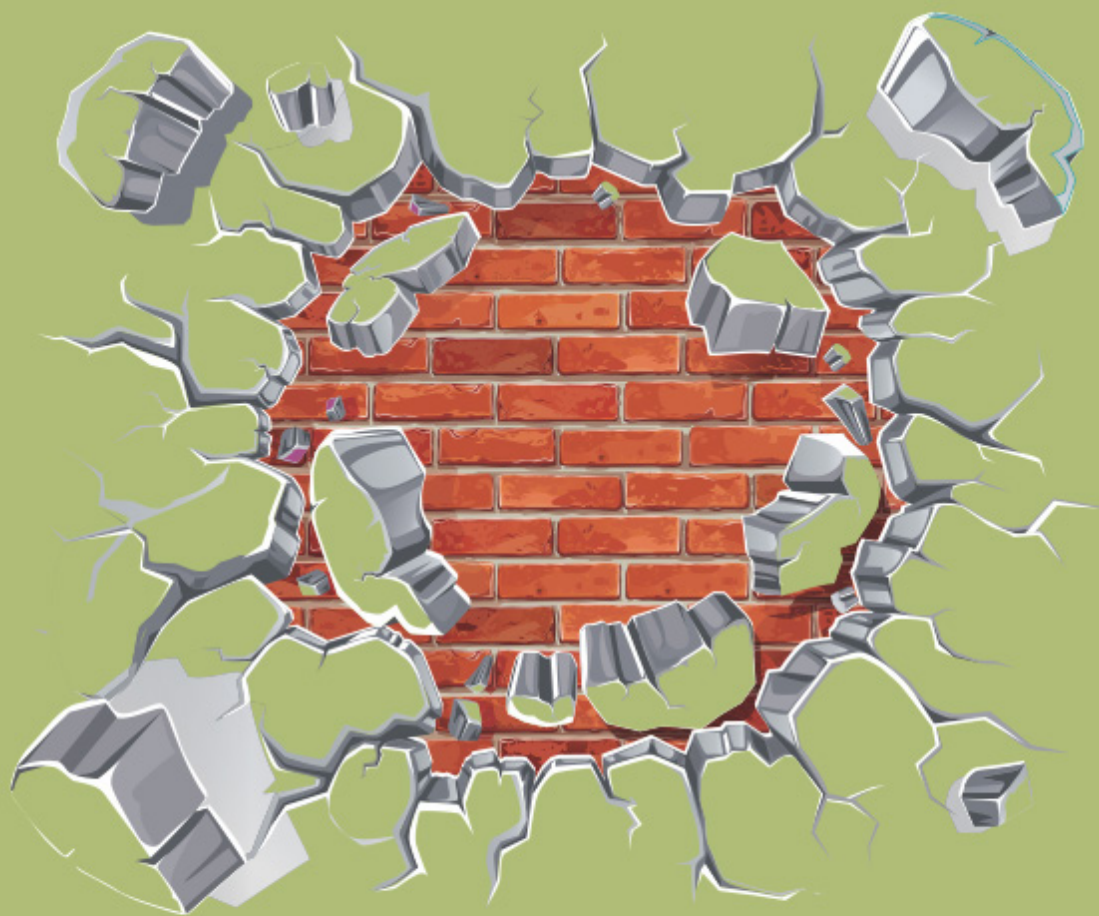


Año 2021 - Nº 15 - ISSN 2545-6318

 **Revista**
Fundamentos



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS







Revista
Fundamentos

Construyendo Conocimientos

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de Río Cuarto

Índice

Editorial **8**

Artículos:

Liderazgo femenino en empresas con propósitos **10**

Cecilia Chosco Diaz

América Latina en las cadenas globales de valor **38**

Claudio Forlani

Emprendedurismo en la enseñanza media de la pampa **64**

Alavarellos Edith E- Bernal María Inés- Galán Alejandra

Mercedes- González Rocío Anahí- Marchisio Jorge

El capital intelectual y su impacto en la valoración de **78**

las empresas agroalimentarias

Verónica Leonor Peñaloza Lopez- Joyce Mora

Revista Fundamentos

Una publicación de la Facultad de Ciencias Económicas -

Universidad Nacional de Río Cuarto

Ruta 36 - KM 601 - Río Cuarto - Córdoba - C.P.: 5800

Tel: 0358-4676266 - Fax: 0358-4676271 - email: scyt@eco.unrc.edu.ar

Sitio WEB FCE: <http://www.eco.unrc.edu.ar/>

Año 2021 - N° 15 - Periodicidad: Anual -Versión Impresa: ISSN 0329-7489

Sitio WEB: <http://revista.eco.unrc.edu.ar/>



Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

Universidad Nacional de Río Cuarto

Rector

Prof. Roberto ROVERE

Vicerrector

Prof. Jorge GONZALEZ

Facultad de Ciencias Económicas

Decana

Mgter. Susana PANELLA

Secretaria de Ciencia y Técnica

Cr. Juan Manuel GALLARDO

Secretario de Extensión y Asistencia Técnica

Lic. Juan MUNT

Revista Fundamentos

Director General

Dr. Gustavo SADER

Editor General

Dra. Cecilia FICCO

Editor Adjunto

Esp. Andrea BERNARDI

Consejo Editorial

Dr. Juan Carlos ABRIL (Profesor e Investigador UNT y CONICET, Argentina)

Dr. Alfredo BARONIO (Profesor e Investigador UNRC, Argentina)

Mgter. Alicia BILBAO (Profesora e Investigadora UNRC, Argentina)

Dra. María do Carmo DUARTE FREITAS (Profesora e Investigadora UFPR, Brasil)

Dr. Carlos Raúl ETULAIN (Profesor e Investigador UNICAMP, Brasil)

Dr. Eduardo LORÍA DIAZ (Profesor e Investigador UNAM, México)

Dra. Berta SILVA PALAVECINOS (Profesora e Investigadora PUCV, Chile)

Dra. María Begoña PRIETTO MORENO (Catedrática e Investigadora UBU, España)

Dr. Roberto TAFANI (Docente e Investigador UNRC, Argentina)

Comité Editorial

Mgter. María Laura LEDERHOS

Esp. Marcelo MARESCALCHI

Ab. Jorge Alberto MIGUEL

Asistencia Técnico - Administrativa

Cr. Juan Manuel GALLARDO (Secretario Revista Fundamentos -
Secretaría de Ciencia y Técnica)

Cra. María Isabel ARDILA (Secretario Revista Fundamentos)

Melina Anabel PROTA DOMINGUEZ (Edición, Dirección de Comunicación y Cultura)

Editorial

En estas épocas de reflexión científica y académica generada por la pandemia modificando el desempeño de las organizaciones y por ende el desarrollo de estrategias relacionadas con las disciplinas de las ciencias económicas, nos alegra presentar una nueva edición.

Como siempre, agradecemos a los autores y a todos los investigadores involucrados en el proceso de evaluación de los artículos, quienes hacen posible una instancia más de socialización de enfoques, perspectivas y resultados de sus producciones. En esta edición contamos con cuatro artículos, dos de ellos son del área de administración, uno de economía y otro de contabilidad.

El primer artículo trata sobre el liderazgo femenino y su objetivo es evidenciar procesos organizacionales sustentables en una empresa “B con nuevos enfoques y metodologías a partir de la experiencia familiar y de la participación en redes internacionales.

El segundo artículo muestra la posición de América Latina en términos de integración y vinculación en las cadenas globales de valor.

El tercer artículo, relacionado con el emprendedurismo en la enseñanza media de una provincia argentina, evidencia que la actividad emprendedora puede contribuir al desarrollo económico y social.

Finalmente, el artículo del área contable pretende demostrar la importancia del capital intelectual en la valoración de las empresas del sector agroalimentario.

Así, seguimos avanzando en el logro de nuestros objetivos, con pasos

pequeños pero firmes y siempre teniendo en cuenta la apertura hacia problemáticas sociales relevantes, con una mirada desde la academia.

Comité Editorial

LIDERAZGO FEMENINO EN EMPRESAS CON PROPÓSITOS

Cecilia Chosco Diaz

RESUMEN

El artículo tiene por objetivo evidenciar procesos organizacionales sustentables de una empresa “B” liderada por un CEO (*chief executive officer*) mujer que promueve nuevos enfoques y metodologías a partir de la experiencia familiar y de las redes internacionales de las que participa. En Argentina, las líderes mujeres, fomentan culturas arraigadas a la “economía circular”, “sustentable e inclusiva”, empresas con propósitos que adoptan aprendizajes expansivos, de construcción en la complejidad sistémica. A partir de un estudio de caso, inscripto en el enfoque cualitativo y etnográfico virtual, se logra articular enfoques teóricos metodológicos, entrevista y relatos virtuales, percepciones de la investigación y una variedad de materiales de la web para describir y analizar en perspectiva histórica, procesual y reflexiva la empresa Bupsa¹. Este tipo de estudios posibilita interpretar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, manteniendo la perspectiva nativa y de los investigadores. Finalmente, se reflexiona sobre un estilo de empresas sustentables como agentes de cambio, con propósitos que inciden en políticas empresariales de nivel regional e internacional.

