



Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Económicas

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Año LVII, N° 126 Enero - Diciembre 2006
MENDOZA (República Argentina)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
Facultad de Ciencias Económicas

Revista
de la
Facultad de Ciencias Económicas

Año LVII, N° 126, Enero - Diciembre 2006
MENDOZA (República Argentina)

Rectora: Dra. María Victoria Gómez de Erice

Decano: Lic. Roberto Varo

Consejo Editorial: Lic. Iris Perlbach de Maradona (Directora Ejecutiva)
Lic. Hugo Ocaña (Administración)
Cont. Flavio Mantován Scaramella (Contabilidad)
Abog. María Josefina Tavano (Derecho)
Lic. Claudia Nerina Botteón de Trapé (Economía)
Prof. Carlos Diego Martínez Cinca (Humanística)
Dra. Virginia Vera de Serio (Matemática y Estadística)

Secretaría de Edición: María Possamai de Méndez Casariego

Para adquisición de la Revista remitirse a la Sección:
Venta de Publicaciones

y para canje:

Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas
de la Universidad Nacional de Cuyo
Centro Universitario (C.C.594)
5500 - Mendoza, República Argentina
E-mail: fcemail@uncu.edu.ar

Tel.: 054 0261 4135003
Fax: 054 0261 4232779

SUMARIO

SECCION ADMINISTRACIÓN

- Determinación de implicancias éticas en las decisiones de comercialización. Un contexto para su análisis*** 7
Por Néstor Donato Ferrari

SECCION ECONOMIA

- Relaciones entre el mercado de divisas y el enfoque Elasticidades de la Balanza de Pagos*** 31
Por Juan M. C. E. Verstraete y Daniel Rada

CONFERENCIAS

- 1. El Contador Público y la Tecnología Informática*** 53
Por Raúl Saroka
- 2. Perspectivas del crecimiento económico mundial*** 69
Por Jorge Baldrich
- 3. Perspectivas del crecimiento económico de Mendoza y políticas activas provinciales*** 83
Por Gustavo Reyes

SECCION NOTAS

- En memoria de un eximio defensor de la libertad económica*** 97
Por Ana María Ciaramunt

Los artículos, notas y comentarios que se publican en la Revista son seleccionados por su significación académica, tanto desde el punto de vista de la investigación como del pedagógico y de extensión universitaria.

Los conceptos y opiniones expresados en los mismos son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

A DMINISTRACIÓN

Determinación de implicancias éticas en las decisiones de comercialización.

Un contexto para su análisisⁱ

Lic. Néstor Donato Ferrari*

Recibido y aceptado noviembre 2005

I. INTRODUCCIÓN

Hay una creciente percepción de una declinación sustancial y permanente en los niveles de la ética de los negocios. Sin perjuicio de la necesidad de realizar investigaciones empíricas que confirmen la existencia y magnitud de esas tendencias, es importante analizar cuales son los conceptos y comportamientos que podrían justificar tales conclusiones.

Por ello, en este trabajo se analizarán los aspectos teóricos que podrían contribuir a caracterizar un comportamiento no ético. Aun cuando el énfasis se colocará en el área comercial, los conceptos son aplicables al resto de actividades empresarias. Complementariamente se analizarán algunos de los comportamientos que en el contexto actual podrían ser considerados como no éticos.

* Profesor Titular de Comercialización II. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuyo

II. IMPORTANCIA DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO

A medida que una sociedad evoluciona, surgen mayores preocupaciones por establecer pautas aceptadas de comportamiento. En ese proceso, es de prever una evolución hacia mayores consideraciones de los derechos de las personas y de la misma sociedad.

Por ello resulta natural que con mayor frecuencia se comiencen a analizar los comportamientos de distintos tipos de profesionales, ya sea del campo de las ciencias económicas, del derecho, de la medicina, ejecutivos empresarios, etc. para determinar el grado de adecuación de los mismos a estas pautas evolucionadas. En alguna medida, la falta de adecuación de estos comportamientos o, peor aún, el desmejoramiento de los mismos en relación con épocas anteriores, conduce a una percepción generalizada de la falta de comportamientos éticos que exhiben muchas personas que se desempeñan en cargos de responsabilidad. Esto es, la sociedad evoluciona hacia marcos en los que requiere comportamientos más éticos y sociales. Pero en el análisis de los comportamientos reales no solamente no se observa una tendencia hacia mejores niveles sino que, por el contrario, tales comportamientos aparentemente desmejoran en relación con pautas anteriores.

En estas tendencias mundiales, el área funcional de las organizaciones en que presuntamente presenta mayores oportunidades de comportamiento poco ético es la comercialización. Básicamente ello surge porque es un área vinculada estrechamente con los procesos de comunicación y cuyas orientaciones deberían enfocarse en la satisfacción de los consumidores y demás grupos de interés. Por ello, la comercialización está más cercana a la observación pública y, por lo tanto, se encuentra más expuesta al análisis y crítica de la sociedad.ⁱⁱ

Hay importantes razones para preocuparnos de este tema.ⁱⁱⁱ

En primer lugar, parece claro que la mayor parte de la gente quiere una sociedad más justa y buena. Una característica esencial de tal sociedad sería que la justicia y la solidari-

dad prevalezcan en ella. La ética y la justicia son términos estrechamente vinculados y todos desearíamos que prevalecieran, especialmente en el orden internacional. Sabemos que no es fácil llegar a esa sociedad ideal. Pero debemos empeñar nuestros mejores esfuerzos para lograrlo y ello supone, entonces, analizar nuestros comportamientos.

Por otra parte, el mundo ha evolucionado hacia los actuales sistemas políticos y económicos predominantes, respecto de los cuales se considera que son los que mejor contemplan, en condiciones ideales de aplicación, el desarrollo de la humanidad. Es importante lograr, entonces, que la justicia prevalezca, si es que se quiere que tales sistemas persistan.

Esto es, la manera más razonable de alcanzar una sociedad más justa es lograr que todos, en especial quienes se desempeñan en cargos de responsabilidad, sean éticos en sus comportamientos. La alternativa de introducir una maraña de reglamentaciones y organismos de control afectaría, en el largo plazo, algunos de nuestros valores más preciados^{iv}. Ello no implica rechazar, desde luego, la existencia de normas legales que, en desarrollos contemporáneamente adaptados, contemplan las nuevas concepciones de nuestra sociedad, previniendo desviaciones y castigando sus efectos no deseados^v.

Ahora bien, el concepto de lo que es un comportamiento ético no tiene una aceptación unánime. Hay diversos enfoques o teorías para tratar de fijar pautas sobre lo que se consideraría o no ético, en determinadas circunstancias. Desde luego, algunos principios encontrarían fácilmente aceptación general y ciertas reglas de comportamiento serían fácilmente aceptadas. Así, por ejemplo, podemos imaginar un rápido consenso en relación con un marco general que especifique que no hay que mentir, ni robar, ni engañar, ni matar. Pero no siempre será fácil encontrar, aun en estos temas, los criterios operativos que permitan su aplicación.

Pero aún cuando se encontrara una respuesta única o, por lo menos, un enfoque en el cual

coincidiera la gran mayoría, el ejecutivo podría encontrarse ante distintas alternativas^{vi}: a) Podría aceptar el enfoque generalizado y actuar en concordancia con ello; b) Podría estar de acuerdo con esas conclusiones pero adoptar un comportamiento no ético, en contraposición con ese enfoque; c) Una tercera alternativa sería que el ejecutivo realizara un análisis inadecuado de la situación y decidiera - considerando que su decisión es ética- tener un comportamiento que en realidad no resultara ético. En ese caso podría sostener que su comportamiento es ético, en el sentido subjetivo; d) Finalmente, podría analizar la situación correctamente pero racionalizar su decisión, sosteniendo que lo que se considera como no ético resulta ético o excusable para su persona.

Vemos entonces que, salvo el caso a), existen tres caminos diferentes por los cuales el ejecutivo llegaría a una decisión errónea. En el caso b) planteado analiza correctamente, pero decide actuar mal. Para este tipo de personas es necesario lograr que reciban un castigo, de manera que concluyan que el comportamiento inadecuado no permite lograr beneficios. En el caso c) el individuo no logra analizar correctamente la situación. Esta persona necesita

capacitación en ética. La cuarta, el caso del racionalizador, es la peor situación. Una modificación de su comportamiento requiere que comience a ser honesto consigo mismo.

Este último caso, el modelo racionalista, es el que provoca la mayoría de los comportamientos inadecuados en comercialización. Constituye la situación típica. Es fácil racionalizar, buscar justificativos ante uno mismo sobre un comportamiento inadecuado. Quizás muchos de nosotros nos hayamos encontrado en este tipo de situaciones en diversas oportunidades.

La complicación adicional es el enfoque difundido sobre que si algo es legal, es bueno. O sea que el interrogante que se plantea en las empresas, en situaciones dudosas, es si algo es o no legal. Ni siquiera surge el análisis de que esa decisión sea o no ética. Desde luego, es obvio que legal no es sinónimo de ético. Peor aún, el tema de la legalidad tiende a degenerarse sobre la base del interrogante: ¿es defendible legalmente? Por supuesto las empresas de alguna importancia tienen departamentos legales y aun, en diversos casos, tienen consultores externos. Pero no es frecuente que integre su personal un consultor en ética ni tampoco que realicen alguna consultoría externa al respecto.

III. MARCO DE ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO

El término ética se refiere a aspectos del comportamiento que son evaluados como buenos y malos, correctos e incorrectos.

Hay un antiguo principio que afirma: *bonum faciendum est, malum vitandum*, que significa "hay que hacer el bien y evitar el mal"^{vii}.

De manera que cuando hablamos de la ética en comercialización, nos referimos a la evaluación moral de las actividades de comercialización^{viii}. Para poder evaluar, entonces, si una decisión es o no ética hay que utilizar algún criterio. Y ese criterio debería referirse a las expectativas de la sociedad, a los intereses de los diversos grupos vinculados, a los competidores, a la administración de la empresa y a los valores personales de los individuos. De esta manera los individuos realizan decisiones sobre cómo actuar, basados en estos principios y el público en general y los diversos grupos de interés evalúan si esas acciones son o no éticas.

La ética en comercialización depende de la confianza mutua entre individuos y organizaciones. Está más allá de los límites de la legalidad. Una acción puede ser legal, pero de acuerdo con los criterios aplicables, aun así podría resultar no ética^x. Por ello, aunque se admita que las organizaciones empresarias persigan su propio interés, las relaciones entre las mismas, sus empleados y los consumidores deben basarse en la confianza mutua. Una violación ética afecta gravemente esa relación de confianza.

Desde luego, el conflicto ético se presenta en todas las actividades y profesiones. Si pudiera calificarse, de alguna manera, el nivel ético de las distintas actividades o profesiones, podría discutirse el nivel que ocuparía la comercialización en relación con las demás. Pero aunque no exista esa escala, es evidente que las repercusiones de las actividades no éticas y las percepciones de la comunidad otorgan gran importancia a la ética en las organizaciones y, en especial, en el área comercial. De ahí la importancia de determinar si un comportamiento o una acción resultan o no éticas.

Pero entonces, ¿cómo determinar si una determinada acción es o no ética?

Para ello, habría que establecer un marco de análisis, con diversos niveles, que permita comprender el contexto dentro del cual actúan los ejecutivos de comercialización, lo cual se efectuará a continuación⁵.

1. EL AMBIENTE DE COMERCIALIZACIÓN

Las decisiones rutinarias de la empresa frecuentemente se enfrentan a conflictos éticos. Ello no es algo que ocurra de cuando en cuando, sino que es una situación permanente. En los actuales ambientes competitivos, la presión permanente para alcanzar los objetivos organizacionales y personales los enfrentan a una constante consideración sobre el cumplimiento de las normas éticas. Ello puede hacerlos considerar que mentir o engañar son caminos alternativos viables para alcanzar tales objetivos.

En el mismo marco se presentan los conflictos de interés. Un conflicto de este tipo surge cuando los propios intereses del individuo involucrado no son plenamente compatibles con los intereses de largo plazo de la organización en que actúa, o de la comunidad en la cual se encuentra tal organización. Hay innumerables situaciones de este tipo, pero es frecuente que surjan los conflictos de interés cuando se realizan sobornos para lograr nuevos clientes y satisfacer a los actuales. Esos sobornos alcanzan una gran variedad, presentándose bajo la forma de pagos específicos, regalos, favores especiales, etc. Tanto quien paga el soborno como quien lo recibe están

colocando sus propios intereses por sobre los intereses de sus respectivas organizaciones. Aunque pueda considerarse que alguna de esas organizaciones se beneficia con tal proceder, como además esos comportamientos son ilegales, los daños a largo plazo pueden ser catastróficos.

Los procesos de comunicación, en especial los mensajes publicitarios, también presentan problemas éticos. Los mensajes falsos o engañosos traen como consecuencia daño o por lo menos insatisfacción del consumidor^{xi}. Pero también existen tácticas en las ventas personales de las mismas características^{xii}. Dentro del mismo conjunto de herramientas no éticas se encuentran las situaciones en que se manipula o retiene información referida a la seguridad de los productos y la contaminación ambiental. Es el caso de los vehículos que presentan defectos de fabricación con peligrosas consecuencias para sus conductores^{xiii}. Aunque en algunos casos han habido llamamientos a los conductores a fin de efectuar las correspondientes reparaciones y sustituciones, en otras situaciones las empresas han rechazado estos requerimientos.^{xiv}

2. FILOSOFÍAS MORALES PERSONALES

La concepción moral de cada persona influye sobre su comportamiento ético. La moral es el conjunto de principios que determinan el correcto camino a seguir. Las personas aprenden estos principios mediante el proceso de socialización en la familia, con la interacción en los grupos sociales y con la educación formal. Estos enfoques pueden dividirse en dos categorías: utilitario y humanista.

Las personas que adhieren al enfoque utilitario buscan la mayor satisfacción para el mayor número de personas. Si una actividad particular permite alcanzar el mayor bienestar para el mayor número de personas puede determinarse mediante un análisis de costo-beneficio^{xv}. Mediante este enfoque, la suma de todos los costos de una determinada acción se deducen de la suma de todos los beneficios. Si el neto resultante es positivo, la acción que se analiza es considerada ética. Si el resultado neto es negativo, la acción no es ética. En un caso famoso, Nestlé publicitaba una leche presentada como hipo-alérgica, lo cual prevenía o reducía los cólicos y problemas similares causadas por la sensibilidad a la leche de vaca. Sin embargo, cuando se proporcionó el pro-

ducto a algunos niños con alta alergia a la leche de vaca, les provocó serias reacciones, incluso violentos vómitos. Numerosos médicos y padres consideraron entonces que la publicidad de Nestlé era confusa y no ética. La empresa sostuvo que había indicado en la rotulación solamente que el producto era de baja reacción alérgica y no "libre de alergia" por lo que consideraba que había procedido éticamente, satisfaciendo las necesidades de la mayoría de los niños con esa afección. Pero antes que estos problemas adquirieran estado público, la empresa eliminó la mención de la presentación, a fin, según dijo, de evitar "la confusión potencial entre los padres acerca del significado de la expresión "hipoalérgico".^{xvi}

En contraposición, las personas que siguen la filosofía humanística se enfocan sobre los derechos y valores individuales. Esto implica adoptar la obligación moral de apoyar la salud y seguridad de los consumidores sin considerar el costo. Desde luego, esto se extiende a los trabajadores, por lo que este tipo de empresa no utiliza prácticas discriminatorias en las contrataciones.

3. FACTORES ORGANIZACIONALES

El éxito de un ejecutivo se evalúa por el cumplimiento de los objetivos asignados, tales como nivel de beneficios o participación en el mercado. Pero la manera en que se alcanzan esos objetivos está influenciada por dos factores organizacionales: las interacciones con otras personas relevantes en la organización y las oportunidades para involucrarse en un comportamiento no ético.

a) Interacciones con otros

El comportamiento ético es frecuentemente aprendido en el proceso de interactuar con la familia, con los amigos, otros grupos sociales en el trabajo, la escuela, etc. Cada uno de estos grupos tiene sus propias normas, valores y actitudes. Mientras mejor sea el comportamiento ético dentro de esos grupos, mayor es la probabilidad de que sus componentes actúen éticamente. Por el contrario, si los individuos están expuestos a un comportamiento no ético en esos grupos, resultará más probable que luego actúen no éticamente. De esta manera, la percepción de los empleados de la ética de sus pares y de sus superiores en la organización, frecuentemente es un más fuerte predictor de su comportamiento que su propio sistema de valores éticos y morales.^{xvii} De esta manera, si un empleado observa que un compañero manipula los datos de investigación para generar un resultado más favorable, es más probable que el empleado lo imite, aún si considera que esa acción es no ética.

b) Oportunidad

En toda situación se presenta un conjunto de condiciones que limita el comportamiento desfavorable o premia el comportamiento favorable. Las recompensas pueden ser internas (un sentimiento intangible de bondad y mérito por hacer algo sin recompensa directa) o externas (como el caso de una compensación tangible que se recibe a cambio de proporcionar un servicio, idea o producto. La filosofía humanística se enfoca sobre los derechos y valores relativos a las recompensas internas, mientras que la filosofía utilitaria enfatiza las recompensas externas de los partes o de la administración superior.

Cuando una persona es recompensada, ya sea interna o externamente o no es castigada por actuar no éticamente, probablemente repetirá su comportamiento. De esta manera, mientras mayor sea la recompensa o menor el castigo por el comportamiento no ético, mayor es la probabilidad que ocurra el comportamiento no ético.

La severidad del castigo por el comportamiento no ético implica el envío de un mensaje acerca de la aceptabilidad de tales actividades.

IV. PAUTAS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA ÉTICA DE LOS COMPORTAMIENTOS EN COMERCIALIZACIÓN

Planteábamos, en el punto III, el interrogante sobre cómo determinar si un comportamiento es o no ético en comercialización.

Quienes se han ocupado de estos temas desarrollan enfoques y modelos que arrancan en autores tan antiguos como Platón y Aristóteles hasta los filósofos modernos. Otros, previamente a su análisis, proponen algunas reglas operativas más sencillas, entre las cuales pueden mencionarse¹⁰¹: a) El enfoque ético profesional y b) El test de la TV. El primero implica que solamente podrían realizarse aquellas acciones que fueran consideradas como apropiadas por un panel independiente de colegas profesionales. El test de la TV implica que en el análisis de una acción, el gerente debería preguntarse si se sentiría cómodo explicando a una audiencia nacional de televisión por qué tomó esa acción. A estos dos enfoques se agrega la famosa Regla de Oro, que será explicada más adelante en este mismo apartado.

En la búsqueda de un enfoque operativo, en el apartado anterior habíamos destacado la necesidad de establecer un marco referencial para el análisis. Complementariamente, hay que establecer un modelo ético contra el cual confrontar el comportamiento que se desea analizar. Ocurre que aunque las decisiones sobre el carácter ético de muchas decisiones parecen obvias, en otros casos surgen verdaderos dilemas. De ahí la necesidad de revisar los modelos que han tratado de resolver esos interrogantes.

Uno de los enfoques más conocidos se denomina "utilitarismo" o "ética utilitaria" y preconiza que los actos no son buenos o malos en sí mismos, sino que ello depende de sus consecuencias¹⁰². O sea es una elaboración de la conocida expresión "el fin justifica los medios". Dado ese énfasis en el fin, el utilitarismo es conocido como una filosofía teleológica (del griego telos, fin). En la concepción de Jeremy Bentham, considerado el padre del utilitarismo, un acto es bueno o moral cuando "crea mayor felicidad a un mayor número de personas". Como las consecuencias ocurren obviamente después que se ha tomado la decisión o ejecutado la acción, no puede juzgarse la ética hasta después del hecho.

Dado la indefinición que provoca la palabra felicidad, Bentham afirma que la felicidad puede asimilarse al placer y la desdicha con el sufrimiento. Por ello, lo que nos brinda placer se identifica con algo bueno y lo que nos ocasiona sufrimiento es algo malo. El corolario de ello es que si se logra un resultado neto de placer se considera un accionar moral, mientras que si resulta un sufrimiento neto es inmoral. Actuar de manera egoísta sería no ético, porque los buenos resultados no se distribuirían al mayor número de personas.

El enfoque plantea algunos problemas operativos^{xx}. Así, suele ser difícil prever con exactitud cuáles son las consecuencias de una decisión. En segundo lugar, la aplicación del enfoque supone cierta cuantificación del placer y del sufrimiento. Surge la dificultad de determinar cuáles unidades utilizar y determinar equivalencias entre ambos conceptos.

Sin embargo, el enfoque utilitarista es muy usual en diversos ámbitos de la empresa. Cuando se utilizan los análisis de costo – beneficio se está utilizando el concepto utilitarista. Y, aplicado a la evaluación ética, implicaría analizar cuánto bien (placer) y cuánto mal (sufrimiento) surgirá de la acción y comparar ambos niveles. En esta evaluación, empero, surgen dos complicaciones: a) el falseamiento de los cálculos, derivados de la existencia de prejuicios y b) la eventual discrepancia entre las relaciones de bien y mal y el concepto de justicia.

El primer aspecto se refiere a que, al efectuar la evaluación, surge una apreciación subjetiva de las cuantías del bien y del mal derivados de la acción. Ello supone la dificultad de realizar un análisis imparcial de la magnitud de los beneficios y perjuicios propios, en comparación con los beneficios y perjuicios que pueden ocasionarse a otros. Una complicación adicional es que se considere la situación particular en forma especial, como una excepción en relación con cualquier regla general. Aunque Bentham sostiene que ello podría lograrse con educación del decisor, hasta que tal situación ideal se alcance es impropio confiar en tal objetividad.

El segundo problema es el de la justicia. Dado que la premisa es lograr el mayor bien posible, surgen eventualmente afectaciones de los derechos de determinadas personas, en la medida en que el respeto de los mismos se opondría al logro de ese bien común. Ejemplificando, un ejecutivo podría realizar un minucioso análisis de los costos y beneficios a fin de determinar si resulta ético volcar residuos potencialmente tóxicos en un canal público. Quizás no está claro si ello es ilegal, pero los factores que consideraría serían los daños posibles, la pérdida eventual del negocio y los costos de formas alternativas de eliminación de los residuos. Al evaluar estos factores, consideraría la maximización de buenos resultados (los beneficios de la empresa, mantenimiento de los puestos de trabajo, provisión de productos y servicios para sus clientes) y la minimización de los malos resultados (afectación del entorno, amenazas para la salud humana, etc.)^{xxi}. A pesar de la coherencia de estas decisiones con el enfoque del modelo, la mayor parte de la gente no las consideraría justas.

El otro enfoque se denomina deontología (del griego deon, obligación) y se refiere al estudio de las obligaciones morales^{xxii}. Rechaza el modelo anterior, porque supondría la posibilidad de aceptar acciones no éticas con la excusa de que están justificadas por los fines a alcanzar. Para este enfoque la ética supone conformidad con ciertos principios inflexibles, ajustándose a una estructura lógica universalmente válida y reconocida. Por ello se la denomina “ética formal”.

El mayor referente de este enfoque es el filósofo alemán Emanuel Kant, que supone que se puede saber lo que es ético antes de conocer sus consecuencias. Para reconocer un acto como moral o ético deben cumplirse, de acuerdo con este enfoque, las siguientes tres características, que determinan un imperativo categórico^{xxiii}:

- a) Los actos morales son universalizables. Es decir que todas las personas, en una situación similar, deberían realizar el mismo acto. O sea, debería obrarse de la forma en que deberían obrar todos, de manera que esa acción resista la prueba de transformarse en una ley univer-

sal que obligase a todos. Como consecuencia, puede saberse que acciones son éticas mediante la aplicación de reglas o principios reconocidos universalmente. Y entonces, las acciones que violan leyes, reglas y valores, generalmente aceptados, no son éticas. Efectuar una excepción de la regla no es ético.

- b) Demuestran respeto por los seres humanos, considerándolos como fines en sí mismos y no como medios.
- c) Estos actos son aceptables para todos los seres racionales. Si el acto moral constituye el fundamento de una ley moral, tanto los destinatarios como los iniciadores del acto estarían de acuerdo en considerarlo justo.

De estas tres premisas surge la necesidad de coherencia interna del acto. Si una empresa realizara prácticas engañosas, trasgrediera convenios contractuales, ninguna de las partes de una transacción podría estar segura del resultado y el sistema de relación entre empresas se autodestruiría. Como consecuencia, en la concepción de Kant se observa que la opción ética es la que parecerá aceptable tanto si ha sido hecha por la empresa como si ha sido hecha para la empresa.^{xxiv}

Para visualizar la diferencia con el enfoque anterior, podría considerarse, en el mismo ejemplo, que se poscen reglas aplicables universalmente que establecen que las empresas no pueden verter residuos tóxicos en los canales públicos. Aun sin tener conocimientos de las consecuencias de una acción de este tipo, el ejecutivo de la empresa sabe de antemano que verter residuos tóxicos en los canales públicos no es ético. Es entonces el conocimiento de estas reglas y no el conocimiento o evaluación de las consecuencias potenciales lo que guiará las acciones del ejecutivo.^{xxv}

Los problemas surgen cuando las reglas son confusas o cuando tales reglas entran en conflicto entre sí.

También asume importancia un enfoque sintético que, aunque menos elaborado que el enfoque de Kant, puede resultar operativo. Es el precepto conocido como la "regla de oro", que especifica: **"Actúa de la manera en que esperarías que los otros actuaran hacia ti"**^{xxvi}. Esta regla considera, entonces, los propios sentimientos y deseos propios como el modelo contra el cual se confronta el comportamiento propio y de los demás. Como consecuencia de su aplicación, el que realiza una acción no debe preguntarse cómo se siente, sino como se sentiría si fuera el otro, esto es, el receptor de la acción.

Es interesante destacar que modalidades de esta regla, que en esencia constituye un requerimiento básico para el comportamiento humano, existen en las principales religiones. En algunos casos se enuncia en forma positiva. Así, Jesús dijo "todas las cosas que queráis que los hombres hagan con vosotros, así también haced vosotros con ellos"^{xxvii}. En el islamismo, Mahoma observaba que "ninguno será un creyente hasta que améis de su prójimo lo que amáis de vosotros"^{xxviii}. En otras religiones el enunciado tiene forma negativa. Así, Confucio dijo "no hagas a otro lo que no quieras que te hagan a ti (Analectas - 15.23)"^{xxix} y de la misma forma Hillel, maestro judío observó "no hagas a los otros lo que aborreces para ti"^{xxx}. Del Mahabharata, la gran épica hindú, surge "éste es el epitome de todo deber: no hagas a los otros lo que te causaría dolor si te lo hicieran a ti"^{xxxi} y finalmente, Buda observaba "no hagas a otros con lo que te hiere a ti"^{xxxii}.

La aplicación de la regla de oro implica, de alguna manera, la síntesis de los dos enfoques mencionados anteriormente.^{xxxiii} Mientras que la conclusión del enfoque utilitarista implica que los actos morales maximizan la felicidad y el enfoque kantiano requiere que los actos morales sean consecuentes con una ley moral universal, muestren respeto por el individuo y que, al mismo tiempo, todos los consideren justos, la integración supondría que **las empresas deben tratar con justicia a los individuos, de la misma manera que a ellas les gustaría que las trataran si**

ellas mismas fuesen personas. En un marco más amplio, las empresas tienen que cumplir ciertas obligaciones con sus públicos, dentro de los cuales se incluyen los clientes, los empleados, los propietarios, los proveedores, las comunidades locales y la sociedad en general. Las acciones vinculadas con tales obligaciones podrían evaluarse, entonces, desde el punto de vista ético, mediante la aplicación de las pautas explicadas.

V. SITUACIONES TÍPICAS EN COMERCIALIZACIÓN QUE PRESENTAN CONFLICTOS ÉTICOS

Del análisis de diversas situaciones de nuestra realidad y con otros casos que surgen de las revisiones bibliográficas, pueden mencionarse algunas situaciones típicas en comercialización, que presentan conflictos éticos. Debe notarse que, en algunos casos, las situaciones presentadas, además de no éticas, pueden ser ilegales. Ocurre, sin embargo, que diversas

leyes que resultan aplicables en la actividad comercial, establecen marcos referenciales generales, cuyas modalidades de aplicación deben ser decididas en casos concretos. Entonces, como ocurre en otros campos en nuestro país, las posibilidades de aplicación concreta resultan minimizadas, con lo que solamente persisten los cuestionamientos éticos.

1. PRODUCTO

- Productos inseguros.
- Productos inadecuados, que no resisten el uso ordinario o duran menos de lo previsible.
- Garantías inadecuadas, que cubren un periodo insuficiente o no cubren la totalidad de los elementos pertinentes.
- Contaminación ambiental, descargando residuos peligrosos.
- Irregularidades en desarrollos de productos y autorizaciones gubernamentales de los mismos.
- Fabricación distorsionada, con sustitución de componentes.
- Marcas engañosas.
- Productos falsificados.
- Copias no autorizadas de productos.
- Ventas en exceso de la cantidad disponible, como, por ejemplo, la sobre venta en las aerolíneas.
- El problema de la denominada obsolescencia planeada. Normalmente en este tema se distingue entre obsolescencia tecnológica y obsolescencia de estilo. Ésta última es la más criticada, al hacer que en productos como ropa, muebles, automóviles, etc. se pretenda que la gente que siga utilizando los productos anteriores sea considerada fuera de época. Pero, en contraposición, se ha sostenido, en estos casos, que gran parte de lo que se califica como obsolescencia planeada es el resultado de las fuerzas competitivas y de los gustos de los consumidores por el cambio y lo nuevo y que si ello no fuera aceptado por suficientes personas, tales intentos fracasarían.

2. ENVASES

- Cantidades engañosas, a través del diseño de envases que simulan contenidos sustancialmente superiores a lo real.

