativas– y en los métodos de comercialización –innovaciones de mercadotecnia– (Manual de Oslo, 2005, pp.23-24).

Freeman y Pérez (1988), más interesados en la difusión de las innovaciones que en la creación de ellas, señalaron que la innovación de tipo radical se difunde a través de acuerdos, redes y trayectorias tecnológicas, mientras que la de tipo incremental lo hace a través de la investigación empírica, las revistas especializadas, las historias de empresa y las estadísticas de patentes. Para ellos, la empresa tiene como función básica la difusión de tecnología, y el principio básico del funcionamiento de ellas es también la innovación como estrategia genérica. Retomando a Freeman y Pérez, el Manual de Oslo (2005) establece que *“sin la difusión, una innovación no tiene ningún impacto económico”* (p. 24).

Freeman y Soete, (1997) resaltando el papel del conocimiento en la innovación, señalan que *“el proceso de inversión es más que uno de producción y distribución de conocimiento, y que uno de producción y uso de bienes de capital”* (p. 4) y que *“la inversión intangible en nuevo conocimiento y su difusión, son los elementos críticos de las empresas, y no la inversión tangible que se realiza en puentes y máquinas”* (p. 4).

Para todas las teorías de la innovación, las empresas cumplen la función de ser el motor del desarrollo económico a través de principios como la tecnología, el conocimiento (inversión intangible) y la innovación misma. Sin embargo, estas teorías tampoco explican las causas de creación de las empresas, ni derivan de ellas las funciones que cumplen ni los principios de su funcionamiento.

#### 4.3 La teoría de las organizaciones como creadoras de conocimiento

Las teorías de la innovación habían resaltado ya la importancia del conocimiento científico aplicado a las actividades de las empresas durante la década de los ochenta. Nonaka y Takeuchi (1995) plantean que la estrategia genérica de las organizaciones es la creación y gestión del conocimiento. Ellas son creadoras y gestoras de conocimiento tácito (inconsciente, desarticulado y mecánico) y explícito (consciente, estructurado y de fácil difusión). Tal gestión la realizan mediante procesos de socialización (de tácito a tácito), externalización (de tácito

a explícito), internalización (de explícito a tácito) y combinación (de explícito a explícito) entre sus miembros.

Para ellos, el conocimiento consiste en dar significado a los hechos y a las informaciones, y se crea compartiendo el tácito entre diferentes individuos, planteando conceptos, justificando y validando estos para la organización y para la sociedad, creando arquetipos o modelos, y expandiendo su ciclo de creación. De la lectura de Nonaka y Takeuchi se deduce que las organizaciones exitosas son aquellas que crean conocimiento y lo administran estratégicamente para beneficio de ellas y de la sociedad.

Algunos autores como Hagemeister (2007) señalan que “...*el conocimiento crítico para la generación de una ventaja competitiva, debe ser el conocimiento tácito que una organización posee ya y que es difícil copiar y reproducir...*” (p. 32). Sin embargo, tal interpretación es equivocada, al menos por dos razones: *primero*, el conocimiento tácito es también poco sistemático y su impacto en la empresa y en la sociedad dependerá de su conversión a explícito, y *segundo*, la creación y uso de ventajas competitivas basadas en el conocimiento ha de estar permeada por valores éticos y actitudes prudentes que permitan a las organizaciones hacer contribuciones a la sociedad en la que se desempeñan y no solo la obtención de beneficios y el cumplimiento de ley. Para atajar este tipo de interpretaciones similares a las de M. Friedman en su famoso artículo de septiembre de 1970, Nonaka y Takeuchi (2011) agregan un nuevo tipo de conocimiento tácito, la sabiduría práctica entendida como la que permite a las personas tomar decisiones prudentes en una situación específica, guiándose por la moral y los valores (p. 60).

Bajo los planteamientos de Torroco & Holton (2002), McLean (2004) hace una revisión minuciosa de la teoría de Nonaka y Takeuchi para indagar si realmente aquella es una teoría o una mera articulación de hipótesis y conjeturas. McLean, desde una óptica positivista, señala que muchos de los autores de esta teoría “...*intentan demostrar su validez exclusivamente con estudios de caso*” (p. 7) porque los conceptos de ella no han sido operacionalizados. Empero, en defensa de Nonaka y Takeuchi, se aclara que variables relacionadas con la innovación operacionalizan bien al concepto conocimiento. En ese sentido, el Manual de Oslo (2005) aporta “...*directrices para la recogida de datos sobre el proceso general de innovación (por ejemplo las actividades innovadoras, los gastos, y los vínculos), los factores que influyen en las actividades innovadoras, y los resultados de la innovación*” (p. 22).

Además, diversos autores como Koenig (1997) y Bianchi (2008) entre otros, desde diferentes perspectivas proponen y aplican modelos para la medición del capital intelectual de las organizaciones (como bibliotecas) y de las universidades, respectivamente. Algunos de ellos como Nevado y López (2000), lo hacen incluso usando modelos econométricos que operacionalizan el conocimiento como recurso de las empresas. Otros modelos de medición del capital intelectual como el de la empresa Skandia fueron desarrollados para incorporar a la evaluación de logros y metas, aspectos no financieros del desempeño.

Que las teorías de las organizaciones creadoras y gestoras de conocimiento no se ocupen de explicar las causas del surgimiento de las empresas y sí de los principios de su funcionamiento eficiente y de las funciones que juegan en el logro de la prosperidad de las naciones, es una muestra de que, tanto las empresas como las organizaciones, siguen siendo consideradas como algo dado y preexistente de las que interesa más su éxito en el mercado como prerrequisito del desarrollo económico, que en la sociedad y frente a la especie humana a largo plazo en el planeta. La teoría de la responsabilidad social intentaría resolver esta limitante.

## 5. La Teoría de la Responsabilidad Social de las Empresas (TRSE)

La TRSE es la teoría de las empresas acerca de la cual se ha escrito más en los últimos años. Pero su inicio fue temprano y ya a finales de la década de los cincuenta, mientras en la TPE se discutía acerca del concepto de estrategia, Levitt, T. (1958) escribía que *“la función de las empresas es producir un continuo alto nivel de utilidades.....El bienestar y la sociedad no son un asunto de las corporaciones. Su asunto es hacer dinero, no música dulce”* (p. 48).

En el mismo sentido Friedman, M. (1970) argumenta que la única responsabilidad de los negocios es: *“...utilizar sus recursos y participar en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios, siempre que se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, se involucre en la competencia abierta y libre de engaños o fraudes”*(p. 126).

Tanto Levitt como Friedman reducen la sociedad al mercado al que consideran como el espacio social por excelencia en el que los individuos y grupos de aquella se realizan decidiendo y ejecutando actos de oferta y demanda, dejando de lado que las empresas son creadas en la sociedad en la que surgen, que sus características están determinadas por esta última, que hay valores sociales como la autoestima y la dignidad humanas que no necesariamente se sujetan a la lógica del mercado, y que el planeta en el que la especie humana crea empresas cuenta con recursos escasos que ellas consumen. Todas estas cuestiones serían abordadas en las siguientes décadas por la TRSE.

Pronto la postura de Friedman encontró respuesta en los planteamientos de Anshen, M. (1970), quien puso de nuevo a las empresas en la sociedad y no en el mercado o en un simple entorno como hacía la TPE. Al argumentar la existencia de un contrato social implícito y cambiante entre la sociedad y las empresas en el que estas fijan sus objetivos de acuerdo a las normas que aquella establece, Anshen reconocía la existencia de una obligación moral de las empresas con la sociedad y que, al cumplirla, habría un mejor balance entre el crecimiento económico, el bienestar social y la calidad de vida.

Por su parte Arrow (1973), con una visión de las empresas en el mercado, estableció dos límites a los planteamientos de Levitt y de Friedman: *primero*, la

maximización de beneficios no tiene sustento social en estructuras de mercado diferentes a las de competencia perfecta como el monopolio y los oligopolios, pues estos generan externalidades negativas y disminuciones en el bienestar que el mercado por sí mismo no resuelve; y *segundo*, en los mercados imperfectos ocurren asimetrías de información cuyas consecuencias son similares a las externalidades negativas.

Aunque Anshen entendía que las empresas surgen en la sociedad y esta les determina las funciones que cumplen y los principios de su funcionamiento, deja implícitas las causas de su creación reduciéndolas al contrato mismo. Por otra parte, si bien Arrow asignaba a las empresas la función de maximizar el bienestar, también deja de lado tales causas. Sin embargo, en ambos planteamientos subyace la idea de cierta obligación social de las empresas, ya sea de carácter moral, económico o legal.

En la década de los ochenta y derivado los desastres ocurridos en Bophal, India (1984) y en Chernobil, Ucrania (1986), se produjo una gran cantidad de planteamientos teóricos que agregaron nuevos conceptos a la TRSE. En oposición al concepto de accionistas (*stockholder* o *shareholder*), usados hasta entonces para definir a los actores frente a los que los hombres de empresa son responsables, el concepto de *stakeholders*<sup>7</sup> planteado por Freeman, R. E. (1984) dio sentido al contrato social de Anshen, ya que hacía a las empresas responsables también ante distintos grupos de la sociedad y no solo ante los accionistas y ante la ley. Él define a los *stakeholders* como “*cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por los logros de la organización*” (p. 46).

Este nuevo concepto contribuyó a ampliar las funciones de las empresas en la sociedad, más allá de la generación de riqueza y empleo, y más allá también del cumplimiento de la ley y la satisfacción de necesidades de sus clientes. Ahora, debían cumplir nuevas funciones como cuidar el medio ambiente y el entorno social, involucrándose en él, crear confianza y capital social entre los grupos de interés (*stakeholders*), prevenir riesgos sociales, y actuar con transparencia y justicia.

Al esfuerzo de conseguir el cumplimiento de estas nuevas funciones, pronto se sumaron organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales. El conocido *Informe Bruntland* (1987), cuyo título original fue “*Nuestro Futuro Común*” señala que “...*el camino que la sociedad ha tomado está destruyendo el medio ambiente y dejando a cada vez más gente en la pobreza y la vulnerabilidad*” (p. 46).

Más aún, el mismo informe amplía implícitamente el concepto de *stakeholders*, incluyendo entre ellos al medio ambiente y al entorno social al definir el desarrollo sustentable como “*el desarrollo que responde a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de responder a sus propias necesidades*” (p. 8). Se agregaba así a las empresas una

<sup>7</sup> Este término es traducido al español como “grupos de interés” en las acciones internas y externas de la empresa.

función más que cumplir: preservar el planeta y el entorno social para las generaciones futuras y presentes.

En síntesis a finales de la década de los ochenta, resultaba claro que los planteamientos de la responsabilidad social de las empresas habían evolucionado y que ahora involucraban a nuevos y numerosos actores que incluían, no solo a organismos internacionales y ONG's, sino también a empresas, grupos de consumidores, científicos, sindicatos y jefes de Estado. En ese nuevo contexto, la TRSE que se produjo en la década de los noventa y hasta nuestros días, sería abundante y contraria a los planteamientos de Levitt y Friedman que parecían ya insuficientes. Así, ante las nuevas responsabilidades de las empresas, la idea de que estas solo eran responsables de generar beneficios para sus accionistas, no volvería a aparecer en la TE, y la TRSE dominaría la escena teórica hasta nuestros días.

Garriga y Melé (2004), basados en planteamientos parsonianos<sup>8</sup>, hicieron un reconocido esfuerzo para clasificar las posturas de la TRSE surgidas a partir de los años noventa, y encontraron cuatro grandes grupos: las instrumentales, las políticas, las integradoras y las éticas. El siguiente cuadro muestra tal clasificación.

**Cuadro 2.** Las teorías de la RSE, planteamientos, corrientes y exponentes principales

Tipo de teoría	Planteamientos principales acerca de la empresa	Principales corrientes y exponentes	Concepto de Responsabilidad Social Empresarial
Instrumentales	Conciben a la empresa como un fenómeno del mercado que es la organización más importante de la sociedad. Las funciones básicas que se asignan a las empresas son crear valor y riqueza, así como poner en el mercado los bienes y servicios que él demanda, generar empleo y cumplir con la ley.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilitaria, <b>Levitt</b> (1958), <b>Friedman</b> (1970), <b>Jensen</b> (2000).</li> <li>2. Estrategia para ventajas competitivas, <b>Porter and Kramer</b> (2002), <b>Hart</b> (1995), <b>Lizt</b> (1996), <b>Prahalad &amp; Hammond</b> (2002), <b>Hart &amp; Christensen</b> (2002), <b>Prahalad</b> (2003), <b>Varadarajan &amp; Menon</b> (1988) y <b>Murray &amp; Montanari</b> (1986).</li> </ol>	La RSE es un simple medio para la obtención de utilidades. Es una herramienta estratégica para generar riqueza.

<sup>8</sup> El modelo de sistema social de Talcott Parsons (1951) es conocido en ciencias sociales como modelo AGIL y de él puede encontrarse una excelente síntesis en la lección primera de la obra de Niklas Luhmann (1996), titulada *Introducción a la Teoría de los Sistemas*. Lecciones publicadas por Javier Torres Nafarrate, editada por la Universidad Iberoamericana de México.

Tipo de teoría	Planteamientos principales acerca de la empresa	Principales corrientes y exponentes	Concepto de Responsabilidad Social Empresarial
Políticas	Entienden a la empresa como una organización con poder de decisión que se ejecuta a través de su gobierno corporativo que interactúa con una ciudadanía corporativa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constitucionalismo corporativo. <b>Davis</b> (1960, 1967).</li> <li>2. Integradora del contrato social. <b>Anshen</b> (1970) y <b>Donaldson &amp; Dunfee</b> (1994, 1999).</li> <li>3. Ciudadanía corporativa. <b>Wood &amp; Lodgson</b> (2002) y <b>Andriof &amp; McIntosh</b> (2001).</li> </ol>	La RSE es aceptar deberes y derechos sociales, así como la obligación de hacer aportes a la sociedad más allá del empleo, los bienes y servicios que produce.
Integrativas	Estas teorías resaltan que las empresas y las organizaciones dependen de la sociedad para su sobrevivencia, crecimiento y existencia.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. De aspectos administrativos. <b>Sethi</b> (1975), <b>Ackerman</b> (1973), <b>Jones</b> (1980), <b>Vogel</b>, (1986) y <b>Wartick &amp; Mahon</b> (1994).</li> <li>2. De responsabilidad pública. <b>Preston &amp; Post</b> (1975, 1981)</li> <li>3. De la administración de los <i>stakeholders</i>.</li> <li>4. De desempeño social corporativo. <b>Mitchell et al.</b> (1997), <b>Agle &amp; Mitchell</b> (1999), <b>Rowley</b> (1997), <b>Carroll</b> (1979), <b>Wartick &amp; Cochran</b> (1985), <b>Wood</b> (1991) y <b>Swanson</b> (1995).</li> </ol>	La responsabilidad social de las empresas y organizaciones es la de integrar y resolver las demandas sociales de los <i>stakeholders</i> .



Tipo de teoría	Planteamientos principales acerca de la empresa	Principales corrientes y exponentes	Concepto de Responsabilidad Social Empresarial
Éticas	Resaltan que la relación de las empresas con la sociedad es de tipo ético.	1. Normativa de los <i>stakeholders</i> . <b>Freeman</b> (1984, 1994), <b>Evan &amp; Freeman</b> (1988), <b>Donaldson &amp; Preston</b> (1995), <b>Freeman &amp; Phillips</b> (2002), <b>Phillips et al.</b> (2003). 2. Derechos Universales. <i>The Global Sullivan Principles</i> (1999), <b>ONU Pacto Global</b> (1999). 3. Desarrollo sustentable. <i>Brutland Report</i> (1987) y <b>Gladwin &amp; Kennelly</b> (1995). 4. El bien común. <b>Alford &amp; Naughton</b> (2002), <b>Melé</b> (2002) y <b>Kaku</b> (1997).	La RSE consiste en que las empresas en su acción pongan por encima de cualquier otro criterio lo que es correcto para la sociedad y el bien común.

*Fuente: Elaboración propia con base en Garriga y Melé (2004).*

La TRSE hasta 2006 aborda casi exclusivamente las funciones que las empresas cumplen en la sociedad, ya sea desde el punto de vista económico, político, social o cultural, y encontraría a sus principales críticos en algunos teóricos de la competitividad instrumental.

Porter y Kramer (2006) destacaron algunas limitaciones de la TRSE señalando que sus enfoques “...están tan fragmentados y tan desconectados de los negocios y de la estrategia, que oscurecen muchas de las mejores oportunidades que tienen las empresas para beneficiar a la sociedad” (p. 3). Desde el punto de vista de la estrategia competitiva, ellos proponen una integración entre las empresas y la sociedad, identificando los objetivos comunes y los problemas sociales, afectados por las actividades de las empresas para crear una dimensión social en la propuesta de valor de las empresas y convertir su impacto social en “...una parte integral de la estrategia [empresarial]” (p. 13).

A diferencia de la TRSE anterior, Porter y Kramer (2011) dan poca importancia al concepto de *stakeholders* y se apegan a los de estrategia competitiva y valor compartido, generando así un nuevo enfoque de la TRSE. Ellos reconocen una pérdida de legitimidad de las empresas, derivada de sobreponer sus objetivos a los de la sociedad. Y para resolver tal deslegitimación, proponen redefinir el propósito de la corporación como “...*la creación de valor compartido, [y] no solo las utilidades per se*” (p. 4) pues las necesidades de la sociedad también definen los mercados, y los males de ella pueden crear costos para las empresas.

Para estos autores, el valor compartido es un concepto superior al de RSE ya que, además de contener obligaciones acerca del cumplimiento de las leyes, estándares éticos y la reducción de los daños (naturales y sociales) provocados por la actividad de las empresas, implica la creación conjunta de valor por la empresa y la comunidad. Pero, aunque reconocen que la sociedad no ha recibido todos los beneficios que las empresas y el mercado pudieran compartir con ella y proponen al valor compartido como la solución a este problema, olvidan que las empresas son un valor de la sociedad y no de ellas mismas, y que el valor económico que usan y crean, tiene también valor generado por ella.

En pocas palabras, esta visión crítica de la TRSE no se aparta de la tendencia a considerar a las empresas como un fin en sí mismo, y parece invertir la verdadera relación entre la sociedad y las empresas reduciendo la tarea de aquella a la de generar valor para estas, es decir, a “*crear valor económico a partir de la generación de beneficios sociales*” (M. Porter, 16 de noviembre 2011). Esta visión –aunque lógica y estructurada– es errónea pues aborda las funciones de la sociedad en las empresas y no a la inversa. Además –al igual que casi toda la TE–, carece de reflexiones acerca de las causas del surgimiento de las empresas, y olvida que estas son el resultado de una acción social, que en la sociedad surgen, funcionan y son exitosas o no.

Tales omisiones, la ausencia de reflexiones acerca de las causas de surgimiento de las empresas en la sociedad y la idea de muchos accionistas y CEO’s en el sentido de que cumplir la RSE implica desaprovechar oportunidades de negocio y resta de recursos a la creación de valor económico, hacen que en la práctica la RSE avance más lento de lo deseado y que las empresas sigan perdiendo legitimidad.

Ante la gran cantidad de funciones que la TRSE asigna a las empresas, la tarea pendiente es la formulación teórica acerca de las causas de creación de ellas en la sociedad, y no como un objeto de estudio dado y “natural” que constituye un fin en sí mismo. Esto habrá de hacerse teniendo en cuenta que las empresas generan valor para la sociedad y en ella, y no solamente para el mercado y en él.

## Conclusión

Después de analizar los planteamientos más relevantes de la TE desde principios del siglo XX y hasta nuestros días para indagar si aborda las causas de

surgimiento de las empresas, las funciones que cumplen en la sociedad y los principios de su funcionamiento, se puede concluir que existe una tendencia a considerar a la empresa como algo dado, como un fin en sí mismo e independiente de la sociedad cuya tarea es la de conseguir su propio éxito a través de principios como eficiencia, organización, dirección, decisión, innovación, estrategia, competitividad, tecnología, conocimiento, responsabilidad social y valor compartido, entre muchos otros.

Derivado de ello, la gran mayoría de los planteamientos de la TE se avocan a establecer los principios de funcionamiento eficiente de las empresas o las funciones que cumplen en la sociedad o en el mercado, pero olvidan teorizar acerca de las causas de surgimiento de las empresas en la sociedad.

Las posturas acerca de las causas de surgimiento de las empresas en la sociedad son escasas y solo están presentes en la TE antes de la Segunda Guerra Mundial. Knight (1921) atribuye a la incertidumbre y al riesgo que hay en la sociedad la creación de las empresas y Barnard (1938) a la acción social producida por la cooperación humana. También son pocos los planteamientos acerca de la causa de creación de las empresas en el mercado, solo Coase (1937) las atribuye a los costos de negociación, mientras que Schumpeter (1949) al papel del empresario y al proceso de destrucción creativa. Así, tales causas son una reflexión teórica ausente en la TE durante los últimos 64 años, y tal ausencia subsiste hasta hoy a pesar de que la abundante y actual TRSE pudiera hacer pensar lo contrario.