Palabras clave: mujer empresaria, sustentabilidad, cambio, aprendizaje, caso de estudio.

FEMALE LEADERSHIP IN PURPOSE-DRIVEN COMPANIES

ABSTRACT

1 Nombre de fantasía de la empresa.

The article aims to demonstrate sustainable organizational processes of a “B” company led by a female CEO (chief executive officer) who promotes new approaches and methodologies based on family experience and the international networks in which it participates. In Argentina, women leaders promote cultures rooted in the “circular economy”, “sustainable and inclusive”, companies with purposes that adopt expansive learning, building on systemic complexity. From a case study, inscribed in the virtual qualitative and ethnographic approach, it is possible to articulate theoretical approaches, virtual interviews, perceptions of research and a variety of materials from the web to describe and analyze the historical, processual and reflective perspective of the Bupsa² company. This type of study makes it possible to interpret a contemporary phenomenon within its real context, maintaining the native perspective and that of the researchers. Finally, it reflects on a style of sustainable companies as agents of change, with purposes that affect business policies at a regional and international level.

Keywords: businesswoman, sustainability, change, learning, case study.

INTRODUCCIÓN

En Argentina la producción de saberes y conocimientos en el mundo empresarial, se encuentra ligada a la generación de políticas intra-organizacionales para lograr ciudadanías corporativas y extra organizacionales para incidir en la sociedad. Históricamente las empresas incidieron en los territorios regionales con apoyos en los estados, y sus redes políticas. Basándose en sus currículums

2 Fancy name of the company.

oficiales, -de los que se desprenden pedagogías empresariales- (Figari, 2017) se tornan en agentes educativos que enseñan y aprenden, alineadas en pactos globales para continuar sosteniéndose en el mercado, manteniendo procesos innovadores y tecnológicos, realimentándose en la modernización y los consensos. Es inevitable no hacer referencia a los organismos modeladores de las estructuras organizacionales, aquellas que acreditan certificaciones y que promueven la mejora continua y la rendición de cuentas, normas ISO (International Organization for Standardization), como así también, normas que habilitan a las empresas a obtener la categoría B³. Las empresas que certifican como empresa B asumen un compromiso de mejora continua y ponen su propósito empresarial socioambiental en el centro de su modelo de negocio. Para ello, cinco áreas son trascendentales: Gobierno, Trabajadores, Clientes, Comunidad y Medio Ambiente, para identificar los puntos de mejora y las oportunidades para ser un agente de cambio en la economía, protegiendo la misión y potenciando el triple impacto.

En este marco de referencia surge la necesidad de estudiar y analizar algunas empresas B, donde es posible observar paradigmas alrededor de la economía circular y de la sustentabilidad empresarial, relacionados al liderazgo de la mujer. ¿Por qué? Las miradas de la mujer en la empresa, operan construyendo otras formas de dirección ejecutiva orientadas a la inclusión social en la empresa, al pensamiento ambiental y crítico, como así también a la generación de procesos culturales tendientes a crear una economía circular y ecodiseño desde cero. En tal sentido, se propone en el

3 Ver en <https://www.sistemab.org>

siguiente artículo describir la experiencia de Bupsa, empresa dirigida por una mujer empresaria, que participa en la Red de Mujeres Líderes “vital voices”. Esta es una red de *mentoring* internacional, orientada a preparar a las personas en cuestiones de derechos humanos, políticas sociales e inclusivas y competencias empresariales. En estas últimas décadas la dirigencia femenina incidió en la generación del enfoque de derechos y la generación de nuevas estrategias de producción y desarrollo de productos en la empresa. Pareciera, que las miradas femeninas en las organizaciones vienen a romper con la típica dirección empresarial masculina de la empresa, para forjar nuevos ambientes donde las habilidades emocionales, los procedimientos inclusivos y de igualdad de género trastocan las estructuras dominantes.

Diversos estudios permiten reconstruir el impacto del liderazgo femenino en los últimos años. Uno de ellos, proveniente de la Organización Internacional del Trabajo, arroja consideraciones en relación a la práctica de una cultura comercial inclusiva y una política de inclusión en general, vinculada a la gobernanza femenina. Las estimaciones realizadas sobre empresas dirigidas por mujeres muestran las siguientes cifras: la rentabilidad y productividad es del 62,6 %; es posible aumentar la capacidad de atraer y retener el talento en un 59,7 %; se logra impulsar la creatividad, la innovación y la apertura en un 59,1 %; se mejora la reputación de la empresa en un 57,8 %; y es posible incrementar la capacidad de calibrar el interés y la demanda de los consumidores en un 37,9 %. Estos datos son configurados en el marco

de escenarios organizacionales de Latinoamérica, Europa, Asia, Medio Oriente, donde la representación femenina en ámbitos directivos y en consejos de administración conlleva a una mejora del rendimiento general de las empresas (Informe Organización Internacional del Trabajo, 2019:21-22).

En efecto, los cambios mundiales y regionales, operan tanto en las cosmovisiones de las empresas como en sus estructuras de negocio, esto ha generado un conjunto de saberes para cada situación, que solo a veces, se puede transformar en un aprendizaje colectivo. Por lo que un punto de inflexión son las competencias que puedan desarrollar las personas en la organización, dada la vorágine de los cambios que requieren de permanentes ajustes y acuerdos entre las estructuras y los individuos. Al respecto, es fundamental destacar la idea de aprendizaje expansivo, que aborda al conocimiento como un producto de creación colectiva, que se construye con los intercambios entre las personas en su entorno organizativo, mientras van atravesando las tensiones y las vicisitudes (Mazzini, 2019).

Para este estudio, desarrollaremos el análisis desde un abordaje cualitativo y etnográfico (virtual), lo cual nos permitirá avanzar en dos dimensiones cualitativas, por un lado, el liderazgo femenino y la cultura organizacional, y por otro, la empresa sustentable.

Al respecto de la estructura, se presenta seguidamente la estrategia metodológica, para luego presentar el caso de BUPSA, siguiendo en primer

lugar el análisis del liderazgo femenino y cultura organizacional; para luego abordar la sustentabilidad de la empresa, en clave de la mejora continua, la economía circular y el ecodiseño. Finalmente, los resultados y bibliografía

ESTRATEGIA MÉTODOLÓGICA

Para el presente artículo, se adopta un enfoque cualitativo y etnográfico, a fin de reconstruir la historia organizacional de la empresa Bupsa, teniendo en cuenta una entrevista a la CEO, la recopilación de artículos periodísticos de la empresa, notas en revistas internacionales, y relatos audiovisuales de la Red de Mujeres Líderes “Vital Voices”, donde la CEO reivindica valores de liderazgo empresarial.

En particular, a partir de un estudio de caso, se obtiene en amplio abordaje en perspectiva nacional e internacional, como así también se pretende dar cuenta de los procesos intra e inter organizacionales. El estudio de casos (Yin, 1994) es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, en la que los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente visibles, y en la que se utilizan distintas fuentes de evidencia. Para ello utilizo una entrevista no estructurada, -también denominada abierta, no directiva, no estandarizada-, tal como lo entiende Guber (2012), donde el investigador sigue un modelo de conversación donde plantea la temática, propone la modalidad y

orienta el contenido suministrado por el entrevistado. En la misma existe un planeamiento previo acerca de los temas a tratar y se puede modificar durante el transcurso. Este tipo de entrevista permite recabar información biográfica, acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente, como así también proporciona datos para la reconstrucción de escenarios histórico político, situaciones, etc. Se utilizó la plataforma Zoom, durante el mes de julio de 2020. Esta forma de investigar, en la virtualidad, surgió en la etapa de aislamiento social preventivo obligatorio, por el COVID19 (Coronavirus del año 2019). Cabe señalar que además la actividad de investigar en las redes fue una manera para subsanar el no poder estar en el lugar y conocer a nuestros nativos en sus ambientes, lo que imposibilitó además participar observando y poder reconstruir escenarios, e interpretar el “mundo” de quienes estudiamos. Esto es necesario para quienes hacemos etnografías. Dice Guber (2014),

“Estando allí es posible realizar el tránsito de la reflexividad del investigador en tanto miembro de otra sociedad, a la reflexividad de los pobladores. El investigador sabrá más de él mismo después de haberse puesto en relación con los pobladores, precisamente porque al principio solo puede pensar, orientarse hacia los demás• y formularse preguntas desde sus propios esquemas. En el trabajo de campo, en cambio, aprende a hacerlo vis-a-vis otros marcos de referencia, con los cuales necesariamente se compara” (2014: 50).