- Incrementos ocultos de precios, a través de la reducción de los contenidos en relación con las prácticas anteriores, sin advertir claramente al consumidor.
- Segmentaciones de mercado inapropiadas, con productos de lujo en zonas de limitados ingresos.
- Diferencias de pesos declarados con los reales del producto, que resultan menores.
- Productos mal rotulados, que no explicitan adecuadamente los contenidos o utilizan expresiones que inducen a engaño sobre la pureza, cantidad, origen u otra característica de los mismos.

3. PRECIOS

- Niveles exagerados de remarcación, utilizadas a veces para denotar calidad. Hay sectores especialmente criticados en relación con este tema, como la industria farmacéutica^{AAVV}, las funerarias, los precios de repuestos proporcionados por los propios fabricantes, etc.
- Diferenciaciones de precio exageradas, tales como se observa actualmente en los precios de los tickets aéreos, resultando en grandes diferencias en los precios de asientos adyacentes, según el día de compra.
- Discriminaciones de precios, que frecuentemente resultan en desmedro de los sectores más desprotegidos.
- Precios ficticios, que implican aparentemente un gran descuento sobre los precios anteriores, pero que no resultan tales, al compararlos con los normales en el mercado. Se utilizan para provocar una gran atracción, al sugerir la existencia de un descuento considerable.
- Precios anzuelo, que constituyen niveles muy atractivos para los productos a los cuales están referidos, pero que cuando el cliente concurre al local no se encuentran disponibles o se encuentran en condiciones inaceptables, por lo que se intenta derivar al cliente hacia productos sustancialmente más caros.
- Deficiencias en los sistemas de scanner en los supermercados, en que no se introducen en el sistema de lectura de barras de las computadoras los precios rebajados.
- Etiquetado previo, o precios de lista incrementados, que luego son rebajados por los minoristas simulando un gran descuento.
- Menciones de precios mayoristas, por parte de minoristas, para denotar que se trata de precios reducidos.
- Notas limitativas de las ofertas, colocadas en forma poco destacada.

4. PROMOCIÓN

- Publicidad engañosa, que implica la realización de cualquier tipo de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios. Desde luego, la publicidad engañosa es ilegal, aunque es la interpretación administrativa y judicial la que encuadra la acción en este tipo de consideraciones.
- Argumentaciones exageradas y sin adecuada fundamentación previa.

- Utilización de celebridades en publicidades testimoniales, utilizados en roles persuasivos dirigidos a los jóvenes para productos inadecuados como bebidas alcohólicas, licores y cigarrillos.
- Mensajes dirigidos a audiencias ingenuas, tales como niños o adolescentes o comunidades sin educación^{xxxv}.
- Técnicas de telemarketing, que ofrecen premios adicionales para compras rápidas.
- Publicidades de mal gusto, como por ejemplo las referidas a presentaciones con connotaciones sexuales sin relación con el producto.
- Omisión de información importante y pertinente en los mensajes publicitarios.
- Utilización de símbolos que vinculen injustamente a una empresa con el patrocinio de importantes eventos, como sería el caso de las próximas olimpiadas, sin haber pagado los costos respectivos.
- La práctica de utilizar en los avisos imágenes de productos que no son los realmente ofrecidos, sino de una versión superior, aunque se advierta de ello al lector.
- Descripciones de productos en términos de “lo que podría llegar a ser”, como es el caso de las publicidades de barrios cerrados, en que se describe idílicamente lo que en el momento del ofrecimiento es solo tierra sin servicios.
- Exageración de las cualidades de un producto o de expectativas futuras.
- Afirmaciones ambiguas, sujetas a dobles interpretaciones.
- Omisiones importantes, tanto sobre el producto como sobre otros aspectos (garantías, etc.).
- Engaños por inferencia.
- Utilización en los avisos de tipografía editorial, para lograr más credibilidad.
- Utilización en los avisos de falsas autoridades o de símbolos que las sugieren.
- Certificaciones falsas o basadas en investigaciones con insuficiente validez.
- Cupones con corta vida de validez.
- Concursos que requieren la compra del producto para poder participar.
- Demostraciones falsas de productos.
- Apelaciones falsas de que el producto es el único que tiene una determinada característica.

5. DISTRIBUCIÓN

- Ventas engañosas por telemarketing.
- Ventas engañosas por marketing directo.
- Envío a potenciales clientes de productos no solicitados.

6. VENTA PERSONAL

- Aceptación u otorgamiento de sobornos y obsequios. Interesa distinguir el límite en que un obsequio deja de ser tal para transformarse en soborno.
- Los conflictos de intereses, cuando un vendedor tiene, por ejemplo, un pariente dentro de la estructura de compras de una empresa cliente.
- El favoritismo hacia ciertos clientes.
- Abultamiento de gastos.
- Los engaños en informes y cifras.
- La utilización de información en beneficio propio y su sustracción al alejarse de una empresa.

- Ventas de alta presión
- Contactos a través de la simulación de falsas encuestas.

7. FRAUDES DE LOS CONSUMIDORES

Desde luego, podría realizarse un listado de las prácticas no éticas que utilizan los consumidores. Entre ellas podrían mencionarse las siguientes:

- Raterías.
- Consumo de productos en los locales, sin efectuar el pago previo.
- Cambios de las etiquetas de precios, de productos de menor valor a productos de mayor valor.
- Devolución de prendas que han sido utilizadas y que se adquirieron a ese solo objeto.
- Maltrato de productos y devolución como productos deteriorados.
- Utilización de cupones vencidos.
- Devolución de productos comprados en liquidación con reclamo del precio total.
- Hurto de botones y accesorios.
- Devolución de productos consumidos parcialmente reclamando la devolución total del precio.
- Abuso de las garantías.
- Daño de productos para luego requerir un descuento del precio.
- Reproducción sin permiso de material con protección intelectual legal.

VI. CONCLUSIONES

Se han analizado los principales aspectos que determinan la necesidad de un comportamiento ético, en comercialización, por parte de las organizaciones. Luego de definir un marco general operativo, hemos desarrollado diversas teorías propuestas para la determinación del encuadre de una determinada acción, llegando a aspectos operativos que permitirían, en la mayoría de los casos, desechar acciones no éticas.

Pero estas normas deben ser aplicadas, obligatoria y objetivamente, por parte de los integrantes de la organización. Entonces ¿cómo puede una organización estimular el comportamiento ético?

Muchas empresas y universidades están ahora ofreciendo cursos sobre ética, pero el valor de pretender enseñar ética es un tema de controversia.

Desde luego, quienes actúan en comercialización deben cumplir con las leyes y reglamen-

taciones aplicables. Pero ello no es suficiente. Se espera que las decisiones en comercialización no provoquen deliberadamente daño a otros, a través del engaño, la tergiversación o la coerción.

Muchas empresas han elaborado sus propios códigos de ética y algunas probablemente tienen comités internos de ética. Los códigos de ética y las políticas corporativas relativas a la ética pueden utilizarse para reducir los comportamientos no éticos en los lugares de trabajo. Al establecer políticas corporativas y códigos de ética, los empleadores ayudan a los empleados a una mejor comprensión de lo que se espera de ellos, constituyendo una herramienta pedagógica que los sensibiliza sobre los temas que podrían tener implicancias éticas. El refuerzo de los códigos de ética, a través de recompensas y castigos, limita las oportunidades de involucrarse en comportamientos no éticos y de este modo resultan en una mayor aceptación de los estándares éticos.

Sin embargo, la existencia de los códigos involucra también algunos problemas^{xxxvi}. Frecuentemente, estos códigos son considerados como elementos de relaciones públicas, con lo que los gerentes desearían de su valor operativo para la organización. Consecuente-

mente, suelen tener una redacción general, dado que difícilmente pueden llegar a ser lo suficientemente exhaustivos, en relación con la diversidad de situaciones ante las que se podrían enfrentar quienes toman decisiones en comercialización.

Por ello, para lograr que un Código de Ética tenga valor práctico, debería cumplir los siguientes requisitos^{xxxvii}:

1. Evitar la vaguedad, enfocándose en los problemas que resultan fundamentales en la actividad en la que actúa la organización. Así, los fabricantes de juguetes deberían enfatizar en los aspectos de seguridad de los juguetes, publicidad dirigida a los niños, etc. Un fabricante de bebidas alcohólicas debería enfocarse en los temas que permitan destacar la responsabilidad por el consumo. Ocurre que cada organización tiene determinadas áreas en las que resulta más probable que surjan situaciones de abuso o de comportamiento no ético y esas son las áreas en que debería concentrarse el código.
2. Para lograr el respeto de los gerentes y empleados, el Código de Ética debería reforzarse con un sistema de premios y castigos, inexorablemente aplicado.
3. Debe lograrse una actualización permanente. Esto implica la necesidad de una revisión periódica sistemática, a fin de reflejar los cambios en las condiciones ambientales, los estándares de la comunidad y la evolución de las políticas organizativas. Esto permitiría, entonces, anticipar posibles problemas éticos.

También las organizaciones profesionales tienen un importante rol en este proceso. De la misma manera que en otras profesiones, las organizaciones que agrupan específicamente a los profesionales de comercialización tienen códigos de ética. Una de las entidades de mayor gravitación en el mundo, en este campo profesional, es la American Marketing Asociación, que ha elaborado Códigos de Ética^{xxxviii} referidos a los profesionales que actúan en marketing y a las actividades de Investigación de Mercados. En lo que se refiere al primer código, abarca aspectos tales como la responsabilidad del ejecutivo de marketing, la honestidad y la justicia, los derechos y obligaciones de las partes y las relaciones organizacionales. Adicionalmente, se determinan pautas de conducta para las áreas de producto, precio, promoción, distribución e investigación de mercados. El Código de Ética para investigadores de mercado establece pautas para los usuarios, para los investigadores y para los entrevistadores de campo. A cualquier miembro de la AMA al que se demuestre la violación de cualquier estipulación de los Códigos de Ética aludidos, podría suspenderse o revocarse su membresía en la Asociación.

Para quienes tenemos responsabilidades docentes, surge la evaluación de la posibilidad y efectividad de la enseñanza de la ética. Es probable que la inclusión de estos temas, como es habitual en los cursos de comercialización, proporcione marcos adecuados para el reconocimiento de las dimensiones éticas de ciertos problemas y facilite el análisis de los mismos y las pautas de resolución. Sin embargo, todos los cursos suponen en el receptor una persona básicamente moral. Los rasgos de carácter como lealtad, solidaridad, sensibilidad, justicia, compasión, honestidad deben ser subsistentes, aunque pueden ser reforzados al desarrollar tales temas, o en la asistencia a cursos específicos sobre ética. No constituyen un sustituto para los valores que se transmiten en el hogar o que son absorbidos a temprana edad, en nuestras escuelas y nuestra comunidad. Estas limitaciones no implican, desde luego, renunciar a nuestros esfuerzos en la transmisión de estos valores.

Los elementos estimulantes son que en estos diversos ámbitos, esto es, la comunidad, las empresas, las casas de estudio, surge un creciente interés en la investigación, la enseñanza y las aplica-

ciones de estos temas. Este proceso de institucionalización, quizás lento, resulta esencial para el mejoramiento de las acciones. Es el camino deseado hacia una sociedad más justa y solidaria. En ello debemos comprometer nuestros esfuerzos.

ANEXO N° 1

Código de Ética de la American Marketing Association para ejecutivos de marketing^{xxxix}

Los miembros de la American Marketing Association están comprometidos con una conducta ética profesional y han acordado sujetarse a este Código de Ética que abarca los siguientes temas:

I. Responsabilidades del mercadólogo

El mercadólogo debe aceptar responsabilidad por las consecuencias de sus actividades y hacer todo lo que esté de su parte por asegurarse de que sus decisiones, recomendaciones y acciones sirvan para identificar, atender y satisfacer a todos los públicos pertinentes: clientes, organizaciones y sociedad.

La conducta básica de los mercadólogos se debe guiar por:

1. La regla básica de la ética profesional: no causar perjuicios a sabiendas.
2. El respeto de todas las leyes y reglamentos aplicables.
3. La representación exacta de su educación, capacitación y experiencia.
4. El apoyo, la práctica y la promoción activa del presente Código de Ética.

II. Honestidad y justicia

Los mercadólogos deben apoyar y fomentar la integridad, el honor y la dignidad de la profesión de marketing:

1. Siendo honesto al atender a los consumidores, clientes, empleados, proveedores, distribuidores y el público.
2. Evitando participar a sabiendas en conflictos de interés, sin avisar con anterioridad a todas las partes implicadas.
3. Estableciendo tarifas equitativas que incluyan el pago o la recepción de una compensación acostumbrada y/o legal por los intercambios de marketing.

III. Derechos y obligaciones de las partes

Los participantes del intercambio de marketing deberán poder esperar que:

1. Los productos y servicios que se ofrecen sean seguros y adecuados para sus supuestos usos.
2. Las comunicaciones acerca de los productos y servicios ofrecidos no sean engañosas.
3. Todas las partes tengan la intención de cumplir con sus obligaciones financieras y de otro tipo, de buena fe.

4. Existan métodos internos apropiados para el ajuste y/o la restitución equitativa de reclamaciones relacionadas con compras.

Se entiende que lo anterior incluirá las siguientes responsabilidades del mercadólogo, aunque no esté limitado a ellas:

En el área de desarrollo y administración de productos

- Revelación de todos los riesgos sustanciales asociados al uso del producto o servicio.
- Identificación de cualquier sustitución de componentes de producción que podría alterar significativamente el producto o afectar la decisión de compra del comprador.
- Identificación de características adicionales que eleven los costos.

En el área de promociones

- Evitar la publicidad falsa o engañosa.
- Rechazar las manipulaciones de alta presión o tácticas de venta engañosas.
- Evitar promociones de ventas que usen engaños o manipulaciones.

En el área de distribución

- No manipular la disponibilidad de un producto para fines de explotación.
- No usar coacción en el canal de marketing.
- No ejercer influencia excesiva sobre la decisión del revendedor de trabajar o no un producto.

En el área de fijación de precios

- No entrar en colusión para fijar precios.
- No practicar fijación de precios depredadores.
- Revelar el precio total asociado a cualquier compra.

En el área de investigación de mercados

- Prohibir las ventas o la recaudación de fondos con la pretensión de realizar investigaciones.
- Mantener la integridad de las investigaciones y evitar el falseo u omisión de datos pertinentes.
- Tratar de forma justa a los clientes y proveedores externos.

IV. Relaciones organizacionales

El mercadólogo debe ser consciente de cómo su conducta podría influir o afectar el comportamiento de otros en las relaciones organizacionales. No debe exigir, fomentar o aplicar coacción para lograr una conducta poco ética en sus relaciones con otros, como empleados, proveedores o clientes.

1. Aplicar la confidencialidad y el anonimato en las relaciones profesionales con respecto a información privilegiada.
2. Cumplir de forma oportuna con sus obligaciones y responsabilidades en contratos y acuerdos mutuos.
3. Evitar tomar el trabajo de otros, de forma total o parcial y hacerlo pasar como trabajo propio o beneficiarse de él sin compensar a su creador o dueño, u obtener su consentimiento.

4. Evitar manipulaciones para aprovecharse de situaciones, a fin de maximizar el bienestar personal de cualquier forma que prive injustamente, o dañe, la organización de otros.

A cualquier miembro de la AMA al que se demuestre la violación de cualquier estipulación de este Código de Ética, podría suspenderse o revocarse su membresía en la Asociación.

ANEXO N° 2

Código de Ética de la American Marketing Association para investigadores de mercado^{x1}

La American Marketing Association, para cumplir con su objetivo central de favorecer el desarrollo de la ciencia de la mercadotecnia y como un reconocimiento de su obligación ante el público, ha establecido estos principios de comportamiento ético en la investigación de mercados, para que sus miembros cuenten con pautas generales. En una sociedad de creciente complejidad, la gerencia de mercadotecnia se basa cada vez más en la información de mercadotecnia reunida en forma inteligente y sistemática. El consumidor es la fuente de gran parte de esa información. Como la gerencia de mercadotecnia busca la colaboración del consumidor en la obtención de información, debe admitir su obligación de proteger al público contra las presentaciones falsas y la explotación disfrazada de investigación.

De manera semejante, el investigador tiene una obligación con la disciplina que ejerce y con aquellos que lo apoyan: el deber de cumplir con las normas comúnmente aceptadas de la investigación científica tal como se aplican al dominio de la investigación de mercados.

Este código tiene por objeto fijar las normas éticas que se exigen a la investigación de mercados para cumplir con esas obligaciones.

La adhesión a este código garantizará a los usuarios de la investigación que el estudio se realizó conforme a las normas prácticas en vigor. Los que realizan el estudio encontrarán en el código una afirmación de los principios básicos honestos y sólidos que han ido recopilándose a medida que crece la disciplina. Los entrevistadores de campo que constituyen el punto de contacto entre la profesión y el consumidor también encontrarán en el código una guía en el cumplimiento de sus funciones de vital importancia.

Para los usuarios, investigadores y entrevistadores

1. Ningún individuo ni organización emprenderá una actividad que se represente en forma directo o indirecta como una investigación de mercados, pero que en realidad tenga por objeto vender mercancías o servicios a algunos o a todos los respondientes entrevistados durante el estudio.
2. Si a un respondiente se le hace creer, directa o indirectamente, que está participando en una encuesta y que se respetará su anonimato, su nombre no se dará a conocer a nadie fuera de la empresa que hace la investigación o el departamento de investigación, ni se destinará a otros objetivos.

Para los investigadores

1. No se dará una representación falsa, ni intencional o deliberada, de los métodos o resultados de la investigación. A solicitud del patrocinador, se ofrecerá una descripción adecuada de los métodos utilizados. Las pruebas de que el trabajo de campo se hizo conforme a las especificaciones se pondrán a disposición de los clientes cuando las pidan.
2. La identidad del patrocinador o cliente para quienes se efectúa una encuesta será de carácter confidencial, a menos que su identidad deba revelarse como parte del diseño de investigación. La información recabada con el estudio será mantenida en secreto por la compañía o departamento, sin que pueda emplearse para obtener provecho personal ni suministrarse a extraños, a menos que el cliente lo autorice específicamente.
3. Una compañía de investigación no emprenderá trabajos de investigación de mercados que pongan en peligro el carácter confidencial de la relación de cliente-agencia.

Para usuarios

1. Un usuario de la investigación no difundirá intencionalmente conclusiones de un proyecto o servicio de investigación que sean incongruentes y que no estén respaldados por los datos.
2. En la medida en que en un proyecto de investigación haya un diseño especial que incluye métodos, enfoques o conceptos que comúnmente no están al alcance del investigador, el futuro usuario de la investigación no pedirá dicho diseño a un colega ni lo entregará luego a otro para que lo realice, sin la aprobación previa del creador del diseño.

Para entrevistadores de campo

1. Las tareas y materias de investigación que se reciban, así como la información recabada de los respondientes, serán mantenidos por los entrevistadores en calidad de material confidencial, sin que puedan revelarla a nadie, salvo la empresa que esté realizando el estudio de mercado.
2. Ninguna información conseguida mediante una actividad de investigación se empleará en forma directa o indirecta, para provecho o ventaja personal del entrevistador.
3. Las entrevistas se llevarán a cabo en estricto apego a las especificaciones e instrucciones recibidas.
4. Un entrevistador no realizará al mismo tiempo dos o más tareas de entrevista a menos que lo autoricen quienes lo contratan.

Los miembros de la American Marketing Association deberán observar lo establecido en este código en todas sus actividades relacionadas con la investigación de mercados.

ⁱ Este trabajo se realizó con el apoyo de la Asociación Cooperadora de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de Cuyo.

ⁱⁱ LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., *"Marketing ethics. Guidelines for managers"* (Lexington Books, Massachusetts, 1986), pág. xiii.

ⁱⁱⁱ MARTÍN, T.R., *"Ethics in marketing: problems and prospects"*, en LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., op. cit., pág. 1.

^{iv} Para evidenciar las dificultades del tema y los problemas de los ordenamientos legales para determinar un comportamiento aceptable, habría que mencionar, quizás con un poco de gracia, que una empresa no debería vender a precios excesivamente altos, porque ello supondría abusar de sus clientes, pero si vendiera por debajo del precio de otros podría ser acusada, bajo ciertas condiciones, de comportamiento desleal. La venta al mismo precio que los competidores podría

suponer, dadas ciertas condiciones, un acuerdo o colusión de precios con los competidores. Debe, entonces, competir, pero no demasiado, porque si se apodera de todo el mercado podría caer en situaciones de monopolio.

^v FERRARI, Néstor Donato, "Publicidad engañosa y otras acciones defraudadoras. Disposiciones legales. Alcances e interpretación". (Tucumán, Argentina, Anales Jornadas 1986).

^{vi} MARTÍN, T.R., op. cit., pág. 3.

^{vii} LETIZIA, Francisco, "El problema de la moral profesional" (Mendoza, F.C.E -U.N.Cuyo, 1983), pág. 13.

^{viii} Aunque algunos pensadores han pretendido realizar una distinción entre moral y ética, ambos términos deben considerarse sinónimos. Para una discusión amplia sobre el origen y alcance de estos términos, véase LETIZIA, Francisco, op. cit., págs. 9/10.

^{ix} Cuando este trabajo ha sido expuesto en Jornadas, se han exhibido avisos publicitarios televisivos seleccionados que pueden ser considerados como no éticos. Técnicamente pueden considerarse también como ilegales, según los criterios teóricos predominantes en el mundo, aunque el hecho de que se estén exhibiendo habitualmente en estos días hace presumir que no han recibido objeciones de la Dirección Nacional de Lealtad Comercial.

^x SKINNER, Steven J., Marketing (Boston, Houghton Mifflin Company, 1990), pág. 661.

^{xi} Para un análisis más completo de las diversas situaciones que pueden caracterizarse como publicidad engañosa véase FERRARI, Néstor Donato, 1986, op. cit.

^{xii} PATTY, C. Robert, "Manejo de vendedores" (México, Diana, 1987).

^{xiii} Un investigador pionero en estos temas fue Ralph Nader. Véase, por ejemplo, NADER, Ralph, "Peligroso a cualquier velocidad" (Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 1964). TULEJA, Tad, "Más allá de la cuenta de resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios" (Madrid, Plaza y Janes, 1987), pág. 115, explica el enfoque de una importante empresa de la industria automotriz, que evaluó el costo de reparación de más de un millón de automóviles de un modelo con graves problemas de seguridad, frente a los costos de las eventuales demandas de quienes sufrieran graves accidentes originados en tales defectos, optando por no efectuar las reparaciones requeridas. Véase, en el mismo texto, págs. 209/210, el conflicto ético del supervisor de las pruebas en temas de seguridad entre la política corporativa y la convicción personal, que le costó su puesto.

^{xiv} En 1988 se estimaba que en USA existían más de 70 millones de automóviles con defectos de fabricación potencialmente peligrosos para sus conductores. Véase el informe de Center for Auto Safety, Washington, 1988, en Skinner, Steven J., op. cit., pág. 663.

^{xv} Este enfoque se analizará con mayor detalle en el apartado siguiente.

^{xvi} SKINNER, op. cit., pág. 664.

^{xvii} FERRELL, O.C. y GRESHAM, Larry, "A contingency framework for ethical decision making in marketing", en Journal of Marketing (American Marketing Association, Chicago, Summer 1985), págs. 87/95.

^{xviii} LACZNIAK, Gene R., "Frameworks for analyzing marketing ethics", en LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., op. cit. (1986), pág. 9.

^{xix} TULEJA, Tad, "Más allá de la cuenta de resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios" (Madrid, Plaza & Jones, 1987), pág. 49.

^{xx} Ibidem, págs. 50/52.

^{xxi} HODGE, B. J., ANTHONY, W. P. y GALES, L. M., "Teoría de la organización. Un enfoque estratégico" (Madrid, Prentice Hall, 1998), pág. 59.

^{xxii} Ibidem, págs. 53.

^{xxiii} LETIZIA, Francisco, op. cit., pág. 139. La obligación moral se expresa mediante un "imperativo" porque se trata de una orden inexorable y sagrada y es "categórico" porque es incondicionado, al no estar subordinado a ninguna hipótesis ni alternativa.

- ^{xxiv} *Ibidem*, págs. 54.
- ^{xxv} HODGE, B. J., ANTHONY, W. P. y GALES, L. M., op. cit., pág. 59.
- ^{xxvi} LACZNIAK, Gene R., "Frameworks for analyzing marketing ethics", en LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., op. cit., pág. 9.
- ^{xxvii} Evangelio San Mateo, 7,12
- ^{xxviii} BOWKER, John, "Religiones del mundo", (Madrid, El Ateneo, 2000), pág. 188.
- ^{xxix} *Ibidem*.
- ^{xxx} *Ibidem*.
- ^{xxxi} *Ibidem*.
- ^{xxxii} *Ibidem*.
- ^{xxxiii} TULEJA, Tad, op. cit., pág. 56.
- ^{xxxiv} En un caso citado por STANTON, William J., FTZEL, Michael J. y WALKER, Bruce J., op. cit., pág. 306, a principios de la década del 90 un laboratorio introdujo un medicamento para la prevención de cierto tipo de cáncer a un precio que resultaba cien veces mayor que el del mismo medicamento, en una versión utilizada desde hacía tiempo en prácticas veterinarias.
- ^{xxxv} En un famoso caso, citado por varios autores (por ejemplo, TULEJA, Tad, op. cit., pág. 200), una empresa alimenticia distribuyó durante varios años muestras de leche maternizada, destinada a lactantes, en un país de África. Era utópico pensar que un producto que requiere agua limpia, buen nivel sanitario, ingresos familiares razonables y una madre alfabetizada para seguir las instrucciones impresas pudiera ser bien utilizado en zonas con aguas contaminadas, residuos cloacales en las calles, miseria acentuada y alto analfabetismo. Las consecuencias fueron catastróficas, por lo que los consumidores norteamericanos, con gran sentido solidario, iniciaron un boicot que tuvo éxito luego de siete años, en 1984.
- ^{xxxvi} LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., "Incorporating marketing ethics into the organization", en LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., op. cit., pág. 101.
- ^{xxxvii} *Ibidem*.
- ^{xxxviii} Ver Anexos N° 1 y N° 2.
- ^{xxxix} American Marketing Association, según versión presentada en SKINNER, op. cit., págs. 666/667.
- ^{xl} American Marketing Association, según versión presentada en WEIERS, Ronald M., "Inversión de mercados" (Prentice Hall, México, 1986), págs. 521/523.

INDICE BIBLIOGRÁFICO

- BAUMHART, Raymond, "Ética en los negocios" (México, Diana, 1978), 363 págs.
- BERNARDO, Juan D., "Ética de los negocios" (Buenos Aires, Ed. Macchi, 1993), 176 págs.
- BOWKER, John, "Religiones del mundo" (Madrid, El Ateneo, 2000), 200 págs.
- BROWN, Marvin T., "La ética en la empresa. Estrategias para la toma de decisiones" (Buenos Aires, Paidós, 1992), 278 págs.
- DWORKIN, Gerald, BERMANT, Gordon y BROWN, Peter G., "Mercado y ética" (Madrid, Pirámide, 1980), 222 págs.
- FERRARI, Néstor Donato, "Publicidad engañosa y otras acciones defraudadoras. Disposiciones legales. Alcances e interpretación" (Tucumán, Anales Jornadas 1986).

- FERRARI, Néstor Donato, "*La comercialización en la República Argentina. Ambiente político legal*" (Jornadas FCE – UNCuyo, Mendoza, 2002), 30 págs.
- FERRELL, O.C. y GRESHAM, Larry, "*A contingency framework for ethical decision making in marketing*", en *Journal of Marketing* (American Marketing Association, Chicago, Summer 1985).
- GÓMEZ PÉREZ, Rafael, "*Ética empresarial. Teoría y casos*" (Madrid, Ed. Rialp, 1990), 166 págs.
- GÓMEZ PÉREZ, Rafael, "*Ética. Problemas morales de la existencia humana*" (Madrid, Magisterio Casals, 1993), 230 págs.
- GÓMEZ PÉREZ, Rafael, "*Introducción a la ética social*", 4ta. Ed. (Madrid, Rialp, 1990), 228 págs.
- HODGE, B. J., ANTHONY, W. P. y GALES, L. M., "*Teoría de la organización. Un enfoque estratégico*", (Madrid, Prentice Hall, 1998), 467 págs.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, "*Marketing*", 8va. Ed. (Pearson Educación, México, 2001), 730 págs.
- LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., "*Marketing ethics. Guidelines for managers*" (Lexington Books, Massachusetts, 1986), 182 págs.
- LAMB, Charles W., HAIR, Joseph F. y McDANIEL, Carl, "*Marketing*", 6ta. ed. (México, Thomson, 2002), 751 págs.
- LETIZIA, Francisco, "*El problema de la moral profesional*", (Mendoza, FCE – UNCuyo, 1983), 249 págs.
- MARTÍN, T.R., "*Ethics in marketing: problems and prospects*", en LACZNIAK, Gene R. y MURPHY, Patrick E., op. cit.
- NADER, Ralph, "*Peligroso a cualquier velocidad*", (Buenos Aires, Ed. Jorge Álvarez, 1967), 279 págs.
- PACKARD, Vance, "*Las formas ocultas de la propaganda*", (Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 1964), 287 págs.
- PACKARD, Vance, "*Los artifices del derroche*", 2da. Ed. (Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 1964), 378 págs.
- PACKARD, Vance, "*Los moldeadores de hombres*" (Buenos Aires, Ed. Huemul, 1980), 373 págs.
- PATY, C. Robert, "*Manejo de vendedores*" (México, Diana, 1987), 491 págs.
- RODRÍGUEZ LUÑO, Ángel, "*Ética*", 5ta. Ed. (Pamplona, Ed. Univ. de Navarra, 1991), 261 págs.
- SKINNER, Steven J., "*Marketing*". (Boston, Houghton Mifflin Company, 1990), 737 págs.
- SCHERRER, Víctor, "*En la jungla de los negocios. Por una moral de la empresa*", (México, Grijalbo, 1993), 248 págs.
- STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y WALKER, Bruce J., "*Fundamentos de marketing*", 11a. ed. (McGraw Hill, México, 1999), 776 págs.