Respecto a las funciones que las empresas cumplen, se encontró una tendencia predominante de la TE a explicarlas en el mercado en la primera mitad del siglo XX, mientras que en la segunda mitad y hasta nuestros días, se tiende a explicar tales funciones en la sociedad. Se deduce que en esto, la TRSE tiene una importante influencia no solo por la gran cantidad de planteamientos que aporta a la TE, sino principalmente por la legítima preocupación acerca del rol que las empresas juegan de frente al planeta y al futuro de la especie humana en él. Los planteamientos de los economistas neoclásicos, los de Coase acerca de la reducción de los costos de negociación, y los de Selznick, en el sentido de que su función es adaptarse a su entorno, abonan a la primera tendencia mencionada. Por otro lado, los de Esser *et al* (1994), que asignan a las empresas la función de crear cohesión social, los de Garelli (2006) que señalan que tal función es crear prosperidad y los de Nonaka y Takeuchi (1995), en el sentido de que son gestoras de conocimiento, ejemplifican bien la segunda tendencia.

Los principios de funcionamiento de las empresas han sido abordados prácticamente por todos los exponentes de la TE, ya sea en el mercado, en la organización interna de ellas, o en el entorno. Entre tales principios destacan los de la igualdad entre costos e ingresos marginales (neoclásicos), planeación del trabajo operativo y directivo (administrativistas), las estructuras sociales de la

empresa (Mayo, 1933) y el liderazgo (Barnard, 1938) que pasada la Segunda Guerra Mundial fueron sustituidos por los de proceso decisorio (Simon, 1947), innovación (Schumpeter, 1949), estrategia (la TPE, 1960-1980), competitividad (Porter, 1980), tecnología e innovación (Nelson y Winter, 1982), conocimiento (Nonaka y Takeuchi, 1995), inteligencia competitiva (Hamel y Prahalad, 1989) y valor compartido (Porter y Kramer, 2011). Sin embargo, ningún autor deriva tales principios de las causas de creación de las empresas, y cada uno de ellos parece derivarlos solamente de las funciones que cumplen en la sociedad o en el mercado.

La TE tiene pendiente aún la ampliación de las explicaciones acerca de las causas de surgimiento de las empresas en la sociedad, y tal deuda podría resolverse con un enfoque multidisciplinario en el que se tengan en cuenta las importantes contribuciones de la TRSE y las consideraciones siguientes: a) las empresas surgen, se desempeñan y son exitosas en la sociedad, b) entre las causas de su creación está la capacidad de la especie humana para formar organizaciones e intercambiar, c) las funciones que cumplen en la sociedad o en el mercado, y sus principios de funcionamiento eficiente, se derivan de tales causas, d) sus funciones principales son generar cohesión social y valor para la sociedad que el mercado por sí solo no produce, e) la generación de valor compartido ha de realizarse sin subsumir a la sociedad al mercado, para no convertir a las empresas en un fin en sí mismas y, f) las empresas son una forma de organización humana en un planeta de recursos limitados.

## **El autor**

Benjamín Núñez es doctorando en Administración de la Universidad Anáhuac México Sur, enfocado a la vocación y a la competitividad de las empresas turísticas. Es profesor de la Facultad de Negocios en esa misma institución. Es licenciado en Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Egresado de la Maestría en Administración Pública en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) y del posgrado en Relaciones Internacionales y Diplomacia en la Escuela Diplomática Española en Madrid, España.

Ha sido director general de Finanzas y Presupuesto y director general técnico en Presidencia de la República y de Asuntos Laborales en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Así como coordinador del Centro Virtual de Cambio Climático de Ciudad de México en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

benuza9@hotmail.com

## Referencias

- Ackoff, R., Churchman W. & Arnoff L., (1957). *Introduction to Operations Research*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Ackoff, R., (1953). *The design of social research*. Chicago IL: Chicago University Press.
- \_\_\_\_\_ (1974). *Redesigning the future: A systems approach to societal problems*. New York: J. Wiley & Sons.
- Amill, J. (2003). *Programas públicos de apoyo a la creación de empresas: Una reflexión descriptiva y crítica*. Iniciativa Emprendedora, 38, pp. 1-15, Deusto.
- Disponible en: <http://www.daleph.com/descarga/varia/deus.pdf>.
- Consultado el: 30 de septiembre de 2013.
- Anshen M., (1970). Changing the social contract: A role for business. *Columbia Journal of World Business*, 5, (6), pp. 6-14.
- Disponble en: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/5539203/changing-social-contract-role-business>.
- Consultado el: 9 de septiembre de 2013.
- Arrow, K. J., (1973). Social Responsibility and Economic Efficiency, *Public Policy*, (21), Summer 1973, pp. 303-318.
- Disponble en: [http://books.google.com.mx/books?id=w3Fqd0\\_jI8QC&pg=PA130&lpg=PA130&dq=social+responsibility+and+economic+efficiency+1973+public+policy&source=bl&ots=D\\_-WIHaFED&sig=YrRU\\_ePSYJZ3Kte5y5qh3s7TBfE&hl=es&sa=X&ei=npE2UsD-Kqny2QX6-YDoBA&ved=0CGAQ6AEwBw#v=onepage&q=social%20responsibility%20and%20economic%20efficiency%201973%20public%20policy&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=w3Fqd0_jI8QC&pg=PA130&lpg=PA130&dq=social+responsibility+and+economic+efficiency+1973+public+policy&source=bl&ots=D_-WIHaFED&sig=YrRU_ePSYJZ3Kte5y5qh3s7TBfE&hl=es&sa=X&ei=npE2UsD-Kqny2QX6-YDoBA&ved=0CGAQ6AEwBw#v=onepage&q=social%20responsibility%20and%20economic%20efficiency%201973%20public%20policy&f=false).
- Consultado el: 15 de septiembre de 2013.
- Ansoff, I., (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona, (1ª Ed.) España: Universidad de Navarra.
- \_\_\_\_\_ (1965). *Corporate Strategy*. (1ª Ed.) New York: McGraw-Hill.
- Barba, A., (2010). Frederick Winslow Taylor y la administración científica: contexto, realidad y mitos. *Gestión y Estrategia* (38, julio-diciembre), 17-29. (10ª Edición). México: Herrero Hermanos.
- Barnard, Ch., (1938). *The Functions of the Executive* (1a Ed.), Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bianchi P. C. Elena, (2008). Una metodología para la valoración del capital intelectual generado por el personal docente y de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes. *Propiedad Intelectual*, VII, (11), enero-diciembre, 113-145.
- Disponble en: <http://www.redalyc.org/pdf/1890/189018627005.pdf>.
- Consultado el: 12 de septiembre de 2013.

- Comisión Europea, (2005). *Programa de la Comisión Europea para la Cohesión Social en América Latina, Fase II (2010-2014)*, Bruselas.  
 Disponible en: <http://www.eurosocial-ii.eu/eurosocial/que-hacemos/cohesion-social>.  
 Consultado el: 15 de septiembre de 2013.
- Coase, R. H., (1937). The Nature of the Firm. *Económica* (4), 386-405. También en: American Economic Association, Readings in Price Theory, selected by a Committee of the American Economic Association (1952).
- Chandler, A., (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. MIT press Cambridge.
- Chiavenato, I., (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ª Ed). México: Mc Graw-Hill.
- Drucker, P., (1993) *Post-Capitalist Society*. (1ª Ed.) New York: Harper Business.  
 \_\_\_\_\_ (1969). *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. (1ª Ed.) New York: Harper and Row.
- Esser K., Hillebrand W., Messner D. y Meyer-Stamer J., (1994). *Competitividad sistémica: Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Instituto Alemán de Desarrollo (GDI), Berlin 1994.  
 Disponible en: [journal.ufsc.br/index.php/economia/article/download/6235/5897](http://journal.ufsc.br/index.php/economia/article/download/6235/5897).  
 Consultado el: 8 de septiembre de 2013.
- Fayol, H., (1916). *Administración Industrial y General*. (14ª Edición). Buenos Aires: El Ateneo.
- Freeman, C. & Soete, L., (1997). *The Economics of Industrial Innovation*. Cambridge, MA: Harvard University Press, pp.470.
- Freeman, C. y C. Pérez (1988): *Structural crises of adjustment: Business cycles and investment behaviour*, G. Dosi y otros (ed.), Technical Change and Economic Theory, Londres, Pinter Publishers. 3ª edición, Londres.
- Freeman, R.E., (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston 1984, pp. 292.
- Friedman M., (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*, 13<sup>th</sup> septiembre de 1970, New York: pp. 33, 122-126.  
 Disponible en: <http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0073524697/910345/Appendices.pdf>.  
 Consultado el: 8 de septiembre de 2013.
- Garelli, S., (2006), *Competitiveness of Nations: The Fundamentals*. International Institute for Management Development (IMD), World Competitiveness Yearbook.
- Garriga, E. and Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping and territory. *Journal of Business Ethics*, 53, agosto, 51-71.  
 Disponible en: <http://link.springer.com/article/10.1023%2FB%3ABUSI.000039399.90587.34>.  
 Consultado el: 10 de septiembre de 2013.

- Hagemeister, M., (2007). Las estrategias de la gestión internacional: el conocimiento como componente clave para su clasificación. *Cuadernos de Gestión* 7, (2) pp. 29-37.
- Hamel, G. & Prahalad C. K. (1989). Strategic Intent. *Harvard Business Review*, mayo-junio, pp. 73-66.
- Koenig MED., (1997). Intellectual Capital and How to Leverage it. The bottom line. *Managing Library Finances*. 10 (3), 112-118.  
Disponible en: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=860712>.  
Consultado el: 6 de septiembre de 2013.
- Knight, F. H., (1921). *Risk, Uncertainty, and Risk*. (1ª Ed.) Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Co.  
Disponible en: <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html>.  
Consultado el: 28 de abril de 2013.
- Levitt, T., (1958). The Dangers of Social Responsibility, *Harvard Business Review*, septiembre-octubre 1958, pp. 41-50.
- Luhmann, N., (1996). *Introducción a la Teoría de los Sistemas*. Lecciones publicadas por Javier Torres Nafarrate. Colección Teoría Social. Universidad Iberoamericana, México, pp. 422.
- Luhmann, N., (1978). *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*. Primera reimpresión 2005, México: Anthropos.
- OCDE y Comunidades Europeas, (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación*. Tercera edición. Oslo: Noruega, pp. 188.
- Mahoney, J., (2009). Chester Barnard.  
Disponible en: <http://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2009/09/mahoney-j-chester-barnard.pdf>.  
Consultado el: 29 de abril de 2013.
- Mayo, E., (1933). *The Human Problems of an Industrial Civilization*. (1a Ed.), New York: Macmillan Co.  
\_\_\_\_\_. (1945). *The Social Problems of an Industrial Civilization*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- McLean L. D., (2008). *A Review and Critique of Nonaka and Takeuchi's Theory of Organizational Knowledge Creation*, University of Minnesota, EE.UU. Disponible en: <http://mcleanglobal.com/public/MGC/publications/Nonaka%20and%20Takeuchi.pdf>.  
Consultado el: 14 de septiembre de 2013.
- Mintzberg, H., (1999 A). *Safari a la estrategia*. (1ª Ed), Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.
- Mintzberg, H., Quinn, J. B. y Ghoshal, S. (1999). *El proceso estratégico*. Edición europea revisada. Madrid: Prentice Hall, pp. 841.
- Monroy, G. (1998). "Sistemas." Conferencia presentada en Universidad Autónoma Metropolitana, Campus Xochimilco, México.  
Disponible en: [http://www.centrogeo.org.mx/curriculum/germanmonroy/pdf/sistemas\\_caf%C3%A9\\_academico.pdf](http://www.centrogeo.org.mx/curriculum/germanmonroy/pdf/sistemas_caf%C3%A9_academico.pdf).  
Consultado el: 3 de mayo de 2013.



- Nash, J. F. (1950) "The Bargaining Problem", *Econometrica* 18, 155–162. Abril de 1950.
- \_\_\_\_\_ (1953) "Two-person cooperative games", *Econometrica* 21, 128–140.
- Nelson, R. & Winter, S., (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nevado, D. y López V. R., (2000). ¿Cómo medir el capital intelectual de una empresa? *Partida Doble*, 115, octubre, pp. 42-53.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (2011). The Wise Leader: How CEO's can learn practical wisdom to help them do what's right for their companies-and society. *Harvard Business Review* (mayo 2011), 59-67.
- \_\_\_\_\_ (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press, Nueva-York, EE.UU.
- Organización de Naciones Unidas, (1987). Informe "Nuestro futuro en común." New York.  
Disponible en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>.  
Consultado el: 16 de septiembre de 2013.
- Organización de Naciones Unidas, (1987). 96ª Asamblea General Plenaria. New York.  
Disponible en: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agreed.htm>.  
Consultado el: 16 de septiembre de 2013.
- Parsons, T. (1991). *The Social System*. (10a Reimpresión), London, UK: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1964). *The Structure of Social Action*. (1a Ed.), New York, EE.UU.: Glence.
- Porter, M. & Kramer, M. (2011). Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society. *Harvard Business Review América Latina*, enero, 3-18.
- Porter, M., Ketels, Ch. & Delgado M., (2007). *The Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index*. The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum.
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard Business Review América Latina*. Diciembre, 2012 pp. 3-15.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
- \_\_\_\_\_ (1987). From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, Mayo, 1987.
- \_\_\_\_\_ (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York Free Press.
- \_\_\_\_\_ (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Quezada D. A. y Sánchez M., (2008). *Impactos de la RSE en los consumidores Chilenos*. Universidad de las Américas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Negocios. pp. 110.

- Ramos A., (2008). *Cómo llegan a la definición de la estrategia las empresas localizadas en el Valle de Aburrá*. Revista de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, (9), enero-junio, pp. 9-29.  
 Disponible en: [http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-12372008000100002&lng=es&nrm=](http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372008000100002&lng=es&nrm=).  
 Consultado el: 29 de abril de 2013
- Schumpeter, J. A., (1949). *Economic Theory and Entrepreneurial History*. Change and the Entrepreneur, pp. 63-84.
- Selznick, P. (1948). *Foundations of theory of organizations*. American Sociological Review, (1), febrero de 1948, pp. 25-35.
- Simon, H., (1947). *Administrative Behavior: A Study of Decision-making Processes in Administrative Organization*. (1a Ed.). New York: Macmillan.
- Stiglitz, J., (2000). *La economía del sector público*. (3ª Ed.) Barcelona: Antoni Bosch.
- Taylor, F. W., (1985). *Principios de la administración científica*. (10ª Edición). México: Herrero Hermanos.
- Torres Nafarrate J., (1996). *Niklas Luhmann: introducción a la teoría de sistemas*. (2ª Reimpresión), México: Universidad Iberoamericana.
- Torroco, R. J. & Holton, E. F. (2002). "A theorist's toolbox." Human Resource Development Review. Marzo de 2002. 1 (1), 129-140.
- Trujillo, María A., (2010). Reseña de The social problems of an industrial civilization de Elton Mayo. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* (38), septiembre-diciembre de 2010, pp. 257-259.
- United Nations, (1987). *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*. New York, pp. 247.  
 Disponible en: [http://conspect.nl/pdf/Our\\_Common\\_Future-Brundtland\\_Report\\_1987.pdf](http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf).  
 Consultado el: 8 de octubre de 2013.
- Veblen, T. (1904). *The Theory of Business Enterprise*. (1a Ed.) New York: Cosimo.  
 Disponible en: <http://precisionmi.org/Materials/BusinessMat/TheoryofBusEnterprise.pdf>.  
 Consultado el: 28 de abril de 2013
- Von Neumann, J. & Morgenstern, O. (1944) *Theory of Games and Economic Behavior*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Weber, M., (1964). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. (1ª Ed.), México: Fondo de Cultura Económica.

# Efectos económicos-comerciales de los acuerdos preferenciales de libre comercio de Estados Unidos con América Latina: el caso de México con referencias a Brasil<sup>1</sup>

Mariana Aparicio Ramírez

## Resumen

*El artículo analiza las variaciones en la dinámica y la estructura comercial, tanto en México como en Brasil. Se evalúan la trayectoria de los dos países en función de variables económico-comerciales como tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), Inversión Extranjera Directa (IED), productividad y dependencia comercial. La evaluación se realizó antes y después de la firma del acuerdo, con el objetivo de establecer si hay diferencias sustanciales o no que pudieran ser atribuibles o estar vinculadas a la ausencia o presencia de un acuerdo comercial con Estados Unidos, aunque no se pretende encontrar causalidad estricta.*

*Palabras clave:* Política comercial, acuerdos de libre comercio, Estados Unidos, México, Brasil.

*Clasificación JEL:* F10, F13, F55 y F59

---

<sup>1</sup> El artículo forma parte del trabajo de Tesis de Doctorado titulado: *Efectos en Política Exterior de los Acuerdos de Libre Comercio de Estados Unidos con América Latina: El caso de México bajo el TLCAN 1990-2008*, de la FLACSO-México. Agradezco a la Dra. Alicia Puyana su dirección e invaluable comentarios.

## **Abstract**

*This paper analyzes the variations in Mexico's and Brazil's commercial dynamics and structure. The history of both countries is evaluated in terms of economic and trade variables such as growth rate of Gross Domestic Product (GDP), Foreign Direct Investment (FDI), productivity and trade dependence. The assessment was conducted before and after the signing of the agreement in order to establish whether there are substantial differences that might be attributed or related to the absence or presence of a trade agreement with the United States, although finding strict causality is not intended.*

*Keywords: trade policy, free trade agreements, United States, Mexico, Brazil.  
JEL Classification: F10, F13, F55 and F59*

## 1. Introducción

A partir de la década de los noventa se ha experimentado un incremento en el número de países miembros en la Organización Mundial del Comercio (OMC)<sup>2</sup>, lo cual ha elevado la dificultad para llegar a acuerdos en las rondas de negociación a nivel multilateral. Crece, por lo tanto, el atractivo de las negociaciones en corto, regionales o bilaterales, en cualesquiera de las modalidades de los Acuerdos de Libre Comercio (ALC).

La creciente interdependencia del comercio internacional ha propiciado una intensa competencia por atraer inversiones y penetrar los mercados externos. Por ello, prácticamente todos los países han liberalizado su comercio y optado por estrategias en favor de acuerdos de comercio preferencial o Acuerdos de Libre Comercio (ALC)<sup>3</sup> (De Melo y Panagariya, et. al, 1993; Bergsten, 1996). Actualmente estos ALC son parte integral de la política comercial de la mayoría de los países, a pesar de que prácticamente todos se han sumado a las negociaciones multilaterales en la OMC<sup>4</sup>. Así lo han hecho recientemente Montenegro, Rusia, Samoa, Vanuatu, República Popular de Lao (Laos) y Tayikistán.

Diversas razones pueden explicar por qué los países firman acuerdos comerciales discriminatorios geográficamente. Entre ellas destaca la de acelerar la formalización de los compromisos de apertura comercial con el objetivo de incentivar el crecimiento económico. Otra causa es el combinar los factibles beneficios de la protección del mercado, con los de la desgravación negociada de ventajas recíprocas. A pesar de ello, y como se discutirá más adelante, en los estudios empíricos aún no existe consenso sobre los efectos que genera en el crecimiento económico, las decisiones de libre comercio y apertura económica.

Se presentan las diferencias a partir del análisis cuantitativo de las variaciones en la dinámica y estructura comercial observada en México y Brasil. El factor que sobresale es la dependencia comercial de México al mercado de Estados Unidos, como resultado de un ALC. Aunque el país bajo estudio es México, el propósito es utilizar el caso brasileño para analizar si hay una marcada disparidad entre un país que tiene un ALC con Estados Unidos. Y, si existe, en qué sentido se encuentra. No se pretende, por lo tanto, calibrar la validez de los

<sup>2</sup> De acuerdo con el Informe sobre Comercio Mundial 2013, el número de miembros de la OMC asciende a 159 países (OMC, 2013).

<sup>3</sup> Cabe hacer una distinción importante. Mientras Estados Unidos solo negocia acuerdos preferenciales, los países en desarrollo, especialmente los de América Latina, firman Tratados de Libre Comercio, diferencia que tiene implicaciones legales. Los tratados tienen rango constitucional, mientras que los acuerdos son leyes reguladas por mecanismos propios del acuerdo o por el Derecho Internacional Público.

<sup>4</sup> Esta posición es expresada por países defensores del multilateralismo. Por ejemplo, ver el último *Examen de las Políticas Comerciales*, reporte elaborado por el gobierno de Estados Unidos (OMC, 2012).

modelos que aceptan o rechazan la relación directa entre crecimiento económico y los acuerdos de integración, o de aquellos que otorgan beneficios superiores a los ALC bilaterales con economías asimétricas (TLCAN), sobre aquellos regionales entre países con un similar nivel de desarrollo (Mercosur).

Las trayectorias de las dos economías se evaluarán en función, primero, de la evolución de su comercio exterior, es decir, de su grado de apertura, estructura de los intercambios que consideran los mercados de destino y origen, y la composición de sus exportaciones e importaciones. En segunda instancia, se explorará cuáles efectos de la liberalización del comercio se han detectado desde la entrada en vigencia del TLCAN, entre ellos, los cambios en las tasas de crecimiento del PIB, en la productividad laboral y la IED. En todos los casos, se plantea analizar cómo se desarrollaron las variables antes y después de la firma del acuerdo, con respecto al comportamiento observado en la economía brasileña. De esta forma, se podrá establecer si hay diferencias sustanciales que pudieran ser atribuibles o vinculadas a la ausencia o presencia de un acuerdo comercial con Estados Unidos, si bien, como se dijo, no se pretende encontrar causalidad estricta.