Por lo que, el impedimento del trabajo de campo presencial, abrió la puerta

además a la etnografía virtual, a las búsquedas a partir del buceo virtual, a recopilar materiales de la empresa y de la CEO en las redes, además de notas periodísticas, etc. Ruiz Méndez y Aguirre Aguilar (2015), la denominan “etnografía virtualizada”, posibilitada a través de recursos como el correo electrónico, las páginas personales, la mensajería instantánea, los foros, las redes sociales, las wikis, los weblogs; así como experiencias comunicacionales a través de video llamadas o videoconferencias; la implementación de aulas virtuales o las plataformas educativas, las cuales favorecen la convergencia digital. La emergencia de experiencias mediacionales nunca antes vistas” (2015:69).

Por lo que en esta investigación se pusieron en juego teorías específicas y dos procesos, uno analítico, otro sintético (el primero descompone fenómenos ordenadamente en sus partes constitutivas, revisa y estudia cada uno de los componentes de una totalidad, mientras que el segundo consiste en reconstruir un nuevo ordenamiento de relaciones que se pueden establecer entre fenómenos distintos). Como resultado, el género etnográfico enriquece el análisis permitiendo “no generalizar a través de casos particulares sino generalizar dentro de éstos” (Geertz, 2003: 36). Por lo que el estudio presentado, permite validar científicamente la investigación no solo porque se realiza con base a la propia descripción de los/las nativos, incorporando su perspectiva, sino además porque se realiza bajo un estricto análisis, a partir de la vigilancia de la reflexividad.

El caso de BUPSA

Liderazgo femenino y cultura organizacional

En las últimas décadas, Bupsa se convirtió en un agente de cambio y transformación, con la llegada de la sucesión familiar, de padre a hija. Con más de treinta años en el mercado, siendo una empresa familiar, desde el año 2001 su directora, una joven profesional universitaria viene llevando a cabo procesos de cambio estratégico y transformación creando una propia cultura organizacional. Una líder que no duda en acercarse y buscar orientación en aquello que quizás aún no maneja. A lo largo de su trayectoria ha participado de múltiples consultorías tanto privadas como públicas, para atender temas diversos como la mejora de la productividad, el liderazgo de la empresa o aspectos propios del producto que les permitan innovar. El liderazgo femenino, entendido como un proceso inclusivo con el fin de lograr un objetivo propuesto, en términos de Heller (2014), desarrolla nuevos conocimientos, creencias y valores que tienen, construyen, y comparten los integrantes de una organización en sus relaciones cotidianas, que sería la propia cultura organizacional, siguiendo a Etkin (2000). En efecto ser agente de cambio organizacional, implica ser disruptivo en el caos y en la complejidad organizacional, a fin de avanzar en un proceso dialéctico instituido –instituyente (Etkin, 2005), parafraseando a Lourau. Pareciera que en determinados momentos coyunturales emergen procesos de cambio donde amalgama una nueva cultura, sobre una vieja cultura. A

través de una entrevista virtual con la *CEO* de Bupsa, logramos obtener lo siguiente:

“Cuando tomé la conducción de la empresa hace bastantes años [2001, plena crisis en Argentina] el común denominador de la industria plástica era bastante informal desprolija, y solo tenías que ir a industrias muy grandes para obtener el orden y el cuidado que tenemos con nuestros productos. Pero yo asumí este compromiso con mi formación, soy profesional [comercialización] y estuve en empresas multinacionales y cuando asumí la conducción [luego de la primera generación familiar] me dije yo quiero que esto sea diferente, de diferente forma, y no fue fácil porque elegí el camino más largo y fue el que más satisfacciones me dio” (*CEO* de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

Es posible destacar varios aspectos del pasaje, el umbral que marca el inicio del proceso de cambio, y con éste las nuevas formas culturales que acompañan a la dirección. Según Heller (2020) desde las miradas del liderazgo y las mujeres en cargos directivos, argumenta que para comprenderlo es importante entender las 3C (capitales), relacionado con capital humano (talento, experiencia y credenciales educativas), capital subjetivo (visibilidad, asertividad y doble atadura) y capital social (redes, mentores, “*sponsors*”). Son dimensiones cualitativas que permiten a la autora sostener por qué las mujeres no acceden a cargos. Sin embargo, aquellas mujeres que lo logran, promueven sus capitales en su beneficio, impulsando su capital humano, visibilizando sus credenciales educativas, sus competencias y profesionalidad; en relación al dilema de la doble atadura que plantea del capital subjetivo (nos conciben histéricas o locas si somos demasiados agresivas, o blandas, sin carácter) lo superan sosteniendo un modelo de liderazgo genuino, donde la identidad asume un

rol preponderante. En cuanto al capital social, destaca en contraposición a la invisibilización ('techo de cristal' que pone un límite invisible a las mujeres; las 'paredes de cemento', a partir de la segmentación horizontal; los 'pisos pegajosos' que no dejan avanzar o las 'puertas de cristal'), formas de sociabilidad que se van estableciendo en las trayectorias femeninas, a partir de las redes, los sponsors o *mentoring*, mecanismos que encuentran las mujeres para poder acceder y ser visibilizadas.

Asimismo, la fortaleza adquirida por las mujeres líderes, impone determinadas transformaciones en las PyMEs, donde la cultura masculina no lo consideraba fundamentales. En esta sociedad del conocimiento, las empresas deben comprenderse a partir de nuevos enfoques generacionales, profesionales, y de género. Por lo que destacamos que la identidad social de las directivas son resultado de procesos históricos y de formaciones sociales determinadas, coproducida por los actores sociales, y se manifiesta en una específica articulación de atributos socialmente significativos, tornando a dichos actores históricamente reconocibles y coyunturalmente diferenciables (Guber, 1999). No existe una única identidad, sino una compleja trama basada en las percepciones de Otros (Goffman, 2001). En tal sentido, la formación de la cultura PyME es comprendida desde la sociología y la antropología social, además es una forma de construir el presente y el cambio organizacional.

“Y venimos desarrollando políticas en varios ejes, en el desarrollo económico de las mujeres, en el desarrollo económico de fuentes de trabajo

de calidad y de mucho respeto, desde que tomé la conducción me aseguré que las fuentes de trabajo estén dentro de las normas de la ley, y dándole a los empleados una experiencia para progresar y crecer, ellos pasan muchas horas en la empresa y creemos que el impacto del ambiente de trabajo sobre cómo son tratados y cuáles son los beneficios, resulta un efecto multiplicador en la sociedad”(...); “Estamos en vías de ser una empresa B” (CEO Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

“Queremos ser agentes de cambio dentro de la industria plástica y entendimos que estábamos ocupando un lugar dentro de la economía argentina, creemos que podíamos impactar en otras empresas, a fin de que el efecto de los plásticos en el medio ambiente se pueda revertir” (CEO de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

Al respecto del debate planteado sobre las políticas empresariales, la necesidad de nuevos horizontes identitarios en perspectiva femenina, preocupación y atención por los valores del desarrollo humano, la educación, el ambiente y la sociedad. Se evidencian rasgos de una cultura desjerarquizada, basada en los principios de la transparencia y el gobierno responsable. Estas formas organizacionales, se alinean en el Sector de la Economía Sistema B, para interpretarlo, retomo de Correa y Cooper (2019), las oportunidades sociales y económicas para mujeres y jóvenes en América Latina:

“La presencia de mujeres en la propiedad de las Empresas B tiene relación directa con los resultados de la Evaluación de Impacto B, es decir, las empresas con mujeres propietarias logran mejor desempeño en su gestión social y ambiental. Investigaciones demuestran que las mujeres empresarias juegan un papel clave para abrir espacios al movimiento por una nueva economía. Ellas están más dispuestas a adoptar una identidad pública

para promover las mejores prácticas sociales y ambientales en especial en contextos donde la sostenibilidad no es vista de forma favorable. Las mujeres empresarias son quienes tienen mayor propensión para lograr la certificación en contextos donde las normas de sostenibilidad son débiles, la presión para obtener una certificación de sostenibilidad es baja, y donde hay menos empresas propiedad de mujeres (Correa y Cooper, 2019: 28).

También, es necesario destacar que la fortaleza cultural de las mujeres en su mayoría se inicia con las redes de mujeres y el *mentoring*. Ambos son instrumentos para el empoderamiento, en especial porque permiten conocer mujeres que han tenido éxito en su vida profesional y personal. La política de RSE podría ser una buena opción estratégica para incluir la diversidad de género en la empresa siempre que sea bien entendida y no se limite a la filantropía y la protección del medio ambiente. La empresa estudiada nos lleva a entender ese proceso cultural en red, como un efecto contagio que de manera positiva impacta en la configuración hacia una cultura de la sustentabilidad.