TULEJA, Tad, *"Más allá de la cuenta de resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios"*, (Madrid, Plaza & Janés, 1987), 283 págs.

VIDAL, Marciano y SANTIDRIAN, Pedro R., *"Ética social y política"*, 3ra. Ed. (Madrid, Ediciones Paulinas, 1981), 269 págs.

WEIERS, Ronald M., *"Investigación de mercados"* (Prentice Hall, México, 1986), 540 págs.

YVES CALVEZ, Jean, *"Una ética para nuestra sociedad en transformación"* (Buenos Aires, Ciudad Nueva, 1993), 210 págs.



E CONOMÍA



Relaciones entre el mercado de divisas y el enfoque Elasticidades de la Balanza de Pagos

Prof. Juan M. C. E. Verstraete*
Lic. Daniel A. Rada**

Recibido y aceptado en abril 2006

I. INTRODUCCIÓN

La condición de Marshall-Lerner, mejor llamada condición de la elasticidad crítica, ya que fue formulado con anterioridad por Robinson J.(1933) y Bickerdicke (1920) que parecen ser los primeros en formular de una forma formal, la condición de estabilidad del mercado cambiario de una manera completa y correcta. La contribución de Marshall se refería a la estabilidad del mercado internacional en una economía de trueque. Y las curvas de oferta y demanda de bienes internacionales no son los instrumentos idóneos para analizar cómo un cambio en el tipo de cambio afecta la Balanza de Pagos.

Si consideramos e. orden cronológico, la condición debería llamarse Bickerdick-Robinson antes que Marshall-Lerner.

Inicialmente la condición se estipuló para analizar bajo qué condiciones una devaluación mejoraba la Balanza de Pagos. Sin embargo, posteriormente la misma condición mostró su

* Licenciado en Economía. Profesor Titular de Economía Internacional Monetaria. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuyo

** Licenciado en Economía. Profesor Adjunto de Economía Internacional Real. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuyo.

utilidad para ver bajo qué condiciones mejoraban los términos del intercambio y cómo afectaba el ingreso de los países y a su vez como éste afectaba la condición para que mejorara la balanza comercial¹.

Asimismo surge como condición de estabilidad en los modelos de flujo de tipo keynesiano para determinar las condiciones de equilibrio entre la balanza comercial y los otros mercados.

El análisis que formula Hume de la Balanza de Pagos es la más cercana al análisis del mercado de divisas y el enfoque elasticidades de la Balanza de Pagos que se pretende desarrollar en el presente trabajo. Sin embargo, Hume se limita sólo a formular de qué manera la condición Marshall Lerner es necesaria para que la Balanza de Pagos se comporte de forma estable. Con cien años de diferencia, el enfoque monetario de la Balanza de Pagos formulado por Johnson y Frenkel² analiza las condiciones de equilibrio y cómo se requiere de la condición Marshall Lerner para que estos sean estables.

Posteriormente, otros autores como Dornbush³, obtienen la utilidad de esta condición, aun cuando modificada, para al analizar los efectos de la devaluación sobre la Balanza de Pagos, términos del intercambio y la transferencia y el tipo de cambio real, en un contexto de equilibrio general donde mantiene algunas variables nominales fijas.

II. MERCADO DE DIVISAS DEFINICIONES

El mercado cambiario es el mercado que determina el mercado de divisas. Según la metodología utilizada por el B.C.R.A. "el balance cambiario registra las operaciones en divisas que se realizan a través del mercado de cambios doméstico en el transcurso de un período determinado."⁴

Se diferencia del Balance de Pagos, en que este último registra no sólo las operaciones que implican movimientos de divisas a través del mercado interno, sino de manera más general: "a) las transacciones de bienes y renta entre una economía y el resto del mundo, b) los traspasos de propiedad y otras variaciones del oro monetario, los derechos especiales de giro (DEG), y los activos y pasivos de esa economía frente al resto del mundo y c) las transferencias internacionales y asientos de contrapartida necesarios para equilibrar, desde el punto de vista contable, los asientos de las transacciones y variaciones recién enumeradas que no se compensan entre sí"⁵.

¹ GANDOLFO, Giancarlo, "Economía Internazionale, Economia Internazionale Monetaria". Torino, Uteha, Tomo II, págs. 214-218.

HARBERGER, A.C., "Currency Depreciation, Income, and the Balance of Trade", *Journal of Political Economy*, Vol. 58, 1950, págs. 47-60.

² "The Monetary Approach to the Balance of Payment", ed. Frenkel, Jacob y Johnson, Harry G., University of Toronto Press, Toronto, 1977.

³ DORNBUSCH, Rudiger, "La macroeconomía de una economía abierta", Antoni Bosh, Buenos Aires, 1983.

Dornbusch Rudiger, "Exchange Rates and Fiscal Policy in a Popular Model of international Trade", *The American Economic Review*, Vol. LXV, n° 5, diciembre 1975, págs. 859-871.

⁴ BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, Gerencia de Investigaciones y Estadísticas Económicas, Serie de trabajos metodológicos y sectoriales, Departamento de Cuentas Internacionales. Metodología de estimación del mercado cambiario, n° 3, octubre 1979, págs. 1-2.

⁵ FMI, Manual de Balanza de pagos, 4ta. edición, Washinton, 1977, citado por *ibidem*.

El Balance de Pagos es un estado más amplio que el Balance Cambiario. Desde el punto de vista conceptual resulta posible calcular el Balance Cambiario a partir del Balance de Pagos, mientras no sería posible proceder a la inversa. Ello obedece fundamentalmente a los siguientes tres motivos:

- a) no todas las transacciones que se realizan en el Balance de Pagos implican movimientos de divisas en el mismo período. Tal sería el caso de las exportaciones e importaciones que se financian más allá del período de registro;
- b) no todos los registros en el Balance de Pagos corresponden a operaciones cuyas divisas se transan en el mercado cambiario doméstico. Como ejemplo de esta posibilidad cabe mencionar un préstamo del exterior que se destina a cancelar otras obligaciones con el exterior.
- c) existen transacciones que se registran en el Balance de Pagos pero que no implican movimientos de divisas por montos equivalentes debido a que algunos componentes se compensan. Esta situación aparece claramente, por ejemplo, en el caso de los registros de las cuentas pasajes y gastos portuarios. Mientras que en el Balance de Pagos se contabilizan los montos brutos de ingresos y egresos de gastos portuarios y de pasajes, ya sea por operaciones de las empresas argentinas con no residentes y de las empresas extranjeras con residentes argentinos, los movimientos cambiarios correspondientes a estos conceptos son menores porque parte de los ingresos por ventas de pasajes se destinan a pagar gastos portuarios.

El Balance Cambiario se prepara sobre la base de informaciones relacionadas con: a) las operaciones realizadas entre las entidades autorizadas y sus clientes en divisas libres y de convenio; b) compras y ventas de cambios del Banco Central a las entidades; c) movimientos de las reservas internacionales y activos y pasivos externos de las autoridades monetarias, y d) ingresos y egresos de operaciones propias del Banco Central y compras y ventas de divisas al Gobierno Nacional.

III. ANÁLISIS DE EQUILIBRIO PARCIAL

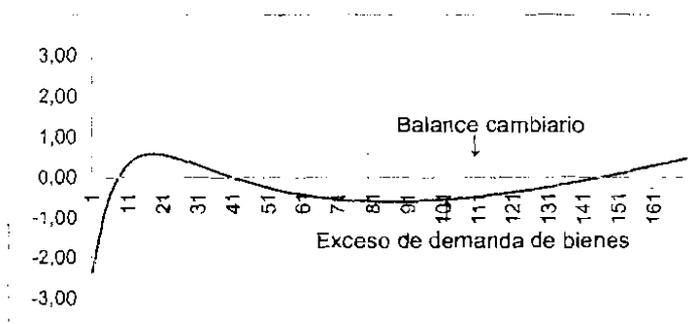
El análisis es de equilibrio parcial, no sólo por lo expuesto en el párrafo anterior, sino también por no tomar en consideración otras variables como cambios en la oferta monetaria al cambiar el saldo en la cuenta mercaderías, dado que supone una tasa de interés constante y una oferta o demanda de moneda completamente elástica con respecto a la tasa de interés; sino asimismo porque ignora posibles cambios en el ingreso, consecuencia del aumento en la producción al mejorar la Balanza Comercial y posibles movimientos de capitales no compensatorios.⁶

De aquí en adelante se considerará a la Balanza de Pagos como la Balanza Comercial definida bajo las restricciones arriba expuestas.

⁶ TSIANG, S. C., "The Role of Money in Trade-Balance Stability: Synthesis of the Elasticity and Absorption Approaches", *American Economic Review*, Vol. 51, pág. 912-36, reimpresso en Cooper, R.N., *International Finance*, Penguin Modern Economics Readings, Baltimore, Victoria, 1971.

A. DERIVACIÓN DE LA DEMANDA DE DIVISAS

Habiendo hecho estas salvedades, podemos estipular, para nuestro propósito, que la demanda de divisas está determinada por la cantidad de divisas que los residentes de un país requieren para realizar transacciones internacionales, concretamente, para comprar bienes y servicios al exterior al contado, realizar transferencias al exterior, pagos de créditos, etc. Si se centra el análisis en el sector real de la economía (bienes y servicios), resulta que la demanda de divisas depende directamente de la demanda de bienes y servicios importados al contado. Mientras que la oferta de divisas resulta directamente de la exportación de bienes y servicios al contado.



Como puede observarse desde el gráfico, el Balance Cambiario es la imagen de la cuenta mercaderías, de la manera definida arriba. En este caso el saldo de la cuenta mercaderías no es más que el resultado del exceso de demanda de bienes en la economía.

Supongamos el caso más simple en que un país importa solamente un bien al contado y además es tomador de precios internacionales, es decir que en nuestro análisis el precio internacional del bien está dado (P_m^*). En tal caso, nuestra función exceso de demanda, es decir la demanda del bien importado (M) es una función del precio del bien expresado en moneda extranjera (a los efectos del análisis se supone una única moneda externa, U\$S). Asimismo, un aumento del tipo de cambio, r (\$/U\$S), no modifica el precio en dólares del bien importado (P_m^*), pero incrementa el precio en moneda doméstica (\$) y por lo tanto disminuye la cantidad demandada domésticamente de ese bien.

$$\Delta P_m^{(\$)} = \Delta r \cdot P_m^{*(U\$S)}$$

De manera que existe una relación inversa entre la cantidad demandada del bien importado respecto al precio y al tipo de cambio.

$$M = f(P_m^*, r) \quad f'_{P_m^*} < 0 \quad f'_r < 0$$

Aproximando linealmente esta función se puede expresar como:

$$M = a - b \cdot P_m^* - c \cdot r$$

El gasto total en el bien importado, expresado en moneda extranjera es:

$$M \cdot P_m^* = a \cdot P_m^* - b \cdot (P_m^*)^2 - c P_m^* r$$

El gasto total expresado en dólares (demanda de divisas) es una función decreciente del tipo de cambio, ya que un aumento del tipo de cambio disminuye la cantidad demandada del bien cuyo precio en dólares está dado. Nótese que cuando el precio internacional del bien es igual a la unidad, la demanda del bien es igual a la demanda de divisas.

$$D^D = M \cdot P_m^* = a \cdot P_m^* - b \cdot P_m^{*2} - c P_m^* r$$

Si se grafica la demanda del bien "M" en el plano (P^* ;M), una devaluación de la moneda doméstica se representa como un desplazamiento de la curva de demanda hacia abajo y a la izquierda de la curva original, denotando que a cada precio internacional (en U\$\$) se demanda una menor cantidad. En tal caso, la pendiente de dicha curva es igual al parámetro "-b" de la función lineal aproximada.

$$f'_P = -b$$

Si en cambio se grafica la demanda de divisas, se lo debe hacer en el plano (r ;M), la pendiente de dicha curva es de acuerdo con la aproximación lineal igual a "- c P_m^{*}"

$$f'_r = -c P_m^*$$

En el caso particular que $b = c P_m^*$, ambas funciones son iguales y desde luego ambas elasticidades son iguales.

B. DERIVACIÓN DE LA OFERTA DE DIVISAS

Siguiendo con nuestro análisis, y recordando que se realiza el supuesto de país chico tomador de precios internacionales, la oferta del único bien exportable X, es función del precio de dicho bien expresado en moneda doméstica. Teniendo en cuenta que el precio en dólares no se verá afectado con una devaluación, y que por hipótesis está dado al aproximar linealmente la función de oferta del bien exportable resulta:

$$X = A + B \cdot P_x = A + B \cdot r \cdot P_x^*$$

$$\Delta P_x^{(\$)} = \Delta r \cdot P_x^{*(U\$\$)}$$

Cuanto mayor sea el tipo de cambio, mayores serán los incentivos de los productores domésticos del bien a incrementar su producción, la cantidad demandada domésticamente del bien se contraerá y mayores serán los excesos de oferta disponibles para ser exportados. En nuestro caso, a un determinado precio internacional (P_x^*) se puede colocar toda la producción que se desee (dado que el país chico no tiene poder sobre el mercado y no puede influir sobre el precio internacional), por lo tanto, toda la producción excedente es vendida en el mercado internacional.

El ingreso total por exportaciones expresado en moneda extranjera, es decir, nuestra oferta de divisas es entonces:

$$S^d = X \cdot P_x^* = A \cdot P_x^* + B \cdot r \cdot P_x^{*2}$$

También en este caso, para un precio internacional del bien exportable igual a 1, la oferta de divisas coincide con la función exceso de oferta del bien X. Cabe destacar que si la función de oferta por exportaciones del bien presenta pendiente positiva, la oferta de divisa tendrá también pendiente positiva.

C. DERIVACIÓN DE LA OFERTA DE DIVISAS: Supuestos del Enfoque Elasticidades Simplificado

En el caso del enfoque elasticidades simplificado, la función de oferta por exportaciones es completamente elástica y se enfrenta una demanda por dicho bien con pendiente negativa. Este supuesto tiene implícito que el precio en moneda doméstica está dado y fijo, es decir que la producción a ese precio puede tomar cualquier valor. En este caso este país actúa como país grande, es decir, fija el precio en su moneda, siendo el precio en moneda extranjera el que queda determinado con el tipo de cambio.

$$P_x^* = \frac{\overline{P_x}}{r}$$

Resulta entonces que los ingresos provenientes de las exportaciones no dependen ya de la cantidad que el país en cuestión esté dispuesto a vender, sino que depende de lo que el país que importa dicho bien (país II o resto del mundo) esté dispuesto a comprar a cada precio en su moneda. En otras palabras, la oferta de divisas (ingreso total por exportaciones) dependerá de la demanda de ese otro país y del tipo de cambio.

En tal caso, el precio que cambia al devaluarse la moneda local, es el precio expresado en la moneda extranjera.

$$\Delta P_x^{*(US\$)} = - \frac{\overline{P_x^{(\$)}}}{r^2} \Delta r$$

Suponiendo que la demanda por el bien X del país II (o resto del mundo) tenga pendiente negativa, es una función decreciente del precio en dólares y creciente del tipo de cambio.

$$X^{D,II} = A - B \cdot P_x^* = A - B \cdot \frac{P_x}{r}$$

Al devaluarse en el país I, el precio en dólares disminuye y por lo tanto aumenta la cantidad demandada por el bien X en el país II. Dado que el país I tiene una oferta por el bien exportable completamente elástica, no existen restricciones para que la oferta satisfaga esa mayor demanda.

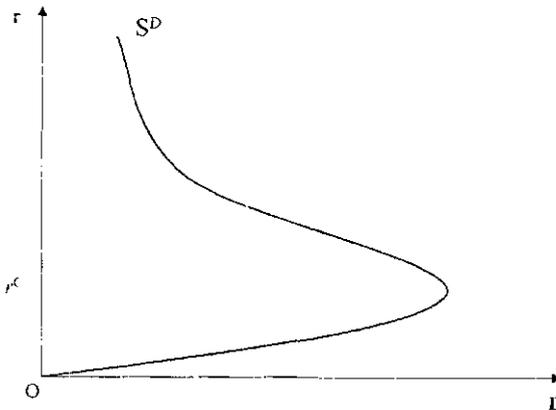
El ingreso total de divisas para el país I, es decir la oferta de divisas en el país I es:

$$S^D = P_x^* \cdot X^{D,II} = A P_x^* - B \cdot \frac{P_x P_x^*}{r} = A \frac{P_x}{r} - B \cdot \left(\frac{P_x}{r} \right)^2$$

En este caso, aún cuando la oferta del bien exportable es completamente elástica, la oferta de divisas puede tener pendiente positiva o negativa.

Derivando respecto a "r" e igualando a cero se obtiene el valor de "r" a partir del cual cambia el signo de la oferta de divisas, $r^c = (2 B P_x) / A$. Valores del tipo de cambio inferiores a r^c , corresponden al tramo creciente de la oferta de divisas, en tanto que valores superiores corresponden al tramo con pendiente negativa de la oferta de divisas.

Gráfico 1: Oferta de divisas



Si nos movemos desde el origen hacia el punto A, el tipo de cambio se está incrementando y los precios en dólares para los residentes del país II están disminuyendo. Por lo tanto la cantidad demandada del bien exportado por el país I está aumentando y también está aumentando el gasto de los residentes del país II (ingreso de divisas) ya que los precios se mueven en el tramo elástico de la demanda del bien exportable. A partir del punto A, sigue aumentando el tipo de cambio, pero el gasto de los residentes del país II comienza a disminuir debido a que los precios se mueven ahora en el tramo inelástico de la demanda del bien X.

Entre el origen y el punto A, la elasticidad de la oferta de divisas es positiva y tiende a cero al aproximarse al punto A, a partir del cual pasa a ser negativa.

D. EQUILIBRIO EN EL MERCADO DE DIVISAS

El equilibrio en el mercado de divisas, y el tipo de cambio de equilibrio, estará dado entonces por el punto en el cual se igualen la oferta y demanda de divisas.⁷

$$(1) \quad D^D = M \cdot P_m^*$$

$$(2) \quad S^D = X \cdot P_x^*$$

$$(3) \quad S^D = D^D \text{ o bien; } M \cdot P_m^* = X \cdot P_x^*$$

La estabilidad del equilibrio estará dada por el valor de las elasticidades en ese punto, en el cual se debe verificar una relación inversa entre los excesos de demanda y los cambios en precios. En este caso en particular en que se analiza la estabilidad del equilibrio en el mercado de divisas, estas elasticidades se toman en relación al tipo de cambio.

$$\frac{\partial E}{\partial r} < 0$$

El exceso de demanda de divisas se puede expresar como:

$$E = D^D - S^D = M P_m^* - X P_x^*$$

Derivando respecto a "r":

$$\frac{\partial E}{\partial r} = \frac{\partial M}{\partial r} P_m^* - \frac{\partial X}{\partial r} P_x^* < 0$$

$$\frac{\partial E}{\partial r} = X \frac{P_x^*}{r} \left[\eta_{M,r} \frac{M P_m^*}{X P_x^*} - \epsilon_{X,r} \right] < 0$$

⁷ GANDOLFO, Giancarlo, *Op. Cit.*, págs. 110-118.

Tomando a la elasticidad de demanda de divisas con su signo (negativo) y considerando equilibrio inicial en el mercado de divisas, resulta la condición de estabilidad en el mercado de divisas. Se debe tener presente en el caso de país chico, de acuerdo a la derivación realizada de la oferta de divisas (que proviene de la oferta normal del bien exportable), esta tendrá siempre pendiente positiva y por lo tanto el signo de la elasticidad de esta función también será siempre positivo.

$$\eta_{M,r} + \epsilon_{X,r} > 0$$

Para el caso del enfoque elasticidades simplificado, en que la oferta del bien exportable es totalmente elástica, se tiene en cuenta la elasticidad de la demanda de dicho bien en el país II. En tal caso la condición de estabilidad resultante es:

$$E = D^D - S^D = M P_m^* - X \frac{P_x}{r}$$

Derivando respecto a "r" y suponiendo equilibrio inicial en la balanza comercial:

$$\frac{\partial E}{\partial r} = \frac{\partial M}{\partial r} P_m^* - \frac{\partial X}{\partial r} \frac{P_x}{r} + X \frac{P_x}{r^2} < 0$$

$$\frac{\partial E}{\partial r} = X \frac{P_x}{r^2} \left[\frac{\partial M}{\partial r} \frac{P_m^*}{P_x} \frac{r^2}{X} - \frac{\partial X}{\partial r} \frac{P_x}{r} \frac{1}{P_x} \frac{r^2}{X} + 1 \right] < 0$$

$$\frac{\partial E}{\partial r} = X \frac{P_x}{r^2} \left[\frac{\partial M}{\partial r} \frac{r}{M} - \frac{\partial X}{\partial r} \frac{r}{X} + 1 \right] < 0$$

$$\frac{\partial E}{\partial r} = X \frac{P_x}{r^2} \left[\eta_{M,r} - \eta_{X,r} + 1 \right] < 0$$

Al aumentar el tipo de cambio disminuye la cantidad importada, de manera que

$$\eta_{M,r} < 0.$$

Luego:

$$\eta_{M,r} + \eta_{X,r} > 1$$

A diferencia del caso anterior, en que la elasticidad de oferta de divisas siempre tiene pendiente positiva (si la elasticidad de la oferta de bien exportable es positiva), en este caso, la oferta de divisas puede tener cualquier signo.

Se debe notar que la elasticidad de la demanda de divisas respecto al tipo de cambio es igual a la elasticidad de la demanda del bien importado respecto al tipo de cambio.

$$D^D = M(P_m^*; r) \cdot P_m^*$$

Derivando con respecto a "r".

$$\frac{\partial D^D}{\partial r} = \frac{\partial M}{\partial r} P_m^* \frac{r M}{r M} = \eta_{M,r} \frac{P_m^* M}{r}$$

de manera que:

$$\eta_{D^D,r} = \eta_{M,r}$$

La elasticidad de oferta de divisas respecto al tipo de cambio es:

$$\frac{\partial S^L}{\partial r} = \frac{\partial X}{\partial r} \frac{P_x}{r} - X \frac{P_x}{r^2} = X \frac{P_x}{r^2} \left[\frac{\partial X}{\partial r} \frac{r}{X} - 1 \right]$$

$$\mathcal{E}_{S^L,r} = [\eta_{X,r} - 1]$$

Tal como se ha visto, la elasticidad de demanda por el bien X respecto a "r" es siempre positiva (una devaluación disminuye el precio en dólares y por lo tanto se demanda más de ese bien), pero la elasticidad de la demanda puede tomar un valor menor o mayor que la unidad, de acuerdo con el tramo de esta (tramo elástico o inelástico de la misma), y por lo tanto la elasticidad de la oferta de divisas podrá tomar valores negativos o positivos.⁸

⁸ APPELYARD, Dennis R., FIELD Jr., Alfred J., *Economía Internacional*, Madrid, Irwin, 1995, págs. 552-557.

Notemos que la condición de estabilidad puede expresarse en función de las elasticidades de las funciones de oferta y demanda de divisas.

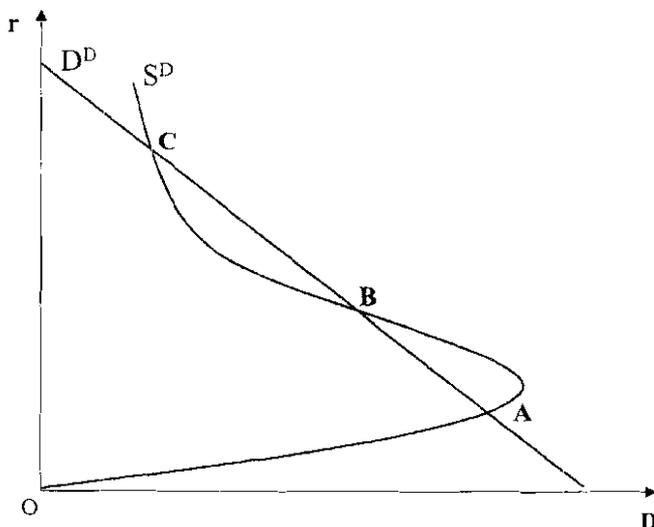
$$\eta_{D^D,r} + \epsilon_{S^D,r} > 0$$

Esta condición de estabilidad es la ya conocida condición que se obtiene al analizar un mercado cualquiera, es decir que en caso de que la oferta tenga elasticidad negativa, ésta debe ser más inelástica que la demanda, por lo tanto, debe tener mayor pendiente que la demanda en el punto de equilibrio.

Volviendo a la función de oferta de divisas obtenida a partir de la aproximación lineal de la demanda del país II por el bien exportable, cabe recordar que ésta presenta un tramo con pendiente positiva y otro con pendiente negativa. La estabilidad del equilibrio dependerá del tramo en el cual se intercepten la oferta y la demanda de divisas.

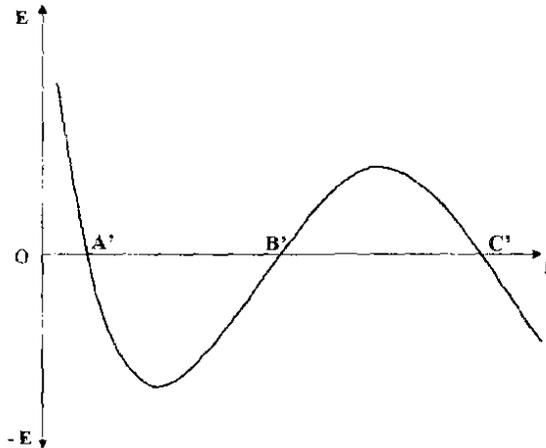
Tal como se observa en el Gráfico 2, partiendo de un tipo de cambio cercano a cero, a medida que este crece, se verifican excesos de demanda de divisas que van disminuyendo hacia el punto A. A partir de A, existen excesos de oferta que crecen y luego decrecen hasta anularse en el punto B. A partir de B, nuevamente hay excesos de demanda que crecen y luego decrecen hasta hacerse cero en el punto C, a partir del cual sólo existen excesos de oferta de divisas.

Gráfico 2: Mercado de divisas



Si se grafica en el eje de ordenadas los excesos de demanda y en el de abscisas el tipo de cambio "r", resulta el siguiente comportamiento:

**Gráfico 3: Excesos de demanda
en el mercado de divisas**



E. ENFOQUE ELASTICIDADES SIMPLIFICADO

El gráfico 3 es de suma utilidad para analizar el comportamiento de la Balanza de Pagos, con las salvedades arriba expuestas, en el contexto del enfoque elasticidades simplificado. De acuerdo con los supuestos adoptados en ese enfoque (ya explicados al derivar la oferta y demanda de divisas), es evidente que el saldo de la balanza comercial es igual a menos los excesos de demanda, es decir a los excesos de oferta, con lo cual se puede, a partir de este gráfico, realizar un análisis detallado del comportamiento de los saldos de Balanza de Pagos definida en pesos y en dólares.

La utilidad de analizar la Balanza de Pagos en moneda doméstica (pesos) o en moneda extranjera (dólares) depende del problema bajo análisis. Por ejemplo, si el objetivo es ver si el país va a poder hacer frente al pago de sus compromisos externos es conveniente analizar la Balanza de Pagos en dólares. Si en cambio el objetivo es analizar el efecto sobre la actividad económica sería conveniente analizar la Balanza de Pagos en pesos.

Una devaluación se considera exitosa si mejora el saldo de la Balanza de Pagos, es decir⁹:

$$\frac{\partial B}{\partial r} > 0$$

⁹ *Ibidem*, pág.127-128.

Si se define a la Balanza de Pagos en pesos y se deriva respecto a “r” se obtiene:

$$\frac{\partial B}{\partial r} = \left[\frac{\partial X}{\partial r} P_x - \frac{\partial M}{\partial r} P_m^* r - M P_m^* \right] > 0$$

Sacando factor común $M P_m^*$,

$$\frac{\partial B}{\partial r} = M P_m^* \left[\frac{X P_x}{r P_m^* M} \eta_{X,r} - \eta_{M,r} - 1 \right] > 0$$

Finalmente, la condición de estabilidad requiere que la elasticidad de demanda del bien X ponderada por el valor de las exportaciones sobre el valor de las importaciones más la elasticidad de la demanda del bien M, sean mayores que uno (tomando a esta última con su signo, es decir con signo negativo). Esta ponderación denota que si se parte de un superávit inicial, es más fácil que esta condición se cumpla que si se parte de un déficit inicial.

$$\frac{X P_x}{r P_m^* M} \eta_{X,r} + \eta_{M,r} > 1 \quad (I)$$

Procediendo de la misma forma para la Balanza de Pagos definida en dólares, se obtiene también la condición de elasticidad crítica.

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > 1 \quad (II)$$

En este caso se advierte que si se parte de un déficit inicial, es más fácil que se cumpla la condición respecto de una situación con superávit o equilibrada del sector externo.

Trabajando estas dos condiciones se pueden obtener distintas situaciones y condiciones para que se den estas situaciones.

- 1) Mejora la Balanza de Pagos en \$ y empeora la Balanza de Pagos en U\$S.

De (I) se obtiene:

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > \frac{r P_m^* M}{X P_y} \quad (I')$$

Si (II) no se cumple, implica que la condición es menor que uno y por lo tanto no mejora la Balanza de Pagos en dólares.

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} < 1 \quad (II')$$

Combinando (I') con (II') se obtiene:

$$1 > \eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > \frac{r P_m^* M}{X P_y}$$

Esta condición requiere que para que se dé esta situación, al momento de la devaluación debe existir un superávit de Balanza de Pagos.