El periodo de análisis se definió entre 1960 y 2009, el cual se puede dividir en dos subperiodos. El primero se extiende de 1960 a 1990, el cual muestra una tendencia de crecimiento económico que enfatiza el punto de inflexión durante el cambio de modelo económico. El segundo es de 1990 a 2009, caracterizado por las negociaciones e implementación del TLCAN, de las reformas y la consolidación de estos cambios en la política económica de Brasil y el Mercosur.

El análisis integra los efectos de la crisis de 2007 a 2009, así como sus desdoblamientos hasta el presente. Se tiene, de esta forma, una visión a largo plazo que permite eliminar los cambios en el intercambio, ocasionados por crisis económicas, choques de precios y modificaciones en las tasas de cambio.

El artículo está organizado en cuatro secciones. La primera desarrolla los efectos esperables a partir de la teoría sobre los ALC entre economías con diferente nivel de desarrollo. En la segunda se muestra la evolución del comercio exterior de México y Brasil frente a Estados Unidos y el resto del mundo. En la tercera se observan los efectos de la liberalización del comercio a partir de las tasas de crecimiento, productividad laboral y la IED. Finalmente, en un cuarto apartado se establecen algunas consideraciones sobre la distinta inserción económica de Brasil y México, y se vinculan los hallazgos encontrados sobre dependencia y ALC.

## **2. Secuelas de la inserción económica de Brasil y México**

En América Latina se han observado dos tipos de inserción en la economía internacional, a la que corresponden dos modelos de integración regional. El primer modelo es el que ha registrado México, basado en una creciente integra-

ción con la economía estadounidense mediante las exportaciones de manufacturas insertas en las cadenas de valor globales. El segundo tipo es el de Brasil, con exportaciones más diversificadas en productos y mercados de origen y destino, y centrada en recursos naturales, manufacturas y productos industriales de mayor complejidad.

A diferencia de México, Brasil ha reforzado sus vínculos comerciales intra-subregionales. La estructura exportadora de Brasil está diversificada y contiene productos manufactureros de gran sofisticación tecnológica, un ámbito en el que México apenas está incursionando, como es el caso de la actividad aeroespacial.

En esta sección se analizan las diferencias relacionadas a partir de la evaluación cuantitativa de la dinámica y estructura comercial de México y Brasil, el primero con un ALC y el segundo sin él.

### *2.1 Del proteccionismo a la apertura: diferencias en la política comercial de México y Brasil*

México y Brasil iniciaron la apertura de sus economías de manera unilateral. México se ha caracterizado por la continuidad de una política neoliberal, de apertura y de profundización de la estrategia de promoción del libre mercado. Desde la administración del presidente Miguel de la Madrid Hurtado hasta la de Felipe Calderón Hinojosa e, incluso, la del nuevo gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI) –como lo indica la candidatura del mexicano Herminio Blanco a la Dirección General de la OMC<sup>5</sup>–, todos han replicado este modelo.

En contraste, la estrategia brasileña se ha caracterizado, desde la década de los noventa, por una continuidad en su política comercial y económica (Da Motta y Ventura-Dias, 2004; Fishlow, 2004, p. 288), a partir de la liberalización gradual de su mercado, la cual comenzó con el gobierno de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), y se extendió, con algunas diferencias, hasta el gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) (Flores y Nolan, en prensa). El primero, con su política de “autonomía para la integración” (Vigevani y Fernandes de Oliveira, 2007; Machado, 2012) y el segundo, con la política de “autonomía para la diversificación” (Vigevani y Fernandes de Oliveira, 2007; Machado, 2012).

<sup>5</sup> Los dos últimos candidatos que permanecieron en la ronda final de votaciones para la Dirección General de la OMC en 2013, pertenecían a América Latina: el brasileño Roberto Azevedo y el mexicano Herminio Blanco. El primero apoyado por los países emergentes y en desarrollo, el segundo por los países desarrollados (*Foreign Policy*, 30 de abril 2013). Formado en la Universidad de Chicago, negociador del TLCAN y defensor del libre comercio, Blanco obtuvo el apoyo de países como Estados Unidos, la Unión Europea, Japón y Corea del Sur (*Financial Times*, 7 mayo 2013). “Una victoria de Blanco [...] hubiera sido percibida como si otro país rico hubiera obtenido el puesto de la organización internacional y [...] habría sido de poca ayuda en la búsqueda de progresos en la OMC”, sostuvo en entrevista Simon Evenett, profesor de Economía y Comercio de la Universidad de St. Gallen, Suiza (*The Guardian*, 8 mayo 2013).

Con la implementación de la política orientada al mercado se esperaba, al menos en teoría, que los efectos de la liberalización económica se tradujeran en ganancias en productividad a partir de la reasignación de recursos hacia actividades con ventajas comparativas. La productividad se aceleraría a tasas superiores a las registradas durante la política de sustitución de importaciones, a través de la especialización y eficiencia, y un mayor intercambio comercial con el resto del mundo (Edwards, 1993; Ben-David y Loewy, 1998; Krueger, 1999; Meier, 1995; Nordås, Miroudot y Kowalski, 2006). Aunque no existen fundamentos teóricos para determinar el grado óptimo de liberalización para obtener mejores tasas de crecimiento, es posible afirmar que, dado que las economías brasileña y mexicana están ahora más abiertas que en décadas anteriores, los efectos serían medibles y relevantes. Y, como se esperaba, *ceteris paribus*, a mayor apertura y más exportaciones, el crecimiento del PIB, la productividad laboral y las inversiones (formación de capital fijo) de México deberían ser superiores a las de Brasil. ¿Se comprobará?

**Cuadro 1.1** Coeficiente externo de las economías (1960-2011)

	1960	1970	1980	1990	1994	1999	2000	2005	2010	2011
<b>Global</b>	24.2	27.4	39.4	38.7	40.1	45.2	49.5	53.6	56.1	59.1
<b>Estados Unidos</b>	9.6	11.3	20.8	20.6	21.9	24.1	25.9	26.5	29.1	31.7
<b>América Latina</b>	24.2	22.7	31	32.3	35.5	42.6	44.1	49.2	47.5	47.2
<b>Brasil</b>	14.2	14.5	20.4	15.2	16.6	20.2	21.7	26.6	22.8	24.5
<b>México</b>	20.1	17.4	23.7	38.3	38.4	63.1	63.9	55.7	61.7	64.7

Fuente: Cálculos propios basados en datos del Banco Mundial (2012).

Como se puede observar en el Cuadro 1.1, México es uno de los países más abiertos de la región, y Brasil en sentido opuesto, uno de los más cerrados. Ambos presentan en 2011 un coeficiente externo superior al que registraban antes de las reformas. En la década de los ochenta, Brasil y México tenían coeficientes externos similares. Sin embargo, en la década siguiente, la economía mexicana experimentó una apertura más acelerada, resultado de la desgravación unilateral en el marco de las reformas económicas implementadas para el ingreso al GATT y la culminación del proceso de cambio de política, materializada con la fir-



ma del TLCAN (Lustig, Bosworth y Lawrence, 1992, p. 1; Tornell y Esquivel, 1997, p. 25; Serra Puche, 2010).

En la trayectoria de la liberalización comercial mexicana aparecen claramente dos periodos. El primero entre 1983 y 1989, y el segundo a partir de 1994, cuando entró en vigencia el TLCAN. Además de la desgravación arancelaria y la liberalización de la economía, varios factores contribuyeron al resultado observado. Por una parte, la aceleración de las exportaciones de petróleo y la escalada de sus precios en los últimos años y, por la otra, la sostenida revaluación de la moneda que estimuló las importaciones. Es necesario resaltar que, durante este periodo se registró el mayor coeficiente de importaciones y se acumuló un saldo comercial negativo, tanto en valores absolutos como porcentaje del PIB. En promedio, el déficit comercial anual de México representó 3.0% del PIB, mientras que en Brasil fue de cero. Este comportamiento se analiza más adelante.

La estrategia de inserción internacional de Brasil y México es distinta entre una y otra<sup>6</sup>, y esto se refleja en el coeficiente externo. En 1990, tanto Brasil como México implementaron reformas económicas y comerciales. La economía carioca presentó un coeficiente de 21.7 durante el periodo de 1990 a 2011, tendencia que mantuvo entre 1994 y 2011.

En el caso de la economía mexicana, la política de apertura comercial unilateral se reflejó en el coeficiente promedio de 34% que se observó entre 1983 y 1994. Esta tendencia se reforzó en el periodo del TLCAN (1994-2012), con un incremento de 26%, que arrojan un valor promedio del coeficiente de apertura de 58%. En contraste, el coeficiente de apertura de la economía brasilera para el periodo posreforma (1990-2011), alcanzó una tasa anual promedio de 21.6% del PIB, es decir, muy por abajo del nivel mexicano.

Con la información anterior se pueden esbozar dos argumentos. El primero es que, dado que las economías de Brasil y México estuvieron más abiertas que durante la política de sustitución de importaciones, es posible sugerir que tendrían que haber presentado mayor productividad laboral, más productividad del total de sus factores de producción y mayores tasas de crecimiento. El segundo argumento es que, toda vez que la economía mexicana está más abierta que la brasileña, la primera tendría que presentar mayores ganancias en productividad y tasas de crecimiento que la segunda. Por lo que, la manera en que se insertan los países al mercado internacional debería, bajo estos dos argumentos, ser de importancia en los resultados del desenvolvimiento de sus economías. Veamos entonces, qué muestran los datos.

<sup>6</sup> Para este punto es de gran utilidad la edición del estudio de Lengyel y Ventura-Dias (2004), en el cual se analizan las reformas implementadas en la política comercial de los países de América Latina. Ver especialmente el capítulo cinco dedicado a Brasil por Da Motta y Ventura-Dias (2004), y el tercer capítulo dedicado al análisis de México por Ortiz Mena (2004).

## *2.2 Efectos esperados de los acuerdos preferenciales entre economías con distinto nivel de desarrollo: el caso de Brasil y México*

Las razones de política económica y comercial de un ALC es la promoción de crecimiento económico, mayores tasas de inversión, creación de empleo y efectos positivos en el ingreso (Frankel y Romer, 1999; Hur y Park, 2012; Leith y Whalley, 2003). Por ello, los acuerdos de integración económica son vistos como una estrategia de desarrollo económico. Esta perspectiva está sustentada a partir de las teorías clásica y neoclásica del comercio internacional que entienden a los ALC como políticas racionales para fomentar el crecimiento (Hur y Park, 2012, p. 1283).

En teoría, los efectos dinámicos de la integración económica entre países con distinto nivel de desarrollo en industrialización y dotación de factores, sugieren que la liberalización del comercio puede generar un aumento sostenido en el largo plazo de la productividad y la tasa de crecimiento (Baldwin, 1989). Como resultado de la reasignación eficiente de recursos con ventaja comparativa, se incrementaría la productividad generada a partir de mayor competencia y especialización (Edwards, 1993). Los efectos más positivos de los ALC tendrían efecto a partir de la mayor demanda de bienes y tasas de inversión, que son una fuente importante de transferencia de tecnología (Nordås, Miroudot & Kowalski, 2006). La consecuencia generada sería la elevación en salarios y tasas de empleo, a través de la exportación de productos intensivos en mano de obra, lo cual propicia un efecto multiplicador en mayor demanda de insumos intermedios, con precios relativamente bajos, y economías de escala (Meier, 1995). Se propiciaría también, a largo plazo, la reducción de la disparidad de los ingresos, es decir, convergencia entre los países signatarios (Ben-David y Loewy, 1998), siempre que no se presenten efectos de desviación de comercio (Krueger, 1995).

Estos análisis podrían ser contradictorios frente a estudios que sugieren que, en condiciones de mayor competencia, los efectos dinámicos del comercio tenderían a concentrarse en beneficio de los países más industrializados y con tecnología más avanzada, y en detrimento de los países de menor desarrollo (Myrdal, 1956). En contra de las expectativas generadas por la liberalización comercial y la integración regional para países en desarrollo, en especial para América Latina, se sostiene que se han mantenido las asimetrías en las tasas de desarrollo entre los países de la región (Carlton y Slim, 2012) y profundizado con respecto a Estados Unidos (Gallagher, 2011). Por ejemplo, no se ha producido convergencia entre el PIB per cápita de México y Estados Unidos (Puyana, 2008; Romero, 2009a; 2009b, p. 220). Así, podemos observar que el potencial de los ALC para incrementar la inversión de Estados Unidos hacia los países socios, ha tenido un impacto mínimo y solo hacia un puñado de países (Peinhardt y Alle, 2012).

Hur y Park (2012, p. 1,293) sugieren que los efectos en la tasa de crecimiento de los países signatarios de un ALC con Estados Unidos, en especial en países

emergentes, son mínimos o insignificantes, y los resultados se acentúan aún más cuando es inexistente la transferencia de tecnología y la tasa de inversión (Helpman, 2004; Feenstra, 1998). Sin embargo, consideran que es posible un efecto relativamente positivo si, y solo si, “*se han implementado reformas que complementen [el acuerdo], incluyendo la desregulación de negocios, desarrollo financiero, mejoras en la educación, flexibilidad en el mercado laboral, etc. De otra forma, el comercio no está asociado con un crecimiento de largo plazo en esas economías*” (Hur y Park, 2012, p. 1283).

Recientemente, se ha profundizado el análisis sobre la relación entre los cambios en las políticas de comercio, los esquemas de integración y la tasa de convergencia. Los estudios empíricos sugieren que el grado de apertura incide en el nivel de competencia interna y externa, al elevarse los volúmenes del comercio, flujos financieros y *spillovers* tecnológicos. Mayor integración comercial disminuye las tasas de crecimiento, reduce los desniveles en ingresos y acelera la tasa de convergencia (Arora y Vamvakidis, 2001; Ben-David y Loewy, 1998; Ben-David y Kimhi, 2000; Helpman, 2004).

En el caso del TLCAN, no se detecta un acercamiento de Canadá o México a los niveles de bienestar de Estados Unidos (Puyana y Romero, 2008). La evidencia en estudios como los de Puyana (2008) y Romero (2009a; 2009b) sugieren que no es posible dar una respuesta afirmativa clara a la pregunta si los acuerdos como el TLCAN pueden acelerar la tasa de convergencia. De hecho, esta se inclina más hacia una respuesta negativa (Romero, 2009a, p. 40). Bajo estas premisas, resulta necesario cuestionarse sobre la utilización de la política comercial como una estrategia para garantizar el rápido crecimiento económico (Carlton y Slim, 2012, p. 1,293) de los países en desarrollo y la reducción de la brecha que los separa de los socios comerciales más ricos.

**Cuadro 1.2** PIB total, PIB per cápita, productividad laboral y coeficiente externo 1990-2011

Crecimiento anual promedio (%)

Periodo	Crecimiento PIB				Importaciones/PIB			
	PIB total		PIB <i>per cápita</i>		Crecimiento PIB/L		Coeficiente externo	
	Brasil	México	Brasil	México	Brasil	México	Brasil	México
1990-2011	2.7	2.8	1.4	1.3	1.3	0.2	21.5	53.8
1994-2011	3.3	2.6	2.0	1.2	1.2	0.4	22.4	57.8

Fuente: World Development Indicators 2012, Banco Mundial.

De acuerdo con los datos presentados en el Cuadro 1.2, el crecimiento del PIB de Brasil durante el periodo de 1990 a 2011 es de 2.7%. En el caso de México, el crecimiento para ese mismo periodo es de 2.8%. Sin embargo, para el periodo TLCAN (1994-2011), el crecimiento del PIB de Brasil es mayor que el mexicano, 3.3% y 2.6%, respectivamente. Con lo anterior, se puede sugerir que el crecimiento de la economía mexicana se mantiene, pero con menor dinamismo que el brasileño.

Si se observa el PIB per cápita, la tendencia mostrada se profundiza. Durante el periodo de 1994 a 2011, el PIB per cápita de Brasil se incrementó 2.0% anual. En ese mismo periodo, el de México se limitó a 1.2%. Incluso, si se compara con los periodos *ex ante* y *ex post* TLCAN, se puede observar una ligera disminución de los valores de este indicador.

Otra forma de analizar las tendencias del comercio de los dos países, es la evolución de la participación de cada uno en las importaciones y las exportaciones globales (Cuadro 1.3). En las dos economías se distingue un aumento en sus exportaciones, en donde la tasa de crecimiento de México es mayor. Las importaciones también crecen en el periodo, pero en menor medida.

La dinámica del intercambio comercial de los dos países se confirma con la información del Cuadro 1.4, el cual presenta las tasas de crecimiento anual promedio de las exportaciones y las importaciones de ambas naciones, todas en dólares constantes de 2000. Aquí resulta necesario hacer una aclaración: en 1990, México trasladó las exportaciones de maquila de esta cuenta de servicios a la de comercio, lo que en parte puede explicar el gran salto de ese año. Por otra parte, este cambio en el registro del comercio de la maquila genera doble contabilización del comercio, ya que los insumos de esta se registran en las importaciones y nuevamente en las exportaciones. Habría que eliminar esta doble contabilidad para establecer el comercio efectivo.

**Cuadro 1.3** Participación en las importaciones y exportaciones 1970-2010  
Porcentaje del comercio global (%)

Año	Exportaciones Brasil	Importaciones Brasil	Exportaciones México	Importaciones México
1970	0.483	0.969	0.605	1.363
1975	0.622	1.612	0.605	1.553
1980	0.683	1.221	0.995	1.882
1985	0.915	0.656	1.276	0.970
1990	0.815	0.719	1.271	1.347
1995	0.852	1.220	1.719	1.441

Año	Exportaciones Brasil	Importaciones Brasil	Exportaciones México	Importaciones México
2000	0.805	0.947	2.250	2.395
2005	0.998	0.773	2.029	2.181
2010	0.907	1.271	2.072	2.171
1995-1970	0.369	0.251	1.114	0.077
2010-1995	0.005	0.051	0.353	0.730

Fuente: Cálculos propios basados en datos del Banco Mundial. Informe World Development Indicators. Versión electrónica: <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>. Acceso a la información el 11 de octubre del 2012.

**Cuadro 1.4** Importaciones y exportaciones de Brasil y México  
Crecimiento anual (%)

Periodo	Importaciones		Exportaciones	
	Brasil	México	Brasil	México
1980-2011	6.9	7.9	7.1	3.7
1980-1994	4.8	7.5	6.7	3.8
1994-2011	9.4	9.0	6.0	4.1

Fuente: Cálculos propios basados en datos del Banco Mundial. Informe World Development Indicators. Versión electrónica: <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>. Acceso a la información el 11 de octubre del 2012.

La tasa de crecimiento de las exportaciones de ambos países es positiva durante el periodo de 1980 a 2011, aunque Brasil muestra un mayor ritmo de expansión que México. Esta brecha se reduce si tomamos el periodo post-TLCAN. En cambio, si se observa la tasa de crecimiento de las importaciones, tanto para Brasil como México, el mayor crecimiento se registra durante el periodo post-TLCAN. Lo que sugiere que México importa más de lo que exporta.

Otros indicadores también permiten entender la importancia económica de los vínculos comerciales que se establecen en América Latina, y sugieren el recrudecimiento de la asimetría en sus relaciones comerciales con Estados Unidos. Como ejemplo, están los índices desarrollados en el estudio de Puyana (2003) para este fin: Índice de penetración de mercados, Índice de intensidad exportadora y el Índice de propensión a exportar, cuyo significado se expone más adelante.

### 3. La relación comercial de Estados Unidos con Brasil y México

México y Brasil son los mayores exportadores de América Latina hacia Estados Unidos. Sin embargo, también México se encuentra entre los 10 países que más importan desde Estados Unidos. Esto convierte al país en el principal socio comercial de la región, con una participación promedio de 10.95% del comercio internacional durante 1960 y 2011 (Cuadro 2.1). En tanto, Brasil se encuentra en el grupo de los 20 países que más importan de la Unión Americana, que para el mismo periodo representó 1.28% .

**Cuadro 2.1** Importaciones de Estados Unidos 1996-2011  
Porcentaje del total (%)

Año	1996	2000	2005	2010	2011	Δ %	Participación Promedio %
Canadá*	19.78	18.84	17.23	14.46	14.52	13.90	17.36
Japón	14.56	12.05	8.26	6.29	5.54	5.40	9.67
México*	9.22	11.17	10.19	12.01	11.98	16.60	10.94
China	6.51	8.22	14.57	19.09	17.39	12.50	12.56
Alemania	4.92	4.83	5.08	4.32	4.37	19.90	4.96
Taiwán	3.78	3.33	2.08	1.88	1.94	24.20	2.62
Reino Unido	3.65	3.57	3.06	2.60	2.32	3.00	3.24
Corea*	2.86	3.31	2.62	2.56	2.64	23.30	2.77
Singapur*	2.57	1.58	0.90	0.91	0.89	17.50	1.34
Francia	2.35	2.45	2.03	2.02	1.81	3.50	2.26
Italia	2.30	2.06	1.86	1.49	1.57	22.10	1.94
Malasia	2.25	2.10	2.02	1.35	1.19	0.10	1.86
Venezuela	1.63	1.53	2.03	1.71	2.09	38.50	1.67
Tailandia	1.43	1.35	1.19	1.19	1.15	17.10	1.27
Hong Kong	1.25	0.94	0.53	0.23	0.20	7.30	0.68
Arabia Saudita	1.11	1.17	1.63	1.64	2.02	42.80	1.43
Brasil	1.10	1.13	1.46	1.25	1.36	24.3	1.28
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	17.30	100.00

Fuente: Elaboración propia basada en información del U.S. Department of Commerce and the U.S. International Trade Commission.