“También como industria plástica sabiendo el impacto que tiene en el medio ambiente, nos cuestionamos cuál era el futuro y hacia dónde encararlo. Desde hace algunos años comenzamos a desarrollar productos sustentables que vienen de dos fuentes: por un lado, productos que se desarrollan con materiales plásticos reciclados post consumo y, por otro lado, productos que se desarrollan con los denominados plásticos verdes que no vienen del petróleo, sino que vienen de una fuente renovable como es la caña de azúcar” (CEO de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

Pareciera que el liderazgo femenino guía a la empresa hacia un nuevo rol en la sociedad, donde los componentes productivos, sociales, y ambientales

pasan a ser relevantes y centrales, dejando en segundo lugar a la reproducción del capital. En efecto, de estos liderazgos emergen nuevas formas hacia la reproducción ampliada de vida (de las personas y las cosas) en la empresa, por ende, desde la cultura planteada por las mujeres la empresa Bupsa, supo aprender a ser un agente de cambio en la industria del plástico.

Parafraseando a Coraggio (1994), la reproducción ampliada de vida (en empresas sustentables), requieren de una mayor profundización de análisis de los procesos sociales, suponen una reestructuración de la dignidad humana a un trabajo que ahora adquiere nuevas formas. Lleva a pensar si las empresas como agentes de cambio apuestan a seguir los lineamientos de la reproducción ampliada de la vida -en oposición a la reproducción simple del capital-, tal como lo dice Coraggio, y si se tienen relación con determinadas experiencias latinoamericanas de emancipación y aprendizaje colectivo. En el sentido, dice Coraggio (1999):

“Poner en el centro la reproducción ampliada de la vida humana no supone negar la necesidad de la acumulación sino subordinarla a la reproducción de la vida, estableciendo otro tipo de unidad entre la producción (como medio) y la reproducción (como sentido). Desde un punto de vista teórico, esto implica modelos económicos (no economicistas), que consideren otra relación jerárquica entre los equilibrios necesarios para la vida. Aunque debe atenderse a los equilibrios macroeconómicos, no se los pone por encima de los equilibrios psico-sociales que requiere la vida humana, de los equilibrios sociales que faciliten la convivencia en paz de la humanidad, ni de los equilibrios naturales, el respeto de todos los cuales haría sustentable el desarrollo de la vida social en este planeta. Supone asimismo asumir como contradicción dinámica la contraposición entre la lógica de la reproducción del capital y la lógica de la reproducción de la vida humana. Finalmente, implica ver al conjunto de los trabajadores -que pueden existir dentro o fuera de relaciones capitalistas inmediatas- como base social del posible

sujeto histórico de ese desarrollo sustentable” (1999:4).

Reforzando la idea del autor, encontramos la postura de Leff, (2017) quien escribe sobre el saber para la sustentabilidad, nos ayuda a considerar al ambiente un espacio de articulación entre sociedad y naturaleza, como una respuesta a la crisis de la racionalidad de la modernidad a la que condujo la disyunción entre el objeto y el sujeto de conocimiento. Surge un nuevo paradigma productivo, fundado en una productividad tecnológico, ecológica cultural, de una economía fundada en una productividad neguentrópica. Por lo que el autor considera que toda actividad humana es entrópica, todo sistema económico es entrópico, que expedirá energía, por lo que siendo que los recursos son finitos y el hombre hace uso abusivo, la salida está en buscar otras alternativas. En la productividad neguentrópica, donde existe una predominancia de la convivencia entre pueblos, saberes, prácticas, potenciales ecológicos, cultura, hacia una deconstrucción de una racionalidad económica e industrial. En esta neguentropía se encuentra inmersa Bupsa.

LA EMPRESA SUSTENTABLE

El impacto del liderazgo femenino y del proceso cultural, genera en la organización cambios endógenos en sus estructuras, dinámicas y procesos aprendizajes hacia la sustentabilidad. A continuación, se explora la

dimensión sustentable a través de dos indicadores cualitativos, la filosofía y la economía circular.

Históricamente, las empresas PyME, estuvieron orientadas a las propuestas de los paradigmas dominantes, hoy varias de las empresas piensan para sí mismas, un panorama adverso. Los saberes *manageriales*, jerárquicos, “masculinizados” dejan de tener centralidad, y pasan a ser foco de atención aquellos saberes que estuvieron ausentes, saberes que no buscan dominar unos a otros, saberes que intentan luchar por la igualdad, por los derechos y la inclusión. En efecto, la aparición de nuevos saberes y pedagogías en relación al proceso de producción verde, al consumo y uso energético, a la concientización ecológica, a la soberanía ciudadana, sobresalen en la generación de los modelos organizativos. Diversas empresas valorizan sus propios capitales (humano, organizacional, relacional), y condensan en ellos el centro de los saberes y enseñanzas que las convierten en un agente educativo en la sociedad el conocimiento, nacional e internacional.

“Bupsa es una empresa plástica que desarrolla productos cosméticos y para el hogar, productos para niños con sus licencias respectivas, nuestra capacidad distintiva está en ser una empresa consciente del impacto en la sociedad y en el planeta. Desde 2015 nos comprometimos con los objetivos de desarrollo sustentable de la ONU (Organización de las Naciones Unidas)” (CEO de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

“Hoy el efecto mayor es el de los residuos sólidos urbanos, es decir, lo residuos que nosotros usamos, que tienen *packaging*: son los envases de shampoo, gaseosas que van a la basura y, en algunos casos, algunas empresas pueden reciclarlo, pero los consumidores la mayoría los tira y luego va a un

relleno sanitario. Hoy en día, los habitantes generamos un kilo de residuos sólidos por día, hay 45 mil toneladas de residuos en el planeta y el 12 % es plástico. Entonces nos comprometimos a tener acceso a esos residuos y volverlos un recurso de calidad no de menor valor; por lo que buscamos que el proceso de reciclaje de ese producto le otorgue las características de a una materia prima virgen. Entonces nosotros hoy estamos transformando residuos plásticos de argentina y exportándolos a Latinoamérica”. (CEO de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

Bupsa, supo realizar un largo e intenso proceso de desarrollo organizacional desde el 2001 hasta el 2015. Durante esos años, fue adoptando posturas y acercándose a los, principios de la Organización de las Naciones Unidas, como así también a aspectos promovidos por la cultura japonesa. La empresa pasa a estar compuesta por una cultura del pasado, managerial y masculinizada, y una cultura del presente, femenina e híbrida, familiar e innovadora. La empresa se está reconvirtiendo junto a otros actores de la cadena de valor del plástico la utilización de bioplásticos que permitiría tener un producto tan noble y de alta calidad como los plásticos en la actualidad. Asimismo, el proceso que está llevando adelante en la compañía con alianzas estratégicas para recuperar envases de plástico post consumo y reciclarlo en plantas habilitadas en la Argentina. Para ello, la empresa sigue los principios de la sustentabilidad imbricada en el *kaizen*, filosofía japonesa de la mejora continua.

La sustentabilidad se refiere a la capacidad del sistema para mantener su productividad estable a pesar de las perturbaciones económicas y naturales, externas o internas. El desarrollo sustentable se fundamenta en principios

éticos, como el respeto al proceso de regeneración de los ciclos naturales, valores políticos, como la democracia participativa y equidad social, y normas de comportamiento y conductas morales, como la racionalidad ambiental. El desarrollo sustentable es descentralizado y autogestionario, capaz de satisfacer las necesidades básicas de la población, respetar la diversidad cultural y mejorar la calidad de vida, sin degradar el ciclo natural (Castillo y Chaves, 2016). Para lograrlo esta empresa persigue la filosofía japonesa del *kaizen*. Al respecto, Chosco Díaz, Benegas y Jauré (2020), señalan en su texto sobre PyMEs como agentes educativas en la sociedad del conocimiento, que nuevos mecanismos organizacionales favorecen el desarrollo de culturas enfocadas al aprendizaje. En estos procesos, la mejora continua es central.

“La mejora continua surge de considerar relevante la experiencia acumulada por los trabajadores al desarrollar sus tareas cotidianas (conocimiento tácito). Promueve la generación de un programa de educación y automejoramiento (...); De esta forma, la mejora continua resulta ser un sistema sustentable que favorece el aprendizaje y crecimiento de las personas, posibilitando el logro de resultados intangibles con impactos muy superiores a los económicos, como el trabajo en equipo, una comunicación más efectiva, el nivel de compromiso individual y, en definitiva, la evolución de la cultura organizacional (Chosco Díaz, Benegas y Jauré, 2020: 4).