2) Mejora la Balanza de Pagos en US\$ y empeora la Balanza de Pagos en \$.

$$\frac{X P_y}{r P_m^* M} \eta_{X,r} + \eta_{M,r} < 1 \quad (I'') \quad \text{No se cumple en \$}.$$

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > 1 \quad (II'') \quad \text{Si se cumple en dólares}.$$

$$\frac{r P_m^* M}{X P_y} > \eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > 1$$

Esta condición requiere que para que mejore la Balanza en dólares y empeore la Balanza en pesos, al momento de la devaluación debe existir un déficit de Balanza de Pagos.

3) Mejora la Balanza de Pagos en US\$ y en \$.

$$\frac{X P_x}{r P_m^* M} \eta_{X,r} + \eta_{M,r} > 1 \quad (I) \quad \text{Se cumple en pesos}.$$

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > 1 \quad (\text{II}) \quad \text{Se cumple en dólares.}$$

Se puede reexpresar a (I) como:

$$\eta_{X,r} + \frac{r P_m^* M}{X P_x} \eta_{M,r} > \frac{r P_m^* M}{X P_x}$$

Notemos que si se parte de un superávit inicial, el cociente de la derecha es menor que uno y por lo tanto no se cumple la condición en pesos.

Ahora bien, si se trabaja con la ecuación (II), ésta puede ser expresada como:

$$\frac{X P_x}{r P_m^* M} \eta_{X,r} + \eta_{M,r} > \frac{X P_x}{r P_m^* M}$$

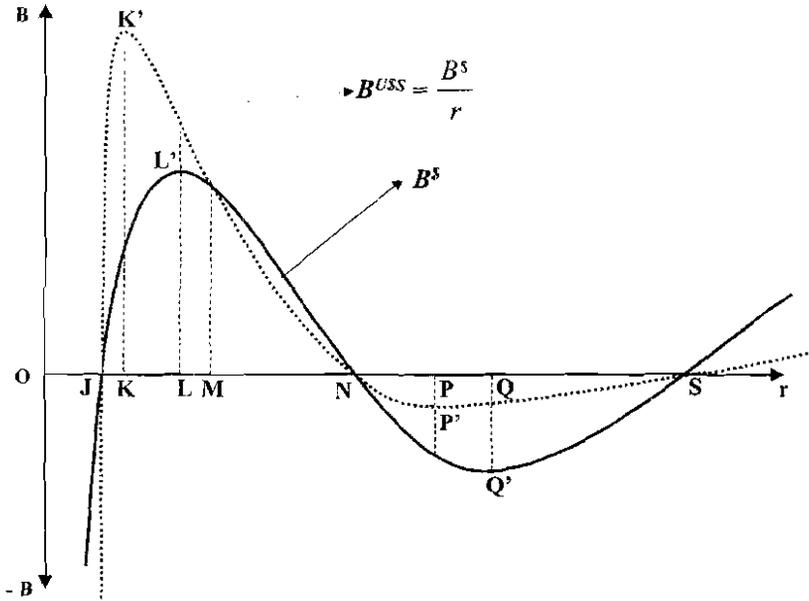
Contrariamente al caso anterior, ahora se debe concluir que si se parte de un superávit, se cumple la condición en pesos y en dólares. Evidentemente las conclusiones van en sentido contrario.

Esto se puede explicar graficando a la Balanza de Pagos en pesos y en dólares en el eje de ordenadas y al tipo de cambio en el eje de abscisas. La línea punteada representa la Balanza de Pagos en dólares. Es la misma función que se representó en el gráfico 3 pero con el signo cambiado. La línea continua representa la balanza de pagos en pesos. Para tipos de cambio menores a J (y menores a 1), existe un exceso de demanda de divisa, es decir un saldo negativo de la Balanza de Pagos en dólares. Dado que $B^{US\$} = r \cdot B^{\$}$, siendo $r < 1$, resulta que el saldo de la Balanza de Pagos en pesos es menor en valor absoluto que la Balanza en dólares. En J se anulan los excesos y hay equilibrio externo. A partir de J, y siempre con tipo de cambio menor a la unidad 1, dado que los saldos son ahora positivos, la Balanza en pesos es menor que la Balanza en dólares. Para un tipo de cambio $M=1$, ambas Balanzas tienen el mismo saldo, en este caso positivo. A partir de N ocurre lo mismo, sólo que ahora el tipo de cambio es mayor que 1 y las relaciones son inversas a las vistas. Nótese que los máximos y mínimos de estas funciones son distintos (K' y L') y (P' y Q').

En el gráfico 4 se puede observar que si se devalúa cuando el tipo de cambio nominal toma valores entre los puntos K y L, la Balanza de Pagos en pesos mejora y la Balanza en dólares empeora. Es el caso 1), en el cual se concluyó que se debe partir de un superávit inicial en la Balanza de Pagos. Si la devaluación se lleva a cabo cuando el tipo de cambio toma valores entre los puntos P y Q, se advierte que la Balanza de Pagos en pesos empeora y la Balanza en dólares mejora. Tal como se concluyó en el caso 2) esto ocurre cuando se parte de un déficit inicial.

De aquí se puede intuir el porqué la condición es menos restrictiva en pesos que en dólares. Cuando se está en presencia de un superávit y viceversa, cuando se está en presencia de un déficit.

Gráfico 4: Balanza de pagos en pesos y en dólares



La razón económica del resultado obtenido es el siguiente:

$$B^S = B^{USS} \cdot r$$

$$dB^S = r dB^{USS} + B^{USS} dr$$

Si dB^S es positivo asimismo dB^{USS} lo será. Adicionalmente, si partimos de un superávit, al devaluar dr aumenta, luego $B^{USS} dr$ incrementa, reforzando la mejora en B^S . Luego es más probable que mejore la Balanza de Pagos si se parte de un superávit. En caso de un déficit sucede lo opuesto.

Al expresar la balanza comercial expresada en moneda extranjera tenemos que $B^{USS} = \frac{B^S}{r}$ luego:

$$dB^{USS} = \frac{r \cdot dB^S - B^S dr}{r^2} = \frac{dB^S}{r} - B^{USS} \frac{dr}{r}$$

En este caso la Balanza de Pagos está expresada en dólares. Todo cambio en la Balanza de Pagos expresada en dólares significará asimismo un cambio en el mismo sentido en la Balanza de Pagos expresada en pesos. El efecto "stock", que es de hecho un flujo, está representado por el sumando $-B^{US\$} \frac{dr}{r}$. Luego si partimos de un superávit, este sumando es negativo y tiende a incrementar al devaluar, con lo cual tiende a compensar (en caso de mejora) o reforzar (en caso de empeoramiento) al primer sumando. Por lo tanto es más difícil que mejore la Balanza de Pagos expresada en dólares si partimos de un superávit. En caso de déficit sucede lo opuesto.

IV. CONCLUSIONES

Del análisis realizado se puede concluir que la condición de elasticidad crítica de la Balanza de Pagos, base del enfoque elasticidades, aun cuando está basado en un análisis de equilibrio parcial, es útil para comprender y ver su rol dentro del funcionamiento dinámico y estático de la economía internacional.

En nuestro caso específico, en el cual se analiza la condición de elasticidad crítica simplificado en su relación con el mercado de divisas, se llega a la conclusión de la importancia de su rol no sólo para ver si el mercado de divisas es estable o inestable sino además analizar porqué la Balanza de Pagos puede mejorar en pesos y no en moneda extranjera o viceversa.

Es de hacer notar que al relacionarlo con el mercado de divisas, no sólo consideramos como Balanza de Pagos a la Cuenta Mercadería, sino aquella parte de la misma que se transa al contado.

Dado que el enfoque elasticidades está basado en el análisis de flujos, es importante en presencia de desequilibrios iniciales (déficit o superávit), notar que estos son un flujo por naturaleza, ya que tienen como unidad $1/t$, por ejemplo déficit o superávit por año.

Sin embargo al analizar los efectos de una devaluación o revaluación vemos cómo al variar el tipo de cambio, cambia el flujo en el nuevo período, y asimismo debido a la variación en el tipo de cambio, cambia el

desequilibrio inicial ya existente (que es un flujo).

Así, al analizar una variación en el tipo de cambio tenemos que analizar dos efectos: a) cómo cambia el flujo actual en la Balanza de Pagos y b) cómo cambia el flujo inicial del desequilibrio existente, debido a la variación en el tipo de cambio.

De allí que para que mejore la Balanza de Pagos en pesos y empeore en dólares, es condición necesaria que el desequilibrio inicial sea un superávit. Esto se deduce claramente del punto (i)¹⁰.

El sentido económico de lo obtenido es: que al tener lugar una revaluación, y de cumplirse la condición de elasticidad crítica, se observa una desmejora en la Balanza de Pagos. Esta desmejora se observará tanto en pesos como en dólares. Asimismo, si existe un superávit inicial, éste existirá tanto en pesos como en dólares.

Ante una revaluación, si definimos la Balanza de Pagos en pesos, y se cumple la condición de elasticidad crítica, el superávit será menor tanto en pesos como en dólares después de la revaluación. Al mismo tiempo, el desequilibrio inicial definido en dólares es mayor manteniéndose constante en pesos. Por lo tanto para corregir ese equilibrio inicial necesitamos más dólares que antes, ya que el

¹⁰ *Vid Supra*, pág. 43.

desequilibrio inicial habrá aumentado en dólares habiéndose mantenido constante en pesos (el superávit inicial habrá aumentado en dólares y mantenido en pesos). Como la desmejora, debido a la revaluación tiene el mismo sentido en pesos y en dólares, y el superávit inicial en pesos se mantuvo constante aumentando la de dólares, vemos que en el caso de dólares ambos efectos se refuerzan (menor superávit y mayor stock en dólares). No así en el caso de que se defina en pesos ya que el stock se mantuvo constante. Luego es "más fácil" que mejore en pesos que en dólares si partimos de un superávit inicial.

Si definimos la Balanza comercial en dólares, y partimos de un superávit, frente a una revaluación necesito menos pesos que antes manteniéndose constante en dólares (el superávit inicial se mantiene constante en dólares disminuyendo en pesos). Por lo tanto dado que al revaluar empeora la balanza comercial, si se cumple la condición de la elasticidad crítica, tendré un menor superávit en pesos como en dólares en el período. Por lo tanto si defino la Balanza de Pagos en pesos, tendré un menor superávit y menor superávit inicial en pesos, a corregir, mientras que en dólares el superávit inicial quedó constante. Por lo tanto si se define la Balanza de Pagos en pesos disminuye el stock inicial a corregir y existirá asimismo un empeoramiento en la Balanza de Pagos debido a la revaluación;

mientras que si definimos la Balanza de Pagos en dólares sólo tiene lugar el efecto del empeoramiento de la Balanza de Pagos. Luego, si partimos de un superávit será "más fácil" que mejore la Balanza de Pagos definida en pesos que en dólares.

Por lo tanto la de Pagos puede mejorar en pesos y empeorar en dólares.

Por eso se dice que la condición partiendo de un superávit es menos "restrictiva" (más fácil que se cumpla) definiendo la Balanza de Pagos en pesos que en dólares si se parte de un superávit.

Cuando se parte de un déficit inicial, cambia el signo del desequilibrio inicial, manteniéndose el de los cambios en el superávit o déficit en el nuevo período debido a la variación en el tipo de cambio. Por lo tanto veremos que en este caso se cumple "más fácilmente" si se parte de un déficit inicial cuando la Balanza de Pagos es definida en dólares que en pesos.

Asimismo debe notarse que la utilidad de usar una u otra unidad para expresar la Balanza de Pagos depende básicamente del problema que se desea abordar.

Es de hacer notar que cuando se habla de que es más o menos fácil que se cumpla la condición es que se cumpla la misma para llegar al equilibrio en la Balanza de Pago.

BIBLIOGRAFÍA

- APPLEYARD, Dennis R., FIELD Jr., Alfred J., *Economía Internacional*, Irwin, Madrid, 1995.
- BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, Gerencia de Investigaciones y Estadísticas Económicas, Serie de trabajos metodológicos y sectoriales, Departamento de Cuentas Internacionales, *Metodología de estimación del mercado cambiario*, n° 3, octubre 1979.
- DORNBUSCH, Rudiger, *Exchange Rates and Fiscal Policy in a Popular Model of international Trade*, *The American Economic Review*, Vol. LXV, n° 5, diciembre 1975.
- DORNBUSCH, Rudiger. *La macroeconomía de una economía abierta*, Antoni Bosh, Buenos Aires, 1983.

- FRENKEL, Jacob y JOHNSON, Harry G., ed., *The Monetary Approach to the Balance of Payment*, University of Toronto Press, Toronto, 1977.
- GANDOLFO, Giancarlo, *Economia Internazionale. Economia Internazionale Monetaria*, Torino, Utet, Tomo II.
- HARBERGER, A. C., *Currency Depreciation, Income, and the Balance of Trade*, Journal of Political Economy, Vol. 58, 1950.
- TSIANG, S. C., *The Role of Money in Trade-Balance Stability: Syntesis of the Elasticity and Absortion Approaches*, American Economic Review, Vol. 51, pág. 912-36, reimpresso en Cooper, R.N., *International Finance*, Pinguin Modern Economics Readings, Baltimore. Victoria, 1971.

C ONFERENCIAS

Ciclo de Conferencias dictadas durante el desarrollo de las
Jornadas de Ciencias Económicas 2006
Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Económicas

El Contador Público y la Tecnología Informática*

Dr. Raúl Saroka
Contador Público y Licenciado en Administración

RELACIÓN ENTRE LA CARRERA DE CONTADOR PÚBLICO Y LA TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

El motivo de análisis de esta temática, es considerar cuan distintas son las necesidades de tecnología informática según sea el ámbito en el que se desempeñe el Contador Público. No tiene las mismas necesidades de tecnología informática quien se desempeña en el puro asesoramiento impositivo que quien se dedica al asesoramiento contable administrativo; o bien quien trabaja en relación de dependencia como contador o quien se desempeña en un puesto ejecutivo como gerente, o como gerente general, o como emprendedor de su propia empresa. Cambian bastante.

¿Qué es tecnología informática? Es necesario aclarar que, en materia de terminología, todo lo que está alrededor de tecnología informática va variando con el tiempo y que está muy influenciada por razones comerciales; por lo cual, cuando se habla de tecnología informática inmediatamente se tiende a asociarlo a tecnología pura y no es así; es algo más que eso.

Podemos comenzar el análisis de la tecnología informática por lo que, genéricamente, se denomina hardware: o sea el equipo o equipamiento (Gráfico 1). Pero resulta ser que el equipo solo no es suficiente. Esta tecnología es una industria de productos complementarios. El hardware necesita de una compañía mínima que es el software de base, que genéricamente se llama sistema operativo. Aún así, esto se convierte en una herramienta para alguien formado en informática. Para la mayoría de las personas esto no sirve demasiado si no se suman otros elementos.

* Agradezco al Dr. Javier Collazo su trabajo de revisión y corrección de la conferencia original.

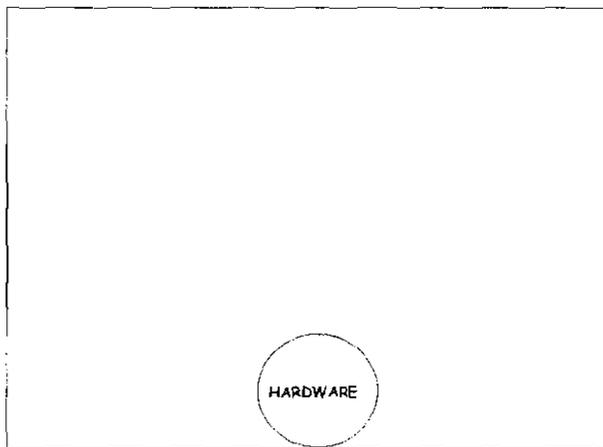


Gráfico 1

Observando el gráfico número 2, hay una tercera capa que representa las bases de datos y que son mecanismos que administran el almacenamiento de los datos. Pero además, los productos vienen preparados para ser herramientas de construcción de aplicaciones. Las herramientas más elementales vienen con paquetes como el Office (Access), pero cuando se habla de una organización casi siempre se habla de productos de mayor envergadura.

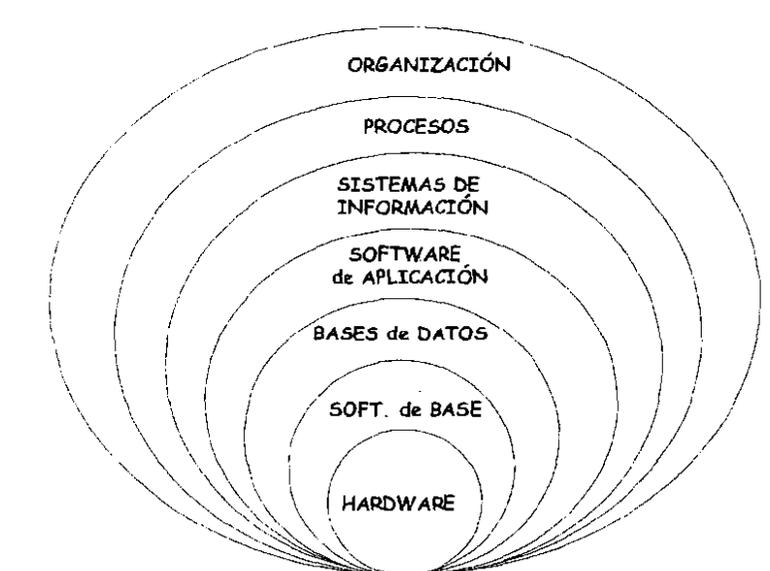


Gráfico 2

Una cuarta capa corresponde al software de aplicación. En realidad, se comienza a explorar esta capa sólo cuando se está ante un programa de contabilidad, o uno de stock, o un programa Auto-cad, en el caso de ingeniería o diseño arquitectónico, etc.

La interacción de los componentes de todas estas capas, generan los Sistemas de Información de la Organización. Es decir, están al servicio de los Sistemas de Información.

Y luego la capa de procesos, que son todos los procesos que se cumplen en la organización y que están al servicio de ésta.

Este gráfico de capas muestra, en primer lugar, una complementariedad, pero, fundamentalmente, está planteado para comprender a quién le corresponde ocuparse de cada uno de esos aspectos o capas.

Se llama, entonces, tecnología informática a todo el esquema planteado. No es solamente el hardware, ni es solamente el software. Tecnología informática es un nombre genérico que se usa para todo lo que se refiere a la informática e involucra a todo, de manera que no es correcto hablar de tecnología informática reduciéndolo sólo al aspecto tecnológico. Los sistemas de información también están formados por los usuarios y por la gente que hace sistemas.

Ahora, ¿quiénes deberían ser los responsables de estas instancias? Hay carreras específicas en tecnología informática que preparan con distintos grados de especialización para cada una de las capas del esquema. Y hay algunas carreras de escuelas de negocios, genéricamente de ciencias económicas, que trabajan sobre las capas marcadas más arriba o más inclusivas de la organización del proceso.

Si se mira los currículos de las carreras puramente informáticas o de ciencias de la computación, originalmente cubrían la capa de hardware, la de software de base, la base de datos y muy poquito de la de software de aplicación. Con el tiempo se fueron dando cuenta que eso no les alcanzaba, y hoy las carreras de informática, pretenden incorporar, con justificada razón, las capas superiores.

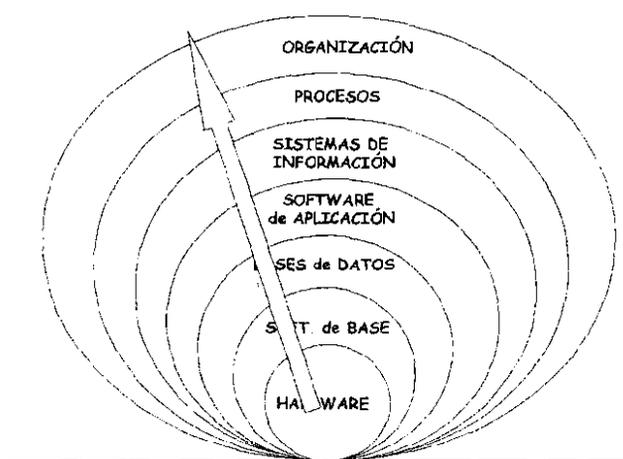


Gráfico 3

En las carreras de ciencias económicas, tradicionalmente se cubre el concepto de organización, de proceso, de sistemas de información, y poco a poco también se han ido incorporando las otras capas inferiores.

Quiénes se han formado en carreras de formación tecnológica, miran a la organización desde el computador. Es una visión desde la herramienta hacia la organización (Gráfico 3). Si bien ha variado el concepto de 'computador' pues ya no se reduce a una PC o a una laptop, sino que se

habla de un conjunto de computadoras, de una red de computadoras, sigue siendo una visión muy parcial a pesar de ser una visión muy superior y superadora a la que se tenía tiempo atrás.

En cambio, la visión que se hace desde la Escuela de Negocios, es una visión distinta, se mira a la herramienta como un medio para poder resolver los sistemas de información; los sistemas de información como un medio de resolver los procesos; los procesos como un servicio a la organización. Este enfoque marca diferencias notables que hacen que no sea lo mismo la formación en una escuela de negocios que la formación en una escuela puramente tecnológica.

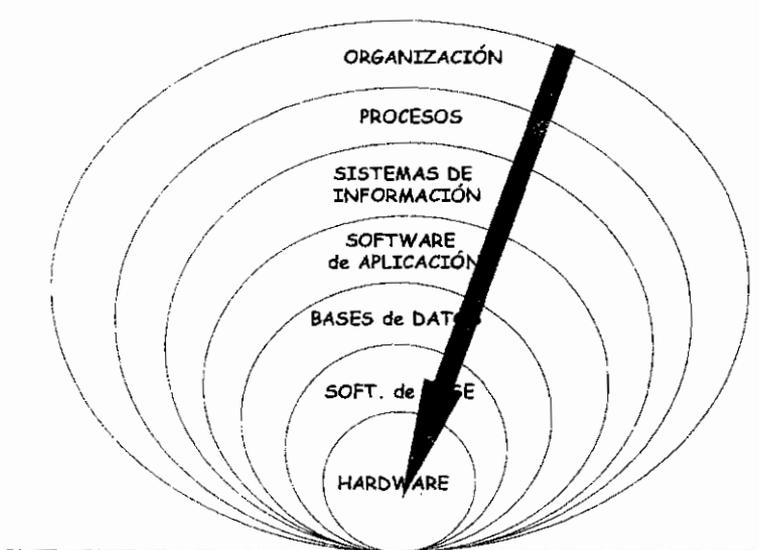


Gráfico 4

Ahora bien, la pregunta que viene a continuación es: por qué, siendo yo contador, me dediqué a esta temática y por qué junto con otros contadores se nos ocurrió crear una carrera en la Facultad de Ciencias Económicas en la Universidad de Buenos Aires, que es la Licenciatura en Sistemas de Información. Esta fue la primera carrera universitaria que se implementó hace 18 años, y hoy hay sólo una carrera más de ese tipo que cubre ese enfoque en nuestro país.

Éramos un grupo de contadores que trabajábamos en sistemas y veíamos continuamente el fracaso de la incorporación de sistemas de información a la organización. Un fracaso que no tenía nada que ver con la calidad técnica de los productos elaborados. El problema era que esos sistemas de información no respondían a las necesidades de las organizaciones o bien no se contemplaba el rol e importancia de los usuarios. Había un problema real, los sistemas fracasaban. Por lo tanto, hacía falta enfatizar en los aspectos organizacionales y humanos, tanto como en los tecnológicos para que una incorporación de TI fuese exitosa. Esta carrera, aunque no muy numerosa en cuanto a la cantidad de estudiantes, provee profesionales muy acreditados y demandados por las consultoras y empresas del medio para cubrir una brecha importante entre los usuarios finales y los "tecnólogos".

¿CUÁLES SON LAS BUENAS NOTICIAS RESPECTO DE LA TECNOLOGÍA INFORMÁTICA?

Las buenas noticias son que con la tecnología informática se puede tener mayor eficiencia; aumentar la velocidad de procesamiento; mejorar la toma de decisiones; bajar los costos; mejorar la calidad del producto y/o servicio; ofrecer nuevos productos y/o servicios; obtener ventajas competitivas, entre otras. En general, se puede decir que la tecnología informática es una extraordinaria y poderosa amplificadora de la capacidad humana.

La TI, y por suerte por muchos años más, todavía es dependiente del ser humano y a su

vez éste es dependiente de la tecnología. Lo cierto es que las organizaciones todavía funcionan gracias a la gente.

Con la TI se logra multiplicar, amplificar, mejorar. En una organización con buena gente, con tecnología informática adecuada se obtienen resultados maravillosos. Si no se tiene buena gente, no hay tecnología en el mundo que haga que esa organización funcione, con lo cual la gente sigue siendo lo más importante que una organización tiene.

¿Y LAS MALAS NOTICIAS?

También hay malas noticias; éstas son:

1. **La TI crea dependencia.** A la organización no le queda otro remedio que depender de:

- a. **La tecnología elegida.** Porque la tecnología que uno adopta crece por la dinámica misma de las organizaciones. Hoy es un riesgo menor que en otras épocas, pero sigue siendo un problema. En las décadas del 70 y 80 cuando se compraba un computador de cierta marca, uno “debía terminar sus días” con esa marea. Hoy en términos de hardware y de software hay mayor estandarización, hay mayor *comoditización*; pero aún así, cuando se elige determinada tecnología se produce el fenómeno conocido como “lock in”, que quiere decir quedar atrapado, o sea que uno es “rehén” de una decisión tomada con anterioridad.

De la misma manera que, por ejemplo, en la tecnología celular cuando adquirimos una línea telefónica. Somos rehenes porque cuando, cualquiera sea el motivo, queremos cambiar de compañía prestadora, no podemos transferir el número. Y no abandonamos la compañía prestadora originaria, no porque estamos contentos con el servicio que nos brinda, sino porque no queremos perder el número. Esto es un lock-in, es quedar atrapados porque generar un cambio cuesta dinero, cuesta esfuerzo y no resulta conveniente. Hay costos involucrados en el cambio que los usuarios no están dispuestos a asumir y por eso se crea la dependencia.

- b. De los **proveedores** y de los **consultores**. Esta dependencia puede ser mayor o menor de acuerdo a la calidad de los consultores y de los proveedores. Los hay buenos, regulares, malos, maravillosos; es decir, hay de todo.
- e. De la **gente de sistemas** que trabaja en la organización, y
- d. De los crecientes **problemas de seguridad** a la que está sujeta la TI. En la actualidad, uno de los problemas importantes a enfrentar es el de la seguridad de los sistemas de información, y que pueden verse manifestados en:

Continuidad. Que la organización pueda seguir trabajando y no vivir amenazada por virus o por los ataques de los crackers (no los hackers, que erróneamente se los relaciona con piratas informáticos).

Integridad de los datos. Los contadores y auditores saben mucho de este tema. Los datos pueden ser sometidos a ataques tales como: problemas de interferencias en las comunicaciones, robos de datos y otros, que los afectan en su integridad.

Confidencialidad. En qué medida personas ajenas a la organización pueden enterarse de datos que los beneficien, perjudicando a la empresa.

Vivimos pendientes de estos problemas que cada vez son mayores y ustedes saben que para cada problema de estos hay soluciones. Cada vez que aparece un problema de esta índole, hay que encontrarle la solución, siempre a posteriori.

Historias de éxito y fracaso. Hay infinitas historias de éxitos y fracasos. Se pueden contar maravillosas historias de éxitos de tecnología informática, con las que se obtuvieron ventajas competitivas como las obtenidas por American Airlines por ejemplo, y otros ejemplos argentinos también. Pero, frente a cada éxito hay también fracasos. Hay estadísticas (no muy actuales) que indican que solamente el dieciséis por ciento de los proyectos de sistemas, terminan en el tiempo asignado, de acuerdo a los costos previstos y cumpliendo las funcionalidades previstas. Estas son estadísticas hechas en países más avanzados que el nuestro.

El 33% de los proyectos "mueren" antes de llegar al final o nunca se utilizan a pesar de haberse terminado. El 50% de los proyectos terminan tarde, gastan mucho más dinero y no hacen todo lo que prometieron.

Estadística poca auspiciosa. Se podría decir como mecanismo de defensa de la profesión informática, que en otras áreas, como la construcción, por ejemplo, cuando una persona decide hacer una casa, le lleva el doble de tiempo, gasta el triple y termina peleado con el arquitecto. Se podría pensar que si esto sucede en una disciplina que tiene siglos de antigüedad, en la profesión de los informáticos que tiene sólo cinco décadas, estaría plenamente justificado. Pero no es así, no tiene un justificativo válido, es simplemente para mostrar algún paralelismo.

Entonces, ¿por qué fracasan?

- Porque no se interpretaron correctamente las necesidades del usuario, de la misma manera que un arquitecto hace una casa maravillosa de acuerdo a su criterio, pero se olvida que quien va a vivir es su cliente.
- Porque no se hace la gestión de los proyectos, que significa la gestión que busca manejar los recursos que permitan terminarlo con el costo previsto, en el tiempo previsto y con la funcionalidad prevista.
- Porque no se hace la gestión del cambio en forma adecuada. Cuando se introduce tecnología hay cambios importantes que afectan a la gente y esto hay que contemplarlo. Sobre este tema se habla mucho y se hace poco o nada. Hay muchos otros motivos que sería largo enumerar y que podrían explicar por qué son tan altos los índices de fracasos.

REFLEXIONES

Ante esta lista de buenas y malas noticias, podrían surgir preguntas sobre cuál es el balance de todo esto. El balance puede y debe ser positivo. Justamente los contadores tienen mucho que ver con esto.