\* Países que tienen un Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos.

El Índice de penetración de mercados, o la razón de las exportaciones de un país (i) frente al PIB del país importador (j), sugiere que la penetración al mercado estadounidense por las exportaciones de Brasil y México es, respectivamente, 200 y 600 veces menor a la relación observada en sentido inverso (Cuadro 2.1).

Afortunadamente, la asimetría en este índice se ha reducido por el incremento de las exportaciones mexicanas en el PIB estadounidense, al ascender a 0.016 en 2010. Por otro lado, en el Cuadro 2.2 se muestra la superioridad de la penetración de las exportaciones mexicanas sobre las brasileñas en el mercado de Estados Unidos, mismas que concuerdan con la política comercial de cada país. En 2010, las exportaciones mexicanas superaron a las brasileñas en 60%.

**Cuadro 2.2** Índice de penetración de las exportaciones de Brasil y México en PIB de Estados Unidos y de Estados Unidos en el PIB de México y Brasil 1990-2010

	De Brasil en:	De EUA en:	De México en:	De EUA en:	Razones índices	
	PIB EUA (1)	PIB BRASIL (2)	PIB EUA (3)	PIB MEX (4)	(2)/(1)	(4)/(3)
1990	0.005	1.120	0.003	1.970	205.1	612.6
1995	0.006	1.002	0.009	2.689	158.2	297.4
2000	0.006	1.951	0.015	2.164	350.5	146.1
2005	0.009	1.964	0.015	2.041	208.4	139.6
2010	0.014	0.942	0.016	1.891	68	115.5

Fuente: Cálculos propios con datos del informe World Development Indicators 2011 (PIB) del Banco Mundial y el reporte United Nations Commodity Trade Statistics. Acceso a través de: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>.

El Índice de intensidad de comercio<sup>7</sup> indica la participación de las exportaciones del país exportador (i) en el mercado del país importador (j), dividido por la participación del país (i) en las exportaciones mundiales (excluyendo las exportaciones de (i)). Si el comercio de un país no está sesgado geográficamente, es decir, la proporción de sus exportaciones dirigidas a un determinado mercado es igual al peso del país exportador en el intercambio global, el índice tendrá un valor de 1. En el Cuadro 2.2 se presentan los resultados para Brasil y México.

<sup>7</sup> La expresión matemática del Índice de intensidad de comercio es:  $I_{ij} = ((X_{ij}/X_{it})/(M_j/M_w - M_i))$ . En donde,  $X_i$  = exportaciones del país i; j = país importador; x exportaciones mundiales.

**Cuadro 2.2** Índice de intensidad de comercio 1965-2009

	Estados Unidos	Unión Europea	Japón	América Latina
<b>Brasil</b>				
1965	2.02	0.87	0.38	2.15
1970	1.66	1.17	0.8	2.35
1975	1.16	1.01	1.13	3.1
1980	1.44	0.95	0.85	3.51
1985	2.28	0.82	0.55	1.75
1990	2.07	0.82	0.85	3.09
1995	1.57	0.64	0.73	5.07
2000	1.97	0.75	0.6	4.61
2005	2.17	0.6	0.51	4.35
2009	1.17	0.58	0.58	3.69
<b>México</b>				
1965	3.91	0.3	1.33	1.04
1970	4.75	0.23	0.86	2.03
1975	4.68	0.25	0.71	2.86
1980	5.41	0.48	0.66	1.24
1985	5.47	0.56	0.71	0.98
1990	5.92	0.36	0.63	1.67
1995	6.91	0.09	0.13	1.22
2000	7.15	0.09	0.09	0.63
2005	9.74	0.11	0.12	0.82
2009	6.97	0.1	0.11	0.86

Fuente: Elaboración propia con información del informe World Development Indicators 2011 (PIB) del Banco Mundial, y con datos del reporte United Nations Commodity Trade Statistics. Acceso a través de <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>.

De los resultados, emergen tres patrones claramente distinguibles. El primero es la vinculación, cada vez mayor, de México hacia Estados Unidos. El segundo es el descenso a una velocidad que supera la observada en el índice con Europa y Japón. Finalmente, el tercero es la menor vinculación con América Latina. Unilateralmente, México forma una especie de “fortaleza TLCAN”, sin reciprocidad de Estados Unidos ni de Canadá. Por su parte, Brasil presenta una mayor intensidad del comercio intrarregional vía Mercosur. De hecho, ha man-



tenido constante la disminución de intensidad del comercio con Estados Unidos a partir de 1970, por lo que presenta una mayor diversificación en sus mercados de destino que México.

El Índice de propensión comercial (PXij)<sup>8</sup> se calcula como la participación de las exportaciones del país (i) al mercado (j) en el PIB del país importador, multiplicada por el Índice de intensidad exportadora. Expresa la medida en la cual el proceso de apertura de una economía (medida por el coeficiente de exportaciones o importaciones del PIB) explica los cambios en la distribución geográfica de las exportaciones. La apertura incidió en el cambio de la orientación geográfica de México, concentrando la intensidad del intercambio con Estados Unidos y, en menor medida, con la región de América Latina y todos los demás mercados. Brasil, en contraste, favoreció la intensidad de su comercio con la región de América Latina, y redujo la intensidad con Estados Unidos, mostrando una mayor diversificación en los mercados de exportación, tal como se observa en el Cuadro 2.3.

**Cuadro 2.3** Índice de propensión a exportar de Brasil y México 1965-2009

AÑO	Estados Unidos	Unión Europea	Japón	América Latina
<b>Brasil</b>				
1965	0.19	0.05	0.03	0.19
1970	0.12	0.06	0.05	0.16
1975	0.09	0.06	0.08	0.19
1980	0.11	0.07	0.07	0.30
1985	0.16	0.09	0.09	0.31
1990	0.11	0.05	0.07	0.27
1995	0.07	0.04	0.06	0.30
2000	0.10	0.06	0.06	0.38
2005	0.15	0.08	0.08	0.66
2009	0.07	0.05	0.06	0.36

<sup>8</sup> La expresión matemática del Índice de propensión comercial PXij es:  $PXij = ((Xi/PIBi)/(Iij))$ . En donde: Xi= exportaciones totales del país i; Xi/PIBi= Índice de exportaciones del país i; Iij: Índice de intensidad exportadora.

AÑO	Estados Unidos	Unión Europea	Japón	América Latina
<b>México</b>				
1965	0.23	0.01	0.06	0.06
1970	0.17	0.01	0.03	0.07
1975	0.18	0.01	0.02	0.09
1980	0.37	0.03	0.05	0.10
1985	0.43	0.07	0.13	0.20
1990	0.45	0.03	0.08	0.21
1995	1.44	0.03	0.05	0.33
2000	1.26	0.03	0.03	0.17
2005	1.28	0.03	0.03	0.23
2009	1.52	0.03	0.04	0.30

Fuente: Elaboración propia con información del informe World Development Indicators 2011 (PIB) del Banco Mundial, y con datos del reporte United Nations Commodity Trade Statistics. Acceso a través de: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>.

Los datos presentados muestran dos claras tendencias en el intercambio comercial de Brasil y México con respecto a Estados Unidos. Primero, los índices de penetración de mercados, de intensidad exportadora y el de propensión a exportar, sugieren una intensificación del comercio de México con Estados Unidos, lo cual implica que la economía mexicana se torna cada vez más sensible a los ciclos económicos de Estados Unidos, en una clara relación asimétrica. Y segundo, por el contrario, se reduce el intercambio comercial de Estados Unidos con Brasil, por lo que es posible una menor dependencia a los ciclos estadounidenses.

### *3.1 Dependencia de Brasil y México al comercio con Estados Unidos*

Para sustentar el argumento anterior, es pertinente analizar los posibles efectos de la dependencia comercial en un conjunto de economías. En términos generales, la “dependencia” implica que la evolución, trayectoria y el éxito de un país depende del desempeño o éxito de otro, u otros. El elevado e intenso grado de dependencia de una economía con respecto a un solo mercado o tipo de productos, supone “dependencia de política comercial” y genera efectos tanto eco-

nómicos como políticos<sup>9</sup>. Manger y Shadlen (2011) desarrollaron el concepto de “dependencia política comercial (*political trade dependence*)” para reflejar “*el grado en que están sujetos [los países en desarrollo] a la idiosincrasia política de los países desarrollados para acceder a sus mercados*” (2011, p. 1).

Se desprende de los datos sobre comercio, mayor dependencia de la economía de México con respecto a su intercambio comercial. Esto es, un fuerte lazo entre las exportaciones hacia Estados Unidos y las importaciones desde ese mismo país como proporción del PIB mexicano. El valor de este indicador es varias veces superior a los datos que arroja el mismo cálculo con respecto a la economía estadounidense, y mayores si se le compara con los resultados obtenidos para Brasil. En sí mismo, lo anterior no presenta un problema o inconveniente, es un dato descriptivo que requiere para evaluar efectos de un análisis enmarcado en un cuerpo teórico adecuado. Lo que aquí interesa es el elevado o intenso grado de dependencia de la economía mexicana respecto a un solo mercado o a un solo tipo de producto, lo que caracterizan a la inserción internacional de México, no obstante el gran número de acuerdos de libre comercio que ha suscrito el gobierno mexicano, entre otros esquemas de cooperación comercial<sup>10</sup>. Esto sí puede implicar un problema por la limitación de opciones.

En el Gráfico 1.1 se presenta la dependencia del PIB mexicano al intercambio comercial con Estados Unidos, que equivale al coeficiente de apertura de su economía con respecto a Estados Unidos, medido con la siguiente fórmula: (exportaciones + importaciones de México a EUA)/PIB mexicano. En el Gráfico 1.2 se muestra esta misma relación, pero calculado para Brasil.

El coeficiente del PIB mexicano y su intercambio comercial con Estados Unidos se incrementó sistemáticamente desde 1980, llegando a representar cerca de 47%, una dependencia que podríamos tildar de crítica, ya que un descenso del consumo de los productos mexicanos por Estados Unidos, afecta seriamente la economía mexicana y su crecimiento, en cierta medida, acotado por la capacidad de la demanda de la economía estadounidense.

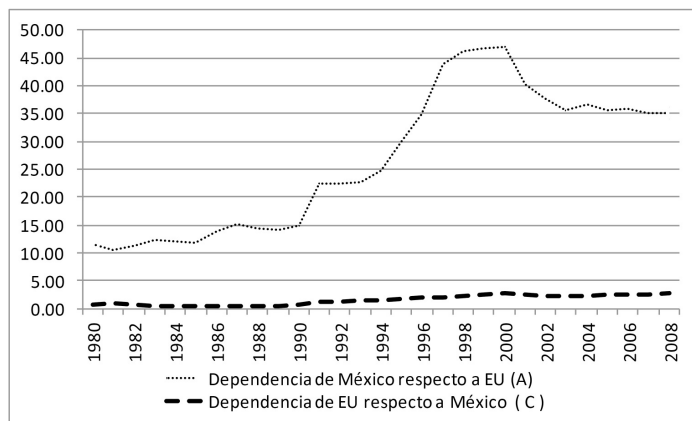
El valor de la dependencia de Brasil es de otra escala, ya que casi nunca es superior a 5% del PIB. La dependencia de Brasil en 1980 representó solamente 24% de la mexicana, y en 2008 había descendido a solo 9.5%, en virtud del

<sup>9</sup> La liberalización económica le ha brindado mayor poder, tanto a los efectos en las dimensiones de política económica, como en el manejo y trayectoria de la política exterior de los Estados (Kahler, 1997). Estudios recientes sobre cómo el comercio genera convergencia en política internacional en los países socios (Voeten, 2004; Flores-Macías y Kreps, 2013) dan cuenta de la importancia de analizar los efectos potenciales de la relación comercial de Estados Unidos con sus países socios en América Latina, que se considera asimétrica y, en algunos países, dependiente.

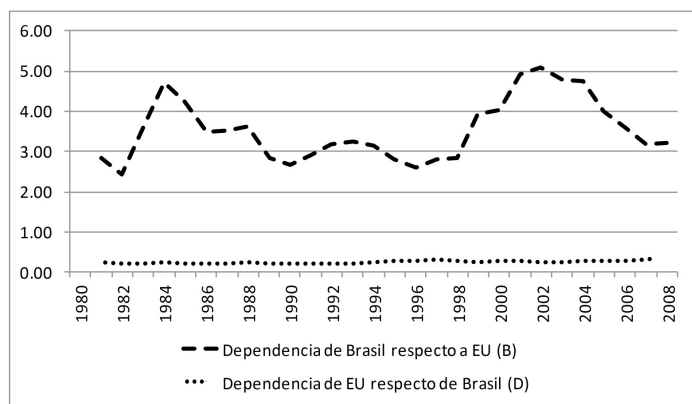
<sup>10</sup> La página de la Secretaría de Economía afirma que México cuenta, hasta noviembre de 2012, con 12 Tratados de Libre Comercio con 44 países de América del Norte, América Latina, Europa y Asia. Además, 28 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIs) y 9 Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial en el marco de la ALADI (<http://bit.ly/1bhwpHx>).

avance de dependencia de la economía mexicana con respecto a la estadounidense. En efecto, si en 1980 las exportaciones de México hacia Estados Unidos representaron 5.6% del PIB y las importaciones desde ese país 6.48% del PIB mexicano, para un total de 11.6%, en 2008 estas mismas proporciones ascendieron a 21.2 y 13.9%, respectivamente. Con ello, la suma se elevó a 35.1%. En el caso de Brasil, en ese mismo año la sumatoria solo significó 3.21% de su PIB.

**Gráfico 1.1** Dependencia de México y Estados Unidos de su comercio recíproco 1980-2008



**Gráfico 1.2** Dependencia de Brasil y Estados Unidos de su comercio recíproco 1980-2008



Fuente: Elaboración propia con datos del informe World DataBank de la CEPAL, y del reporte Estadísticas Históricas de México 2009 del Inegi. [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/historicas10/Tema16\\_Sector\\_Externo.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/historicas10/Tema16_Sector_Externo.pdf)

La creciente dependencia del PIB mexicano con respecto al comercio con Estados Unidos a partir de 1990 puede tener varias explicaciones. En primer lugar, la expansión de las importaciones de insumos para la industria maquiladora de exportación y las exportaciones de bienes transformados en estas industrias.

Especialmente, cuando en 1990 se trasladó el registro de sus transacciones de la cuenta corriente a la de exportaciones de bienes. Y es que hasta 1990 se consideraba a la actividad maquiladora como una prestación de servicios y no como producción de bienes.

En segundo lugar, la crisis de 1994-1995 generó una caída de 7% en el PIB. La devaluación masiva que esta crisis originó, implicó el descenso de las importaciones y el incremento de las exportaciones de 24%, las cuales, más que compensar la caída de las importaciones, dieron como resultado un mayor valor del coeficiente externo en el PIB.

En tanto, para la economía estadounidense el intercambio comercial entre los dos países solo representó 2.7% de su PIB en 2008, una proporción 13 veces menor que el valor calculado para México. En cuanto a su relación con Brasil, este significa solo 0.37% del PIB estadounidense, una diferencia de nueve veces, lo cual es considerablemente menor que en el caso de México. Con esto se puede argumentar que la economía de Estados Unidos está relativamente más vinculada con la economía mexicana, pero en una relación francamente asimétrica. La asimetría de la dependencia Brasil-Estados Unidos es también evidente (Gráfico 1.2), pero de menor escala que la mexicana (Gráfico 1.1). Estos resultados son consistentes con los encontrados en los índices anteriormente desarrollados.

La alta dependencia mexicana, derivada de su intensa vinculación con la estadounidense a partir de las reformas y de la instauración del TLCAN es indudable, e implica que cuando esta economía crece, lo hace también la mexicana. Ese dinamismo también lo imprime a la economía brasileña, pero con menor intensidad. En efecto, los dos factores que en mayor grado explican el crecimiento de la economía mexicana son, en primer lugar, la formación bruta de capital fijo (FBCF) y, en segundo lugar, el crecimiento de la economía de la Unión Americana. El estudio de Puyana (2011) sugiere que 1% de crecimiento de la FBCF o de la economía estadounidense, equivale a una expansión de la economía de 0.3% y de 0.25%, respectivamente. En el caso de Brasil, las variables explicativas son la FBCF y el crecimiento de las exportaciones en una relación de uno a cinco y a siete, respectivamente. Si por el contrario, la economía estadounidense entrara en crisis, como lo hizo en 2007, México lo resentiría en una mayor proporción. De hecho, se tiene registrado que el PIB per cápita mexicano descendió 7.4% en 2009, mientras que el brasileño lo hizo 1.2%, en un contexto de un descenso del PIB total de 6.3% y de 0.3%, respectivamente.

Está por demás aclarar que detrás de las diferencias en las tasas de crecimiento de los dos países en 2009, actúan varios factores del orden interno y externo. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI, WEO Nov.

2010), a México lo afectaron, con especial dureza, la reducción de los términos de intercambio, la severa contracción de los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) y de portafolio –casi en su totalidad estadounidense–, el desplome de las remesas de los emigrantes y, de manera particularmente seria, la caída de la demanda estadounidense de las exportaciones de manufacturas maquiladas, en las cuales está especializado México. Por otra parte, también generó un impacto la devaluación del dólar, no exportar a los mercados dinámicos como China, y el mínimo intercambio de materias primas que han tenido expansión sostenida en años recientes.

En otras palabras, la gran integración de la economía mexicana a la estadounidense y la estructura de sus ventas externas, explican que la crisis financiera global haya golpeado con mayor severidad a México que a ningún otro país, y que su recuperación vaya a ser más lenta que en Brasil y en otros países de América Latina, como se observa en las más recientes previsiones de crecimiento del Banco Mundial (2012).

#### 4. Comercio y crecimiento, la relación entre estas variables económicas<sup>11</sup>

Establecidas las trayectorias del comercio exterior de los dos países, y marcadas sus diferencias, se explora en qué medida la nueva dinámica de las exportaciones, las importaciones y el comercio integral, medidos como coeficientes con respecto al PIB, inciden en el crecimiento del PIB per cápita de los dos países.

**Cuadro 3.1** Variables externas con respecto al crecimiento del PIB per cápita

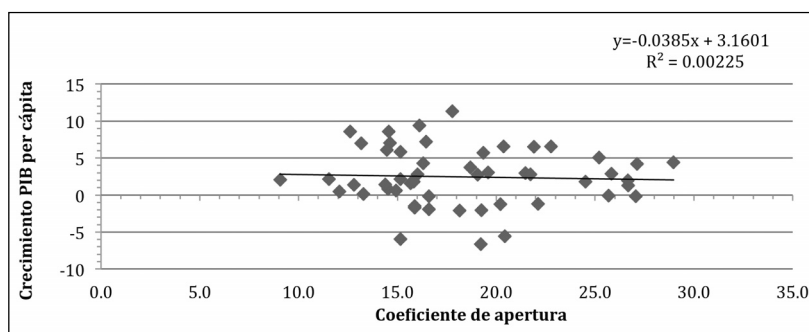
Actividad Comercial	Brasil		México	
	Ecuación	R <sup>2</sup>	Ecuación	R <sup>2</sup>
Apertura	$y = -0.0385x + 3.1601$	R <sup>2</sup> = 0.0022	$y = -0.0802x + 6.9988$	R <sup>2</sup> = 0.1431
Exportaciones	$y = -0.1857x + 4.1854$	R <sup>2</sup> = 0.019	$y = -0.2048x + 7.7685$	R <sup>2</sup> = 0.2315
Importaciones	$y = 0.1117x + 1.4386$	R <sup>2</sup> = 0.0049	$y = -0.1414x + 6.7296$	R <sup>2</sup> = 0.1142

Fuente: Cálculos propios a partir de información del Banco Mundial, de su informe World Development Indicators. Acceso en <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>.

<sup>11</sup> Esta sección actualiza y desarrolla argumentos y exploración preparados para la ponencia presentada en el XXVI Congreso Anual de la Asociación Mexicana de Estudios Internacionales, Puebla, México, del 11 al 13 de octubre de 2012. La investigación fue titulada *Inserción de Brasil y México en la Economía Internacional: ¿Dos caras de una misma moneda?*, en coautoría con la Dra. Alicia Puyana.