La educación de la filosofía *kaizen*, se basó fundamentalmente en la búsqueda de la mejora de la productividad operativa, sin embargo, el mismo proceso de análisis allí propuesto –la herramienta conocida como A3 la cual refleja el desarrollo del ciclo de mejora PDCA (planificar, hacer, verificar

y actuar)- le brindó espacios para ampliar este objetivo inicial y comenzar a trabajar sobre cuestiones más amplias que la mejora de la productividad, tales como, el análisis del clima laboral que perciben los empleados en la empresa, como se redistribuyen las tareas, entre otras cuestiones. En esa oportunidad, la dirección de la empresa mostró una vez más la apertura y la importancia que le dan al desarrollo de las personas que forman parte de la misma, dándole la oportunidad de ser partícipes de ese proceso de análisis y cambio a dos jóvenes empleados de la empresa. Una particularidad es fomentar sistemas de diálogo, entre actores dentro de la empresa y fuera de la empresa. Bupsa, resulta ser una empresa sustentable, que aplica la filosofía japonesa de la mejora continua y tiende a crear y recrear sistemas de diálogos. Busca equilibrios internos y externos para mantener mecanismos neguentrópicos, al mismo tiempo que procesos inclusivos y responsables. En este sentido, persigue objetivos de desarrollo sustentable de las ONU. Y más aún los promueven fomentando el diálogo durante la pandemia. En el siguiente pasaje se describen los valores, la misión de la empresa y parte de su sistema de diálogo:

“La pandemia nos abrió una puerta inmensa para seguir hablando de la sustentabilidad y el medio ambiente, todos los consumidores y clientes son mucho más conscientes del impacto de los residuos que generamos con las decisiones de los productos que consumimos: qué tiene ese producto y cómo impacta positiva o negativamente en el medio ambiente. La verdad es que la pandemia nos ayudó a potenciar nuestro lema y nuestro mensaje y nuestra misión de ser agente de cambio” (CEO de Bupsa, entrevista realizada en julio de 2020).

Economía circular y el eco diseño

Históricamente modelos económicos incidieron en la producción y comercialización de los productos/servicios, y fueron cuestionados con el paso de las décadas. En efecto, emergieron múltiples modelos “de la cuna a la cuna”, “diseño regenerativo”, “ingeniería ecológica”, de la “economía azul”, de la “permacultura”, “biomímesis”, “paso natural”, “economía marrón”, todos antecedieron y varios conviven con la “economía circular”.

Según Balboa y Somonte (2014) la economía circular es:

“Una filosofía de organización de sistemas inspirada en los seres vivos, que persiguió el cambio de una economía lineal (producir, usar y tirar) cada vez más difícil de implementar por el agotamiento de los recursos hacia un modelo circular y regenerativo, tal y como ocurre en la naturaleza y que además supone una gran oportunidad en el ámbito empresarial. Sus aplicaciones prácticas, tanto en sistemas económicos como en procesos industriales, han ido en aumento progresivo en los últimos años (Balboa y Somonte, 2014:84).

Asimismo, Martínez y Porcelli (2018), señalan como hitos, el documento Brundtland donde figuraba la exigencia a la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre la creación de una “Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo”. Este documento se convirtió en el referente del concepto de desarrollo sostenible, entendiendo por tal el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras. También señalan que, desde la Comisión Europea, en el año 2014, se auspició la economía circular mediante un programa de residuos cero para Europa, explica que una economía circular mantiene el valor añadido de los productos, materiales y

recursos el mayor tiempo posible y reduce los residuos. Más tarde en el año 2015 en la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, celebrada en Nueva York, se aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, incluyendo un conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas adoptadas, que guiará las decisiones durante los próximos 15 años, conjugando las tres dimensiones del desarrollo sostenible.

Estas políticas internacionales sirven de antecedentes para sostener la economía circular a nivel global, creando un sistema de diálogos entre los estados, las empresas, los ciudadanos. Sin embargo, “la mayor barrera es la dificultad de romper hábitos arraigados de los fabricantes, de la cadena de suministros y de los consumidores y usuarios. Según el informe del grupo de trabajo del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, los principales problemas que entraña el desacoplamiento son: explicar cómo el conocimiento de los flujos de recursos mundiales puede integrarse con los retos relacionados; convencer a los decisores políticos (Martinez y Porcelli, 2018:315).

Entonces, el principal objetivo es dejar atrás la economía lineal que reproduce la lógica “producir, usar, tirar” para pasar a otro modelo circular. Cerdá Tena (2019), investiga ampliamente el tema, y propone en su libro Economía circular-Espiral, un modelo de economía circular tal como lo concibieron Pearce y Turner en el año 1989, incluían las variables de producción, consumo, recursos, residuos, utilidades, precios y amenidades,

superando por tanto el enfoque clásico del sistema productivo lineal. Esto va en la dirección de la Fundación Ellen MacArthur, creada en el año 2010 con el objetivo de acelerar la transición a la economía circular, viene trabajando a nivel internacional con gobiernos, empresas y la academia. La fundación impulsa el conocimiento alrededor de las fuentes de creación de valor y los nuevos modelos de negocio mediante una serie de estrategias para el diseño de productos que dan cuenta de algunas buenas prácticas y de las distintas posibilidades circulares que puede ofrecer el nuevo proceso productivo para desacoplar el desarrollo económico global del consumo de recursos finitos. El paradigma se orienta hacia una economía regenerativa y reparadora desde el diseño. Por lo que se la considera más que un movimiento ecológico, es una forma de pensar distinta, una filosofía del diseño.

Bupsa, implementa la economía circular, y su práctica concreta es el eco diseño, de este modo lo decía la CEO:

“El diseño es otro capítulo en el que estamos trabajando, donde apuntamos a poder diseñar productos que cumplan la misma función, que no sean descartables y tengan una alta durabilidad, pero a la vez que concentren menos cantidad de plásticos y poder elegir cuál es el material indicado para poder producirlo. Estamos ahora lanzando un producto que fue concebido como un sistema: sirve para organizar cosas en el hogar, en el escritorio, en la mesada, en el jardín o en el baño; es un producto adaptable a muchos usos, cada uno sabrá qué uso darle. Tiene un diseño minimalista. Con una menor cantidad de moldes producimos muchas funciones, funcionalidad en el hogar: esto a los que llamamos eco diseño. Cuando nosotros vamos a ver a un cliente y le presentamos estas propuestas desde este lugar, primero es un argumento de venta que le puede servir para llegar a los consumidores

finales y, por otro lado, le da un sentido y un propósito a la promoción que le van a dar a nuestro producto así que encontramos en este camino un montón de oportunidades y lejos de verlo como un obstáculo, en cada situación o limitación inicial encontramos nuevas oportunidades” (Entrevista a la CEO de Bupsa, julio de 2020).

En el marco de la empresa sustentable la economía circular se expresa en la funcionalidad y la vida útil de un producto, su durabilidad; la concientización hacia adentro y hacia afuera de empresa; perspectiva sistémica y compleja; el diseño ecológico y pensamiento de las 4R: Reducir, Reutilizar, Reciclar Mecánicamente y Reciclar Energéticamente; licencias internacionales y certificaciones.

En relación al Eco Diseño, la empresa promueve conciencia ambiental y social, esto nos decían en la entrevista:

“Nosotros venimos trabajando mucho, generando conciencia en nuestros clientes de los cambios que son necesarios, porque no son conscientes. Por ejemplo, tenemos un cliente que dentro de las especificaciones del producto nos pedía el platito o vasito en una bolsita de polietileno transparente y virgen. Cuando nosotros notamos que se utilizaba un material virgen para utilizarlo como *packaging* que inmediatamente sería un residuo, descubrimos que sería posible cubrir el transporte del producto con un polietileno reciclado. Realizamos una presentación en el cliente, quien es de primera línea con estándares de calidad internacional. Le comentamos nuestra propuesta de utilizar un material reciclado que además lo haría biodegradable. Entonces transformamos una especificación de una empresa multinacional que requería el uso de una bolsa transparente, en una bolsa reciclada con un aditivo reciclable: eso es un impacto que se genera en nuestra organización, en el cliente y en los consumidores, quienes ya no reciben un producto transparente sino blanquecina, así ellos también comienzan a preguntarse la diferencia entre los distintos productos que reciben. Este es un ejemplo de toda una comunicación que demuestra como un pequeño cambio, que no repercute en nada en la calidad del producto y del uso que requiere ese producto, puede generar un impacto positivo” (Entrevista a la CEO de

Bupsa, julio de 2020).