Los empresarios o las organizaciones públicas, que son los que finalmente pagan por desarrollar sistemas o compran e incorporan sistemas, se preguntan sobre cuál es el resultado de la inversión. Los comentarios e interrogantes más usuales son:

- ¿Cuál es el resultado de mi inversión? “He gastado tanto dinero en esto. ...”
- ¿Se justifica la inversión en TI? Con todo lo que gasté, ¿he cumplido con alguna de las buenas noticias indicadas anteriormente?
- Adoro lo que me prometen, pero odio lo que finalmente recibo. ¿Será porque no tiene mucho que ver una cosa y la otra?
- ¿Es tan impredecible lo que ocurre con la TI?
- ¿Es mejor comprar un paquete o hacer un sistema a medida?
- ¿Quién me puede ayudar a tomar la decisión correcta?

En todo el país, en todo el mundo, pero cuanto más pequeña es la ciudad, los contadores cumplen un rol fundamental de asesores, de consultores, que abarca una gama muy amplia de funciones y temáticas. Los contadores, como los propios usuarios, podrían ayudar en esto.

RESPUESTAS Y RECOMENDACIONES

El contador puede ayudar en lo relacionado con la tecnología informática y no le queda otra que involucrarse. ¿Y cómo puede involucrarse?, porque hay una serie de principios básicos que tienen mucho de lógica y poco de tecnología que se aplican a cualquier cosa.

Primero, hoy el mundo del producto de software está lleno de paquetes que ya están hechos, que no hay que inventar la rueda, que la mayoría de los problemas ya están resueltos. No necesariamente están resueltos exactamente en la forma en la que la organización podría necesitar, pero se pueden aproximar bastante. Hay que saber elegir, y parte de esa elección depende de criterios no técnicos, sino criterios gerenciales, de negocios; son criterios de sistemas en general. Por lo tanto se puede aconsejar la elección del producto que resuelva satisfactoriamente las necesidades, minimizando el riesgo de la dependencia.

Otra recomendación es tener cuidado con la “última” tecnología. Se entiende la “última” tecnología como la “mejor” tecnología. Pero la última tecnología que sirve puede estar funcionando bien en la empresa vecina, pero no quiere decir que sea la adecuada para la nuestra.

La industria informática es una industria apasionante, interesantísima. Pero lo único que es realmente creíble es lo que está funcionando; no se puede creer a ciegas en los folletos, no se puede creer en la prensa, y poco a los vendedores. Muchos apasionados de la tecnología se entusiasman con lo que leen o lo que prometen los proveedores. Hay mucho por hacer en esta materia. Ser primero en tecnología informática cuesta mucho dinero y si termina siendo el único, con más razón.

Otra recomendación respecto de la incorporación de tecnología informática: hay que elegir bien, implementar bien y operar bien. Esto significa que hay una metodología de trabajo que los contadores pueden aprender. No implica aprender a programar para hacer esto. Hay que invertir y/o gastar con inteligencia y prudencia. Hay que entender cuál es el rendimiento de la inversión, en qué hay que invertir y en qué es mejor invertir.

Los usuarios y los asesores tienen que involucrarse. Hoy se ha demostrado que los proyectos de tecnología que mejor funcionan son liderados por los usuarios, no por la gente de sistemas. No quiere decir que la gente de sistemas --los tecnólogos-- no puedan liderar proyectos, pero hoy los tecnólogos tienen baja credibilidad dentro de las organizaciones. Los usuarios pueden y deben liderar los proyectos porque son los que ponen el dinero; son los que determinan las necesidades; saben para qué lo necesitan y tienen que hacerse, además, responsables de su implementación.

Los proyectos de incorporación de tecnología, implican la compra de paquetes de cualquier tipo, especialmente lo llamados paquetes ERP que son paquetes integrados e integrales. La idea de incorporar estos paquetes es que son proyectos organizacionales y no proyectos tecnológicos. **Son proyectos organizacionales montados sobre tecnología informática.** Si se enfocan como proyectos de tecnología, terminan mal. Son proyectos socio-técnicos, llamados así porque son para ser usados por gente.

La pregunta que uno podría hacerse es: ¿voy a ser líder o alerta seguidor? Si lo que quiero es ser líder, recuerden que hay que estar dispuestos a gastar mucha plata. Hay veces que se puede tener una buena posición siendo un alerta seguidor. ¿Qué quiere decir? Veo bien lo que está pasando y entro en el momento en que la tecnología está probada, está segura. Es cierto, a lo mejor eso no me permite liderar el mercadeo, pero lo cierto es que la tecnología cada vez va bajando más de precio. La tecnología es cada vez más firme, permite mirar lo que hace el otro y entrar en segundo lugar. A veces con esta forma de proceder se gasta mucho menos dinero y se logra posicionarse mejor.

Los Sistemas Informáticos son demasiado importantes para dejarlos solamente en manos de los tecnólogos. Y esto quiere decir que hay algo para hacer por los Contadores.

¿Qué pasa con la tecnología? Hay muchas cosas que están pasando: uno es el efecto de la conocida como "Ley de Moore" (uno de los fundadores de la empresa Intel, que creó el microprocesador. Llamado chip, que es la parte principal del computador). Cada 18 meses se duplica la capacidad de almacenamiento, manteniéndose los precios constantes. De la misma manera, aumenta y disminuye el tamaño de los medios de almacenamiento. ¿Y esto que quiere decir? Que los computadores bajan de precio dramáticamente en términos de hardware. No necesariamente el beneficio se lo lleva el comprador. Un señor que se llama Bill Gates, nos consume parte de esos beneficios, porque por cada vez que aparece un nuevo chip, que aumentó su capacidad, este buen señor lanza un nuevo sistema operativo que se consume una parte importante de todo lo ahorrado por otro lado.

De alguna manera, él, siendo un adolescente, descubrió cómo funcionaba esta economía de productos complementarios e intuitivamente entendió cómo funcionaba esta industria. Por ello muchos tecnólogos lo rechazan con toda la razón del mundo. Sus productos son los únicos que, junto con otros ofrecidos por la tecnología informática, se pueden dar el lujo de no tener ninguna garantía de calidad, y los usuarios se tienen que hacer cargo de los problemas del producto. En cualquier otra industria, ante problemas con el producto, se procede a cambiarlo; hoy, en la industria informática la única respuesta es que esperen que se lo vayan a resolver. Cuando le mandan la solución, le resolvieron eso y le crearon otro problema nuevo.

Finalmente, Bill Gates, no será muy querido por algunos tecnólogos, pero es altamente respetado, admirado y reconocido como un gran estratega y hombre de marketing. Y por eso tiene tanto dinero que lo ha ganado con su extraordinaria habilidad comercial.

Una segunda ley conocida como "Ley de Gilder" dice que la capacidad de las comunicaciones se duplica todos los años. En la actualidad, cuando se habla de tecnología hay que incorporar una sigla muy usada: TICS (Tecnologías de Informática y de Comunicaciones). Las dos tecnologías van parejas; más aún, hoy, la gran parte del desarrollo de la tecnología informática se debe más a las comunicaciones que a la computación. Todo lo que se ve hoy en términos de telefonía celular, las PC portátiles que se pueden conectar en cualquier lado se pueden hacer maravillas y llevan la potencia de la computadora al lugar donde estamos. En este sentido la computadora es omnipresente en muchos aspectos y son las comunicaciones que han permitido en gran parte que el computador cumpla ese rol.

Estas dos leyes (Moore y Gilder) marcan el incremento en el uso de la tecnología informática y de las comunicaciones, como también colaboran la velocidad y la baja de precio de los componentes.

Finalmente se suele mencionar una tercera ley conocida como la "Ley de Metcalfe" que dice que el valor de una red de comunicaciones aumenta proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios del sistema. En otras palabras quiere decir que el valor de una red aumenta más que proporcionalmente al número de usuarios o nodos que se incorporan al sistema. Una explicación sencilla dice: ¿cuánto vale un teléfono?; probablemente nada o muy poco (como elemento decorativo). Si hay dos teléfonos el valor aumenta considerablemente porque dos personas se pueden comunicar. A medida que se incorporan teléfonos las posibilidades de comunicación aumentan en proporción geométrica (análisis combinatorio). Formulada por primera vez por Robert Metcalfe en relación a Ethernet de la cual fue su creador, la ley de Metcalfe explica muchos de los efectos de red de las tecnologías y redes de comunicación, como Internet o la World Wide Web. Y esto es lo que rápidamente Bill Gates entendió respecto del valor de su sistema operativo. La clave era que todo el mundo lo usara. No era cuestión de cobrar un alto precio, la verdadera utilidad está dada por la cantidad de gente que usa el sistema operativo. En definitiva, y en contra de lo que establece la economía tradicional donde el valor de los bienes está dado por su escasez, en este tipo de productos el valor del bien está dada por su abundancia.

AUTOMATIZAR VERSUS INFORMATIZAR

La tecnología por sí sola no resuelve nada. En realidad no hay que comprar tecnología, hay que comprar soluciones. por eso en el mercado aparece un grupo de proveedores que se llaman integradores de sistemas, porque la idea es que el usuario no quiere comprar determinada tecnología, lo que necesita es comprar una solución. En el fondo poco le interesa la marca de esa tecnología, lo que quiere es que le resuelvan el problema para seguir

haciendo negocios. La tecnología es un medio, no un fin.

No hay que limitarse a automatizar. Muchas de las experiencias de incorporación de tecnología es que hacen lo mismo que antes se hacía manualmente, más rápido, más seguro, pero no se aprovecha el potencial de la tecnología; no se informatiza y mucho menos se hacen reingenierías.

Los Contadores y los Licenciados en Administración tienen formación en estos temas, pero lamentablemente muchos tecnólogos, capaces de hacer los desarrollos más brillantes, increíblemente no lo tienen. Un solo ejemplo. cualquier experto en tecnología de la información sabe y se preocupa de que si tiene que enviar tantos bits o bytes de un lugar a otro, debe asegurarse que lo que mandó, llegó.

Usa todas las técnicas apropiadas, de eco, de redundancia, etc. Sin embargo jamás se preocupa de verificar si su comunicación interpersonal ha llegado a destino satisfactoriamente. Resulta ser que para tener buenos sistemas de información, es más importante saber qué necesita el usuario que mandarle la cantidad exacta de bits o bytes.

A MANERA DE RESUMEN

Como una síntesis de lo expuesto hasta ahora valgan las siguientes reflexiones y recomendaciones:

- No queda más remedio que depender de la tecnología informática
- Elija el producto que resuelva satisfactoriamente su necesidad minimizando el riesgo de la dependencia.
- Cuidado con la 'última' tecnología
- Hay que elegir bien, implementar bien y operar bien
- Hay que invertir y/o gastar con inteligencia y prudencia
- No hace falta inventar la rueda
- Los usuarios (y los asesores) tienen que involucrarse
- Los proyectos de TI andan mucho mejor si los usuarios se involucran y lideran los proyectos.
- Los proyectos funcionan mejor si son considerados como proyectos organizacionales apoyados en TI y no simplemente como de TI.
- Son proyectos socio-técnicos y, por ende, la gente tiene mucha importancia.
- ¿Ser líder o alerta seguidor? Esta es una decisión que hay que tomar. Para la mayoría de las empresas el camino es la segunda alternativa.
- Los SI son demasiado importantes para dejarlos solamente en manos de los informáticos.
- Efecto de la Ley de Moore, de Gilder y de Metcalfe.
- La tecnología por sí sola no resuelve nada.
- No comprar tecnología, comprar soluciones.
- No limitarse a automatizar (informatizar y/o reingenierizar).
- TI es tecnología + procesos + gente.
- Planificación global con ejecución parcial.
- Hay que hacer gestión del cambio.
- Hay que implementar una gestión de proyectos.
- Prestar atención a los problemas de la seguridad:
- Continuidad, integridad y confidencialidad.
- Aplicar medidas preventivas, detectivas y de recuperación

CARACTERÍSTICAS DE LA INDUSTRIA INFORMÁTICA (MITOS, EXAGERACIONES Y MENTIRAS)

Los proyectos de sistemas son proyectos que pueden llevar mucho tiempo. La gente no tiene paciencia, quiere ver resultados. Los proyectos, cuando se hacen muy largos, se hacen muy complejos, y además hay que tener presente que el mundo cambia todos los días. Hay que pensar en grande pero hay que hacer en chico. Hay que planificar globalmente, pero hay que ejecutar parcialmente. Hay que hacerlo en etapas: resultados en pocas sema-

nas o meses y no de años. Cualquier proyecto que involucre muchos meses necesita ser factorizado, dividido en sub proyectos. Cuando hay proyectos de muy larga duración, no acepten participar, porque se está planteando mal el proyecto. Hay que hacer Gestión del Cambio; hay que hacer Gestión de Proyectos y hay que prestar mucha atención a los problemas de seguridad.

EL FENÓMENO DE LA DESCONEXIÓN

El fenómeno de la desconexión pretende explicar la brecha de comunicación que existe entre los usuarios y los técnicos y profesionales de sistemas. Si bien suele existir una brecha normal de conocimiento entre las distintas profesiones y actividades (finanzas y marketing, por ejemplo), en este caso el problema está agravado por algunas particularidades del lenguaje común en la industria informática, llena de siglas, acrónimos, uso del spanglish y finalmente el uso exagerado de términos que pretenden impactar más por su forma de pronunciarse que por el significado que portan.

Por ello enfatizamos en la necesidad de que los profesionales y técnicos de sistemas se den cuenta del perjuicio de utilizar un lenguaje críptico que no favorece la comunicación tan importante en el logro de resultados. Por su parte, se plantea que los usuarios deben realizar un esfuerzo para lograr un nivel de "alfabetización" informática que facilite la comunicación con aquellos. La desconexión se ve agravada por el funcionamiento particular del ecosistema de la industria informática conformada por los proveedores, consultores, analistas de mercado y la prensa, tanto la genérica como la especializada.

LENGUAJE

¿Qué característica tiene esta industria informática que, como la industria de las comunicaciones, está llena de mitos, exageraciones, mentiras? Solamente hay que saber que pasa eso. Hay un problema de lenguaje. En la tecnología informática se usan siglas (RT, RM, KM). Todo parece misterioso, sin embargo detrás de estas siglas hay conceptos muy sencillos, solamente hay que preguntar su significado o consultar la bibliografía, nada más.

Como parte del lenguaje se usan los acrónimos. ¿Qué es un acrónimo? MODEM es un acrónimo, se juntan dos palabras: modulador y

demodulador. Bit y Byte son acrónimos. Se usan siglas, acrónimos y también spanglish: rcsetear, rebutear, embebido (que quiere decir incorporado). Todas estas palabras producen confusión en las personas que no están familiarizadas con este lenguaje, sin embargo no hay cosas demasiado misteriosas detrás de todo eso.

Hay una tendencia a usar palabras rimbombantes, o sea, palabras que parecen decir mucho y no dicen nada, o palabras que, en definitiva, dicen lo que le conviene a cada proveedor. Hoy está de moda la frase "gestión de conocimiento" por ejemplo, todos los provee-

dores tienen gestión de conocimiento. Si uno analiza las palabras con profundidad, gestión de conocimiento no existe, porque no se puede gestionar lo que pasa en la mente humana; lo que sería correcto es decir que hay gestión

de la información; pero gestión de conocimiento suena bárbaro, y en inglés, mejor: knowledge management. Son palabras que se usan mucho para impresionar.

PROVEEDORES, CONSULTORES Y PRENSA

Los proveedores lanzan continuamente productos. No todos ellos son exitosos, pero están continuamente respaldados por campañas de marketing que prometen resultados espectaculares de los nuevos productos o nuevas versiones que finalmente no se llegan a concretar. En la industria se usa un término sarcástico denominado *vaporware* que se traduciría como "hacer humo" para describir esta práctica comercial.

Por su parte, de los consultores se espera objetividad, independencia de criterio y *know-*

how. En muchos casos esos objetivos se cumplen, en otros no necesariamente pues los consultores mantienen relaciones demasiado estrechas con los proveedores.

La **prensa** amplifica muchas de las exageraciones que hacen los proveedores respecto de las bondades de los productos que ofrecen. La prensa vive de la publicidad de los proveedores, y como tal, los clientes se hacen eco de todas las cosas que dicen los periodistas que no siempre cumplen su cometido con la responsabilidad y seriedad esperada.

CAMBIOS DE ÁTOMOS A BYTES

Negroponte dijo, hace un tiempo, que el mundo está cambiando de átomos a bytes. Para los jóvenes hay cosas muy evidentes. La industria de la música ha cambiado radicalmente: hoy es un negocio de bytes no de átomos. Pronto no se va a vender un solo CD en el mundo. La industria de la música cambia, se baja música, no se compra, evidentemente es otro tipo de negocio. Los negocios van cambiando porque los contenidos tienen cada vez más contenido de bytes y menos contenidos de átomos, o se agregan bytes para darle más riqueza a la información. Un automóvil tiene cada vez más contenido de bytes en los chips que tiene adentro lo que permite diagnosticar a distancia el problema de un auto. Hoy se puede detectar el problema que tiene un automóvil que quedó parado en una ruta a través de una conexión con el concesionario o el fabricante o si tiene que mandar un técnico con el conocimiento necesario para solucionarlo.

COMPLEMENTARIEDAD

Anteriormente se ha hecho referencia al concepto de **complementariedad**. Quiere decir que un producto no se vende si no se vende el otro al cual complementa. Cuando hoy Bill Gates está anunciando el nuevo producto que va a reemplazar al Windows XP (Windows Vista), hay miles de otros proveedores que están preparando los productos complementa-

rios que van a salir al mercado simultáneamente con él. Si Bill Gates sale sólo con la nueva versión de Windows, ¿qué va a ocurrir?, nadie la va a comprar, pero si están todos los productos paralelos, mucha gente lo va a adquirir.

Nadie está muy necesitado de estos nuevos productos, pero Bill Gates se va a ocupar que

alguien los use. Esto genera que otro lo necesite, y finalmente nos va a obligar a todos a comprarlo, aunque no lo necesitemos realmente, para no quedar fuera del estándar.

¿CÓMO SE FIJAN LOS PRECIOS EN LA INDUSTRIA INFORMÁTICA?

Los contadores saben muy bien que los precios del mundo físico tienen una relación directa con los costos de los productos. En los productos que son puro bytes, el precio no tiene nada que ver con el costo.

La generación de un software (producir un software, por ejemplo: una enciclopedia interactiva), tiene altos costos de producción y cero costos de reproducción. Los conceptos de costos fijos, variables, etc., son válidos, pero se comportan de manera distinta en este tipo de productos. La mayoría son costos fijos; hay muy pocos costos variables; cambia el precio, muchas veces, según el cliente.

Bill Gates también fue el precursor de poner a sus software un precio accesible porque su idea fue: "de esto hay que vender mucho". No sólo le colocó un precio accesible sino que permitió que lo copie todo el mundo, porque lo que él quería era que todos tuvieran ese software, para convertirse en el rey del mercado. A él, en realidad, no le interesaba la compra individual del software, a él le interesaba la máquina que se vende, porque cada máquina que se vende a él le pagan por el software que dicha máquina tiene incorporado.

Cuando compraron Encarta, todo el negocio que hizo Bill Gates en producir la Enciclopedia Encarta no fue porque él es un amante de la enciclopedia, sino porque él quería que los chicos le dijeran a sus padres que le compraran un computador para usar la Encarta. La Encarta se copiaba, no se cobraba, él invirtió mucha plata, pero el negocio consistía en el sistema operativo.

Entonces, ¿cuál es el precio? El precio es el que está dispuesto a pagar el cliente, por eso hay que hacer cálculos muy importantes. Además hoy, toda la política de precios está cambiando al pasar de precios de licencia a precios de servicios, animado por otro fenómeno que es el mecanismo de software libre, mecanismo muy interesante que opera tratando de ponerle un freno, aunque sea limitado, a Bill Gates.

¿Hay una **nueva economía**? Yo creo que no hay una nueva economía. Las reglas de la economía están cambiando pero no han revolucionado la economía. Se creyó que nacía una nueva economía cuando aparecieron todas las empresas punto com. Se produjo una burbuja de explosión, y así como subió, cayó violentamente porque finalmente había mucho de exageración.

Pero hay cambios de **paradigmas** y hay que entenderlos. Hay cambios en ciertas reglas de los negocios porque los productos de bytes no se manejan lo mismo que los productos físicos.

EL CONTADOR PÚBLICO Y LOS PROYECTOS DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

Al contador que se desempeña como ejecutivo de una organización, como contador propiamente dicho, como gerente administrativo, como gerente general, como asesor administrativo-contable, como auditor, no le queda otra opción que hacerse cargo y entender el tema de la tecnología informática. Quizás no

para alguien que se va a dedicar exclusivamente al asesoramiento impositivo, pero quien se desempeñe en cualquiera de las funciones mencionadas debe tomarlo muy en serio porque otros profesionales, de otras ramas, ya están invadiendo estas áreas.

En la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo (creo que es la única del país), el plan de estudios incluye una asignatura que se llama Auditoría de Sistemas, esto es casi un milagro. En otros lugares del país, los egresados de tecnología informática demandan para sí la auditoría de sistemas, porque dicen que los contadores no están capacitados para hacer la auditoría de sistemas informáticos y, en parte, tienen razón. Si uno se trabaja conscientemente sobre este aspecto se corre el riesgo de perder una parte importante de esta área de ejercicio profesional.

En un proyecto de tecnología informática, ¿qué rol puede cumplir el contador?

Puede ser el **patrocinador** o sponsor, o sea alguien que está apoyando el proyecto, especialmente si está en un puesto jerárquico, como por ejemplo un **miembro del comité de dirección**.

El contador puede ser **líder** del proyecto, coordinador o gerente de proyecto, como se lo

llame, aunque no sea un especialista en sistemas; dependerá de él o trabajará con él alguien que sea un técnico. El problema principal a resolver es determinar las necesidades del usuario, para lo cual la tecnología tiene que estar al servicio de esa necesidad.

También puede ser un **actor**, lo que se llama un stakeholder, como usuario directo, indirecto, auditor, asesor.

En cualquiera de estos roles de la tecnología informática, los contadores ¿qué parte de los círculos o capas a las que se hizo referencia anteriormente, necesitan conocer?. No necesitan ser especialistas en hardware, no necesitan ser especialistas en software de base, no necesitan ser especialistas en base de datos. Pero deben conocer profundamente lo que es un sistema de información y deben entender de procesos. Desde esa perspectiva pueden manejar el mercado, si no lo hacen, no tienen futuro en este desempeño profesional.

PERFIL DEL EJECUTIVO DE SISTEMAS

Muchos de los ejecutivos de sistemas en empresas grandes no es gente egresada de carreras de tecnología, es gente egresada de carreras de negocios que han entendido cómo funciona la tecnología informática. El que ha egresado de una carrera pura de tecnología, está haciendo ahora una maestría en negocios

para cubrir su deficiencia, y va a estar mucho mejor preparado, pero no solamente porque aprenda todo lo que le falta aprender de negocios, sino también si cambia el sentido de la flecha que aparece indicada en el gráfico de las capas (Gráficos 3 y 4), desde la organización hacia las herramientas.

ALINEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE TI Y EL NEGOCIO

La idea es que la tecnología informática debe alinearse a la estrategia de negocio, estar al servicio del negocio. Pero hay muchos negocios que no pueden hacer estrategias si no saben lo que la tecnología puede hacer. Un banco no puede hacer estrategia de negocio si no sabe todo lo que puede hacer con la tecnología, porque su negocio está basado en la tecnología.

Hoy es común encontrarse con una gran presión por todo lo que se llama **tercerización** o

outsourcing, que es derivar todo lo que es tecnología hacia fuera, hacia un tercero, o sea a privatizarlo. La privatización puede ser muy buena, pero puede terminar como han terminado las privatizaciones en nuestro país en otro ámbito de la economía. No es que el concepto en sí mismo sea malo, sino que se planificaron mal, se ejecutaron peor y nadie las controló. Con el outsourcing de informática se está haciendo lo mismo, se terceriza a cualquiera sin saber si cumple las condiciones

necesarias para realizar las tareas. La evaluación de estos aspectos puede realizarla un contador, como también auditar el cumplimiento. Los terceros pueden ser una buena solución, pero tercerizar no es abdicar, es

delegar en un tercero la ejecución, no el planeamiento y el control, porque eso reside en la organización y el contador tiene mucho que ver con eso.

EL FENÓMENO DE INTERNET

Internet obviamente está cambiando todas las reglas de juego. Internet está cambiando. Apareció lo que se llama la web1.0 y hoy ya estamos en la web2.0. ¿Qué es la web2.0? No es la web pasiva donde se recibe un montón de cosas, muchas de ellas gratis. Hoy la web2.0 es la web social, donde las personas entran, actúan e interactúan. Google, Yahoo, y muchos otros en el mundo se pelcan por dominar el mercado de la web 2.0, porque esto significa un alto grado de interacción de los usuarios que participan.

Hoy los blogs están creándole un serio problema a la prensa. Los blogs son los diarios que se escriben en Internet. Por esos blogs, hoy estamos enterados, más rápidamente, de lo que sucede en el mundo, por ej. las guerras. Los blogs, son diarios que se escriben con herramientas muy fáciles, gratis, que se bajan de Internet, donde alguien informa de ciertas cosas. No se sabe la veracidad de su contenido, pero tampoco se sabe si es cierto o no lo que dicen los diarios, de manera tal que están en un plano de igualdad.

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

En la actualidad, se vive en una sociedad de conocimiento; en una sociedad de información. Este es otro problema que deben enfrentar los contadores: tienen que darse cuenta que las sociedades, como las empresas, valen más por el conocimiento acumulado que por los activos fijos. Los activos fijos o físicos son

más fáciles de inventariar, pero las empresas no valen por los activos fijos. Microsoft vale más que Ford, y tiene muchos menos activos fijos o físicos. Si los contadores siguen con sus criterios conservadores, estarán cometiendo un gran error.

LOS RECURSOS HUMANOS EN LA TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

Hay un gran déficit de RRHH en Tecnología Informática. Se está transformando en un problema serio. Hay una gran demanda de técnicos, pero también hay una gran demanda de analistas de sistemas funcionales, perfil típico de licenciados y contadores. Hoy, son las profesiones de mayor déficit en el país, de manera tal que todo lo que se haga al respecto tiene un destino bastante sencillo.

Lo que tiene que quedar claro es que la Tecnología Informática tiene que estar al servicio de los sistemas de información y al servicio de la organización. Recordar que los técnicos suelen ver lo que fácilmente se ve, que es la construcción. Los problemas más serios de los proyectos de tecnología informática están en lo que no se ve, que es la resistencia de la gente, que es la principal dificultad que se presenta al incorporar sistemas. Hay que trabajar con lo que no se ve demasiado pero que es lo más útil para las empresas.

La TI hay que incorporarla, pero no para hacer lo mismo que antes, de manera tal que hay que cambiar la visión.

Perspectivas del crecimiento económico mundial

Jorge Baldrich¹

Este trabajo tiene dos objetivos. Primero, presentar un análisis de la economía global desde el punto de vista de las perspectivas de crecimiento. En segundo lugar, focalizar algunos aspectos actuales del proceso de crecimiento bajo el marco de algunos avances recientes en la literatura. Mientras el primer objetivo se centra en la información disponible al momento de realización de las Jornadas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo del 2006, fecha en la cual se realizó esta presentación, el segundo elemento constituye un análisis de temas que permanecerán en la agenda de mediano plazo.

El análisis del crecimiento es un tema esencialmente dinámico donde la historia juega un rol primordial. Esto es más relevante aún en la coyuntura actual donde la globalización ha agilizado los procesos de integración comercial y financiera de una forma contundente. La tabla 1 resume, utilizando los datos de la importante labor de Maddison, la historia de los últimos 15 siglos en cuanto al crecimiento económico global. Además muestra que en el período que va desde el año 500 hasta el año 1500, el PBI per cápita prácticamente no aumentó. Es decir que en ese lapso hubo un estancamiento de 1000 años el cual tenuemente comenzó a modificarse entre el 1500 y el 1700. La economía que Maddison llamada "primariamente agraria", genera una tasa de crecimiento del PBI per cápita del 0,1% anual acumulativo entre los siglos XVI y XVIII. Esta modesta tasa de crecimiento implica que se requerirían unos 700 años para que una persona promedio duplicara su estándar de vida².

Entre 1700 y 1820, esa tasa de crecimiento se duplicó al 0,2% anual, lo cual, si bien fue un salto considerable, todavía limitaba el desarrollo de tal forma que fueron necesarios 350 años para que

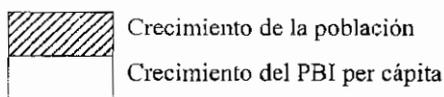
¹ Universidad de San Andrés

² En economía suele identificarse al PBI por persona con el estándar de vida. Esta identificación se fundamenta en que la producción por persona constituye una buena "variable proxy" que aproxima el concepto de estándar de vida. De hecho la asociación entre PBI per cápita y algunas variables representativas de desarrollo humano (expectativa de vida, tasa de alfabetización, mortalidad infantil, etc) es importante y significativa (ver Ray, 1997)

una persona duplicara su estándar de vida. Con el surgimiento de la revolución industrial se produce un salto notable (entre 1820 y 1980) generándose tal aceleración que cada 44 años el habitante promedio vio duplicado su estándar de vida.