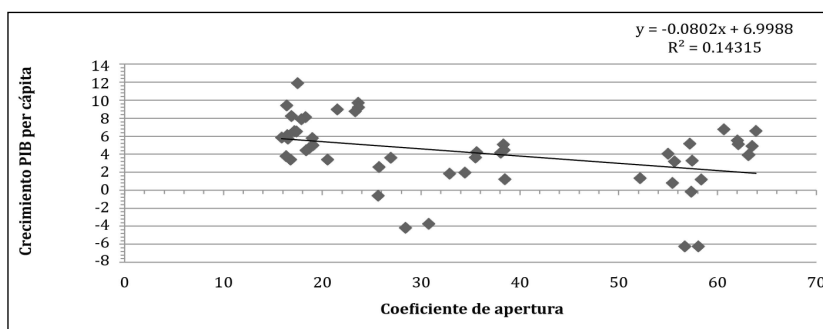
Los datos que se presentan en el Cuadro 3.1 sugieren que ninguna de las variables (coeficiente de apertura, de exportaciones e importaciones del PIB) explica el crecimiento del PIB per cápita tanto mexicano como brasileño. El factor  $R^2$  en ambos casos es poco significativo. Se puede sugerir, por ejemplo, que solo 23% de los cambios del PIB mexicano estarían explicados por el coeficiente exportaciones/PIB, mientras que solo 11% explicaría el coeficiente de importaciones/PIB y 14% por el coeficiente externo total/PIB.

**Gráfico 2.1** Brasil: regresión entre el valor del coeficiente de apertura de la economía y del crecimiento del PIB per cápita (1960-2011)



Fuente: Cálculos propios a partir de información del Banco Mundial, de su informe World Development Indicators. Acceso en <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators> el 11 de octubre de 2012.

**Gráfico 2.2** México: regresión entre el valor del coeficiente de apertura de la economía y del crecimiento del PIB per cápita, 1960-2011



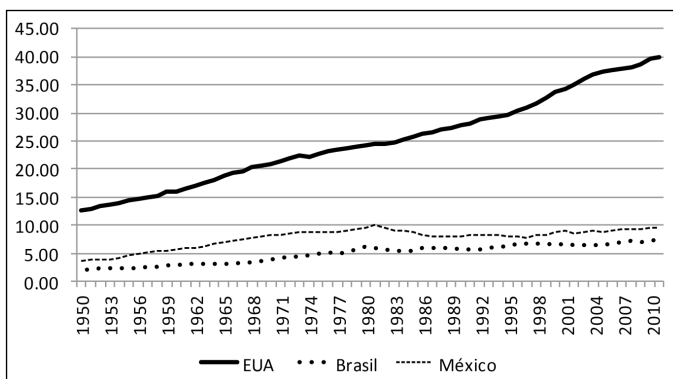
Fuente: Cálculos propios a partir de información del Banco Mundial, de su informe World Development Indicators. Acceso en <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators> el 11 de octubre de 2012.

En los Gráficos 2.1 y 2.2 se presenta la regresión entre el coeficiente de apertura de las economías de Brasil y México y el crecimiento del PIB per cápita de estas con los valores de las ecuaciones y del  $R^2$  respectivos<sup>12</sup>. De nuevo, la  $R^2$  sugiere que la relación entre las variables para ambos países es poco significativa. Entonces, se puede concluir que, en términos generales, en ambos casos el crecimiento del PIB per cápita no depende de manera significativa de la apertura comercial, ya sea de las exportaciones o de las importaciones.

#### 4.1 Convergencia en la productividad laboral e inversión directa

El creciente comportamiento del coeficiente externo de las dos economías y, por lo tanto, de su exposición a una mayor competencia externa, superior en México que en Brasil, debería estar vinculado, en primer lugar, a un crecimiento en la productividad y, en segundo lugar, a un mayor flujo de inversiones nacionales y extranjeras. A continuación se explora si la realidad valida estos supuestos y si se evidencia o no, la convergencia en la productividad por hora como factor que puede detonar las inversiones. El Gráfico 2.3 presenta la trayectoria de la productividad laboral por hora, en dólares constantes de 1990, a tipo de cambio paridad<sup>13</sup> de las tres economías. Se detecta, en primer lugar, que la productividad de las tres economías ha crecido y, en segundo lugar que, contrario a un acercamiento, la brecha se ha expandido sugiriendo mayor rezago y dificultades para penetrar mercados.

**Gráfico 2.3** Productividad laboral por hora: Brasil, Estados Unidos y México (1950-2010)



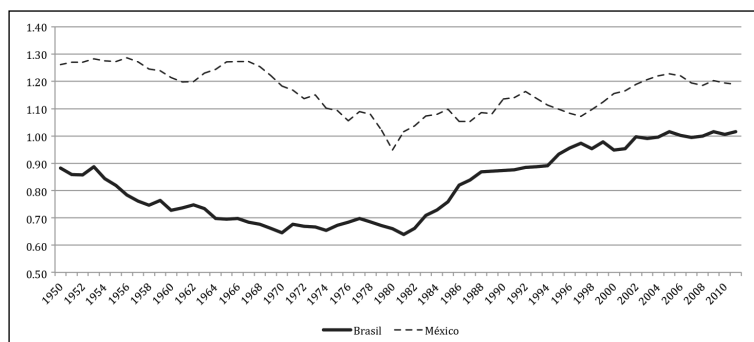
Fuente: Elaboración propia con datos de The Conference Board, informe Total Economy Database. Acceso a través de <http://www.conference-board.org/data/economydatabase/> el 8 de octubre de 2012.

<sup>12</sup> El  $R^2$  es el porcentaje de variabilidad de Y explicada por la recta de regresión. Cuando todos los puntos se encuentran sobre la recta, significa que “el ajuste es perfecto” y  $R^2$  es igual a 1, por lo que entre más alejado se encuentre el  $R^2$  de 1, este pierde valor explicativo de los cambios observados en la variable dependiente.

<sup>13</sup> Según la metodología desarrollada por Madisson y actualizada por el Conference Board: <http://www.conference-board.org/data/economydatabase/>



**Gráfico 2.4** Desviación estándar de la productividad laboral por hora de Brasil y México respecto a la de Estados Unidos y México (1950-2010)



Fuente: Elaboración propia con datos de The Conference Board, informe Total Economy Database. Acceso a través de <http://www.conference-board.org/data/economydatabase/> el 8 de octubre de 2012.

Para analizar con mayor detalle la brecha, en el Gráfico 2.3 se presenta la desviación estándar de los logaritmos de las productividades de Brasil y México con respecto a Estados Unidos. Resulta impactante el cambio de trayectoria en la convergencia de la productividad a partir de 1980, cuando se revirtió el acercamiento experimentado, en el caso de Brasil, desde 1967 y en el de México, desde 1950. Del gráfico resaltan dos hechos. En primera instancia, que la productividad de los dos países convergió con la estadounidense durante 1950 y 1980. Si bien la distancia permaneció considerable, esta tendencia se revirtió después de 1980. En segundo lugar, que para México la distancia en 2011 era mayor que en 1980, no así en el caso de Brasil (Gráfico 2.4).

En México, parecería que la entrada en vigor del TLCAN, lejos de disminuir, como se esperaba, profundizó la brecha en productividad laboral. En Brasil, en contraste, se redujo a partir de 2006. Es evidente que no se ha cerrado la brecha en productividad con Estados Unidos, por lo cual es difícil desplazar la producción doméstica estadounidense, y también desplazar competidores de terceros países para mantenerse en ese mercado (Puyana y Romero, 2009). Incluso, ni Brasil ni México han recuperado la productividad por trabajador lograda antes de la crisis de la deuda. Es de llamar la atención que México, uno de los países más abiertos a la competencia externa, exponga resultados pobres en productividad laboral, la cual debería crecer por efecto de la competencia y ser el factor determinante en el crecimiento del PIB.

#### 4.2 Inversión Directa

El crecimiento promedio anual de la IED entre 1980 y 2011 fue de 3.8% en México, mientras que en Brasil fue de 4.5%. De hecho, se puede afirmar

que en el periodo TLCAN registramos resultados no esperables. Uno de ellos fue que la tasa de crecimiento de la IED en México fue menor a la de todo el periodo (3.2%), y considerablemente inferior a la que Brasil registró para ese periodo (5.0%). Tampoco esta variable permite constatar mejores resultados para México que en relación a Brasil. Sí en cambio, México supera a Brasil en la formación bruta de capital fijo como proporción del PIB. La tendencia es consistente con los resultados encontrados por Peinhardt y Alle (2012) en su análisis sobre los efectos de la IED en los acuerdos de inversión y comerciales suscritos por Estados Unidos. Los investigadores argumentan que por cada ALC, solo pocos países experimentan beneficios de mayores flujos de inversión y, en aquellos que observan crecimiento, es marginal o refleja la existencia de un detonador previo a la firma e implementación de los acuerdos<sup>14</sup> (p. 773).

#### 4.3 ¿Economías que convergen?

Recientemente se ha profundizado en el análisis de la relación entre los cambios en las políticas de comercio, los esquemas de integración y la tasa de convergencia. Se asume que, al elevar el volumen del comercio, la mayor actividad afectará las tasas de crecimiento, reducirá la disparidad en los ingresos y acelerará la tasa de convergencia. La convergencia puede ocurrir entre regiones suficientemente similares, en un mismo país y, en menor grado, entre países enlazados por el comercio (Berg y Krueger, 2003). El relativamente mayor crecimiento de las economías emergentes y con menor dotación de capital (que no registren tasas de rendimiento decrecientes), es uno de los presupuestos básicos de modelos de crecimiento a la Solow que asume rendimientos decrecientes a escala y convergencia absoluta o relativa<sup>15</sup>. Se ha explorado si se ha dado esa convergencia en el caso de México, país que debería crecer con respecto a Estados Unidos, pues fue un objetivo explícito de la negociación y firma del

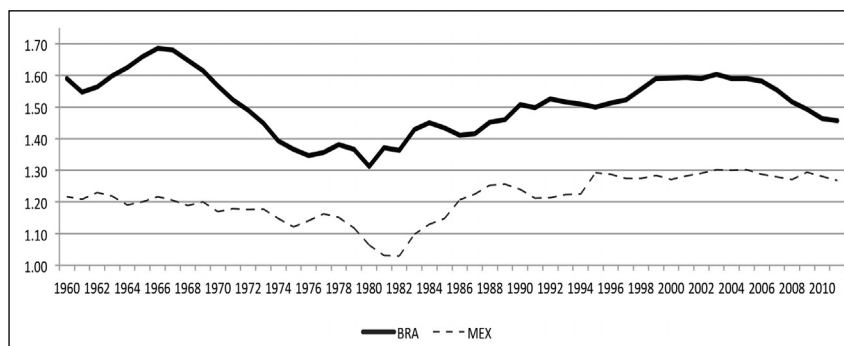
<sup>14</sup> Un estudio reciente del NBER por Moser y Rose (2011), sostienen una tendencia similar en sus hallazgos encontrados sobre quién se beneficia de los Acuerdos de Libre Comercio desde una visión de mercado de valores. Los autores sostienen que este se incrementa cuando los ALC son firmados entre países que ya cuentan con altos volúmenes de comercio, lo que sugiere una evidencia positiva de “socio natural” comercial. Al igual, solo temporalmente, el mercado de valores puede incrementarse en países de menor desarrollo cuando se hace el anuncio de inicio de negociaciones. Las razones de ello, establecen los autores, son consistentes con la teoría del comercio internacional, esto es, que los países de menor desarrollo tienden a ser más proteccionistas por lo que pueden tener “mayores ganancias por la liberalización comercial” (2011, p. 7).

<sup>15</sup> El modelo de Solow hace predicciones sobre el comportamiento de las economías en el transcurso del tiempo. Si la brecha se acorta entre economías con distinto nivel de ingreso por habitante, se sugiere que hay convergencia. (Un análisis reciente de convergencia para México se encuentra en Romero 2009a).

TLCAN como un vehículo para desacelerar la emigración de mexicanos<sup>16</sup>. No obstante, hay dudas sobre la presencia de esta convergencia, como se desprende de numerosos análisis.

En la Gráfica 2.5 se ilustra la convergencia de Brasil y México con respecto a Estados Unidos, medida como la desviación estándar de los logaritmos del PIB per cápita. La curva descendente implica convergencia, la cual ocurrió desde 1952 aproximadamente, hasta la crisis de la deuda, en 1982. A partir de ese evento hasta 2007, la brecha se incrementó prácticamente hasta anular el terreno ganado. La crisis que afectó la economía estadounidense desde finales de 2007 en mayor grado que a México, generó que se revirtiera la tendencia, y redujera la distancia, pero a un ritmo atenuado. Es interesante señalar que en Brasil hubo una convergencia más acentuada y prolongada que en México a partir de 2006.

**Gráfica 2.5** Brasil y México: convergencia con respecto a Estados Unidos (1950-2010)



Fuente: Cálculos propios con información de Banco Mundial, informe WDI. Acceso a través de <http://data.worldbank.org/> el 22 de septiembre de 2012.

En el caso del TLCAN, no se detecta acercamiento de México con respecto a Estados Unidos, ni entre este y Brasil, ni con la mayoría de los países latinoamericanos como lo muestran en su análisis Puyana y Romero (2008). Los autores sugieren que, en el caso de México, la fuente más importante de convergencia es la formación bruta de capital fijo (FBCF), la dotación de capital por trabajador y el crecimiento de Estados Unidos. Una y otra han retrocedido con relación a las décadas anteriores a la crisis de la deuda y el ajuste macroeconómico (Puyana y Romero, 2006).

<sup>16</sup> De acuerdo con Délano y Serrano, “en su momento, los defensores del TLCAN, tanto en Estados Unidos como en México, procedieron de acuerdo con la hipótesis declarada de que el acuerdo contribuiría a contener el flujo de migrantes a Estados Unidos mediante la promoción del desarrollo económico de México” (2010, p. 483).

## 5. Conclusiones

México, a diferencia de Brasil, ha sido el primer socio comercial de Estados Unidos en la región de América Latina durante el periodo de 1960 a 2008. Como lo muestran los indicadores que se han desarrollado a lo largo de este trabajo, es posible argumentar que no hay elementos suficientes que sugieran que existen diferencias considerables en el comportamiento del crecimiento económico, IED y convergencia en los países socios que tienen un ALC con Estados Unidos de los que no lo tienen. En este sentido, los efectos económicos de los ALC con distinto nivel de desarrollo no son positivos, al menos en los estudios de caso aquí analizados.

Lo que sí nos muestran los datos es, primero, la diversificación de los mercados de origen y destino de las exportaciones de Brasil. El país, a diferencia de México, ha reforzado sus vínculos comerciales intrasubregionales y, su estructura exportadora, es diversificada y contiene productos manufactureros con tecnología de punta. Lo anterior, le permite tener mayores márgenes de maniobra en el ámbito internacional, tanto en la economía como en la política internacional. Segundo, es visiblemente notoria la alta concentración del comercio de México con el mercado estadounidense, en detrimento del comercio con otras regiones del mundo. Esto se refleja en la asimetría de penetración del mercado con respecto a Estados Unidos, y la intensidad del comercio que se tiene con dicho país, lo que sugiere dependencia comercial considerable a su mercado.

Como se mencionó líneas arriba, uno de los efectos de la dependencia comercial es la exposición de México a los ciclos económicos de Estados Unidos, pero también, es posible sugerir que el país sea sensible a las políticas formuladas al interior de Washington. La dependencia comercial no solo produce efectos económicos y comerciales, también pueden causar efectos políticos, por ejemplo, en política exterior. Por lo que la forma en que una economía se inserta en el comercio internacional, sí puede reducir los márgenes de autonomía en el ámbito internacional.

## La autora

Mariana Aparicio Ramírez es doctora en Ciencias Sociales por la FLACSO-México. Estudia la relación política y comercial entre Estados Unidos y América Latina. Publicaciones recientes: “¿Comercio o Política? La estrategia comercial estadounidense y la integración económica regional latinoamericana” (en coautoría Alicia Puyana), *International Journal of Latin American Studies*, Vol. 3, No. 1 (January-June), pp. 175-207. Institute of Iberoamerican Studies, Busan University, ISSN: 2234-0713.

aparicio.mariana@gmail.com

## Referencias

- Arora, V. y Vamvakidis, A. (2001). The Impact of US Economic Growth on the Rest on the World: How much Does it Matter? *Journal of Economic Integration* Vol. 21, No. 1, marzo de 2001, pp. 21-39.
- Baldwin, R. (1989). Measurable Dynamics Gains from Trade, *NBER Working Paper*, Num. 3147, Octubre, Cambridge MA.
- Banco Mundial (2012). *Global Economic Prospects*, junio de 2012. Consultado el 5 noviembre 2012 en: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTDECPROSPECTS/EXTGBLPROSPECTSAPRIL/0,,contentMDK:20413173~menuPK:659183~pagePK:2470434~piPK:4977459~theSitePK:659149~isCURL:Y,00.html>
- Ben-David, D. y A. Kimhi (2000). Trade and the Rate of Income Convergence, *NBER Working Paper Series*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, abril de 2000.
- Ben-David, D. y M.B. Loewy (1998). Free Trade, Growth, and Convergence, *Journal of Economic Growth*, no. 3, pp. 143-170.
- Bergg, A. y Krueger, A. (2003). Trade Growth and Poverty: A selective Survey. *Working Paper* 03/30, Washington: International Monetary Fund.
- Bergsten, F.C. (1996). Competitive Liberalization and Global Free Trade A Vision for the Early 21st Century. *IIE Working Paper*, núm. 15. En: <http://www.iie.com/publications/wp/wp.cfm?ResearchID=171htm>
- Carlton, C. y S. Slim (2012). Regional Integration and Growth. An Empirical Assessment for Latin American Countries. En Punzo, L.F., C. Aparecida y M. Puchet, *Beyond Global Crisis. Structural Adjustments and Regional Integration in Europe and Latin America*, Londres: Routledge.
- Da Motta Veiga, P. y V. Ventura-Dias (2004). Brazil: The Fine-Tuning of Trade Liberalization. En Lengyel, M.F. y V. Ventura-Dias, *Trade Policy Reforms in Latin America. Multilateral Rules and Domestic Institutions* (pp. 98-124). Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Délano, A. y M. Serrano (2010). Flujos migratorios y Seguridad en América del Norte. En F. Alba, M.A. Castillo y G. Verduzco (coord.). *Los grandes problemas de México, Vol. III, Migraciones Internacionales* (pp. 481-514). México: El Colegio de México.
- De Melo, J. y A. Panagariya (comps.) (1993). *New Dimensions in Regional Integration*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Edwards, S. (1993). Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries. *Journal of Economic Literature*, vol. 31, núm. 3, pp. 1358-1393.
- Feenstra, R.C. (1998). Integration of Trade and Disintegration of Production in the Global Economy. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 12, núm. 4, pp. 31-50.
- Fishlow, A. (2004). Brazil: FTA or FTAA or WTO? En J.J. Schott (Eds.) *Free Trade Agreements: US Strategies and Priorities* (pp. 277-296). Washington, D.C.: Peterson Institute for International Economics.
- Florencio, S. y K. Nolan (En prensa) *Las Políticas Comerciales de Brasil y México, 1982-2013*.

- Flores-Macías, G.A. y S.E. Krepes (2013). The Foreign Policy Consequences of Trade: China's Commercial Relations with Africa and Latin America, 1992-2006. *The Journal of Politics*, vol. 75, núm. 2, pp. 375-371.
- Fondo Monetario Internacional (2010). *World Economic Outlook Database*, WEO, Nov. 2010, accedido el 4 de nov. 2012. En: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/weodata/index.aspx>
- Frankel, J.A. y D. Romer (1999). Does Trade Cause Growth?". *The American Economic Review*, vol. 89, núm. 3, junio de 1999, pp. 379-399.
- Gallagher, K. (2011). *Trading Away Stability and Growth: United States Trade Agreements in Latin America*, Working Paper Series Num. 266, Estados Unidos: Political Economy Research Institute, University of Massachusetts.
- Helpman, E. (2004). *The Mystery of Economic Growth*, Estados Unidos: Harvard University Press.
- Hur, J. y C. Park (2012). Do Free Trade Agreement Increase Economic Growth of the Members Countries?. *World Development*, vol. 40, núm. 7, julio, pp. 1238-1294.
- Kahler, M. (1997). *Liberalization and Foreign Policy*. Estados Unidos: Columbia University Press.
- Krueger, A.O. (1999). Trade creation and trade diversion under NAFTA. *Working Paper 7429*, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Leith, J. Clark y John Whalley (2003). Competitive Liberalization and a US-SACU FTA. En J. Schott (ed.), *Free Trade Agreements: US Strategies and Priorities*, Estados Unidos: Institute for International Economics.
- Lengyel, M.F. y V. Ventura-Dias (2004). *Trade Policy Reforms in Latin America. Multilateral Rules and Domestic Institutions*. Nueva York: Palgrave Macmillian.
- Lustig, N., B. Bosworth y R.Z. Lawrence (Edits.) (1992). *Assessing the Impact. North American Free Trade*. Washington: The Brookings Institution.
- Machado, I.T. (2012). Política Comercial e Política Externa No Brasil: Uma Análise da Estratégia de Negociação **Comercial Brasileira (1995-2010)**, *Ipea, texto para discussão*, núm. 1765, Rio de Janeiro: Instituto de Investigación Económica Aplicada (Ipea).
- Manger, M.S. y K.C. Shadlen (2011). Political Trade Dependence and RTA Formation. Ponencia presentada en el Annual Meeting of the American Political Science Association, Seattle, 1-4 septiembre.
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*, Sexta Edición, UK: Oxford University Press.
- Moser, C. y A.K. Rose (2011). Who Benefits from Regional Trade Agreements? The View from the Stock Market. *NBER Working Paper 17415*, Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Myrdal, G. (1956). Development and Underdevelopment, National Bank of Egypt Fiftieth Anniversary Commemoration Lectures, pp. 47-51. Reproducido En G.M. Meier. (1995). *Leading Issues in Economics Development* (pp. 462-464). Sexta Edición, Estados Unidos: Oxford University Press.
- Nordås, H.K., S. Miroudot and P. Kowalski (2006). Dynamic Gains from Trade, *OECD Trade Policy Papers*, No. 43, OECD Publishing.