Bupsa, es una de las empresas que crea tendencia en políticas ambientales al incorporar en su producción el circuito circular. Se convierte en un agente que enseña y educa a sus clientes, a sus trabajadores, y recrea una cultura circular, impactando de manera positiva en sus entornos y en su sector. A nivel nacional, el tema se inscribe en el Programa de la Fundación Ellen MacArthur para la Economía Circular, organizada de manera conjunta por la red mundial de parlamentarios Globe International, la oficina para el Cono Sur de ONU Medio Ambiente y la Dirección General de Relaciones Internacionales de la Cámara de Diputados de la Nación argentina, con el objeto de avanzar en una agenda conjunta que incluya la Economía Circular para 2030.

REFLEXIONES FINALES:

Entre las principales reflexiones, es dable argumentar que Bupsa representa un estilo de empresa particular, liderada por una CEO mujer que promueve nuevos enfoques y metodologías a partir de sus experiencias familiares y de las redes internacionales de las cuales forman parte. Las líderes mujeres, fomentan culturas arraigadas a la “economía circular”, “sustentable e inclusiva”, empresas con propósitos que adoptan aprendizajes expansivos, de construcción en la complejidad sistémica (de las personas y las estructuras organizacionales). En efecto, empresas con liderazgos

femeninos promueven hacia dentro de sus estructuras cambio, aprendizajes y enseñanzas educativas capaces de incidir en políticas empresariales del sector productivo.

Finalmente, se evidencia que a partir de un estudio de caso específico es posible dar cuenta de los impactos de los procesos globales y de las redes de mujeres que impulsan procesos culturales locales, en las PyMEs, y por ende en formas de gobierno empresarias innovadoras, que trascienden hacia la centralidad en la reproducción ampliada de las personas y la sustentabilidad.

Bibliografía

- Balboa, C. H., & Somonte, M. D. (2014). Economía circular como marco para el ecodiseño: el modelo ECO-3. *Informador técnico*, 78(1), 82-90.
- Castillo y Chaves (2016) Perspectivas de la sustentabilidad: teoría y campos de análisis. *Revista Pensamiento Actual* - Vol 16 - No. 26, 2016.
- Chosco Díaz, C; Benegas, M; Jauré, F (2020). Una aproximación teórico conceptual de las PyMEs como un agente educativo en la sociedad del conocimiento. 18th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, julio, 2020.
- Coraggio, José Luis (1999). Una perspectiva alternativa para la economía social: de la economía popular a la economía del trabajo. En *Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*. UNGS/Miño and Dávila Editores, Buenos Aires.
- Correa, M. E., y Cooper, M. A. (2019). Entendiendo el impacto sistémico de las empresas B para ofrecer oportunidades sociales y económicas a mujeres y jóvenes en América Latina.

- De Gialdino, V. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Della Torre, V; Garimaldi, L, Palioff, C. (2017) Campo I+D+i Análisis de ciclo de vida. Hacia un abordaje institucional. Informe Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria https://inta.gob.ar/sites/default/files/ciclo_de_vida_0.pdf
- Etkin, J. (2000). La organización y el enfoque de sistemas. (Cap. 2) (pp. 29-46). En Política, gobierno y gerencia de las organizaciones, Ed. Pearson, Buenos Aires.
- Etkin, J. (2017). *Gestión de la complejidad en las organizaciones. La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado*. Buenos Aires: Granica.
- Figari, C. (Dir), Figari, C.; Giniger, N; Soul, J.; Palermo, H.; Álvarez Newman, D; León Salazar, C; Hernández, M.; Hirsch, D; Cufre, S.; Ciolli, K, (2017), La trama del capital. Estudio de la hegemonía empresaria en la Argentina, Buenos Aires, Biblos.
- Goffman, E. (2001). *Internados*. Amorrortu Ediciones, Buenos Aires.
- Guber, R. (1999) Identidad social villera. Boivin, Rosato y Arribas. Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural. Buenos Aires: Eudeba.
- Guber, R. (2014). La etnografía. Método, campo y reflexividad. Editorial Siglo XXI. Buenos Aires
- Heller, L. (2020) Renovando las Miradas del Liderazgo, Mujeres en Cargos Directivos. «Seguimos siendo minoría, pese a ser mayoría numérica», Julio 2020, Universidad de los Lagos, Chile, <https://youtu.be/VQW74ujIE38>
- Heller, L., & Gabaldon, P. (2018). Women on boards of

directors in Latin America: building a model. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*.

- Leff, E. (2017). Pensamiento ambiental latinoamericano: patrimonio de un saber para la sustentabilidad. En Pengue, W. A. (Comp.) (2017). *El pensamiento ambiental del Sur. Complejidad, recursos y ecología política latinoamericana*. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Leiva, E. H. (2016). Análisis de ciclo de vida. *Escuela de organización industrial, España*.
- Martínez, A.N y Porcelli, A.M (2018) Estudio sobre la economía circular como una alternativa sustentable frente al ocaso de la economía tradicional (primera parte) *LEX* N° 22 - AÑO XVI - 2018 - II
- Organización Internacional del Trabajo (2019). Las mujeres en la gestión empresarial: argumentos para un cambio. Oficina Internacional del Trabajo International. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_700977.pdf
- Ruiz Méndez, M y Aguirre Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Época III*. Vol. XXI. Número 41, pp. 67-96
- Tena, E. C. (2019). Principios y características de la economía circular. In *Economía circular-espiral: transición hacia un metabolismo económico cerrado* (pp. 109-129). Asociación para la Sostenibilidad y el Progreso de las Sociedades (ASYPS).
- Vásquez Mazzini, M. (2019). La expansión del saber colectivo. HUATAMA. (extraído en mayo de 2021 de <http://www.huatana.com.ar/2020/files/uploads/materiales-consulta/La-Expansion-del-Saber-Colectivo.pdf>)

- Yin, R. (1994). Case study research: Design and methods. London: Sage Publications.

AMERICA LATINA EN LAS CADENAS GLOBALES DE VALOR

Claudio Forlani

El comercio mundial registra en el último cuarto de siglo cambios sustanciales (creciente intercambio de bienes intermedios, expansión de los acuerdos de comercio preferencial, vinculación profunda con temas más allá de las fronteras, etc.), y América Latina exhibe un relativo atraso ante esta dinámica; si bien ha desmantelado gran parte de las barreras arancelarias, el grado de integración de medido como la proporción del comercio intrarregional respecto al comercio total y la participación de bienes finales respecto a los bienes intermedios, es bajo comparado con iguales métricas en bloques y regiones importantes como el UMSCA¹, la UE y el sudeste asiático. Además, existe heterogeneidad en la forma que los países negociaron/an a acuerdos comerciales: Centroamérica y México más orientado al UMSCA, mientras en América del Sur se destaca por un lado Chile, Colombia y Perú, por otro el bloque del Mercosur y por último Ecuador, Bolivia y Venezuela.

World trade has registered substantial changes in the last quarter of a century (increasing exchange of intermediate goods, expansion of preferential trade agreements, deep connection with issues beyond borders, etc.), and Latin America exhibits a relative delay in the face of this. dynamic; Although it has dismantled a large part of the tariff barriers, the degree of integration measured as the proportion of intra-regional trade with respect to total trade and the share of final goods with respect to intermediate goods, is low compared to the same metrics in important blocks and regions. like the UMSCA, the EU and Southeast Asia. In addition, there is heterogeneity in the way that the countries negotiated trade agreements: Central America and Mexico more oriented to the UMSCA, while in South America Chile,

¹ Es la nueva denominación del NAFTA luego de las modificaciones en el acuerdo con la administración Trump en Estados Unidos, United States, México and Canadá Agreement (USMCA).

Colombia and Peru stand out on the one hand, on the other the Mercosur bloc and finally Ecuador, Bolivia and Venezuela. *Palabras clave:* Aranceles, comercio, intraindustrial, UMSCA, intrarregional

Tariffs, trade, intraindustrial, UMSCA, intraregional

A) Introducción

El objetivo del trabajo es describir la situación de América Latina y del Caribe (ALC), respecto a la dinámica del comercio mundial, en especial la creciente importancia de las cadenas globales de valor (CGV) y la negociación de mega acuerdos comerciales; en tal sentido se desarrollan los aspectos principales que ilustran como la región presenta una evolución en su integración regional y hacia el resto del mundo, que no responde al ritmo y calidad que la globalización requiere. Metodológicamente se basa en la revisión y selección bibliográfica de autores y organismos vinculados o que estudian la temática, entre ellos, CEPAL, INTAL, CIEPLAN, Boletín Techint, OBELA; para los datos se recurrió a estas mencionadas, pero además a las bases de la OMC, ALADI, FMI.