Tabla 1

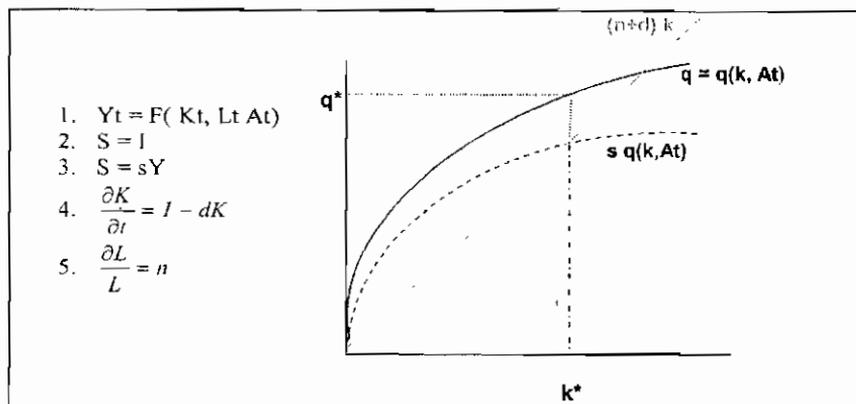
	0,1	0,2	0,4	0,9	
	0	0,1	0,2	1,6	
500		1500	1700	1820	1980



Como punto de partida para enfocar la actual dinámica de crecimiento conviene recordar los determinantes básicos del mismo reseñados por el modelo neoclásico de Robert Solow. El modelo postula tres fuentes del crecimiento en la producción de bienes y servicios: la tecnología, la capitalización y el incremento en el empleo del factor trabajo. Del modelo surge, asimismo, que las posibilidades de expandir los estándares de vida a través de incrementar el PBI per cápita provienen de profundizar el uso de capital que utiliza cada persona (tanto capital físico como capital humano) y de aumentar la capacidad y conocimientos tecnológicos.

Este elemento tecnológico, captado en el modelo del Gráfico 1 con la letra A, es un ingrediente central al que los economistas lo visualizan desde diferentes ángulos: la eficiencia en torno a cómo se organizan ciertos países versus otros, las características institucionales y sociales que hacen que ciertos países crezcan, etc. La gran importancia de este “factor tecnológico” surgió cuando Solow desarrolló este modelo y estimó sus parámetros para la economía americana a mediados de la década del 50. En esa oportunidad los resultados mostraron que un 88% del crecimiento se explicaba por este factor. La mejora tecnológica es, entonces, de gran relevancia y actualidad en momentos donde la globalización está implicando enormes consecuencias con respecto a la profundidad de los mercados, a la internacionalización de los mercados de capitales, a los costos de transporte y la internacionalización creciente de industrias y sectores.

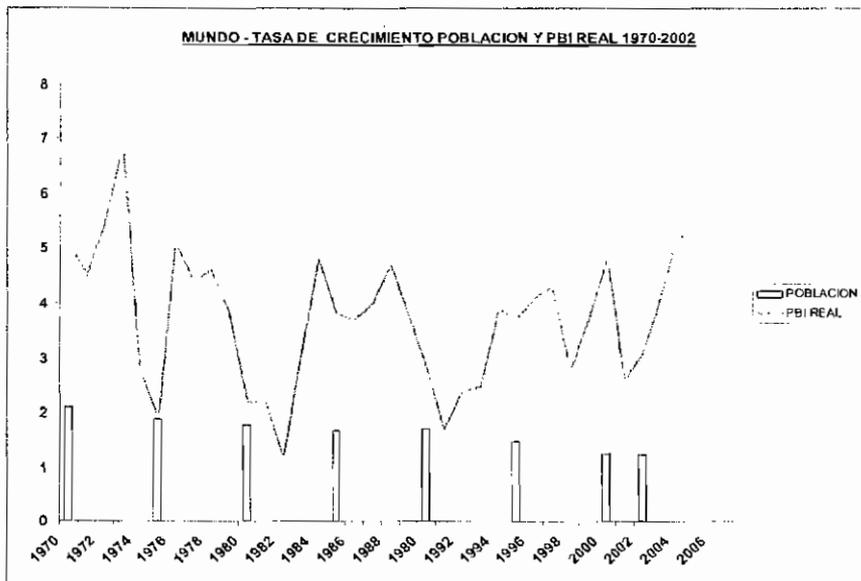
Gráfico 1: El Modelo de Solow



El modelo de Solow identifica la tasa de crecimiento poblacional como una variable que afecta inversamente el PBI per cápita. Una menor tasa de aumento en la población hace que el esfuerzo que se realiza para dotar a los nuevos habitantes del mismo stock de capital por persona que el resto de la población sea menos costoso y, por lo tanto, aumenta el nivel de vida por una reducción en lo que el modelo llama la "ampliación del capital". El gráfico 2 muestra la evolución tanto del numerador (PBI real) como del denominador (cantidad de habitantes) del PBI per cápita mundial para el período 1970-2002. El gráfico evidencia una reducción continua en la tasa de aumento poblacional junto a un crecimiento en el PBI real que no sólo supera al crecimiento de la población sino que se acelera a partir de mediados de los 80s. La dinámica es evidente y muy auspiciosa: por una parte, si bien se incrementan las expectativas de vida, es la reducción en la tasa de natalidad mundial la que motoriza una desaceleración en el crecimiento poblacional; por la otra, el PBI total aumenta a una tasa que desde mediados de los 80s ha tendido a duplicar la tasa de aumento de la población.

Lo interesante es la aceleración en esta tendencia que se observa en el pasado reciente. Los gráficos 3, 4, 5, 6 y 7 del apéndice nos permiten observar que esta tendencia es compartida por las diferentes áreas y bloques mundiales al referirse, respectivamente, a los países desarrollados (avanzados) para los que la tasa de aumento poblacional se tornó negativa a fines de la década pasada; a África, donde aún un crecimiento poblacional importante es minimizado ante la expansión económica; a los nuevos países industriales de Asia; a los nuevos países emergentes y, finalmente, a América Latina donde la volatilidad en el crecimiento económico no impide ver presente la tendencia mundial reseñada.

Gráfico 2



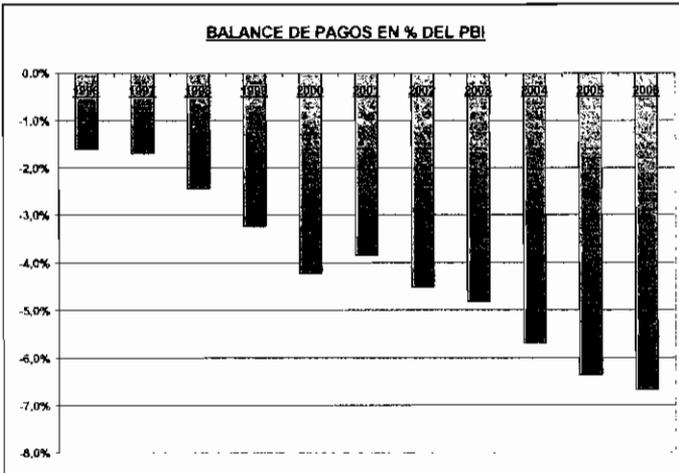
Enfocada la experiencia internacional reciente desde una primera variable que surge del modelo de Solow, la tasa de crecimiento poblacional "n", en el último cuarto del siglo XX y lo que va del presente, el crecimiento en la producción se ha acelerado mientras lo opuesto ha sucedido con el aumento poblacional. De ahí la consecuente expansión en los niveles de vida a nivel global.

El modelo de Solow, asimismo, identifica a la tasa de ahorro "s" como otra variable que influye positivamente en el nivel de vida. En este sentido, es importante tener en cuenta que el ahorro es siempre igual a la inversión en la economía mundial y, en lo que se refiere a las economías nacionales y a los bloques mundiales, la diferencia entre el ahorro y la inversión es exactamente igual al saldo del balance de pagos. En general es difícil observar una tendencia creciente en la tasa de ahorro y de inversión a lo largo del tiempo dado que un nivel permanentemente creciente de ahorro como porcentaje del producto implica una disminución constante en el cociente entre consumo y producto. Sí ha habido períodos donde, inducidos por políticas públicas o por incentivos económicos, algunos países han visto crecer sus tasas de ahorro para estabilizarse en niveles superiores, este ha sido el caso, por ejemplo, de los países del sudeste asiático (Young, 1995). Existe un amplio espectro de políticas que se refieren al financiamiento del estado, al diseño del esquema impositivo y a las características de los regímenes de jubilación que inciden sobre la tasa de ahorro y sobre el PBI por habitante. En la actual coyuntura internacional, sin embargo, enfocar el ahorro y la inversión en su flanco macroeconómico como determinantes de los balances de pagos de los países resulta oportuno, dado que la exitosa tendencia vista en el PBI per cápita desde mediados de los 80s y su posterior aceleración, corre el peligro de ser interrumpida en el caso de producirse una salida traumática al problema actual de "desequilibrio en los pagos globales" que hoy tanto preocupa a las finanzas internacionales (Wolf, 2006).

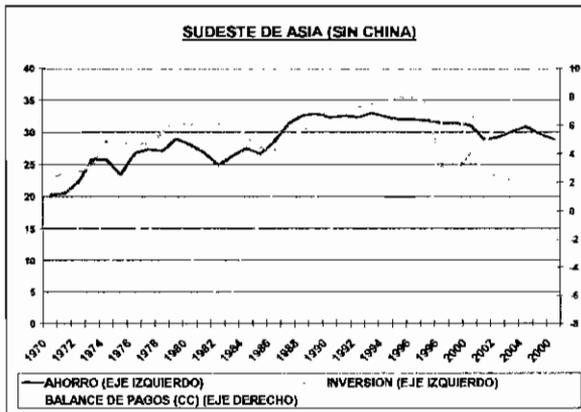
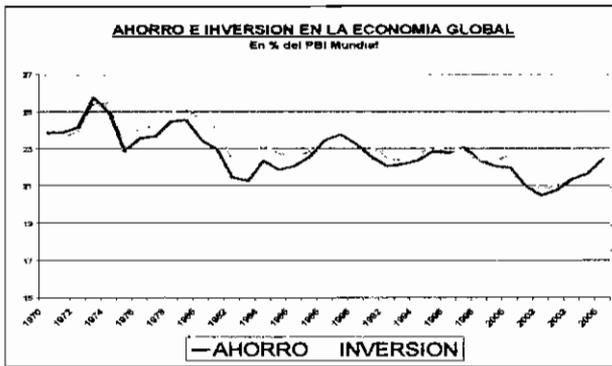
El tema del desequilibrio en los pagos globales puede ser abordado con la ayuda del gráfico 8, para los EEUU, y de los gráficos 9 para diferentes regiones mundiales. La primera figura de los gráficos 9 superpone el ahorro mundial a la inversión mundial mostrando que, más allá de conocidos sesgos en la medición que realizan las cuentas nacionales, ambas variables son iguales o, lo que es lo mismo, que el balance de pagos de la economía global es siempre igual a cero. El segundo de los gráficos, yendo en sentido inverso a las agujas de un reloj, permite ver que lo que es cierto para el mundo no lo es para los países y los bloques dado que, en este caso, los países desarrollados han mostrado desde fines de los 90s un creciente desequilibrio de balance de pagos al haber aumentado sensiblemente la inversión con relación al ahorro. Este desequilibrio está fuertemente concentrado en la economía norteamericana. En este sentido puede notarse que según el gráfico, los países desarrollados en su conjunto tienen un déficit equivalente al 1,5 % del PBI de esos países; sin embargo, el déficit correspondiente a los EEUU representa el 6,5 % del PBI americano mostrando, ciertamente, la tendencia creciente de este desajuste y que se agudiza a partir de 1998.

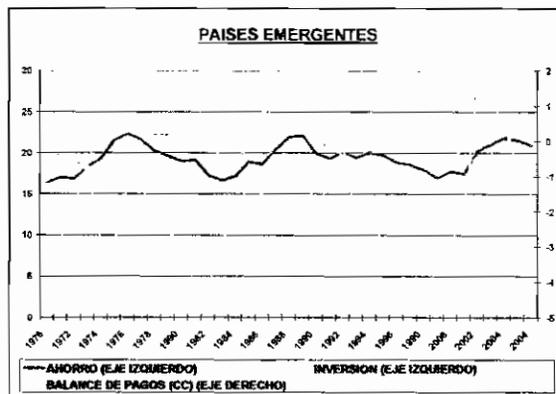
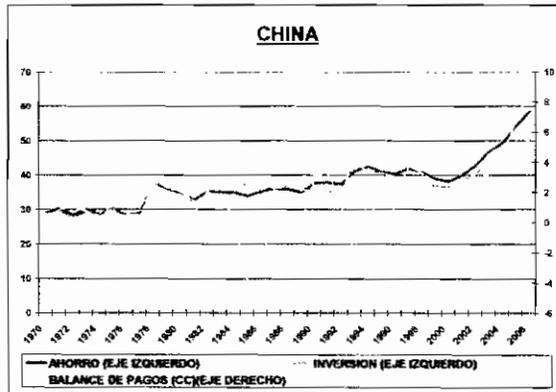
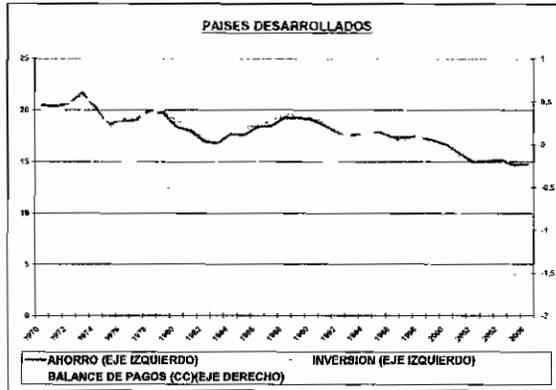
El desequilibrio de pagos americano está siendo financiado principalmente por los países asiáticos, por las naciones exportadoras de petróleo y, hasta hace poco tiempo, por el conjunto de los países emergentes. Es interesante destacar que los países emergentes, que ajustaron fuertemente sus pagos a fines de los 90s e inicios de la presente década, han pasado a mostrar un leve déficit de pagos, aspecto que no es compartido por el Mercosur donde tanto Brasil como Argentina mantienen un fuerte saldo positivo en la cuenta corriente del balance de pagos. Tanto la Unión Europea como Japón poseen también superávit de pagos, lo cual ayuda a focalizar el problema de la sostenibilidad financiera internacional en torno al proceso de ajuste que está realizando la economía americana; ajuste que hasta el presente ha sido relativamente suave pero puede verse perturbado por cambios inesperados tanto en ese país como en los bloques que actúan como oferentes de fondos y, por lo tanto, como financiadores en este proceso.

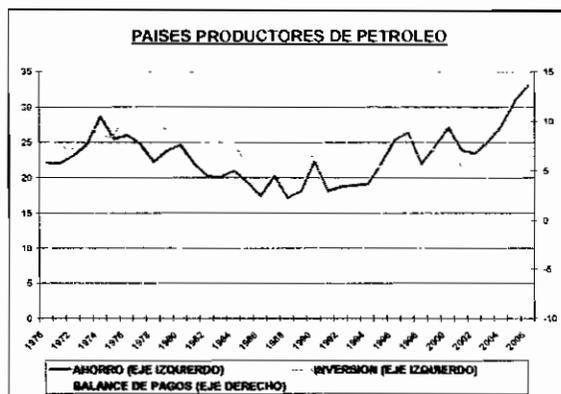
Grafico 8 - EEUU



Gráficos 9







Fuente: IMF, World Economic Outlook, 2006.

En este sentido, resulta novedoso -y también es fuente de una de las preocupaciones centrales- lo que está pasando en China, donde se pueden observar tasas de ahorro cercanas a 60 % del producto y tasas de inversión del 50 % del producto. En el caso chino, si se analiza el comportamiento sectorial, son las empresas las que lideran el crecimiento del ahorro. Ello significa que las empresas están teniendo un creciente flujo de fondos y una parte sustancial de ellos se están reciclando hacia el resto del mundo, y básicamente hacia EEUU. También el sector público chino participa mediante un superávit fiscal importante.

La preocupación que existe en la economía mundial es que este proceso inédito de crecimiento mundial se vea afectado mediante un shock en el corto plazo. A la hora de individualizar el posible origen de este eventual shock, las miradas convergen hacia China centrándose en la falta de sostenibilidad temporal del vínculo expansión económica-expansión financiera chino. Es que se reconoce que el país asiático no podrá acumular reservas extranjeras en forma indefinida y, lo que es una consecuencia, tal incremento en las reservas y en los activos externos engendrará tarde o temprano un mecanismo corrector de mercado. Mecanismo que mientras más se postergue tiene mayores chances de resultar traumático.

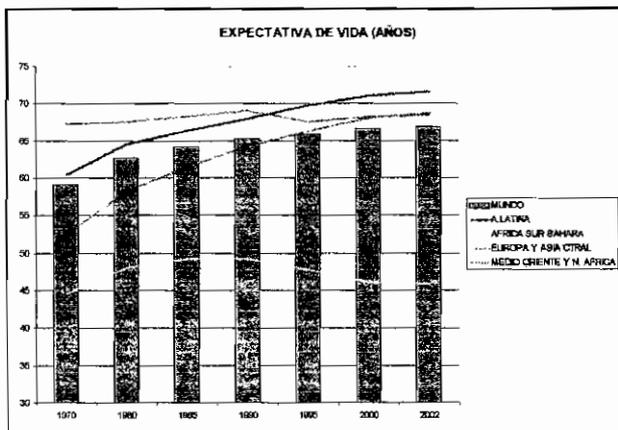
El curso eventual que pueda tomar la resolución del problema de desbalance global de pagos es objeto de controversias. Por una parte, Bradford De Long (De Long, 2007), profesor de economía de la Universidad de California Berkley, sostiene que una inflación creciente en China constituye un escenario probable, dado que el actual superávit de la balanza de pagos está siendo neutralizado por el gobierno mediante deuda interna canalizada a través de los baneos, y según De Long, este proceso tiene un límite dado que no puede seguir el Banco Central vendiendo bonos en forma indefinida.

En el otro extremo del abanico hay economistas como Willem Buiter (Buiter, 2007) profesor en la Escuela de Economía de Londres, que sostienen que desde un punto de vista político-económico, ningún país elegirá ir a una alta inflación cuando tiene otra alternativa. La alternativa que enfrenta China es la de dejar apreciar el yuan. Esto, a su vez, implicaría enfrentar un problema político interno representado por la necesidad de continuar creando puestos de trabajo que absorba al fuerte flujo de personas que realizan en China la migración desde el campo a las ciudades.

Más allá de estos riesgos y los temores sobre el desbalance de pagos, no debe oscurecerse el hecho del exitoso crecimiento económico mundial, el cual ha sido acompañado con mejoras en

los indicadores centrales de desarrollo humano como, por ejemplo, la expectativa de vida de la población, con la dolorosa excepción del África al sur del Sahara.

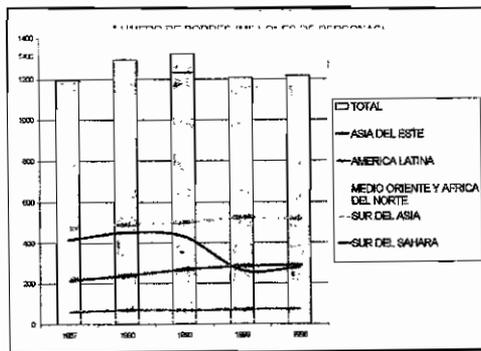
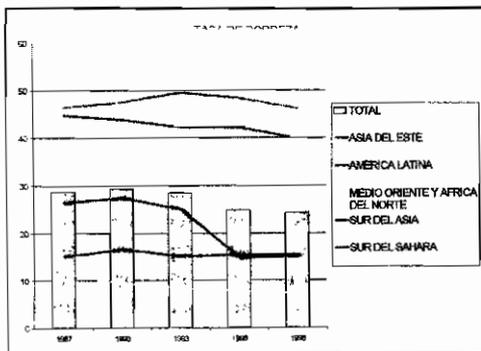
Gráfico 10



Se está presenciando, entonces, una aceleración sin precedentes en el crecimiento global. La coyuntura posee, asimismo, desafíos e incertidumbres entre los que se destaca el problema del desbalance en los pagos globales. Tal exitosa experiencia se contrapone, ciertamente, con una dosis fuerte de insatisfacción y hasta de escepticismo al focalizarse en los problemas irresueltos pese al dinamismo en el crecimiento. Dos de estos problemas centrales son el drama de la pobreza y la gran disparidad entre países a la hora de disfrutar de los beneficios del crecimiento global.

Si se analiza la tasa de pobreza (línea de pobreza de 1,8 dólar por día mostrada por el Gráfico 11), ésta ha caído en el mundo, aunque la dinámica no ha sido la misma para todas las regiones. En término de número de pobres (Gráfico 12), la cifra aparentemente está estabilizada pero se advierte que es Asia del este donde se concentra este proceso de salida de la pobreza.

Gráficos 11 y 12



La diversidad de las tasas de crecimiento entre países, por otra parte, es enorme. En la dinámica actual, una persona en la India duplicará el nivel de vida de su abuelo; en Corea, por su parte, lo aumentará en 32 veces. Y este es un tema que genera muchas dudas. Qué hace Corea, qué hace el sur este asiático que no puede hacer India, y qué se puede hacer en concreto para agilizar este proceso donde, obviamente, toda la humanidad está llamada a participar de un estándar de vida mejor.

Frente a esto la dirigencia mundial se ha planteado metas ambiciosas, entre las que se destacan las de la cumbre del milenio realizada durante el 2000³.

Un interrogante que surge al analizar el exitoso crecimiento económico reciente bajo la visión de las metas del milenio, es si de continuar el sendero de expansión económica a las tasas actuales se podrá producir una reducción en la tasa de pobreza como la aspirada por las metas.

El trabajo de Besley y Burgess (2003) constituye una referencia importante para este fin. Los autores realizan una estimación econométrica donde la pobreza es la variable explicada y el ingreso per cápita es la variable explicativa. El modelo que estiman los autores es, entonces:

$$\text{Log Pit} = \theta_i + \eta \text{ logmit} + \epsilon_{it}$$

Donde Pit es el número de pobres en el país i en el año t (ser pobre se define en función de disponer de 1 dólar por día), mit es el ingreso por cápita del país i n el año t, θ_i es un efecto fijo por país y ϵ es el término aleatorio.

Tabla 2

	Toda la muestra	Asia del este	Europa del este y Asia Central	América Latina	Medio Oriente y Nor África	Asia del Sur	África Sur del Sahara
Elasticidad de la pobreza	-0,73	-1,00	-1,14	-0,73	-0,72	-0,59	-0,49
Con respecto al ingreso per cápita	(0,25)	(0,14)	(1,04)	(0,29)	(0,64)	(0,36)	(0,23)
Tasa anual requerida de crecimiento para reducir la pobreza a la mitad	3,80%	2,70%	2,40%	3,80%	3,80%	4,70%	5,60%
Tasa histórica de crecimiento en el período 1960-1990	1,70%	3,30%	2,00%	1,30%	4,30%	1,90%	0,20%

Besley y Burgess, 2003

³ Las metas incluyen:

- Reducir en 2/3 la mortalidad de menores de 5 años
- Reducir en 3/4 las tasas de mortalidad materna
- Reducir en 1/2 la proporción de gente sin acceso al agua
- Disminuir a la mitad la proporción de gente viviendo con menos de un dólar diario de los niveles actuales del 30 % a niveles del 15 % en el 2015. Esto implicaría que 1 billón de personas dejarían de ser consideradas pobres.

Tanto la variable explicada como la variable explicativa se miden en logaritmos. El coeficiente η es de interés pues mide la elasticidad de la pobreza con relación al ingreso per cápita, es decir el cambio porcentual en la pobreza por cada cambio porcentual en el ingreso per cápita. La estimación del modelo se basa en datos del Banco Mundial y se realiza tauto para toda la muestra como para las regiones.

La elasticidad ingreso de la pobreza posee signo negativo y el ingreso es una variable estadísticamente significativa para explicar la pobreza. Los resultados son bastante robustos en el sentido que la elasticidad en la estimación para toda la muestra, $-0,73\%$, es semejante a la de las estimaciones por regiones individuales. Cuando se contrasta este valor de la elasticidad con las metas del milenio surge una insatisfacción porque, tal como lo manifiesta la Tabla 2, la tasa de crecimiento anual que se requeriría para reducir la pobreza a la mitad sería del $3,8\%$, cuando la tasa histórica de crecimiento del período 60-90 es del $1,70\%$. Esta conclusión se repite en todas las regiones salvo Asia del este y el Medio Oriente. Consecuentemente, no se debería esperar que por sí solo el proceso actual de crecimiento pueda mitigar rápidamente el drama de la pobreza, al menos en la dimensión aspirada por las metas del milenio.

Desde el punto de vista de las políticas, no sólo se requiere maximizar el crecimiento económico sino que resulta imperioso diseñar políticas y contextos que aumenten la elasticidad ingreso de la pobreza. En este sentido, la distribución del ingreso aparece como un aspecto relevante.

Besley y Burgess en el citado estudio introducen una variable explicativa adicional, la variable σ_{it} definida como la desigualdad en la distribución del ingreso y medida como el desvío estándar de los ingresos del país i en el año t . Por su parte, β es la elasticidad distribución del ingreso de nuestra variable dependiente (la pobreza).

$$\text{Log Pit} = \theta_i + \eta \log \mu_{it} + \beta \sigma_{it} + \epsilon_{it}$$

Tabla 3

	Toda la muestra	Asia del este	Europa del este y Asia Central	América Latina	Medio Oriente y Nor África	Asia del Sur	África Sur del Sahara
Desvío estándar de la distribución del ingreso (en logs)	0,76 (0,24)	0,72 (0,11)	0,54 (1,15)	0,98 (0,16)	0,67 (0,12)	0,59 (0,06)	0,86 (0,22)
Disminución en la pobreza ante una reducción de un desvío estándar en la desigualdad	67%	31%	42%	45%	34%	17%	62%

Besley y Burgess, 2003

Los resultados de la Tabla 3 implican que un desvío estándar influye con un coeficiente del 0,76 en toda la muestra. La disminución en la pobreza que se generaría ante una reducción de un desvío estándar en la desigualdad sería un 67%. Mejorar la distribución del ingreso, entonces, colaboraría enormemente en el cumplimiento de la meta del milenio.

La literatura reciente sobre crecimiento económico, complementa al modelo de Solow con elementos y políticas enfocadas a lograr mayor eficacia en reducir la pobreza, y orientadas a añadir al modelo de Solow instituciones y visiones políticas que incrementen la productividad. Entre estos elementos se destaca la educación, el desarrollo de los mercados de capitales y el diseño de ambientes más propicios a los desarrollos comerciales. Hay un creciente consenso que para mejorar la distribución del ingreso, más que utilizar políticas redistributivas tradicionales vía impuestos-subsidios y transferencias, se deberían robustecer los derechos de propiedad, posibilitar un mayor acceso al crédito y expandir la provisión de servicios públicos. La mejora institucional ocupa un lugar privilegiado en las alternativas dada su identificación como variable central para posibilitar el crecimiento económico (Hall y Jones, 1999 y Acemoglu, Johnson y Robinson, 2001).

BIBLIOGRAFIA

- ACEMOGLU, D; S. JOHNSON and J. ROBINSON, (2001) "The colonial origins of comparative development: an empirical investigation", *The American Economic Review*, December.
- BESLEY, T and BURGESS, R., (2003), "Halving global poverty", *Journal of Economic Perspectives*, 17 (3), 3 22
- BUITER, W, comment, Martin Wolf's Economists Forum, www.ft.com, 2007
- DE LONG, B, comment, Martin Wolf's Economists Forum, www.ft.com, 2007
- R. HALL and C. JONES, "Why do some countries produce so much more output per worker than others?", *The Quarterly Journal Of Economics*, February 1999.
- MADDISON, A. , (1982), "Phases of Capitalism Development", Oxford University Press,
- RAY, D., (1998), "Development Economics", Princeton University Press,
- SOLOW, R., (1956), "A Contribution to the Theory of Economic Growth", *Quarterly Journal of Economics*, LXX,
- WOLF, M., "We should worry still about global imbalances", *Financial Times*, March 28, 2006.
- YOUNG, A. (1995): "The Tyranny of Numbers: Confronting the Statistical Realities of the East Asian Growth Experience", *Quarterly Journal of Economics*.