- En: <http://dx.doi.org/10.1787/276358887412>
- OMC (2013). *Informe sobre Comercio Mundial. Factores que determinan el comercio*, Ginebra: OMC.
- OMC (2012). *Trade Policy Review. Report by the United States*. WT/TPR/G/275, 13 Noviembre 2012. En: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp375\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp375_e.htm)
- Ortiz Mena, A. (2004). Mexico: A Regional Pleyer in Multilateral Trade Negotiations. En Lengyel, M.F. y V. Ventura-Dias. *Trade Policy Reforms in Latin America. Multilateral Rules and Domestic Institutions* (pp. 47-70). Nueva York: Palgrave Macmillian.
- Peinhardt, C. y T. Alle (2012). Failure to Deliver: The Investment Effects of US Preferential Economic Agreements, *The World Economy*, vol. 35, núm. 6, pp. 757-783.
- Puyana, A. (2011). Economic Growth employment and poverty reduction. A comparative analysis of Chile and Mexico with references to Argentina, Brazil and Colombia. En A. Puyana y S. Ong'wen Okuro. *Strategies against poverty: designs from the north and alternatives from the south*, Buenos Aires: CLACSO.
- Puyana, A. (2008). Los nuevos senderos de la integración económica regional de América Latina y el Caribe: impactos sobre su desarrollo económico. En J. Hernández y A.C. Lizano (Edits.) *América Latina y la Segunda Administración Bush: un debate sobre comercio*, (pp. 37-107). Costa Rica: Editorial Juricentro y FLACSO, Secretaría General.
- Puyana, A. (2003). *El camino mexicano hacia el regionalismo abierto: los acuerdos de libre comercio de México con América del Norte y Europa*, Serie Comercio Internacional, núm. 35, Santiago de Chile: CEPAL.
- Puyana, A. y J. Romero (2009). *México. De la crisis de la deuda al estancamiento económico*, México: El Colegio de México.
- Puyana, A. y J. Romero (2008). ¿De qué sufre la economía mexicana? ¿De falta de recursos o de oportunidades de inversión?, *Economía Informa*, núm. 363, México: UNAM.
- Puyana A. y J. Romero (2006). La convergencia económica y los acuerdos de integración ¿Enseñanzas del TLCAN? En J. L. Calva (Coord.), *La economía mexicana bajo el TLCAN. Evaluación y alternativas* (pp. 235-268), Tomo I. México: Universidad de Guadalajara-UNAM.
- Romero, J. (2009a). *Medición del impacto de los acuerdos de libre comercio en América Latina: el caso de México*, Serie Estudios y Perspectivas, núm. 114, México: CEPAL.
- Romero, J. (2009b). Crecimiento y comercio. En I. Bizberg y L. Meyer (Coord.) *Una historia contemporánea de México. Tomo I: Transformaciones y permanencias* (pp. 155-220). México: Editorial Océano.
- Serra Puche, J. (2010). La apertura comercial de México. En A. Castañeda Sabido (Coord.) *Microeconomía. Los grandes problemas de México*, Vol. X (pp. 175-212). México: El Colegio de México.
- Tornell, A. y G. Esquivel (1997). The Political Economy of Mexico's entry into NAFTA. En T. Ito y A.O. Krueger (Edits.) *Regionalism versus Multilateral*



- Trade Arrangements*, vol. 6 (pp. 25-56). Chicago: NBER-EASP, University Chicago Press.
- Vivegani, T. y M. Fernandes de Olivera (2007). Brazilian Foreign Policy in the Cardoso Era: The Search for Autonomy through Integration, *Latin American Perspectives*, núm. 34, pp. 58-80.
- Voeten, E. (2004). Resisting the Lonely Superpower: Responses of States in the United Nations to U.S. Dominance, *Journal of Politics*, vol. 66, núm.3, pp. 729-754.

### Periódicos

- Financial Times (2013). Brazilian diplomat Roberto Azevêdo wins WTO leadership battle. 7 de mayo. En: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/0fcbe482-b713-11e2-841e-00144feabdc0.html#axzz2SWSvfy5E>
- Rothkopf, D. (2013). The Next Head of the WTO? Choose Wisely. It's time to put someone from the BRICS in charge of the world's leading trade body, *Foreign Policy*, 30 de abril. En: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2013/04/30/the\\_next\\_head\\_of\\_the\\_wto\\_choose\\_wisely?print=yes&hidecomments=yes&page=full](http://www.foreignpolicy.com/articles/2013/04/30/the_next_head_of_the_wto_choose_wisely?print=yes&hidecomments=yes&page=full)
- The Guardian (2013). Roberto Azevêdo to be named new World Trade Organization chief Brazilian who will become WTO's first Latin American director general faces uphill struggle to end Doha deadlock, 8 de mayo. En: <http://www.guardian.co.uk/global-development/2013/may/08/roberto-azevedo-world-trade-organisation/print>

### Páginas web

- Banco Mundial (2013). *World Development Indicators*, 2012. <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo, UNCTAD  
<http://unctad.org/>
- IMF Data, Direction of Trade Statistics (DOTs) Query Builder.  
<http://elibrary-data.imf.org/>
- International Trade Administration, Department of Commerce, United States of America.  
[http://www.trade.gov/mas/ian/tradeagreements/fta/tg\\_ian\\_002401.asp](http://www.trade.gov/mas/ian/tradeagreements/fta/tg_ian_002401.asp)
- Organización Mundial del Comercio  
<http://www.wto.org/>
- Secretaría de Economía, México  
<http://www.economia.gob.mx/>

# Validación de recursos, motivaciones y emociones para el desarrollo de productos turísticos integrales

Ricardo Medina Covarrubias

## Resumen

*Este artículo estudia elementos para definir y validar recursos, motivaciones y emociones turísticas útiles en la conformación de productos y mercados del sector. Reporta elementos conceptuales, criterios de categorización y resultados de validez de contenido, obtenidos a través de un ejercicio de indagación de teoría fundamentada que se realizó en veinte destinos turísticos mexicanos entre diciembre de 2012 y febrero de 2013.*

*Palabras claves: productos turísticos, validación de recursos turísticos y motivaciones.*

*Clasificación JEL: M39, M29 y M19.*

## **Abstract**

*This article contributes to the definition and validation of resources, motivations and emotions occurring in tourism, useful for shaping comprehensive product and sector markets. It reports conceptual elements, categorization criteria and content validation results obtained from a grounded theory research project, conducted in twenty different Mexican destinations from December 2012 to February 2013.*

*Key words: touristic products, touristic resources validation and motivations.  
JEL Classification: M39, M29 and M19.*

## Introducción

El turismo –descrito como el desplazamiento físico, temporal y voluntario de personas a entornos fuera de su lugar de residencia habitual– implica múltiples combinaciones de motivos personales, sociales, recursos utilizados y emociones generadas durante los viajes. Esto convierte al estudio sistemático del fenómeno en una tarea compleja y de primera importancia para el desarrollo certero de productos (Acerenza, 2006; MacCannel, 1999).

Sin embargo, el estudio sistematizado del sector apenas comienza. Hasta el presente se cuenta con pocos consensos validados sobre los términos y relaciones primarias, que expliquen satisfactoriamente la dinámica económica y social del turismo (Yurén, 1978), que puedan utilizarse de modo general para desarrollar productos turísticos que abarquen la gran diversidad de posibilidades que implican los viajes, y que permitan configurar ofertas consistentemente valiosas para las dinámicas dominantes del mercado (Medina, *Despliega tu propuesta de valor*, 2012). El manejo de los componentes de éxito no está consensuado, como tampoco el valor relativo de cada uno de ellos (Conacyt-Sectur, 2013), y las combinaciones son tan amplias que incluso organismos internacionales enfocados al sector se abstienen de pronunciarse asertivamente al respecto (OMT, 2010). Es necesario un modelo incluyente que atienda simultáneamente la perspectiva de la demanda, la de la oferta y los hechos en el espacio de intersección donde ambas confluyen.

Desde la perspectiva del turista, los viajes suceden por razones asociadas a su momento de vida y a intereses particulares, durante los cuales se expone a entornos muy distintos a los que está habituado, y hace uso de los recursos disponibles en el sitio (Firefly, 2012). Los viajes son factibles en cualquier momento de la vida, desde el nacimiento hasta muy avanzada edad, así que es necesario abarcar con amplitud la motivación del turista, tanto desde su perspectiva personal (Erikson, 1994), como desde su interacción con otros individuos (McClelland, 1985; Chóliz, 2004).

Por el lado de la oferta, los recursos turísticos son elementos propios del espacio receptor, ya sean naturales o creados por el hombre, que cuentan con capacidad para atraer visitantes y facultar la experiencia turística. La tarea de definirlos ha sido objeto de amplio estudio por Boullón (2009) y Castellanos (2011), quienes han definido diversos repertorios de elementos disponibles para la actividad bajo una óptica de espacio; es decir, inventarios de recursos turísticos.

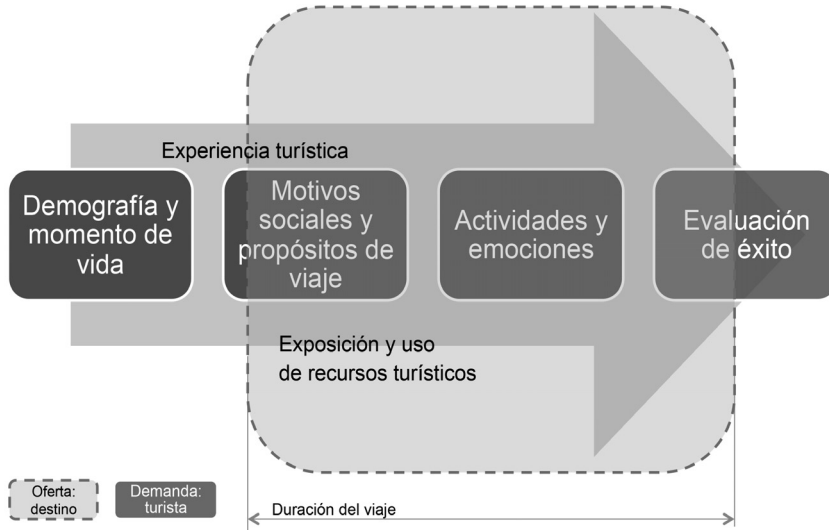
En la interacción del turista con el espacio que le recibe, el solo hecho de encontrarse en un entorno distinto al propio incrementa la carga emocional del viaje (Plutchik, 1991), de modo que un entendimiento detallado de las emociones y su acumulación durante los viajes juega un papel clave para entender apropiadamente la interacción entre oferta y demanda.

Este artículo plantea un modelo de análisis turístico y estudia la validez de sus componentes. El modelo de experiencia turística está formado por la integración de elementos demográficos, motivacionales y de actividad de los turistas, quienes a partir de interacción con los recursos disponibles en los destinos de viaje acumulan diversas emociones y las resumen en cierto nivel de éxito. La validez de sus componentes está asociada a los hallazgos de campo, basados en el estudio de teoría fundamentada. Al término del artículo se sugieren líneas de investigación posterior, asociadas a validación de criterio y desarrollo de productos turísticos integrales.

### Los modelos de experiencia turística y mercados turísticos

Un producto turístico se conforma al integrar una gran diversidad de servicios y elementos disponibles en el destino de viaje y al ofrecerlos a los viajeros de modo disponible, viable y repetible. Algunos de esos elementos, como el alojamiento o la transportación, están afianzados en industrias consolidadas que operan con lógica de competencia de mercado. Sin embargo, otros están sujetos a regulaciones de conservación o uso limitado, como las áreas naturales protegidas y los monumentos históricos; mientras que algunos más suceden en el espacio, independientemente de si son atractivos para los turistas o no, como la dinámica sociocultural del espacio o su actividad productiva. Por su parte, la diversidad de motivos de viaje es muy amplia y puede incluir propósitos vacacionales, visita a familiares y amigos, salud, religión, educación, reuniones de negocios, convenciones, aventura, contacto con la naturaleza o exposición deliberada a culturas distintas, entre otros. De modo que no es posible –ni deseable– definir productos turísticos de modo estructurado, asociándoles atributos y beneficios fijos como se realiza en la industria de consumo masivo. Para efectos de este análisis se considera que un producto turístico integral estará asociado a la articulación consistentemente exitosa de cierto tipo de *experiencia* de viaje.

La figura 1 muestra el modelo propuesto de experiencia turística. Describe que el turista (1) se inclinará por cierto tipo de viaje dependiendo de su perfil demográfico y momento de vida. A partir de sus propósitos y motivación social específica, elegirá (2) una opción concreta, y al realizarla se expondrá a los recursos disponibles en el espacio (3). Durante el viaje realizará actividades y experimentará diversas emociones (4), según la afinidad entre sus necesidades-deseos-expectativas y los recursos disponibles utilizados, derivando así en su evaluación de éxito de la vivencia (5). Si bien la experiencia turística inicia desde las fases de conocimiento de alternativas y consideración de destinos vacacionales, para efectos de cuantificación y clasificación de mercados turísticos, este modelo se enfoca en establecer mediciones durante la etapa de uso de recursos turísticos, es decir, desde que inicia el traslado físico del turista hasta que regresa a su lugar de residencia.

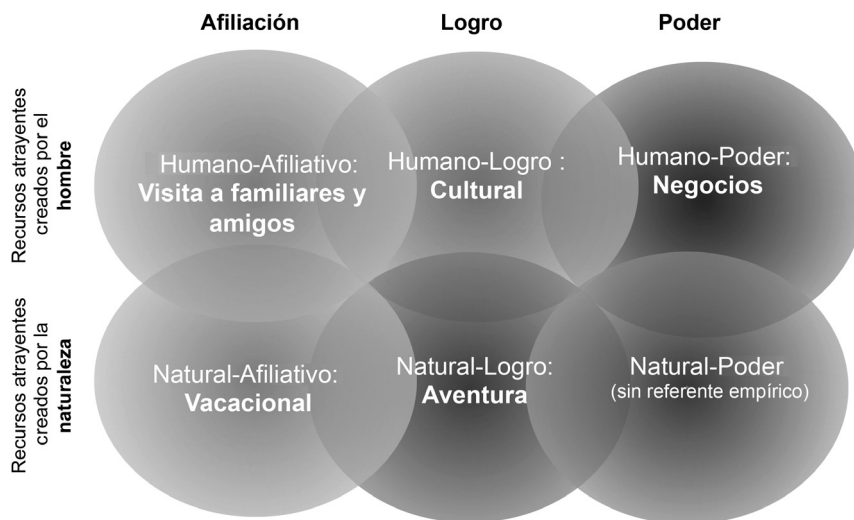
**Figura 1.** Modelo de experiencia turística

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo también da lugar a un entendimiento sistematizado de diversos tipos de experiencias y mercados turísticos. Al acumularse los viajes, resultan en patrones recurrentes y conforman mercados turísticos; muchos de ellos ya identificados empíricamente y descritos previamente por investigadores (Chambers 2010; Sigala & Leslie, 2005; Spirou, 2011), así como por organismos públicos como la Secretaría de Turismo –Sectur–, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM, 2007), El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta, 2007) y la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2012). Sin embargo, para explicar incluyentemente la actividad fue preciso generar un enfoque integrador entre los análisis enfocados a cierto tipo de mercado, los recursos disponibles y las motivaciones sociales del viajero.

Así, considerando los recursos turísticos del espacio por el lado de la oferta y las motivaciones de los turistas por el lado de la demanda, se plantea el modelo Motivación-Recursos Turísticos para la descripción de mercados turísticos, ilustrado en la Figura 2. Este ordenamiento permite vincular las motivaciones sociales de afiliación, logro o poder (McClelland, 1985), con el uso de recursos turísticos aprovechables, creados por la naturaleza o por el hombre, que se encuentran disponibles en el espacio (Miller & Spoolman, 2010).

**Figura 2.** Modelo Motivación-Recursos de mercados turísticos



Fuente: Elaboración propia.

La intersección de elementos da lugar a seis espacios principales:

El mercado turístico humano-afiliativo (A) se conforma en la combinación privilegiada de motivaciones sociales de pertenencia, haciendo uso de recursos turísticos predominantemente creados por el hombre, en particular los pertenecientes al grupo anfitrión. Esto da lugar a los viajes de visita a familiares y amigos. Por su parte, la combinación dominante de recursos naturales y motivaciones de afiliación (B) da lugar, entre otros, al mercado de turismo vacacional, que por las características climáticas y geológicas en México es comúnmente llamado mercado de sol y playa.

La abundante oferta de recursos turísticos creados por el hombre con motivos de logro por parte de los turistas (C), genera cabida para el turismo cultural, entre otros. Mientras tanto, cuando los recursos usados son predominantemente naturales y la motivación primaria se centra en el logro (D), la actividad desemboca en turismo de aventura.

La motivación de poder, enfocada a generar influencia y acuerdo con otros, cuando converge en espacios creados por el hombre (E) da lugar al mercado turístico de negocios, por ejemplo. Si bien el modelo contempla un espacio para interacciones entre motivaciones de poder y uso de recursos naturales (F), en el presente no se han encontrado referentes empíricos ni documentales que muestren esta interacción cotidianamente, dando lugar por ejemplo a un mercado turístico de colonización, donde el viaje tendría por propósito reclamar un terri-

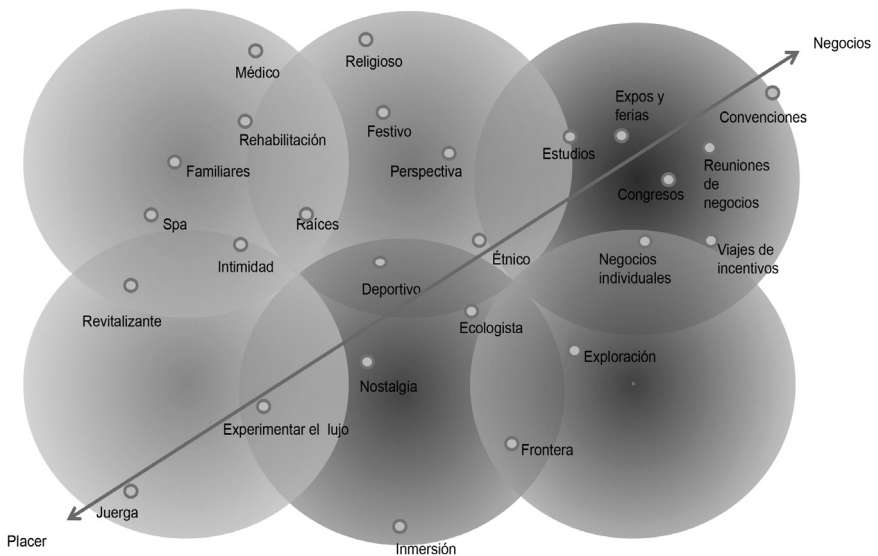
torio virgen recién ocupado. Esto se debe tal vez al avanzado grado de exploración planetaria que hemos alcanzado y a la imposibilidad de realizar viajes temporales fuera del mismo, de modo práctico y masivo.

El modelo MRT presenta combinaciones dominantes entre las motivaciones de los turistas al decidir sus viajes y la oferta de recursos presentes en los destinos, mismas que son configurables óptimamente a través de la identificación de patrones de demanda y criterios de éxito, comunes y distinguibles entre sí.

De este modo, la definición de mercados turísticos no se limita a cuantificar el tamaño de cada mercado; sino también registra los elementos dominantes de demanda y oferta que provocan satisfacción, recomendación y revisita a los atractivos y destinos. Es decir, busca hallar acciones más enfocadas y efectivas para mejorar la competitividad de los productos turísticos, y también para promocionar los mismos hacia los viajeros correctos.

Finalmente, a partir del establecimiento de un dominio amplio en las dos variables independientes centrales: motivación social y repertorio de recursos atrayentes, el modelo está abierto a la identificación y medición de nichos de mercado, ya sea vigentes por la dinámica económica alcanzada, potenciales por alcanzar (Rogers, 2003) o cayendo en desuso por rechazo social (Luhmann, 1993), regulación o cualquier otro motivo (Figura 3).

**Figura 3.** Nichos de mercados turísticos



Fuente: Elaboración propia.