En los intercambios globales se vienen observando algunas tendencias, entre ellas: a) el acelerado proceso de negociación de acuerdos de comercio preferencial (ACP) desde inicios de la década del '90; b) más recientemente los mega acuerdos comerciales (MAC) y c) que el comercio esta compuesto mayoritariamente por bienes intermedios, antes que bienes finales, en lo que se conoce en la literatura como comercio de tareas o cadenas globales de valor (CGV).

a) *Desde principios de la década del '90*, se verifica un auge en la firma de acuerdos de comercio preferencial (ACP), pero ahora son más profundos que los tradicionales, y se negocian junto de tratados bilaterales de inversión y reformas unilaterales en los países en desarrollo, el denominado “regionalismo del siglo XXI”, según la denominación de

Baldwin²



Esto es consecuencia en gran parte a la falta de avances de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en las negociaciones multilaterales, los pobres resultados de la Ronda Doha y su énfasis en el comercio tradicional, cuando los intercambios globales presentan la creciente preponderancia del comercio de tareas

b) Con el siglo XXI surgieron negociaciones para formar los denominados mega acuerdos comerciales (MAC); que reciben esta denominación porque participan en su negociación mayor cantidad de países que en los Tratados de Libre Comercio (TLC) tradicionales, de más de un continente y con cuestiones de integración más profundas que la tradicional rebaja de aranceles. El objetivo central es avanzar hacia un esquema acorde a la realidad del comercio del siglo XXI y de prosperar pueden tener el potencial necesario para remodelar el escenario del intercambio global y generar cambios importantes tanto en la geografía

² Eduardo Bianchi y Carolina Szpak: Cadenas globales de producción: implicancias para el comercio internacional y su gobernanza - programa de cátedras de la OMC - FLACSO Mayo, 2013. Página 9.

de la integración, como en su alcance y profundidad.

Son tres los MAC en danza, aunque con matices, en especial por los cambios de Gobierno en USA, el Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP)³, el Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement (TA-TIP) y el Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)^{4,5}, siendo este último el único ratificado hasta el momento.

El primero abarca, mayormente a economías de ingreso medio y alto, y son países sobre el cinturón del pacífico, el segundo es un proyecto entre el EE.UU y la UE y el tercero está formado por países del sudeste asiático de ingresos medianos y bajos. Viene al caso aclarar que el TPP incluía(ye) a EE.UU. pero no a China, mientras que el RCEP incluye a China, pero no a EE.UU.

Cuadro 1. Participantes en cada mega acuerdo comercial	
Mega acuerdo	Participantes
Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement (TATIP)	UE-USA
Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP)	Australia - Brunéi - Canadá - Chile - Japón - Malasia - México - Nueva Zelandia - Perú - Singapur - USA - Vietnam
Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)	Asean - Australia - China - Corea - Nueva Zelandia - India - Japón
ASEAN (Tratado de libre comercio del sudeste asiático) [Tailandia, Vietnam, Camboya, Filipinas, Laos, Birmania, Malasia, Singapur, Brunei Indonesia]	

c) *Al unísono con estos cambios esta*, la creciente importancia de las CGV, esto es la obtención de un bien final antes de adquirir tal condición, sus insumos intermedios pueden llegar a cruzar varias fronteras, o sea la fragmentación de los procesos productivos a través de diferentes países y regiones, localizándose cada proceso o fase en diferentes países de acuerdo a la ventaja (de costos, de disponibilidad de factores, de know how) ofrecida. Las CGV son alianzas entre empresas que

3 Este acuerdo esta en un impasse porque inicialmente lo impulso Obama, Trump retiro a EE.UU. del mismo, pero no hay novedades aun de que decisión tomara la nueva administración en ese país.

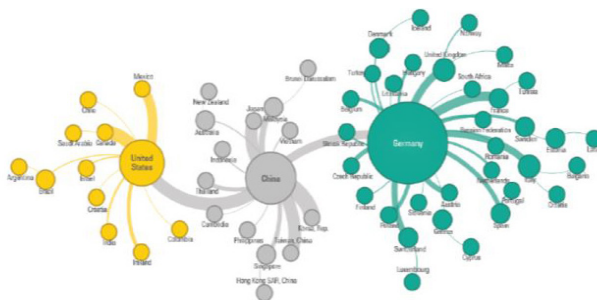
4 Este acuerdo termino de ser suscripto el 15 de noviembre del 2020

5 https://www.clarin.com/opinion/acuerdo-rcep-mayor-zona-libre-comercio-planeta_0_F7fIbK7YI.html

actúan de manera sincronizada en procesos productivos sistemáticos vinculados en diversos países y de las que es parte el 75% del comercio internacional y el 60% del comercio transfronterizo de los países emergentes. Una definición elemental y no excluyente sobre las CGV, dada por Gary Gereffi⁶, un reconocido autor en el tema, las define como “el completo rango de actividades involucradas en el diseño, la producción y el marketing de un producto”. La definición posee un nivel de generalidad que abarca gran variedad y heterogeneidad de organizaciones y estructuras, incluso las ligadas esencialmente por relaciones puras de mercado. Ejemplos populares en la literatura sobre CGV son la muñeca Barbie, los celulares (Nokia, Motorola, iPhone) y el Boeing 787.

B) Tres grandes fábricas

De tener éxito los MAC en proceso de negociación, amenazan fragmentar la gobernanza del comercio internacional, porque impondrán las normas que rijan el comercio y funcionamiento de las CGV, ya que se corresponden con la formación de redes de producción internacionales agrupadas en tres bloques de países, denominados en la literatura como “Fábrica Asia”, “Fábrica América del Norte” y “Fábrica Europa”.



⁶ Krugman, P. (1995), Growing World Trade: Causes and Consequences, Bookings Papers on Economic Activity, 1

Esta forma de producción está constituida, por un “centro”, esto es, un país de alta tecnología que organiza la producción y varios “rayos”, es decir, países de bajos salarios relativos que actúan como fábricas. EE.UU., Alemania y Japón son los países “centro”, cada uno vinculado con sus fábricas; estos tres junto a China son los que prevalecen en el comercio de las CGV; por lo tanto este fenómeno de *desintegración productiva e integración comercial* es un fenómeno principalmente regional, por lo que puede afirmarse que las CGV son mayormente cadenas regionales; teniendo como característica en común los tres centros altos porcentajes de comercio intrarregional y que a su vez tiene una importante componente de bienes intermedios, reflejando de esta manera el patrón de comercio vertical que caracterizan a las redes de producción.

El grado en el cual una economía incorpora importaciones de bienes intermedios en sus procesos se denomina “especialización vertical” y los MAC tienen que ver con la necesidad de integración profunda que armonice los marcos regulatorios entre países para consolidar las CGV, permitiendo el traslado sin problemas de las partes semielaboradas entre los diferentes emplazamientos de la producción, o sea poder importar insumos sin inconvenientes es crucial para la competitividad externa. En este escenario si una empresa logra formar parte de una CGV se le amplían las oportunidades, al tiempo que cumplir requisitos mayores en cuanto a calidad, cantidad y continuidad.

Tabla 1. PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES INTRA GRUPO EN LAS EXPORTACIONES TOTALES

Bloque	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
UE (27)	60,50	60,09	60,01	61,58	61,46	61,48	61,71	62,09	61,91	61,20	60,13	59,54	57,40	57,30	57,80	57,80	58,44	58,77	58,42	58,95
NAFTA	55,55	55,14	56,11	55,90	56,01	55,87	54,14	51,61	49,75	47,94	48,70	48,27	48,53	49,21	50,27	50,42	50,26	50,06		
ASEAN +5 (*)	47,1					49,5			47,0	48,4	49,4	49,7	50,5	49,80						
SUDAMERICA	21,5					18,5					19,8					18,0				

Fuente: Elaboración en base a www.data.ifo.com y Saez, R "Del regionalismo abierto al regionalismo segmentado" (2016) - (los datos en blanco no fue posible tomarlos o no figuran en la fuente)

(*) comprende China, Japón, Corea, 10 miembros del ASEAN, Hong Kong y Taiwán

C) La situación de América Latina Caribe en las Cadenas globales de valor



La formación y consolidación de CGV esta, directamente vinculada a la calidad y forma de integración comercial entre las economías que participan en la misma en sentido amplio (aspectos regulatorios, arancelarios, tributarios, laborales, ambientales, etc.).