APENDICE

Gráfico 3

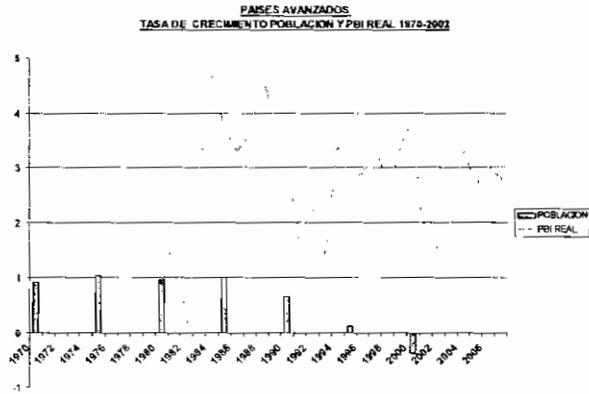


Gráfico 4

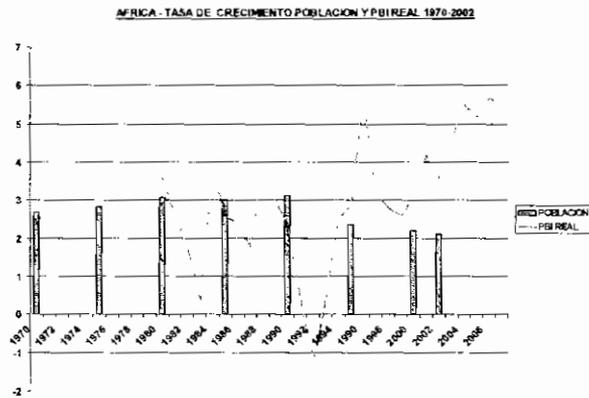


Gráfico 5

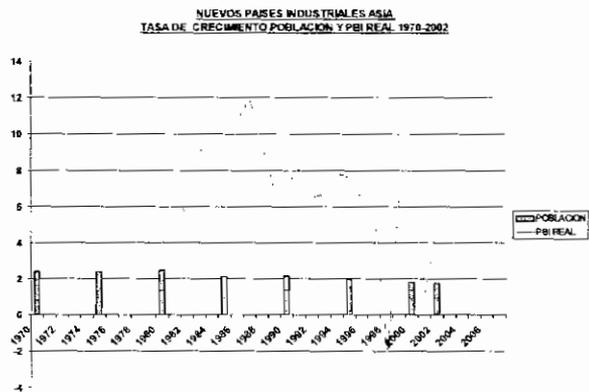


Gráfico 6

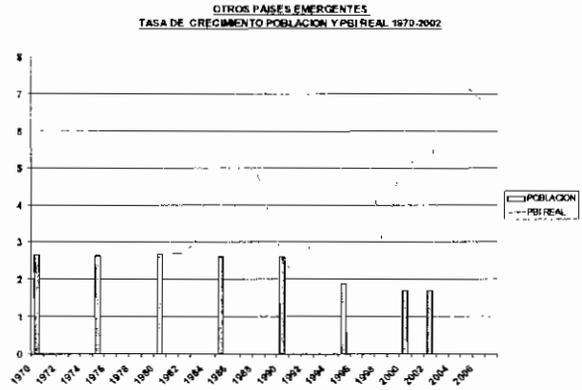
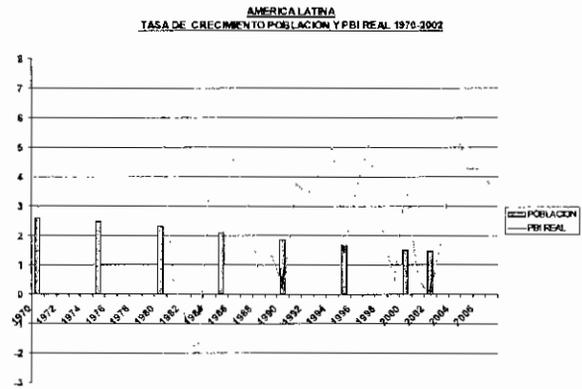


Gráfico 7



Perspectivas del crecimiento económico de Mendoza y políticas activas provinciales

Gustavo Reyes*

CRECIMIENTO E IDEAS SOBRE POLÍTICAS ACTIVAS QUE PUDO IMPLEMENTAR LA PROVINCIA Y QUE NO SON TAN CONVENCIONALES

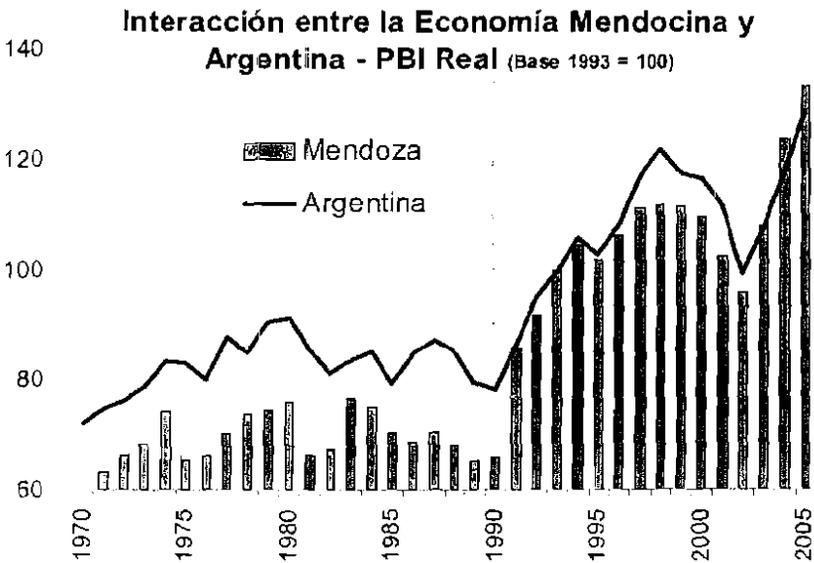
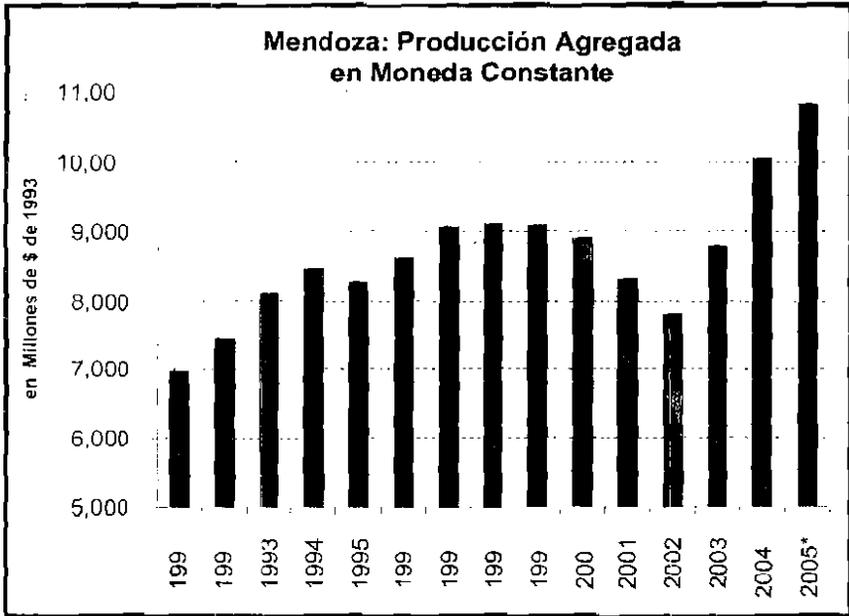
Si se observa lo que pasó en los últimos años en la provincia de Mendoza, la recesión empezó al mismo tiempo que en la Argentina, a fines del 98. Se produjo una caída muy profunda que hizo colapsar la economía en el 2002 y después vino una recuperación muy, muy fuerte en los últimos años que llegó hasta el año 2005.

Analizando las tasas de crecimiento en el gráfico que sigue, después de las fuertes caídas 2001-02 la economía se recupera a tasas muy importantes: dos años por arriba del 10% y el año 2005 casi 8%, es decir, cifras muy, muy altas si se considera el promedio histórico que ha tenido Mendoza.

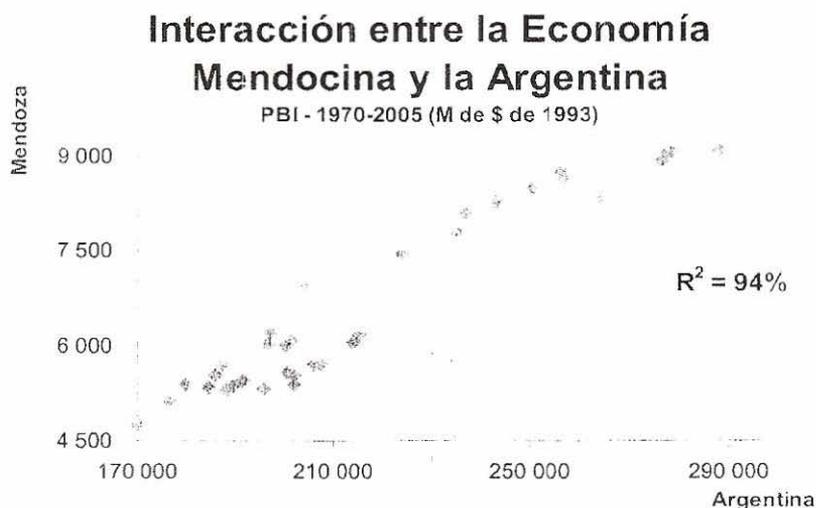
Muchos se preocuparon con los datos del 2005 porque, teniendo en cuenta los datos de los años anteriores, el del 2005 parecía ser un número bastante bajo. En primer lugar, las excepcionales tasas del 2003-2004 tienen que ver con las excepcionales caídas; y la tasa de crecimiento del 2005 fue realmente muy buena a pesar que fue menos que las otras, acá está un poquito desagregado. Algunas de las principales actividades en la economía mendocina estaban creciendo a tasas que eran claramente insostenibles. La construcción estaba creciendo a más del 40%; el comercio más del 30%; transporte y comunicaciones más del 25%. Es decir, no era

* Profesor de Economía Monetaria en Facultad de Ciencias Económicas U.N.Cuyo. Economista Jefe - IERAL Mendoza

cifras sostenibles y era lógico ver algunas aceleraciones en el crecimiento y eso es lo que sucedió en el 2005, una economía que creció muchísimo más alto del potencial que puede crecer pero un poco más normal con cifras no tan altas como los años anteriores.



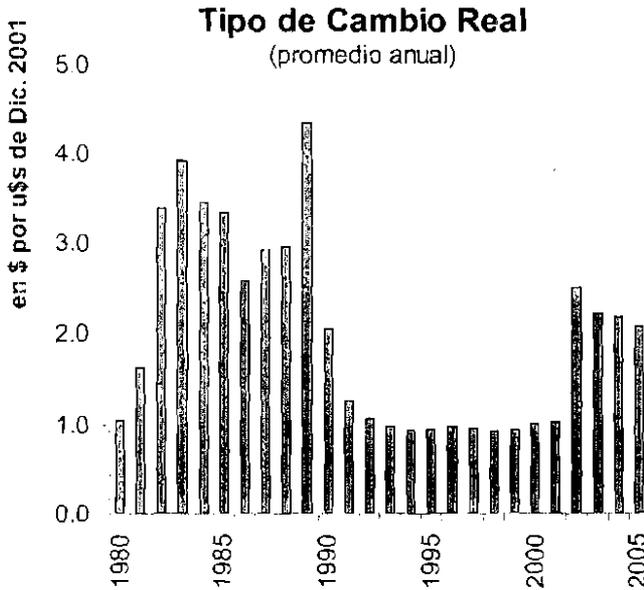
Si se compara la economía mendocina con la economía argentina, lo que se ve es una notable coincidencia en cuanto a las tendencias. En el gráfico anterior se pueden observar datos de ambas economías entre el 70 y el 2005. Según el gráfico, lo que ha sucedido en la economía argentina se asemeja a lo sucedido en Mendoza.



En el gráfico superior se muestra cuánto explica el comportamiento de la Argentina a lo que le ha sucedido a Mendoza: hay una regresión donde la R^2 es del 94% y que quiere decir que casi el 94% de lo que pasó en la economía mendocina en el período comprendido entre el 70 y el 2005, se explica por lo que ha pasado la economía argentina.

¿Y esto por qué? ¿Es razonable que influya tanto la economía argentina sobre nuestra provincia? La verdad es que sí, teniendo en cuenta que Argentina es el primer socio comercial que tiene la provincia. Es un mercado 25 veces más grande que el mendocino y no hay ningún tipo de problema arancelario, es decir, es el socio ideal: grande, cerca y claramente se comercia muchísimo aunque no hay estadísticas de cuánto vende y cuánto compra Mendoza al resto de las provincias, seguramente es el principal socio comercial.

En segundo lugar, la influencia tiene que ser grande porque se comparte la mayoría de las variables macroeconómicas. Es decir, las principales políticas económicas, arancelarias, monetarias y fiscales son exactamente las mismas. Hay una integración muy grande en los mercados financieros y se usa la misma moneda, por lo tanto, el tipo de cambio nominal es exactamente el mismo, y por esto se produce una convergencia en cuanto a tasas de inflación, tipo de cambio real, etc. Es decir, no es de extrañar esta gran influencia de Argentina sobre la economía provincial. Una variable de influencia clave es el tipo de cambio real, para ponerlo en términos simples, mide cuánto vale el dólar en término de bienes. Esta variable resultó clave no solamente para Argentina sino para el desarrollo que tuvo Mendoza en los últimos años, según se muestra en el gráfico que sigue.



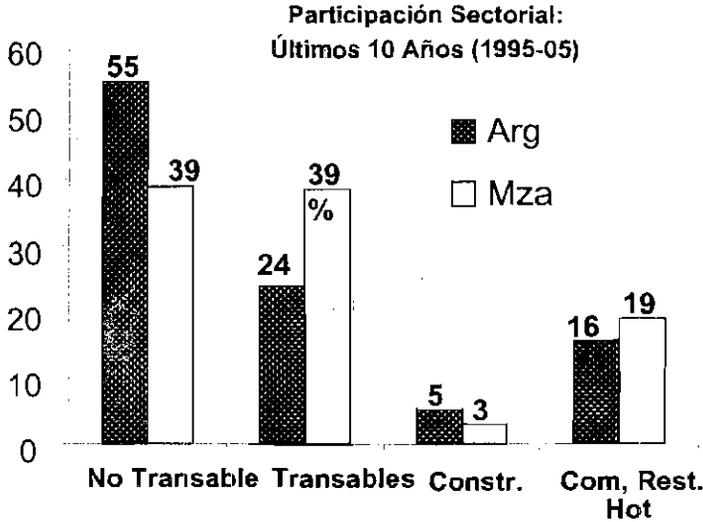
Este es el valor del dólar en términos reales a precios de diciembre del 2001 para compararlo con el 1 a 1 de la convertibilidad. A fines del 2005 el valor real del dólar aumentó de 1 a 2. El salto enorme no fue solo del dólar nominal sino también del real, desecontándole la inflación. ¿Y por qué esto es tan importante para Mendoza? En realidad, fue más importante para Mendoza que para el promedio de la economía argentina debido a la estructura productiva que tiene la provincia.

LA EVOLUCIÓN DEL TCR ES UNA VARIABLE CLAVE DADA LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE MENDOZA

En el gráfico siguiente se presenta cómo se divide la estructura productiva promedio en los últimos diez años. Las barras de la izquierda corresponden a Argentina y las de la derecha a Mendoza. Argentina tiene una gran participación en los bienes no transables, es decir, aquellos que no están directamente relacionados con el mundo, como servicios, inmuebles, etc. Los transables son los que sí dependen del comercio internacional de bienes. Esta variable es muy importante. Puede observarse que la participación de Mendoza es considerablemente superior a la participación de Argentina.

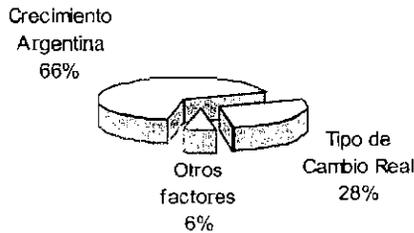
Los sectores de construcción como así también los de comercio, restaurantes y hoteles se consideran por separado excluyéndolos de las anteriores clasificaciones. ¿Por qué se separan estos sectores? A la construcción se la separa porque ha tenido un comportamiento atípico siendo el sector que más ha crecido. Esto tuvo que ver, básicamente, por el pánico que hubo en el sistema financiero y también con las tasas de interés reales negativas que hubieron en todo

este período. No son cosas normales ni permanentes y por eso se las excluyó, pero sería, claramente, un bien no transable —la construcción— pero por ese motivo no está acá.



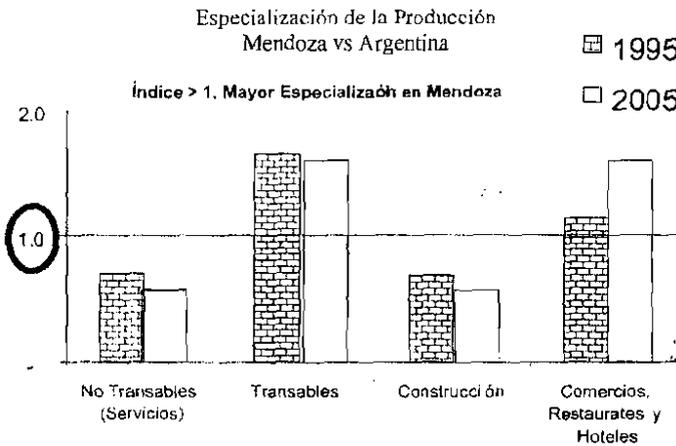
Los sectores de comercio, restaurantes y hoteles son básicamente servicios, por lo tanto, si son servicios, de alguna manera podrían ser no transables salvo el caso de hoteles y restaurantes. Estos, en el caso de Mendoza, han estado muy influenciados por el turismo, tanto el sector comercial como el de restaurantes y hoteles. Recordemos allá por el 2002, al ir a un negocio encontrábamos un precio distinto los fines de semana del resto de los días porque durante el fin de semana compraban los turistas chilenos. Estos sectores en Mendoza y por influencia del turismo se comportan como sectores transables a pesar de ser servicios. Por este motivo también se lo considera por separado. La participación de Mendoza en todo lo que podría ser bienes relacionados con el tipo de cambio, los transables, el comercio, restaurantes y hoteles, tienen una participación muy superior a la de Argentina y por eso que el tipo de cambio pasa a ser mucho más relevante, un aumento en el tipo de cambio real favorece la producción de esos bienes.

**Influencia Macro de Argentina sobre el
Crecimiento de Mendoza (2003-05)**



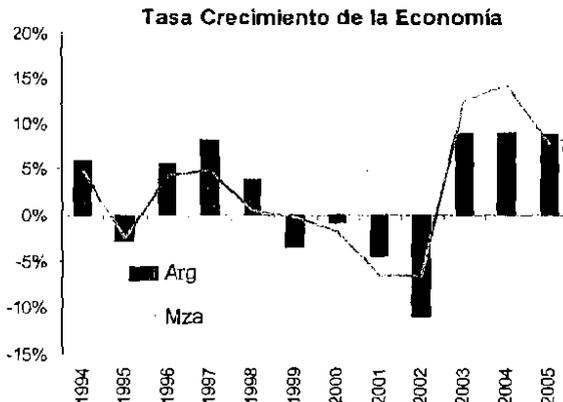
Fuente: Elaboración propia en base a Mercau, R. (2005)

El crecimiento de la economía mendocina entre el 2003 y el 2005 puede explicarse en un 94% con la evolución de la economía argentina y la del tipo de cambio real. Según se observa en el gráfico anterior, claramente la influencia de Argentina es enorme y obviamente del tipo de cambio real. Vamos por parte. Consecuencias del cambio en precios relativos de esta fuerte devaluación y cambio abrupto en los precios relativos. Hubo un cambio muy fuerte en la especialización que tiene Mendoza relativo a la Argentina. En el gráfico que sigue pueden verse unos índices de especialización, donde si estas barras es mayor que uno, quiere decir que Mendoza está especializada en ese tipo de bienes, por ejemplo, para el año 95 estaba especializada en bienes transables y en comercio, hoteles y restaurantes.



¿Qué pasó en el 2005? Con el cambio en precios relativos, la especialización se volvió mucho más fuerte. Si se observa en el gráfico precedente, el sector transables sube más o menos igual, mientras que en comercio, hoteles y restaurantes sube fuertemente y bajan los no transables.

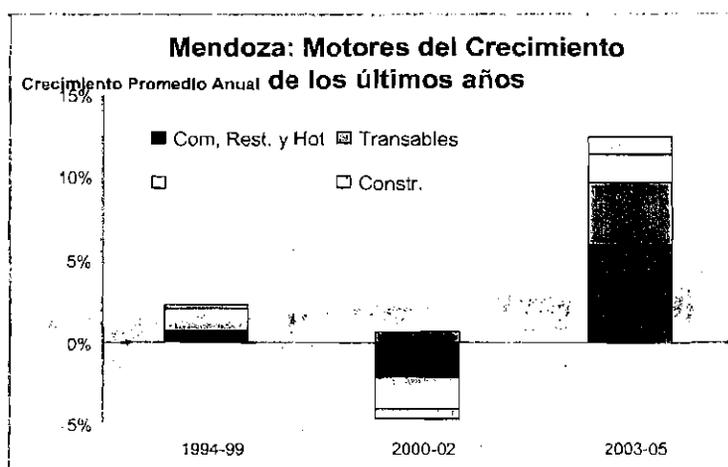
Primer efecto: la economía mendocina se volvió más especializada en comercio y como ya estaba más especializada en este sector que el promedio de Argentina, las diferencias se volvieron más importantes.



Segundo efecto. Efecto sobre el crecimiento: si se compara la línea de crecimiento de Mendoza (línea) con la de Argentina (barras), en dos años, la tasa de crecimiento de Mendoza fue considerablemente superior a la argentina; y en el 2005 fue un poco menor pero no mucho. Ahora, si se saca la cuenta desde el 98 hasta el 2005, teniendo en cuenta que desde el 98 ya comienza a mejorar el tipo de cambio real (no porque haya habido una devaluación, sino porque hubo una deflación), por lo tanto el tipo de dólar en tiempo real sube. Si se observa el crecimiento de Mendoza y Argentina se ve que Mendoza ha crecido mucho más. Y en los bienes, sobre los que Mendoza se ha especializado, obviamente, la diferencia es muy grande. La excepción es construcción, que es fenómeno aparte.

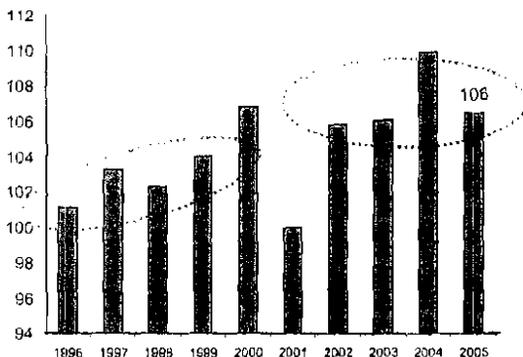
¿Cuáles fueron los motores que hicieron que la economía mendocina creciera? Otra vez la historia de los transables y los no transables. Entre el 94 y el 99 el principal motor, según el gráfico, es la línea que corresponde a los no transables, porque el tipo de cambio real no era tan alto. Lo que más empujaba la economía de crecimiento eran los no transables.

Época entre el 2000/2002. Tiempo de fuerte recesión y caída. Si se mira el gráfico, todos los sectores caen salvo los transables que es el único que ayuda a crecer. Durante 2003/2005, el sector transable y el comercio y restaurantes son los grandes impulsores del crecimiento de la economía. Es decir, el cambio en precios relativos hizo que éstos fueran los principales motores.



Un punto importante que siempre hay que tener en cuenta y que no siempre se considera en los aspectos macroeconómicos (aunque sí lo tienen los empresarios) es la rentabilidad. El IERAL construyó un índice de rentabilidad de la economía mendocina. Es bastante complicado porque muchas de las mediciones de rentabilidad se calculan en base al stock de activos o en base al stock de capital invertido. En verdad, no hay datos sobre estas variables. Pero si se pueden construir series para calcular la rentabilidad operativa, que no es otra cosa que la diferencia entre ventas y costos, y con esto se construyó el índice de rentabilidad. ¿Qué muestra el índice de rentabilidad? Observando el gráfico que sigue, el índice no quiere decir que la rentabilidad sea positiva o negativa, es sólo un índice que sube o baja. Esto tiene base 100 en el 2001 y fíjense en el 2005. Esto era 106, ¿qué quiere decir?, que la rentabilidad promedio de la economía mendocina era 6 puntos por arriba del año 2001. Pero hay una cosa notable: pega un salto en el 2002; sube aún más fuerte en el 2004 y luego cae en el 2005. Ahora, si se compara punta a punta, es decir, 2005 versus 2001 se notan los 6 puntos arriba.

Economía de Mendoza
Rentabilidad (base 100: Año 2001)



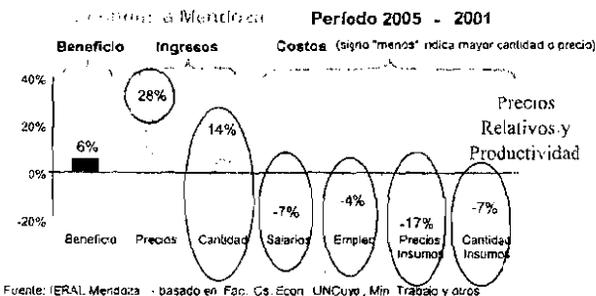
IERAL Mendoza - basado en FCEcon UNCUyo, M. Trabajo y otros

¿Qué pasó con esto en forma sectorial?, pues un poco lo esperable. ¿Cuáles fueron los sectores que mejor les fue?, pues los transables. Cuando la economía estaba 6 puntos por arriba, los transables estaban 10 puntos. Los no transables, aquellos que no les fue bien durante este tiempo, están en 81, es decir, que les fue muy mal. Un ejemplo típico de bienes no transables son los servicios de las empresas privatizadas, a quienes los precios relativos les jugaron muy en contra.

La otra estrella claramente es el sector comercio, hoteles y restaurantes. 16 puntos por arriba del 2001. Y por último, la súper estrella, que tenía el comportamiento del pánico y huida de fondos incentivada por la baja tasa de interés real, es el de la construcción con 37 puntos. ¿Qué muestra esto? Que el fuerte crecimiento en los precios relativos elaramente favoreció, no sólo a la producción de Mendoza sino también, a la producción sectorial relacionada con el comercio internacional y el turismo.

Determinantes de Cambios en la Rentabilidad

Puntos Porcentuales de cambio en el Índice de Rentabilidad



Fuente: IERAL Mendoza - basado en Fac. Cs. Econ UNCUyo, Min Trabajo y otros

Aportes al cambio en rentabilidad

Si pretendemos comprender porqué cambió tanto, trataremos de desglosar el índice que marca 6 puntos. Lo que en este gráfico se observa es que todo esto va a sumar 6 puntos. Es decir, parte

va a ser porque crezcan los ingresos, y parte si crecen los costos van a bajar los ingresos. La suma de todo va a dar 6%.

¿Qué pasó con los ingresos? Si los ingresos o las ventas hubieran aumentado y no hubiera aumentado ningún costo, esto en lugar de 6 sería 42. 42 puntos por encima del 2001. Pero no fueron 42 puntos, fueron solamente 6 porque también subieron los costos. ¿En qué pueden subir los costos? Pueden subir con los salarios; con la mayor utilización de empleo; con el precio de los insumos y/o la cantidad de los mismos. Cuando aumentan los costos, como se reduce la rentabilidad, el aumento de costos tiene signo negativo. Si se observa el gráfico anterior, aumentaron los salarios y bajó en 7 puntos el índice; aumentó el empleo y bajó 4 puntos; aumentó el precio de los insumos y bajó en 17 puntos y aumentó la cantidad de insumos utilizados y bajó en 7 puntos. Si se suman todos estos conceptos, el resultado es un incremento neto de 6 puntos.

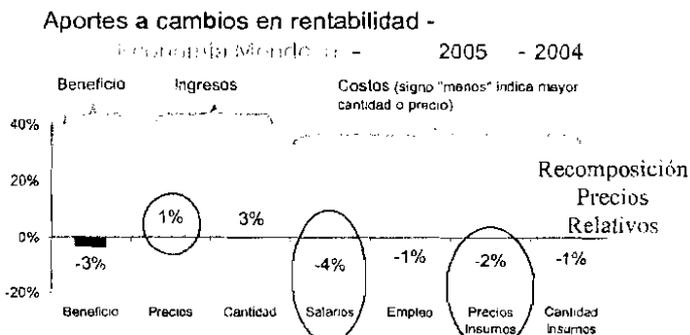
Si se observa, es notable el efecto de la devaluación sobre la rentabilidad a través del cambio en los precios relativos. Los precios de los bienes finales aumentaron el índice en 28 puntos pero los precios de los insumos crecieron mucho menos. ¿Cuáles son los insumos? Los salarios: 7 puntos, que no es lo que aumenta sino lo que participó en el aumento (reducción) de beneficios. ¿Qué quiere decir? Que los precios de los bienes finales aumentaron 28, menos 7, quedaría en 21, menos 17, quiere decir que 4 puntos de 6, se deben a precios relativos. O sea, el efecto de la devaluación de los precios relativos permitió mejorar la rentabilidad.

También hubo un cambio en la productividad porque aumentó más la cantidad de los bienes finales que la de los insumos, es decir que el aumento de los 6 puntos se explica por los precios relativos favorables y una mejora en la productividad.

El anterior análisis se realizó viendo los dos fotos: 2005 y 2001. Se podría ver también qué pasó en el medio, y sólo un punto que es el último año 2005 versus 2004. En este periodo la rentabilidad del 2005, si se la compara con la del 2004, cayó en 3 puntos. ¿Por qué cayó en tres puntos? Porque empezaron a acomodarse los precios relativos.

Determinantes de Cambios en la Rentabilidad

Puntos Porcentuales de cambio en el Índice de Rentabilidad



IERAL Mendoza - basado en Fac. Cs. Econ. UNCuyo, Min. Trabajo y otros

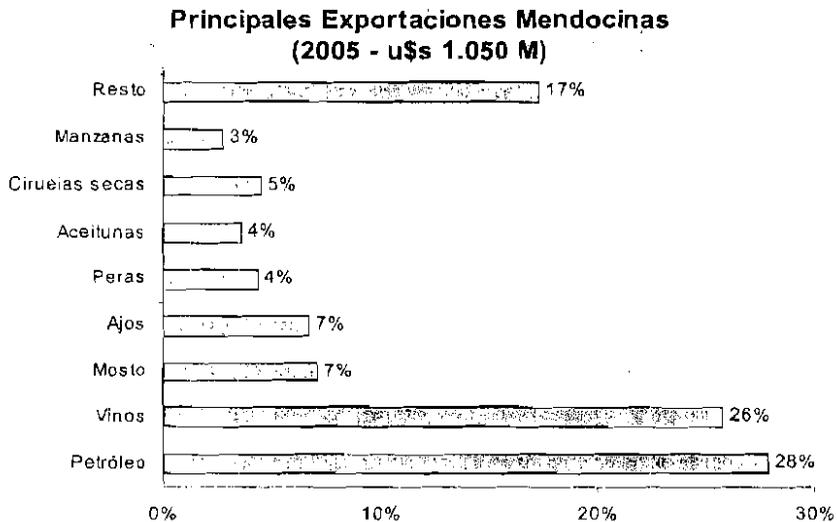
Aportes al cambio en rentabilidad

15

Los precios finales solamente aportaron un punto, pero los salarios que estaban muy atrasados comenzaron a ganar terreno y bajó la rentabilidad a 4 puntos igual que los insumos, es decir, como los precios relativos antes habían jugado a favor, 2004 - 2005, los efectos de la devaluación comienzan a recomponerse y empiezan de a poco a desaparecer, y por lo tanto influye en forma negativa en la rentabilidad.