La Figura 3 permite también la ubicación de algunos nichos específicos, descritos por diversos autores, que combinan motivaciones sociales o aprovechamiento de recursos turísticos de distintos tipos, desplegando como referencia el ordenamiento más simple utilizado: “viajes por placer o por negocios”, representado en la línea diagonal que atraviesa el modelo. Por ejemplo, en la esquina inferior izquierda se ubican los viajes de juerga, que hacen uso extensivo de recursos naturales en el espacio vacaciones sol y playa, con propósitos claramente afiliativos (Serra, 2011). Por su parte, en la parte central de la Figura se ubican los viajes de perspectiva, que generan transformación en los turistas al observar la autenticidad de las tradiciones de las comunidades locales (Chambers, 2010). Finalmente, en la esquina superior derecha, los viajes de reuniones de negocios integran motivos de poder con uso dominante de recursos creados por el hombre (Spirou, 2011).

#### El papel clave de los recursos turísticos

Los recursos turísticos representan el componente fundamental de la oferta, para volver operativos los modelos de experiencia turística y MRT. En esta sección se detallan los elementos conceptuales que los conforman y el modo en que se validó su contenido en la investigación cualitativa.

Por el lado de la oferta, el eje de análisis del modelo se centra en el uso de los recursos turísticos, definidos como el conjunto de elementos existentes en los espacios turísticos y *disponibles* para los viajeros por prestadores de servicios y entes mediadores.

Dado que estos elementos son de naturalezas muy diversas y representan niveles de atractivo muy diferentes, han sido objeto de estudio previo por Boullón, García Silberman, Gutiérrez Roa y Castellanos, quienes enfocaron su análisis en la planeación integral del espacio y la definición de inventarios de recursos.

Sin embargo, para entender la contribución específica de valor que aportan a la experiencia turística, fue necesario distinguir lógicamente (Popper, 2002) entre aquellos que generan atractivo por sí mismos, y son capaces de provocar desplazamiento de personas; y los que simplemente facultan que se dé la experiencia, pero por sí mismos no son capaces de provocar el viaje. Es decir, fue necesario hacer una primera gran división entre recursos atrayentes y habilitadores (Medina, *Despliega tu propuesta de valor*, 2012).

Respecto a los recursos atrayentes, la diversidad de aproximaciones de ordenamiento y la creciente atención sobre la conservación, preservación y sostenibilidad de los ecosistemas naturales, conforme la presencia humana en los espacios se incrementa, hizo evidente la necesidad de establecer un criterio rector fundamentado en el estudio de ecosistemas (Feria, 2012; Miller & Spoolman, 2010; Sánchez & Gándara, 2011). De este modo, un primer ordenamiento de recursos atrayentes corresponde al mostrado en la Tabla 1, donde el enfoque ecológico privilegia el detalle y profundización hacia los elementos vivos de los ecosistemas, principalmente animales y vegetales.

**Tabla 1.** Primera categorización de recursos atractivos

Componente del ecosistema	Recursos atractivos
Abióticos, no vivos	Climas, microclimas, eventos climáticos, geológicos, hidrológicos
Bióticos, vivos	Marinos, de agua dulce, bosques, selvas, matorrales, herbáceos, desiertos, urbanos, híbridos
Antrópicos, por el hombre	Paisajísticos, arqueológicos, arquitectónicos, socioculturales, gastronómicos, recreativos, de alojamiento, de alimentación, productivos

Fuente: Elaboración propia. Con base en Boullón (2009), Miller & Spoolman (2010).

Para facilitar el análisis bajo una perspectiva turística, sin perder la capacidad de conexión al ecosistema, se realizó un ordenamiento detallado, donde la categorización inicial comprendió 49 familias de recursos turísticos, distribuidos en siete categorías de recursos atractivos. A saber: climáticos, geológicos, hidrológicos, biológicos, paisajísticos, patrimoniales y cotidianos.

Por su parte, los recursos habilitadores responden al requerimiento de facultar la experiencia turística de los viajeros, aunque no cuentan con capacidad de generar demanda; es decir, su existencia no representa mayor mérito para los turistas pero sí se penaliza su ausencia. En adición a la vigente discusión asociada a la seguridad en los espacios turísticos, se encontraron elementos relacionados con vías y medios de comunicación, transportación, condiciones de sanidad y salud, disponibilidad de energéticos y medios monetarios para realizar transacciones.

Definidos los recursos en revisión teórica y documental, se validó su presencia en la realidad turística mexicana a través un estudio cualitativo enfocado en el desarrollo de teoría fundamentada (Cole, 2005; Murchinson, 2010; Fetterman, 2010). Este consistió en realizar inmersiones de campo seleccionadas a partir de variantes turísticas teóricas, seleccionando veinte destinos distintos del territorio mexicano (Tabla 2) e integrando un equipo multidisciplinario de seis investigadores y dos analistas que permitieran triangulación posterior y mayor objetividad analítica (Medina & Colaboradores, 2013). Las inmersiones se realizaron bajo un enfoque exploratorio-descriptivo, para hallar en campo, codificar y en su caso validar los componentes de las Figuras 1 y 2 (Creswell, 2013).

**Tabla 2.** Destinos seleccionados para indagación cualitativa

Obs	Grupo	Subgrupo	Destino	Estado o región	Investigador	Ini Campo	Días	Horas
1	Visita familiares y amigos	Médico	Cd. Juarez	Chih.	Ricardo	20-ene	2	28
2	Visita familiares y amigos	Rehab / SPA	Ixtapan de la Sal	Mex.	Florencia	02-feb	2	28
3	Visita familiares y amigos	Familia	Celaya	Gto.	Florencia	08-dic	2	28
4	Vacacional	Revitalizante	Tequesquitengo	Mor.	Fernando	19-ene	2	28
5	Vacacional	Intimidad	Cuernavaca	Mor.	Feike	18-ene	3	42
6	Vacacional	Exp Lujo	Vallarta	Jal.	Ricardo	27-dic	4	56
7	Vacacional	Juerga	Acapulco	Gro.	Feike	30-dic	3	42
8	Aventura	Deportivo	Jilotzingo	Mex.	Martha	15-feb	2	28
9	Aventura	Ecologista	Nautla	Ver.	Ricardo	31-dic	4	56
10	Aventura	Nostalgia	Zapotitlán	Pue.	Feike	08-dic	3	42
11	Aventura	Inmersión	Palenque	Chis.	Florencia	11-ene	3	42

Obs	Grupo	Subgrupo	Destino	Estado o región	Investigador	Ini Campo	Días	Horas
12	Cultural	Religioso	Chalma	Mex.	Feike	02-ene	2	28
13	Cultural	Festivo	Oaxaca	Oax.	Florencia	21-dic	4	56
14	Cultural	Raíces	Puebla	Pue.	Yuri	05-ene	2	28
15	Cultural	Étnico	Zona Purépecha	Mich.	Ricardo	11-ene	3	42
16	Cultural	Perspectiva	Guanajuato	Gto.	Feike	22-dic	2	28
17	Negocios	Convenciones	Querétaro	Qro.	Ricardo	17-nov	3	42
18	Negocios	Negocios individuales	Bajo	Bajo	Cynthia	10-dic	1	14
19	Negocios	Expos y ferias	México	D.F.	Feike	12-dic	2	28
20	Negocios	Reunión	Cd. Juarez	Chih.	Ricardo	22-ene	3	42
							52	728

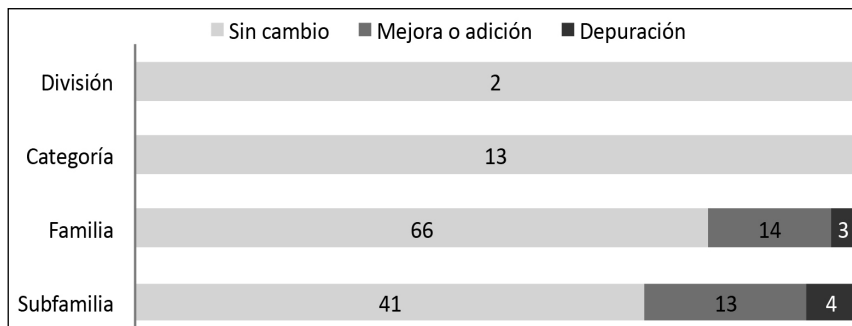
Fuente: Elaboración propia.

Cada inmersión se realizó bajo modalidad de observación participante, encubierta con rol de turista para maximizar la fidelidad de la información recabada, minimizar sesgos sistémicos de cortesía y evitar conflictos de interés en prestadores de servicio (Jorgensen, 1989).

El estudio se realizó durante 76 días-campo entre diciembre de 2012 y febrero de 2013. Los resultados de cada inmersión fueron documentados a través de narrativos, material fotográfico y evidencia documental de la presencia de los investigadores en campo (Cole, 2005; Decorp, 2004).

La primera categorización contuvo cuatro niveles de detalle: división, categoría, familia y subfamilia. A través de las observaciones de campo se identificaron cerca de 2,000 momentos en los viajes donde los recursos turísticos estuvieron presentes y fueron fácilmente identificables en el análisis de alineación conceptual. Los dos niveles superiores de la clasificación permanecieron sin cambio, mientras que las familias y subfamilias de recursos turísticos presentaron espacios para mejora en 21% y 31% respectivamente, tanto incorporando recursos no vistos previamente como depurando aquellos irrelevantes en la experiencia. (Figura 4).

**Figura 4.** Primera alineación conceptual de recursos turísticos



Fuente: Elaboración propia.

Los microclimas, si bien presentes como elemento climático de un ecosistema, fueron depurados de la clasificación pues mostraron presencia prácticamente nula; a pesar de que la unidad de indagación en Ixtapan de la Sal se dirigió específicamente a un espacio de este tipo, el recurso turístico fue identificable mucho más fácilmente como un manantial y categorizable dentro de los recursos hidrológicos. Los eventos climáticos antropogénicos, es decir generados por el hombre, poseen asociaciones negativas con contaminación y deterioro, por lo que lejos de operar como recurso atrayente, se encuentran mejor asociados a recolección de basura, en la categoría de sanidad de recursos habilitadores. Den-

tro de la sección de energía, la disponibilidad de baterías y pilas resultó ser un reactivo demasiado específico, que puede ser asimilado a la venta a detalle en los recursos cotidianos. Finalmente, el control de antecedentes de empleados turísticos frente a variaciones de seguridad resultó un elemento no-observable por el turista, por lo que también fue depurado de la clasificación.

La Tabla 3 muestra el resultado de la primera ronda de alineación; la categorización de recursos atrayentes y habilitadores comprendió dos divisiones, 13 categorías, 77 familias y 50 elementos en las subfamilias. Sin embargo, la proporción hijos a Padres (h:P) en estos niveles era solo de dos tercios a uno; además de que la fecundidad de los reactivos, entendida como el número promedio de veces que aparecían en la experiencia, equivalió a uno en ambos casos.

**Tabla 3.** Primera ronda de alineación conceptual de recursos turísticos

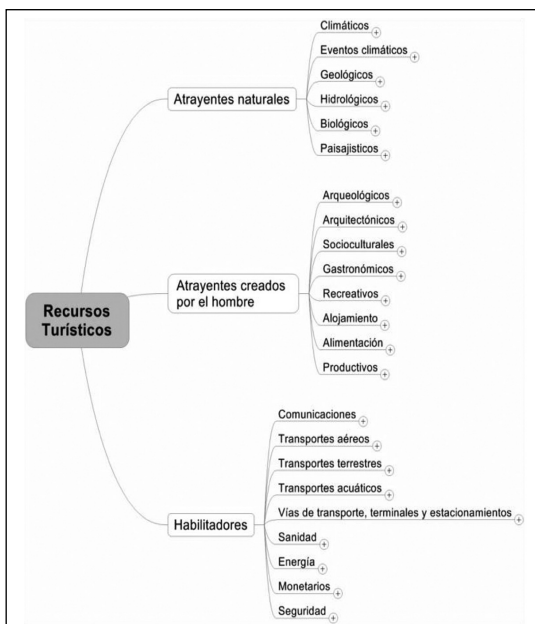
	Grupos	Mejora o adición	Depuración	Variación	Final	Proporción	Presencia	Menciones
	#	#	#	%	#	h:P	%	#/exp
División	2	0	0	0%	2		100%	48.9
Categoría	13	0	0	0%	13	6 1/2	72%	7.5
Familia	80	14	3	21%	77	6	27%	1.2
Subfamilia	54	13	4	31%	50	2/3	29%	1.0

Fuente: Elaboración propia.

Estos elementos señalaron la necesidad de una ronda adicional de alineación conceptual, para evaluar la posibilidad de reducir las capas de categorización, balancear mejor los grupos para mantener proporciones hijos:Padres (h:P) cercanas a 7; y con ello facilitar análisis posteriores.

El ejercicio para simplificar la categorización, evitando una cuarta capa de ordenamiento, resultó exitoso en validez de contenido (Carmines & Zeller, 1979) y benéfico en claridad, pues el grupo de categorías asociadas a la división de recursos atrayentes creados por el hombre ganó relevancia, según se muestra en la Figura 5.

**Figura 5.** Categorización validada de recursos turísticos



Fuente: elaboración propia.

El ordenamiento de la Figura 5 comprende tres divisiones, 23 categorías y 122 familias de recursos, con proporciones hijos:Padres apropiadas en todos los casos, según se muestra en la Tabla 4. La presencia y fecundidad de elementos también resultó mucho más funcional; por ejemplo, sería de esperar que una categoría de recursos aparezca en más de la mitad (63%) de las experiencias y sea relevante repetidamente (4.2 veces) durante la misma.

**Tabla 4.** Segunda ronda de alineación conceptual de recursos turísticos

	Grupos	Mejora o adición	Depuración	Variación	Final	Proporción	Presencia	Menciones
	#	#	#	%	#	h:P	%	#/exp
División	3	2	0	67%	3		97%	32.2
Categoría	23	0	0	0%	23	7 2/3	63%	4.2
Familia	122	2	0	2%	122	5 1/3	26%	0.8

Fuente: Elaboración propia.

## Validación de motivaciones

Las razones del turista para privilegiar cierto tipo de viaje sobre otro, según su momento de vida (Erikson, 1994), constituyen el inicio del modelo de experiencia turística y fundamentan la alineación afiliación-logro-poder (McClelland, 1985; Chóliz, 2004) que da estructura al modelo MRT de la Figura 2.

Durante el desarrollo de los modelos se consideró deseable explorar la posibilidad de ir más allá de la construcción conceptual original y tratar de ubicar la interacción precisa, donde momento de vida, motivación social y uso de recursos convergen en *momentos cumbres* de la experiencia; es decir, hallar el instante en el que el anhelo interno del turista es satisfecho por el uso de recursos presentes en el entorno, y conformar a partir de ello los productos turísticos. Sin embargo, el trabajo de campo y el análisis posterior mostraron que esta ruta de aproximación, que vincula la motivación y el uso de recursos, es poco viable: la fluidez de la motivación humana, en ocasiones poco clara o deficientemente verbalizada por el mismo turista; la multiplicidad de instantes donde convergen razones para actuar; decisiones personales y hechos colectivos, así como las múltiples posibilidades en el uso de recursos, generaron espacios de intersección complejos y muy difícilmente operables. De este modo, para efecto de la construcción de herramientas de uso general fue preciso hacer uso de los componentes originales de los modelos de experiencia y MRT, describiendo las actividades asociadas a la utilización de recursos, y categorizando las motivaciones para viajar. El uso de recursos será más evidente asociado a acciones, mientras que las motivaciones individuales conformarán un elemento de entrada que tiende a privilegiar la selección de cierto tipo de viaje, tal como se planteó originalmente.

**Figura 6.** Categorización validada de motivación social turística



Fuente: Elaboración propia.



Por su parte, la motivación social y sus diversos matices fueron hallados y validados individualmente en más de 1,100 momentos en la investigación, lo que legitima cabalmente el contenido de la Figura 2. El análisis incorporó únicamente el *cumplimiento de meta* como elemento adicional dentro de la motivación al logro, según se muestra en la categorización validada de la Figura 6.

El análisis de alineación conceptual de la Tabla 5 indica que la categorización de motivación social turística ordena en tres motivaciones primarias y 13 componentes de motivación las razones sociales al viajar, requiere solamente de dos capas y cuenta con una proporción apropiada de casi cinco hijos por cada padre ( $h:P = 4 \frac{2}{3}$ ).

**Tabla 5.** Alineación conceptual de motivación social

	Grupos	Mejora o adición	Depu- ración	Varia- ción	Final	Propor- ción	Pre- sencia	Men- ciones
	#	#	#	%	#	h:P	%	#/exp
Motivación Primaria	3	0	0	0%	3		95%	19
Compo- nente motivación	13	1	0	8%	14	4 2/3	90%	4.4

Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, la Organización Mundial de Turismo identifica las motivaciones del viajero como propósitos de viaje y las clasifica en dos grandes divisiones: motivos personales y motivos empresariales/profesionales (OMT, 2010). Tras el análisis y la validación conceptual realizada, se propone la clasificación enriquecida de la Tabla 6. Esta atiende a las recomendaciones hechas por la OMT a la vez que permite mayor detalle y sustento en el análisis, al vincular el ordenamiento internacional con las vivencias del turista y la perspectiva teórica.

**Tabla 6.** Clasificación de propósitos de viaje

<b>OMT</b>	<b>Clasificación enriquecida</b>
<b>1. Personal</b>	<b>1. Personal</b>
1.1 Vacaciones, ocio y tiempo libre	1.1 Vacaciones de descanso y recreación
1.2 visitar a los amigos y familiares	1.2 Visita a familiares y amigos
1.3 Educación y formación	1.3 Educación y formación
1.4 Salud y atención médica	1.4 Salud y atención médica
1.5 Religión / peregrinaciones	1.5 Evento religioso o peregrinación
1.6 Compras	1.6 Fiesta, festival o evento no religioso
1.7 Tránsito	1.7 Compras
1.8 Otro	1.8 Competencia o evento deportivo
	1.9 Exploración, Visita a entorno natural
	1.10 Tránsito
	1.11 Otro
<b>2. Empresarial y profesional</b>	<b>2. Profesionales y laborales</b>
	2.1 Reuniones de negocios
	2.2 Exposición, feria de negocios
	2.3 Convención de mi empresa
	2.4 Viaje de incentivos de negocio
	2.5 Inversión
	2.6 Congreso

Fuentes: Elaboración propia con datos de la OMT (2010).

Los componentes 1.5 y 1.6 distinguen los elementos culturales de los religiosos para realizar los viajes; se incluyen elementos de turismo deportivo en 1.8, ecoturismo en 1.9, y se distinguen importantes matices en el turismo de negocios, detallando el grupo 2. Los renglones de clasificación se alinean también a espacios de motivación social de afiliación (A), logro (L), poder (P) o sus combinaciones en los propósitos actuales.

Para comparar los datos con los propuestos por la OMT, la mayoría de los elementos cuentan con correspondientes directos, mientras los elementos adicionales de la clasificación enriquecida pueden agruparse en el renglón 1.8 y en el grupo 2, permitiendo así una traducción apropiada del sistema enriquecido al sistema internacional.

## Validación de categorías de emociones

Las emociones, descritas como respuestas psico-fisiológicas que preparan a un organismo para la acción frente a un entorno cambiante (Plutchik, 1991), también son un componente clave para definir las experiencias turísticas. Es de esperar que el mismo cambio de entorno –inherente al hecho de viajar– haga que la salida de lo habitual sea emocionante. Sin embargo, para un diseño adecuado de productos turísticos integrales, es preciso ir más allá de emociones “buenas” y “malas”: identificar emociones específicas asociadas al uso o ausencia de los elementos presentes en el espacio turístico. El análisis estructural de emociones para efectos turísticos integrales, además, la ventaja de ser anterior a la racionalización y a la reflexión, lo que convierte a este elemento en un insumo valioso para el desarrollo de productos (Romano, 2012).

La evolución del repertorio emocional humano ha simbolizado gradualmente las respuestas de aproximación-mantenimiento como emociones “buenas” o agradables, mientras que las de terminación-rechazo son decodificadas como “malas” o desagradables, por lo que es de esperar que la acumulación de ciertos tipos de emociones durante el viaje arroje una relación de agrado-satisfacción o bien de desagrado-insatisfacción en el mismo. Parte de la validación de campo consistió en verificar en qué medida el repertorio de emociones y sus matices, así como las resultantes hacia satisfacción en los viajes, son variables identificables y observables como parte de la experiencia.