Conclusiones de la primera parte: la economía mendocina está atada a la economía nacional. Claramente el perfil más transable y más turístico de Mendoza le permitió una mejor performance en este tiempo de cambio alto. La pronosticada desaceleración de la economía argentina, claramente va a afectar a la economía provincial, junto con la esperable caída en el tipo de cambio real en el mediano plazo. Tal como se dijo antes, algo de esto ya se había visto en el 2005.

Ultimo punto. Como está tan ligada la economía mendocina a la nacional, ¿de qué forma se puede desatar aunque sea en partes? Siempre va a compartir las variables macros teniendo en cuenta que es el principal socio, pero ¿hay alguna forma que se disocie un poco de este ciclo tan inestable de Argentina? La respuesta es sí. La respuesta está en el nivel de exportaciones, si bien en el 2005, en Mendoza, las exportaciones totales crecieron menos que en Argentina. Ciertamente estos datos son un poco engañosos porque, si se sacan las exportaciones de petróleo que claramente están pasando por un mal momento, y se tiene en cuenta la política de precios que hay, las exportaciones de Mendoza han tenido un muy buen dinamismo en el 2005, casi el doble del nivel nacional. Ahora, ¿es esto suficiente para que Mendoza comience a despegar? La verdad que no. Para que sea importante, tiene que tener un peso importante la economía. El peso que tienen las exportaciones en la economía de Mendoza es del 15%; en Argentina el 22%. Esto da lo mismo con o sin petróleo. Sin petróleo 16 versus 19, o sea que no es un problema del petróleo. Claramente, para que se pueda despegar hay que hacer un salto muy grande en las exportaciones y que tenga una participación más grande en términos del PBI.



Resumiendo, según se observa en este cuadro, los bienes que Mendoza exporta son, principalmente petróleo, vinos, ajos, ciruelas, aceitunas, etc.

Con el objeto de hacer un análisis de las posibilidades de mayor inserción comercial de Mendoza, es importante tener en cuenta los siguientes datos: Estados Unidos es el 1° importador mundial de aceitunas; Mendoza sólo le exporta el 2%. Inglaterra es el 2° importador de peras y manzanas; Mendoza vende solamente el 1%. Japón 1° importador de ciruelas; Mendoza no le vende. Francia el 2° importador de peras, sólo le vendemos el 2%. Alemania el 1° importador de peras y manzanas; Mendoza le vende menos del 0,5%. Claramente se ve que hay mercados muy importantes y que los estamos aprovechando muy poco, quizás por problemas de calidad, pero de hecho, a la mayoría de estos mercados, algún mendocino le está vendiendo. Lo que debemos entender es que debemos imitar a los que están vendiendo porque hay un potencial muy grande de esos mercados.

Conclusión a la segunda parte. Para independizarse parcialmente de la inestabilidad de la Argentina, es muy importante su participación mundial en las expo y claramente hay un potencial muy importante en los principales mercados que tiene Mendoza.

La última pregunta sería ¿qué política activa podría hacer el gobierno para disociarse o diferenciarse de Argentina? Bueno, muchos políticos piensan en dar crédito o dar subsidios, pero no es el enfoque que le daría el IERAL. A fines del año pasado se hicieron 68 entrevistas a empresarios de la provincia y casi 97 encuestas a diferentes empresas de Mendoza para detectar los principales problemas que tienen que puedan ser solucionados por el gobierno de la provincia y así mejorar el clima de negocios y de inversión.

Los principales problemas que surgieron fueron tres: a) Mejora en los trámites públicos; b) Reducir las regulaciones y c) Mejorar la política impositiva. Por cuestiones de tiempo solamente vamos a analizar solamente los dos primeros.

a) Trámites públicos: esto ha sido muy estudiado desde hace tiempo por el Banco Mundial. Hay una publicación que sale todos los años que se llama "Doing Bussines" y tiene resultados bastante interesantes. Las empresas en los países pobres tienen costos regulatorios que son tres veces más altos que en países ricos, y tienen el doble de trámites burocráticos. Excesivas regulaciones impiden a la población de menores recursos poder hacer negocios. Una mayor eficiencia en los trámites más relevantes, se asocia a un aumento hasta dos puntos porcentajes de crecimiento económico anual. En términos del tiempo, crecer dos puntos más es enorme. La Argentina en los últimos 30 años debe haber crecido al 1,5%, o sea que crecer 2% durante 10 o 15 años es muchísimo. El crecimiento económico es solamente uno de los beneficios de la mejor regulación empresarial. Mejores indicadores del desarrollo humano también se producen cuando se mejoran los trámites. El gobierno debería gastar menos recursos en regular y asignar más recursos a la educación, a la salud y a la justicia; y las empresas van a gastar menos tiempo en cumplir trámites, regulaciones, etc. y dedicarse a lo que saben hacer: producir y vender bien.

Acá vamos a presentar sólo dos trámites para Mendoza: la apertura de negocios y el cumplimiento de contratos.

¿Por qué es importante reducir los costos de abrir una empresa? Porque los trámites costosos incentivan la economía informal, la evasión impositiva, la corrupción, la competencia desleal de las empresas de las que no están registradas, los trabajadores no tienen protección y seguridad social, las empresas quedan excluidas del sistema financiero. En términos estadísticos, hay una relación negativa muy fuerte entre el PBI per cápita y la cantidad de trámites. Los países desarrollados claramente tienen muchos menos trámites que los países menos desarrollados.

¿Cuánto tiempo se tarda en Australia, Canadá y Nueva Zelanda (que son los países que menos tardan) en abrir una empresa? Solamente en dos días y son necesarios dos trámites: notificar la existencia de la sociedad e inscribirse en los impuestos y cuesta 2% del PBI per cápita. ¿Cuánto tarda en Mendoza? Según sea una S.R.L. (18 trámites) y una S.A. (12 trámites). En Chile, para

abrir una empresa son necesarios 9 trámites, casi un mes de tiempo y cuesta 10 puntos del PBI per cápita. En Mendoza 18 trámites, 10% del PBI y 82 días. En relación con Chile cuesta lo mismo pero el doble de trámites y tres veces más de tiempo.

b) **Cumplimiento de contrato:** se analizó cuánto tiempo y cuánto costaba cobrar un cheque por la vía judicial. Esto es importante porque los juicios costosos dejan a gran parte de la sociedad sin acceder a estos servicios. Lo que salió en las encuestas que hacíamos referencia, es que los empresarios preferían perder la plata o arreglar perdiendo un monto significativo de dinero, antes que ir a juicio porque no saben cuando va a terminar ni cuánto les va a costar el mismo. Hay una correlación estadística negativa entre la cantidad de trámites para cumplir este contrato –cobrar un cheque por vía judicial- y el PBI per cápita.

Acá tenemos la diferencia entre costos como porcentaje de la deuda y el tiempo entre los países ricos y los países pobres. En costos, se pierde el 12% de la deuda en los países ricos, mientras que en los países pobres más del treinta por ciento. En los países ricos se tarda 230 días y en los pobres 420 días. En Holanda y Nueva Zelanda, 60 días. En Argentina nos cuesta 30% y son necesarios 729 días.

Como se muestra en los cuadros, para un cheque por vía judicial en Mendoza se pierde casi el 30% del valor del mismo, mientras que en Nueva Zelanda un poco menos del 5%. Perdemos tanto porque los honorarios de todos los profesionales que intervienen en estos juicios tienen regulados por ley sus honorarios.

CONCLUSIÓN: la eficiencia en los trámites es uno de los aspectos más relevantes para mejorar el clima de negocios cotidianos en una provincia. Menores costos en trámites implica facilitar los negocios diarios, reducir la economía informal y la corrupción; permite mayor eficiencia del gobierno y de las empresas; mejor acceso al sistema financiero; reduce las disputas legales y facilita a los pobres el acceso a los negocios formales y a los servicios de la justicia. Todo esto influye en la economía pues se vuelve más productiva

De acuerdo a la evidencia internacional, los principales cuellos de botella no se producen porque falta gente, no es falta de recursos humanos ni tecnológicos, sino que es básicamente por la excesiva complejidad de los trámites exigidos, la enorme burocracia.

Con relativamente bajo costo y una revisión de las leyes y los procesos involucrados en cada trámite se podría mejorar muchísimo el potencial crecimiento de la provincia.

NOTAS

En memoria de un eximio defensor de la libertad económica¹

Ana María Claramunt²

El 16 de noviembre de 2006 falleció Milton Friedman, considerado por algunos como el economista más famoso del siglo XX³. Su influencia económica y política fue tan grande, que merece incluir una nota sobre su vida y obra en esta Revista.

DATOS BIOGRÁFICOS

Nació en Brooklyn (N. York) el 31 de julio de 1912. Sus padres, Jenő Friedman y Sarah Landau Friedman, eran inmigrantes judíos pobres, provenientes de Bessarabia, perteneciente a la monarquía del Danubio, hoy Moldavia⁴. Él fue el último de cuatro hijos. El bachillerato lo hizo en la Universidad de Rutgers, Nueva Jersey. Cuando terminó sus estudios en esa Universidad en 1932, Estados Unidos vivía lo peor de la depresión, lo cual fue crucial para que se decidiera a estudiar Economía. Obtuvo su Master en la Universidad de Chicago y posteriormente se doctoró

¹ La autora agradece las sugerencias de María Elena Giner de Lara, Pedro A. Marsonet y Nuri E. Claramunt.

² Profesora Consulta de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo.

³ Así lo calificó Gary Becker (Premio Nobel 1992), aunque otros opinan que el más importante fue John M. Keynes.

⁴ Esta referencia está tomada de Milton Friedman, en "Economía política internacional", en <http://www.lateinamerika-studien.at>. Sin embargo, en otra fuente figura que los padres de Milton Friedman eran "un matrimonio judío procedente de la localidad húngara de Beregszász. Hoy la región pertenece a Ucrania." (El académico que se opuso a Keynes, en "La Nación", 16/11/2006).

en la Universidad de Columbia (1946). Tuvo que costearse sus estudios, ya que su padre falleció cuando él tenía sólo 15 años.

Con su esposa, Rose Director, se conocieron en un aula de la Universidad de Chicago, ya que por el orden alfabético de sus apellidos, estaban sentados uno al lado del otro. Se casaron en 1938. Ella fue una eficaz colaboradora de su marido; era su principal interlocutora, ayudándole a elaborar sus ideas y mantener su rigor intelectual. Fue coautora de algunos de sus libros. Juntos fundaron la Fundación Milton y Rose Friedman. Al momento de la muerte de Milton Friedman, le sobrevivieron su esposa y sus dos hijos: David y Janet (coautora también de algunas de sus publicaciones), cuatro nietos y tres bisnietos.

Fue profesor de la Universidad de Chicago desde 1946 a 1976. También desempeñó tareas de docencia e investigación en la universidad inglesa de Cambridge y en las norteamericanas de Columbia, Stanford, etc. Generalmente los economistas destacados no suelen ser muy buenos como docentes, pero el caso de Friedman es excepcional. Tuve la suerte de ser alumna suya en 1965, en su "época dorada". Era calvo, con cabeza grande y usaba anteojos. Daba las clases de pie, apoyado en el escritorio, como si fuera un tendero. A pesar de que sólo medía apenas un poco más de 1,60 metro, tenía una vivacidad extraordinaria. Sus clases despertaban gran interés y siempre tenía la respuesta precisa para las preguntas que se le formulaban. Enseñaba a utilizar las herramientas de teoría económica para resolver problemas del momento. Como dice Adrián Guissarri⁵ "sus exámenes eran terribles, ya que nos planteaba sus ideas pero no sus respuestas".

"Además de su actividad como profesor universitario trabajó en el transcurso de su vida para el National Bureau Of Economic Research, en el U.S. Treasury Department como consultor para la realización del Plan Marshall y a partir de 1960 como asesor político del gobierno para asuntos interiores y exteriores"⁶. En 1967 fue Presidente de la American Economic Association. A partir de 1977 fue investigador en el Instituto Hoover de la Universidad de Stanford.

En 1976 obtuvo el Premio Nobel de Economía, que le fue concedido por "la independencia y brillantez de su avanzada teoría de política monetaria", que enfatiza la importancia que el flujo de los medios de pago tiene en la economía en general. Entre los motivos por los que fue galardonado también se mencionan "sus logros en los campos del análisis del consumo, historia y teoría monetaria y por su demostración de la complejidad de la política de la estabilización"⁷. También se hizo acreedor a otros premios y recibió títulos honoríficos de varias universidades.

Junto con Hayek y otros fundó en 1947 la sociedad de corte liberal "Mont Pellerin" y fue el precursor de la llamada "Escuela de Chicago".

Según Jorge Ávila "un gran economista debe combinar condiciones de matemático, historiador, filósofo y estadista. De un gran economista no se espera genialidad en cada una de estas áreas sino una rara y escasísima combinación de talentos. Sobrada evidencia señala que Milton Friedman fue uno de los grandes economistas del siglo XX, pues además de esa canasta de talentos, fue un hombre de suerte. Nació en el país justo, EE.UU., donde se gestan las grandes corrientes mundiales, y llegó a la madurez en la época justa, alrededor de 1960, cuando comenzaba a fallar el paradigma keynesiano"⁸.

⁵ GUISSARRI, Adrián, El gran motivador, en La Nación, 19/11/2006, pág. 7.

⁶ Milton Friedman, en "Economía política internacional" (pág. web ya citada).

⁷ CLARAMUNT, Ana María, Representación de la Universidad de Chicago en los Premios Nobel de Economía, en Anales de la Asociación Argentina de Economía Política (1996), págs. 294/296.

⁸ ÁVILA, Jorge, Un hombre de suerte, en <http://www.jorgeavilaopina.com>, 19/11/2006.

PRINCIPALES APORTES

A Friedman se lo recuerda, entre otras cosas, por su antikeynesianismo, su teoría monetarista, su aversión a la intervención estatal, su formulación de la función consumo, su replanteo de la relación entre inflación y desempleo, su defensa de la eliminación de la educación pública (en su lugar, propiciaba un subsidio estatal vía "voucher" a la educación privada), sus ideas a favor de: la derogación del servicio militar, la despenalización de la droga, el impuesto negativo para los menores ingresos, los tipos de cambio flexibles, etc.

No incluiré aquí todos sus aportes, sino que sólo destacaré algunos:

1- Teoría monetarista.

Entre 1950 y 1970 tuvo lugar la enconada polémica entre monetaristas y keynesianos. A la cabeza de los monetaristas estaba Milton Friedman, acompañado, entre otros por Karl Brunner y Alan Metzler. Se consideraban herederos de Adam Smith, Marshall, Hume, Locke, Mill y Ricardo. Tras una ardua tarea de desgaste, lograron que el Banco de la Reserva Federal de EE.UU. se inclinara por la posición monetarista⁹.

"Los economistas conocen a Milton Friedman como adalid del monetarismo, la doctrina de que 'el dinero importa'¹⁰. Remozó la teoría cuantitativa. Según Friedman, en el largo plazo, todo incremento en la cantidad de dinero afecta únicamente el nivel de precios, o sea que, a la larga, es neutral a posibles cambios en la renta real y el empleo.

Su tesis era que "la inflación es un fenómeno monetario, derivado de un exceso de medios de pagos por arriba de bienes y servicios disponibles en una economía"¹¹. Según Friedman "lo mejor que puede hacer la autoridad monetaria es mantener la tasa de crecimiento de la oferta monetaria en un nivel bajo y constante"¹². Él utilizó como caballo de batalla el fenómeno simultáneo de alta inflación y alto desempleo, llamado estanflación. Según su opinión, hay que diferenciar entre los cambios esperados y los no esperados en la demanda nominal. "En el corto plazo, una sorpresa inflacionaria genera cambios no esperados que pueden tener un impacto sobre del desempleo. Pero en el largo plazo los agentes ajustarán sus expectativas, no existirán cambios inesperados en la demanda nominal, el nivel de desempleo retornará a su nivel inicial, es decir, a la tasa natural de desempleo, y la inflación será mayor"¹³.

2- Teoría del consumo y aportes a la microeconomía.

Su teoría de la función consumo tiene un alto valor científico y Friedman la corroboró con irrefutables pruebas empíricas. La hipótesis central de esta teoría es que el gasto del consumidor está gobernado por su renta permanente y, por lo tanto, no se ve afectado notablemente por ganancias transitorias.

⁹ GONZÁLEZ, Manuel Jesús, Milton Friedman, un eficaz defensor de la libertad, en Papeles Faes, N° 36 del 15/12/2006.

¹⁰ Ibidem, pág. 3.

¹¹ SALINAS LEÓN, Roberto, Milton Friedman: El economista más famoso del siglo XX, en la pág. web del Instituto Cato (<http://www.elcato.org>).

¹² GALLEGO, Jorge Andrés, In memoriam - Milton Friedman (1912-2006), en Revista de Economía Institucional, vol. 8, n° 15, 2° semestre 2006, pág. 338.

¹³ Ibidem, págs. 338/339.

Por otro lado, escribió su propio texto de microeconomía. Cabe destacar que es importante su artículo sobre la curva de demanda marshalliana. La idea convencional era que el supuesto de “mantener todo lo demás constante” significaba mantener constantes los gustos y preferencias del consumidor, el ingreso monetario y los precios de los demás bienes. Según Friedman, lo que Marshall quiso decir fue, aparte de los gustos y preferencias del consumidor, “mantener constante su ingreso real y el precio de los bienes estrechamente relacionados”. En este sentido, las advertencias de Friedman no han sido tenidas muy en cuenta¹⁴.

3 – No intervención del Estado.

Fue un firme defensor de la libre competencia y rechazó con énfasis la intervención estatal. Para él, “un gobierno estable, que se limite a lo suyo (protección de derechos de propiedad, justicia, seguridad y paz), es la condición *sine qua non* de un futuro desarrollo”¹⁵.

“Desde su obra pionera *Capitalismo y Libertad*, hasta sus trabajos más técnicos, todos están enmarcados en unas coordenadas donde el imperio de la ley, la defensa de la libertad individual, el Estado de Derecho y los derechos de propiedad dotan de contenido el arreglo social de mercado y libertad que Milton defiende vigorosamente”¹⁶. Para Friedman, al igual que para Hayek o Adam Smith, la moral de las sociedades libres se impone indiscutiblemente frente a los sistemas despóticos.

Mientras Keynes sostenía que los gobiernos deben intervenir en los períodos recesivos y deben evitar que los períodos expansivos resulten en una explosión inflacionaria, Friedman sostuvo que los gobiernos deben mantenerse fuera de la economía y permitir que el mercado libre actúe automáticamente.

Fue un crítico del gasto público. Decía: “si uno gasta su dinero en uno mismo, se preocupa mucho de cuánto y cómo se gasta; si uno gasta su dinero en otro, sigue estando muy preocupado de cuánto se gasta, mas no tanto de cómo se gasta; si uno gasta el dinero de otro en uno mismo, no se preocupa tanto de cuánto se gasta, pero sí de cómo se gasta. Sin embargo, si uno gasta el dinero de otros en terceros, uno no se preocupa mucho de cuánto, ni de cómo se gasta”¹⁷.

“Logró ver en su vida cómo las reformas del mercado libre se extendieron como reguero de pólvora por el antiguo mundo comunista tras el colapso de la Unión Soviética y en la América Latina”¹⁸.

4- Comprobaciones empíricas.

Según Friedman una teoría ha de juzgarse por el poder de sus predicciones. Únicamente la evidencia empírica permite mostrar si es “aceptada” o “rechazada”. O sea que una teoría no es mejor o peor porque sus supuestos sean más o menos realistas; lo que importa es su validez empírica.

En su famosa “Historia monetaria de los Estados Unidos 1867-1960”, pudo corroborar las conclusiones de su teoría monetaria, poniendo sumo cuidado en el diseño de las pruebas empíricas.

¹⁴ *Ibidem*, pág. 340.

¹⁵ SALINAS LEÓN, R., *op. cit.*

¹⁶ GONZÁLEZ, Manuel Jesús, *op. cit.*, pág. 7.

¹⁷ SALINAS LEÓN, R., *op. cit.*

¹⁸ Murió Milton Friedman, defensor férreo del liberalismo, en “Los Andes”, 17/11/2006, pág. 7.

Asimismo, su obra “Una teoría de la función consumo” se destaca por su valía científica, presentando un “enjambre de pruebas empíricas” para justificar su hipótesis. “La honestidad científica, la robustez de los contrastes a los que sometió su propia teoría, la tersa deducción de las más complejas implicaciones de la misma, suscitaron un coro de alabanzas como modelo de buen hacer científico”¹⁹.

5- Asesoramientos políticos.

Friedman tuvo mucha influencia sobre la política económica de varios gobiernos en el siglo XX, ya que él consideraba a la libertad económica como una necesidad requerida para la libertad política.

Fue asesor, entre otros, del presidente de EE.UU. Ronald Reagan y de la primera ministra británica Margaret Thatcher. También incidió en decisiones de los presidentes norteamericanos Richard Nixon y Gerald Ford.

En Chile impartió conferencias invitado por una institución privada e influyó en medidas adoptadas en materia económica por la dictadura de Pinochet a través de los llamados “Chicago boys”. Durante el gobierno de Franco, en España, participó en debates en un seminario en Cataluña en 1970, en el que compartió, entre otros, con el futuro ministro Felipe González. En China comunista e India suministró consejos para encaminar hacia la economía de mercado sistemas despóticos de orientación izquierdista.

A través de la serie televisiva “Libertad de elegir” (la que dio lugar al libro del mismo nombre), él y su esposa llegaron al gran público. También influyó con sus artículos en una columna que publicaba en la revista Newsweek.

PUBLICACIONES

Fue autor de numerosos trabajos, entre los que cabe citar²⁰: “Ensayos sobre Economía Positiva” (1953); “Una teoría de la función consumo” (1957); “Un programa para la estabilidad monetaria” (1959); “Teoría de precios” (1962 y 1976); “Capitalismo y libertad” (1962), en colaboración con su esposa; “Inflación, causas y consecuencias” (1963); “Historia monetaria de los Estados Unidos, 1867-1960”, en colaboración con Anna Schwartz (1963); “La balanza de pagos: tipos de cambios flexibles versus fijos” (1967); “Dólares y déficit” (1968); “La cantidad óptima de dinero” (1969); “Política monetaria versus fiscal” (1969), en colaboración con Walter Heller; “Estadísticas monetarias de los Estados Unidos”, en colaboración con Robert Roosa (1970); “Un marco teórico para el análisis monetario” (1972); “Paro e inflación” (1977); “Libertad de elegir”, en colaboración con su esposa (1980); “Tendencias monetarias en EE.UU. y en el Reino Unido” (1982), en colaboración con Anna Schwartz; “Tiranía y Status quo” (1984), en colaboración con su esposa; “La ausencia de Friedman” (1987); “La malicia del dinero” (1992); etc. Además escribió numerosos artículos en revistas especializadas y diversos periódicos.

¹⁹ GONZÁLEZ, Manuel Jesús, *op. cit.*, pág. 6.

²⁰ Este listado se basa sobre uno preparado por la autora para el artículo: Representación de la Universidad de Chicago..., ya citado. Los títulos de los libros y artículos fueron traducidos al español por la autora, pero se hace la salvedad que de varios no hay versión castellana.

CRÍTICAS A FAVOR Y EN CONTRA

Milton Friedman fue un economista muy controvertido y fue (y sigue siendo) objeto de muchas críticas. Sin embargo, él no temía a los críticos, pues gozaba debatiendo y le gustaba promover la discusión. En el "New York Times" del 17/11/2006, se dijo que fue el más grande polemista en materia económica²¹. Era valiente en la defensa de sus posiciones y se mantenía firme frente a la hostilidad de sus opositores. "Era un gran orador y atraía a todos los paneles en que participaba. Desarmaba todos los argumentos que otros grandes economistas presentaban contra la solución de mercado"²². Tenía fama de motivador y provocador; confiaba en su propia capacidad de razonar y persuadir. Según George Stigler, quien fue colega y amigo suyo en la Universidad de Chicago, "Milton tenía un don maravilloso, que consistía en despertar el interés de la gente importante"²³. Se destacaba por su capacidad para comunicar ideas complicadas de manera simple.

Se ha dicho que el lugar de Friedman en la segunda mitad del siglo XX se asemeja al de Adam Smith dos siglos atrás. Sabía cómo usar la teoría como guía de acción, era terminante como un comandante de ejército, lúcido como un maestro y era capaz de hablar como un abogado. Entendía a las instituciones como un legislador, manejaba las cifras como un estadístico y tenía la habilidad de un economista para derivar inferencias²⁴. "Influyó notablemente en el curso de los acontecimientos económicos, políticos y sociales más que cualquier otro economista neoclásico"²⁵.

Entre las críticas en contra se ha dicho que su liberalismo sólo estaba al servicio de los empresarios y no solucionaba la pobreza de los sectores más bajos. En una dura evaluación de su vinculación con Pinochet, Videla, Reagan y Thatcher, en un artículo de *Página/12*, se señalaba que por los aportes de Friedman, parte de la población de los países liderados por esos políticos sufrió serias secuelas sociales, "en particular, millones de desocupados y arrastrados a la pobreza y la marginalidad por las políticas neoliberales impuestas por las dictaduras de Chile y Argentina"²⁶. Cabe señalar que esa apreciación es parcial y sólo puntualiza aspectos perjudiciales. No hay que olvidar que Friedman también defendió medidas de protección contra la pobreza, como un impuesto sobre la renta con tramos negativos para los ciudadanos de menores ingresos. De todos modos, se lo ha criticado porque fue "demasiado frío en las consecuencias sociales de sus prédicas"²⁷.

También se ha señalado que, aunque tuvo muchos aciertos en sus ascensoramientos, en algunos pronósticos se equivocó. Así, dijo "que el euro nunca llegaría a existir" y que "la Unión Monetaria ya conseguida duraría pocos años"²⁸. Por otro lado, "vivió en carne propia el

²¹ *Market Force*, en "University of Chicago Magazine" (enero-febrero 2007), pág. 30.

²² ELÍAS, Víctor, *Un orador atrapante*, en "La Nación", 19/11/2006.

²³ Citado por AVILA, Jorge, *op. cit.*

²⁴ NIEHANS, Jürg, *A History of Economic Theory - Classic Contributions 1720-1980* (Londres, John Hopkins, 1994), pág. 505.

²⁵ GALLEGO, Jorge Andrés, *op. cit.*, pág. 337.

²⁶ DELLATORRE, Raúl, *Murió Milton Friedman, pero las heridas que provocó no cicatrizan*, en "Página/12", 17/11/2006. No es éste el lugar para aclarar que muchos han considerado como neoliberales medidas que no fueron tales.

²⁷ TAMAMES, Ramón, *Biografía de Milton Friedman*, en <http://www.zonaeconomica.com>

²⁸ *Ibidem*.

antisemitismo y por este problema abandonó la docencia en la Universidad de Wisconsin y se metió a trabajar en oficinas gubernamentales”²⁹.

A Milton Friedman se lo puede juzgar con apasionamiento y se lo puede criticar especialmente por las consecuencias sociales de algunas medidas implementadas bajo la influencia de sus ideas, pero es imposible negar su brillantez intelectual, su extraordinaria capacidad analítica, su asombrosa vivacidad polémica y la claridad de exposición de sus argumentos. Hay que reconocer que ha muerto un grande entre los grandes en la ciencia económica y difícilmente habrá en el futuro un economista que logre superar su talento.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

ÁVILA, Jorge, Un hombre de suerte, en <http://www.jorgeavilaopina.com>, 19/11/2006.

BARLETT, Bruce, Mi maestro, Milton Friedman, en <http://www.analitica.com/va>, 02/08/2002.

CLARAMUNT, Ana María, Representación de la Universidad de Chicago en los Premios Nobel de Economía, en Anales de la Asociación Argentina de Economía Política (1996), págs. 294/296.

DELLATORRE, Raúl, Murió Milton Friedman, pero las heridas que provocó no cicatrizan, en “Página/12”, 17/11/2006.

El académico que se opuso a Keynes, en “La Nación”, 16/11/2006 (<http://www.lanacion.com.ar>).

ELÍAS, Víctor, Un orador atrapante, en “La Nación”, 19/11/2006.

El jueves falleció el economista que confrontó a Keynes y se transformó durante cuatro décadas en un paladín del libre mercado, en “La Nación”, 19/11/2006.

GALLEGO, Jorge Andrés, In memoriam - Milton Friedman (1912-2006), en Revista de Economía Institucional, vol. 8, n° 15, 2° semestre 2006, págs. 337/341.

GONZÁLEZ, Manuel Jesús, Milton Friedman, un eficaz defensor de la libertad, en Papeles Faes, N° 36 del 15/12/2006.

GUISSARRI, Adrián, El gran motivador, en La Nación, 19/11/2006, pág. 7.

Market Force, en “University of Chicago Magazine” (enero-febrero 2007), pág. 30.

Milton Friedman, en “Biografías y Vidas” (<http://www.biografiasyvidas.com>).

Milton Friedman, en “Economía política internacional” (<http://www.lateinamerica-studien.at>).

Murió Milton Friedman, defensor férreo del liberalismo, en “Los Andes”, 17/11/2006, pág. 7.

²⁹ El académico que se opuso a Keynes, citado en nota de pie de página n° 4.

NIEHANS, Jürg, A History of Economic Theory – Classic Contributions 1720-1980 (Londres, John Hopkins, 1994), pág. 505.

SALINAS LEÓN, Roberto, Milton Friedman: El economista más famoso del siglo XX, en la pág. web del Instituto Cato (<http://www.elcato.org>).

TAMAMES, Ramón, Biografía de Milton Friedman, en <http://www.zonaeconomica.com>

Este trabajo se terminó de imprimir en los talleres gráficos de la Dirección de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza (República Argentina), en septiembre del 2007.