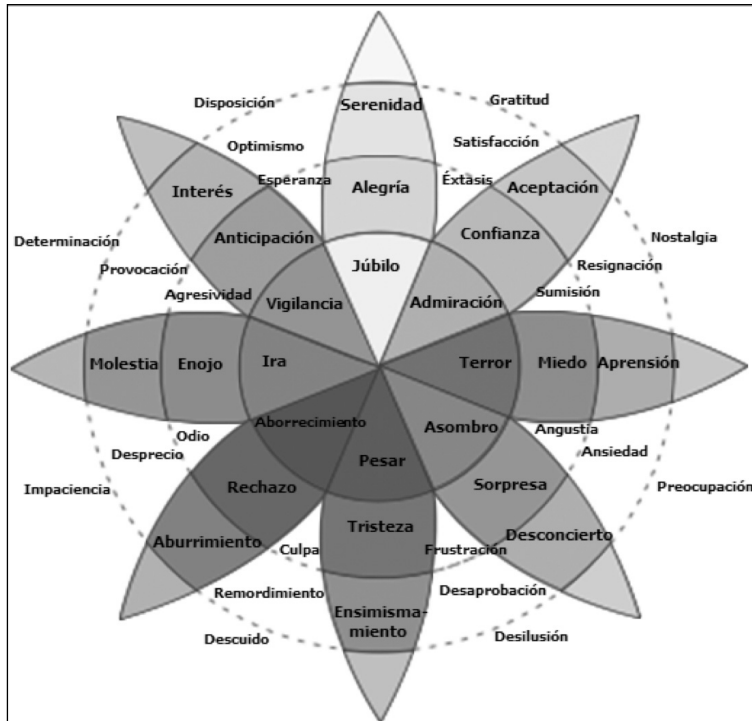
La investigación mostró que los elementos del repertorio original de emociones primarias propuestas por Plutchik son observables y vigentes en todas las unidades analizadas, con pequeños ajustes asociados a uso común del lenguaje en México. Permitted también precisar emociones diádicas y sus matices –que combinan emociones primarias, lo cual genera un repertorio emocional más extenso y cercano a la realidad de las vivencias–, enriqueciendo considerablemente el modelo original y adaptándolo al estudio del turismo. Así se obtiene la roseta de la Figura 7.

Las emociones de atracción y mantenimiento –detalladas en los gajos amarillo, verde claro y verde oscuro de la roseta– son alegría, confianza y miedo. Las emociones de separación-terminación son tristeza, rechazo y enojo, especificadas en gajos azul oscuro, violeta y rojo, respectivamente. Finalmente las dos emociones primarias de especulación también fueron identificadas en las formas de sorpresa y anticipación, en sendos gajos azul claro y naranja.

Las emociones diádicas se ubican en los espacios blancos entre los gajos de color. Por ejemplo, el desprecio se ubica en un punto intermedio entre el rechazo y el enojo.

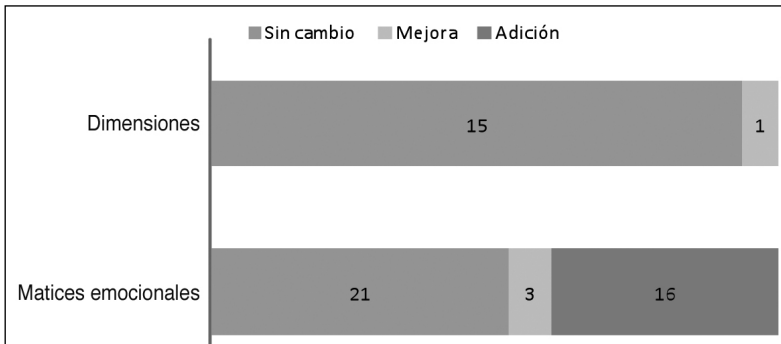
El análisis de alineación conceptual muestra únicamente un pequeño ajuste de lenguaje en las 16 emociones primarias, mientras que se enriquece notablemente en la descripción de matices emocionales, permitiendo nuevamente un entendimiento más detallado de la actividad, según indica la gráfica de la Figura 8.

**Figura 7.** Categorización validada de emociones turísticas



Fuente: Elaboración propia, con base en Plutchik (1991).

**Figura 8.** Alineación conceptual de emociones turísticas



Fuente: Elaboración propia.

La categorización de emociones comprende 16 distintas, con tres niveles de intensidad cada una, donde –siguiendo la propuesta de autor original– el valor central de intensidad también da nombre a la dimensión emocional. Por ejemplo, la dimensión de *Confianza* cuenta con tres matices de intensidad que, de menor a mayor, son *Aceptación*, *Confianza* y *Admiración*.

## Conclusión

El desarrollo conceptual y su fundamentación en campo han permitido definir y validar 122 familias de recursos, 48 matices emocionales y 24 motivos distintos para viajar. Contar con categorizaciones validadas de recursos, motivaciones y emociones turísticas, es condición indispensable para asegurar consistencia práctica y éxito en el mercado. A través del establecimiento de dominios precisos de variables independientes –motivos, recursos– es como se consiguen resultados más acertados en el entendimiento de variables dependientes –balances emocionales, productos y mercados.

Hacia adelante, la validación de cualidades es solo un paso intermedio en la construcción del conocimiento y en el desarrollo de productos turísticos integrales. Para efectos prácticos, las alternativas siguen siendo infinitas y hacen imprescindible el trabajo estadístico futuro, que permita validar cuantitativamente las combinaciones óptimas para cada producto y mercado.

Por ejemplo, es preciso considerar que la cantidad de combinaciones potencialmente valiosas puede calcularse a través de la fórmula:

$$C = \frac{(n-nf)!}{\{(n-m)! * (m-nf)!\}}$$

Donde  $n$  son las categorías disponibles,  $m$  las posibilidades en un repertorio específico y  $nf$  el número de elementos forzados a incluir en la combinación (Medina, 2012). Si suponemos un destino hipotético cualquiera, que cuente con un repertorio típico de 40 recursos turísticos disponibles en su espacio, que den lugar lógico a tres emociones claves y también a tres motivos potenciales de viaje, el destino genera un total de  $3.26 \times 10^{35}$  combinaciones potencialmente valiosas; es decir, un número casi infinito de alternativas. Con claras probabilidades en contra de hallar las combinaciones más valiosas por ejercicios de prueba y error, este cálculo explica por qué el diseño de productos turísticos ha escapado repetidamente al sentido común, y que el análisis requiere también de precisión cuantitativa.

Afortunadamente, las técnicas de análisis estadístico permiten encontrar patrones habituales de comportamiento en poblaciones grandes, de modo que a través de estas herramientas y proyectos de investigación cuantitativa será posible hallar perfiles significativos de comportamiento que definan productos turísticos integrales, ya sean estos a escala nacional, regional, temática o por destino, según sea requerido.

## El autor

Ricardo Medina Covarrubias cursa el doctorado en administración en la Universidad Anáhuac del Sur, y trabaja en su tesis sobre el desarrollo de productos turísticos integrales. Cuenta con 22 años de experiencia en funciones y tareas de estrategia, mercadotecnia y desarrollo empresarial. Como ingeniero industrial y maestro en desarrollo humano por la Universidad Iberoamericana, en 2007 fundó el despacho de asesoría Factor Delta, enfocado en el diseño, implementación e instrumentación de sistemas de gestión empresarial, mercadotecnia científica, expansión geográfica y otras iniciativas de crecimiento empresarial; cuenta entre sus clientes a firmas transnacionales, pequeñas y medianas empresas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones del sector público. Es autor de los libros *Despliega tu Propuesta de Valor* y *Diferenciarse no basta*, publicados por LID Editorial; asimismo es partidario de que la transformación social parta del honor, la colaboración y la educación.

[ricardo@factor-delta.com](mailto:ricardo@factor-delta.com)

## Referencias

- Acerenza, M. A. (2006). *Efectos económicos, socioculturales y ambientales del turismo*. Ciudad de México: Trillas
- Backer, E. (2008). *VFR, the forgotten tourism marketing opportunity*. Victoria: University of Ballart
- Boullón, R. (2009). *Las actividades turísticas y recreacionales*. Ciudad de México: Trillas
- Carmines, E., & Zeller, R. (1979). *Reliability and Validity Assessment*. Newbury Park: Sage
- Castellanos, E. (2011). *Planeación del espacio turístico*. Ciudad de México: Trilla.
- Chambers, E. (2010). *Native tours, anthropology of travel and tourism* (Second Edition.). Long Grove: Waveland
- Chóliz, M. (2004). *Psicología de los motivos sociales*. Valencia: Universidad de Valencia
- Cole, S. (2005). Action ethnography: Using participant observation. En B. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer, *Tourism research methods*. Oxfordshire: CABI
- CONACULTA. (2007). *Programa nacional de cultura y turismo 2007-2012*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
- CONACYT-SECTUR. (2013). *Demandas Específicas de la Convocatoria 2013 del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo*. Cd de México: CONACYT-SECTUR
- CPTM (2007). *Estudio de la segmentación de la demanda turística con dirección a México*. Ciudad de México: Consejo de Promoción Turística de México
- Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Decorp, A. (2004). Trustworthiness in qualitative tourism research. . En J. Philmore, & L. Goodson, *Qualitative research in tourism*. (págs. 156-169). Oxon & New York: Routledge
- Erikson, E. (1994). El ciclo vital humano. En E. Erikson, *Un modo de ver las cosas* (págs. 532-545). Ciudad de México: FCE
- Feria, J. (2012). *Territorial heritage and development*. London: CRC Press
- Fetterman, D. (2010). *Ethnography*. Thousand Oaks: Sage
- Firefly. (2012). *Atributos y motivadores de viaje*. Ciudad de México: Millward Brown
- Goffin, K., Lemke, F., & Koners, U. (2010). *Identifying Hidden Needs, creating breakthrough products*. London: Palgrave
- Jorgensen, D. (1989). *Participant Observation*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Luhmann, N. (1993). *El derecho de la sociedad*. Ciudad de México: Herder
- MacCannel, D. (1999). *The tourist, a new theory of the leissure class*. New York: Shocken
- McClelland, D. (1985). *Human Motivation*. New York: Soctt, Foresman and Co.
- Medina, R. (2012). *Despliega tu propuesta de valor*. Ciudad de México: Lid

- Medina, R. & Colaboradores. (2013). *Marco metodológico y validación conceptual para el diseño de una metodología de caracterización de turistas que consumen recursos naturales, culturales, sol y playa y artificiales. Reporte al Fondo Sectorial CONACYT-SECTUR*. Ciudad de México: inédito
- Miller, T. & Spoolman, S. (2010). *Principios de Ecología*. Ciudad de México: Cengage
- Murchinson, J. (2010). *Ethnography essentials*. San Francisco: Jossey-Bass
- OMT. (2010). *Recomendaciones Internacionales para estadísticas de turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo
- OMT. (7 de noviembre de 2012). *Entendiendo el turismo, glosario básico*. Obtenido de [www.unwto.org](http://www.unwto.org): [http://www.unwto.org/pdf/ Understanding\\_Tourism-BasicGlossary\\_ES.pdf](http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_ES.pdf)
- Plutchik, R. (1991). *The emotions*. Lanham, Maryland: University Press of America
- Popper, K. (2002). *The logic of Scientific Discovery*. Oxxon-NewYork: Routledge
- Rogers, E. (2003). *Difussion of innovations*. New York: Free Press
- Romano, J. (2012). *Neuromarketing*. Ciudad de México: Lid
- Sánchez, & Gándara. (2011). *Conceptos básicos de gestión ambiental y desarrollo sustentable*. Ciudad de México: SEMARNAT
- Serra, A. (2011). *Marketing turístico* (2 ed.). Madrid: ESIC
- Sigala, M., & Leslie, D. (2005). *International cultural tourism*. Oxford: Elsevier
- Spirou, C. (2011). *Urban tourism and urban change*. New York: Routledge
- Yurén, M. T. (1978). *Leyes, teorías y modelos*. Ciudad de México: Trillas



## LINEAMIENTOS PARA LOS AUTORES

### *Estructura de los artículos y resúmenes de disertaciones de doctorado*

Los originales que se envíen para su publicación serán sometidos a un proceso editorial que se desarrollará en varias fases. En primer lugar, los artículos recibidos serán objeto de una evaluación preliminar por parte de los miembros del Consejo Editorial y/o Editor, quienes determinarán la pertinencia de su publicación en *The Anáhuac Journal: Business and Economics*.

1. *The Anáhuac Journal: Business and Economics* publica fundamentalmente artículos producto de investigación y estudios con resultados originales y sujetos a un estricto arbitraje. Se invita también a proponer resúmenes de tesis de doctorado.
2. Los temas que publican son fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, aquellos que traten problemas económicos, financieros, de ciencia política, de administración y de temas vinculados.
3. Los artículos deben ser enviados como documento adjunto al correo electrónico: josecarlos.gonzalez@anahuac.mx en formato WORD (formato.doc).
4. **Extensión.** Los artículos deberán tener una extensión máxima de 6,000 palabras. En casos especiales se podrán considerar artículos de mayor extensión. El texto deberá presentarse preferentemente con tipo de letra Arial de 12 puntos.
5. **Idioma.** Los artículos pueden estar escritos en inglés o en español.
6. **Resumen y clasificación.** Cada artículo debe incluir un resumen de no más de 150 palabras; la clasificación JEL (Journal of Economic Literature), palabras clave y bibliografía.
7. **Estructura mínima del trabajo.** Todo artículo incluirá una introducción que refleje con claridad los antecedentes del trabajo, su desarrollo y conclusiones.
8. **Notas de pie de página.** Las notas de pie de página deberán estar en la hoja correspondiente.
9. Las ilustraciones, fotografías, dibujos, tablas y gráficas deben tener sus leyendas correspondientes, títulos, una numeración consecutiva y estar en alta resolución.
10. Las pruebas matemáticas largas y tablas muy detalladas y extensas deberán estar en un apéndice o ser omitidas totalmente. Los autores deberán hacer un esfuerzo por explicar los resultados del significado de las pruebas matemáticas.
11. Las ecuaciones deberán presentarse en líneas separadas y centradas. Deberán estar numeradas consecutivamente, en el margen derecho, usando números arábigos entre paréntesis.
12. Una vez establecido que el artículo cumple con los requisitos temáticos y formales indicados en estas instrucciones, será enviado a dos árbitros, quienes determinarán en forma anónima: a) publicarlo sin cambios, b) publicarlo cuando se hayan

realizado correcciones menores, c) publicarlo una vez que se haya efectuado una revisión a fondo, o d) rechazarlo. En caso de discrepancia entre ambos resultados, el texto se enviará a un tercer árbitro, cuya decisión definirá su publicación. Los resultados del proceso de dictamen académico serán inapelables en todos los casos. Los trabajos enviados por académicos de alguna institución serán siempre sometidos a consideración de árbitros externos a ella.

13. La bibliografía deberá estar en páginas separadas, a doble espacio, al final del trabajo.
14. Las referencias bibliográficas no deben extenderse de modo innecesario y deberán aparecer completas al final del artículo, ordenadas alfabéticamente y, para cada autor, en orden cronológico, del más antiguo al más reciente. Las referencias bibliográficas se harán según la normas APA, que establecen, entre otras, las siguientes formas: a) Autor (apellido e inicial del nombre), Año de publicación (entre paréntesis), Título del libro (en cursivas), Edición (entre paréntesis), Lugar de edición (seguido de dos puntos), Editorial. Si no tiene editorial se escribe [s.n.], del latín sine nomine, que significa “sin nombre”. Ejemplo: Castel, R. (1997). *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del asalariado*. (1ª ed.). Argentina: Paidós, b) Libro con más de un autor: Autor(es) (apellido e inicial del nombre), Año de publicación, Título del libro (en cursivas), Edición (entre paréntesis), Lugar de edición (seguido de dos puntos), Editorial. Ejemplo: De Mattos, C. & Ducci, M. E. (2005). *Santiago en la globalización: ¿una nueva ciudad?* (2ª ed.). Santiago: Lom. c) Artículo de revista científica con un autor: Ejemplo: Oszlak, O. (2009). El Estado Transversal, *Encrucijadas UBA*, revista de la Universidad de Buenos Aires, núm. 26, enero, pp. 2-4.
15. Se enviará un acuse de recibo por cada artículo. Los trabajos autorizados por los árbitros se publicarán en la revista y serán confirmados a sus autores en un plazo máximo de cuatro meses.
16. La revista se reserva el derecho de hacer los cambios editoriales que considere convenientes.
17. Se aceptan reseñas de libros.
18. Los artículos se aceptan bajo el entendimiento de que son contribuciones originales, que no han sido publicados ni se están ofreciendo a otra revista. Y solo se publicarán aquellos que sean aprobados al menos por dos dictaminadores anónimos.
19. Una vez aceptado el artículo en su versión final, el autor cede todos los derechos económicos sobre su obra y otorga consentimiento para que *The Anáhuac Journal: Business and Economics* lo reproduzca en distintos medios.
20. **Información del autor(es):** en la última página de toda colaboración deberán incluirse los datos generales del autor(es), incluyendo: Nombre completo; centro o departamento a que se encuentra(n) adscrito(s) laboralmente; dirección postal institucional; dirección de correo electrónico y un breve resumen de su experiencia académica.

## INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

### *For Articles and Abstracts of Doctoral Dissertations*

The originals of the articles submitted to be considered for publication will undergo an editorial process comprising several stages. In the first place, the received articles will be object of a preliminary evaluation on the part of the members of the Editorial and/or Publishing Council who will determine the relevancy of their publication in *The Anáhuac Journal: Business and Economics*.

1. ***The Anáhuac Journal: Business and Economics*** publishes research articles and studies with original results always and subject to the blind referee's approval. We also encourage to submit Abstracts of Doctoral Dissertations.
2. The articles should be in the fields of economics, finance, political science, administration, and related topics.
3. The articles should be submitted as attachment by E-mail, to josecarlos.gonzalez@anahuac.mx in WORD (format .doc).
4. **Length.** The articles' extension should be about 6,000 words. In special cases longer articles could be considered. We appreciate if the document is typed using Arial with a 12 points size.
5. **Language.** The articles can be written in English or Spanish.
6. **Abstract and Classification.** Each manuscript should include an abstract of about 100-150 words; the JEL classification (Journal of Economic Literature); key words and references.
7. **The minimum structure of the work.** All work will include an introduction that reflects with clarity the antecedents of the work, its development and conclusions.
8. **Footnotes.** Footnotes in the text must be numbered consecutively and typed on the bottom of the same page.
9. **Tables and Figures.** Tables and figures must be numbered consecutively. Authors must check tables to be sure that amounts add up to the totals shown and that the title, column headings, captions, etc. are clear and put to the point.
10. Lengthy mathematical proofs and very extensive detailed tables should be placed in the appendix or omitted entirely. The author should make every effort to explain the meaning of mathematical proofs.
11. **Equations.** All but very short mathematical expressions should be displayed on a separate line and centered. Equations must be numbered consecutively on the right margin, using Arabic numerals in parentheses.

12. Once established that the article completes with the thematic requirements, besides the formal requirements indicated in these instructions, it will be a correspondent to two referees who will determine in anonymous form: a) to publish without changes, b) to publish when smaller corrections have been completed, c) to publish once a revision has thoroughly been made and d) to reject. In the event of discrepancy between both results, the text will be a correspondent to a third referee whose decision will define its publication. The results of the process of academic verdict will be inappealable in all the cases. The articles submitted by staff of an academic institutions will always be submitted for consideration to referees external to it.
13. **References.** References must be typed on a separate page, double spaced, at the end of the paper.
14. The bibliographical references should not extend unnecessarily and they will appear complete at the end of the article, orderly alphabetically and, for each author, in chronological order, of older to more recent. The bibliographical references will be made among other according to the norms APA that settle down, the following forms: a) Author (Last name and initial of the name), Year of publication (between parenthesis), Title of the book (italic), Edition (between parenthesis), edition (followed by two points), Place, Editorial. If it doesn't have editorial it is written [s.n.] from Latin "sine nomine", that it means without name. Example: Castel, R. (1997). *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del asalariado* (1ª ed.). Argentina: Paidós. b) The book with more than an author: Author (Last name and initial of the name), Year of publication, Title of the book (italic), Edition (between parenthesis), edition (followed by two points), Place, Editorial. Example: De Mattos, C. & Ducci, M. E. (2005). *Santiago en la globalización: ¿una nueva ciudad?* (2ª ed.). Santiago: Lom. c) Article of scientific magazine with an author: Example: Oszlak, O. (2009), El Estado Transversal, *Encrucijadas UBA*, revista de la Universidad de Buenos Aires, núm. 26, enero, pp. 2-4.
15. All articles will be acknowledged upon receipt. Authors should be informed of the decision within four months of receipt.
16. The magazine is reserved the right of making the editorial changes that it considers convenient.
17. Book reviews are welcome.
18. Manuscripts are accepted on the understanding that they are original contributions, unpublished and not on offer to another publication. Articles will be published subject to approval at least two blind referees.
19. Once accepted the article in its final version, the author gives all the economic rights on his work and grants consent so that **The Anáhuac Journal: Business and Economics**, may reproduce it in different means.
20. The author's information: In the last page of all collaboration the authors general data will be included: Name complete; center or department to that it is attributed labor; postal institutional address; electronic mail address and a brief summary of their academic experience.



**Anáhuac**  
MÉXICO SUR

## POSGRADOS

### MAESTRÍAS

- Administración de riesgos
- Alta dirección - MBA
- Arquitectura de interiores
- Derecho de los negocios
- Dirección estratégica del capital humano
- Filosofía
- Innovación social y participación ciudadana
- Logística y negocios internacionales
- Mercadotecnia Integral
- Moda y mercadotecnia
- Periodismo
- Psicología clínica
- Responsabilidad social

### DOCTORADOS

- Administración
- Derecho
- Filosofía
- Filosofía del derecho
- Ingeniería

**\* 20% de descuento en posgrados a egresados**

**Saber  
que hay  
más**

Informes

Mtra. Adriana Patiño Cabello  
posgrados.uams@anahuac.mx  
Tel. 5628 8800 Ext: 545  
www.uas.mx



MEXICO SUR

[www.uas.mx](http://www.uas.mx)



ISSN 1405-8448