Si bien ALC ha eliminado prácticamente las barreras arancelarias, presenta un significativo retraso y heterogeneidad en su integración comercial en comparación con las economías de las tres fábricas; en tal sentido se enumeran una serie de aspectos sobre esta situación:

1) Excepto casos particulares, los países poseen bajo grado de apertura a nivel mundial, de hecho, las dos mayores economías de AdS, (Argentina y Brasil) están entre las más cerradas del mundo⁷

2) Con el crecimiento del comercio en el siglo XXI, se produjo, proporcionalmente, una reprimarización exportadora, subieron las ventas de bienes industriales (MOI) pero en menor proporción que las de bienes primarios y manufacturas de origen agropecuario (MOA), aunque con diferencias entre el AdS y ACC (el segundo grupo tiene mayor participación de servicio -tu-

⁷ A mayor índice, mayor liberalización y se estructura con la siguiente ponderación: a) 32,5% de BNA y costos al comercio para impo y expo; b) 34,5% impuestos sobre el comercio internacional como % del PBI y c) 33% del promedio simple de tasas

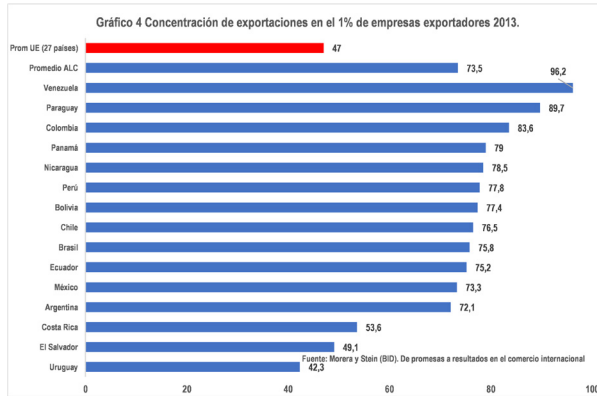
rismo, finanzas y transporte)⁸

3) Hay una alta concentración de empresas exportadoras respecto a los niveles de mayoría de los países desarrollados; el número de firmas regionales que exportan es similar al total países como España o Corea del Sur o un tercio de EEUU y Alemania. Para llegar al promedio Alemania, Bélgica, Canadá, Estados Unidos, Francia, Corea del Sur, el porcentaje debería multiplicarse por siete, y el número de empresas que exporta cada cien mil habitantes por quince veces.⁹ A su vez el cálculo del coeficiente de Gini de concentración de exportaciones, superó 0,9 en Ecuador (0,98 en 2013) en Chile y Perú (0,97 en 2012), y en El Salvador (0,94 en 2013). En casi todos los países de ALC son exportadoras menos del 1% del total y el porcentaje de los envíos que concentra el uno por ciento de las exportadoras más grandes (o percentil 99), muestra que el 1% de las firmas exportadoras concentra una proporción igual o superior al 70% de los envíos totales en la mayoría de los países de la región. Esta participación creció hasta 2013 en varios países (en Brasil, paso de 73,3% a 77,6% y en Colombia, de 82,0% a 83,6% entre 2012 y 2013) y es muy superior a la que se registra en los países industrializados.



⁸ El gráfico 3 muestra un índice de Theil, a partir de la revisión a cuatro dígitos; es un promedio regional simple, a menor valor mayor diversificación.

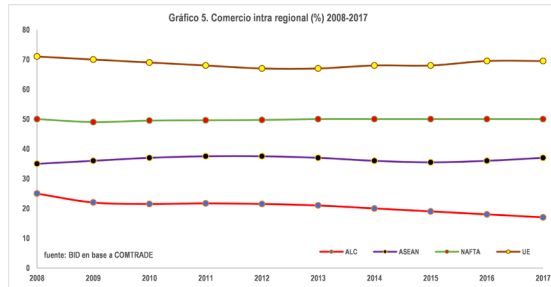
⁹ Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina El aporte de las pymes. Roberto Urmeneta CEPAL Julio 2016. Página 27



4) Las exportaciones intrarregionales son aquellas más diversificadas en productos y con un mayor número de empresas participando en el esfuerzo exportador; en contraste, las exportaciones a destinos extrarregionales como China están concentradas en un menor número de empresas, con una menor diversificación de productos y reducida participación de empresas pymes en la oferta exportadora. Estas últimas sólo representan el 7% de los envíos de exportación, aunque su participación en el total de empresas exportadoras es muy superior, al tiempo que contribuyen en aproximadamente el 40% del PBI y 70% del empleo regional.

5) El intercambio intrarregional como proporción de las exportaciones totales y por tipos de bienes comercializados (bienes intermedios versus finales), evidencia el bajo grado de integración entre sus economías; cada país de ALC exporta al resto de los integrantes mayor proporción de bienes industriales finales antes que insumos intermedios, condición necesaria para una mayor integración productiva y eficiencia exportadora; en sentido contrario a las condiciones requeridas por un comercio mundial dominado por CGV. Ese porcentaje (exportaciones intrarregionales respecto al total exportado) viene decayendo lentamente desde el 25% en el 2008, hasta cerca del 20% en el 2017, aunque vale aclarar, el tema particular de México, muy vinculado a la economía de Estados Unidos, es el principal exportador de la región y que en promedio destinó el 79% de sus exportaciones a su

vecino del norte. Ese 20/25% es significativamente inferior al de otros grupos y regiones, por ejemplo, el 50% que alcanza el comercio intragrupo dentro de la Fabrica EE.UU. y de la “Fábrica Asia”, y superior al 60% entre los miembros de la UE.

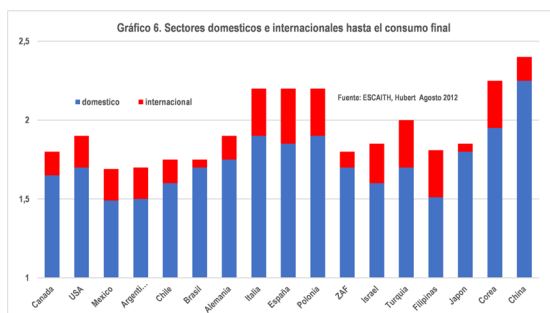


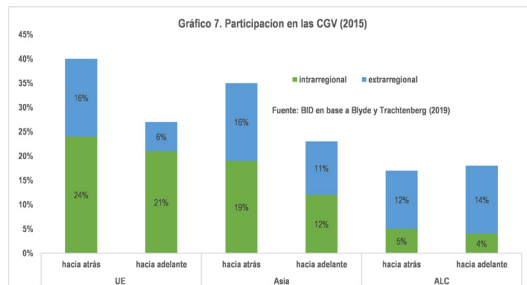
6) El peso de los bienes intermedios en el valor exportado por ALC al mundo representó algo menos del 30% en promedio, mientras que la participación en el valor total importado fue del 47%, cuando al mismo tiempo las CGV de América del Norte, Europa y Asia, tienen en sus exportaciones una proporción considerablemente mayor de bienes intermedios, superando en los tres casos el 40% del valor total exportado al mundo.

7) Midiendo el grado de especialización vertical o grado de interconexión industrial, esto es el número promedio de sectores involucrados entre la fabricación de un producto hasta su consumo final: (si el agro vende su producción directamente al consumidor, el valor del indicador es 1, pero si toda la producción es comprada por la industria agroalimentaria para transformación antes de su consumo, es 2); el gráfico 6 muestra que es menor para los países de ALC; por ejemplo si se toman México y Turquía, dos países de ingreso medio que comparten la ventaja de tener una frontera terrestre común con dos mercados importantes (EE.UU y Europa) muy activos en CGV, resalta que las cadenas industriales en Turquía tienden a ser más largas que en México, 2.0 versus 1.6, y cuentan en promedio con 14% de pasos realizados en el extranjero, contra 10% de México.

8) Otro indicador para analizar la participación en las CGV son los

eslabonamientos hacia atrás y hacia delante; los primeros capturan hasta qué punto los bienes extranjeros se utilizan para producir bienes locales que luego se exportan (por ejemplo el hilo que importa Honduras y que luego se utiliza para fabricar telas que se exportan es un ejemplo del eslabonamiento hacia atrás de este país) mientras que los eslabonamientos hacia delante capturan hasta qué punto los bienes y servicios elaborados internamente se utilizan para generar exportaciones extranjeras. Siguiendo con el ejemplo de Honduras, la tela exportada por este país puede destinarse a una fábrica de México, donde se convierte en camisa y luego se exporta a Estados Unidos. El eslabonamiento hacia atrás se calcula como porcentaje del valor agregado extranjero en las exportaciones nacionales, mientras que hacia delante es el porcentaje de valor agregado interno en las exportaciones extranjeras. Los gráficos 7 y 8 muestran cómo, ha evolucionado la participación en las CGV; la región poseía un importante rezago con respecto a Asia y Europa, que lideraron el auge de las CGV, en los eslabonamientos hacia atrás a comienzos de los años noventa, y una brecha más pequeña en los eslabonamientos hacia delante, particularmente con respecto a Asia. Desde entonces, la participación en los eslabonamientos hacia delante ha aumentado notablemente, pero no lo suficiente para reducir la brecha con otras regiones. El panorama en los eslabonamientos hacia atrás es más desalentador, pues no cambió significativamente a lo largo del período, en fuerte contraste con los aumentos observados en Asia y Europa.





9) Estas participaciones se pueden descomponer en vínculos intra y extrarregionales, lo que revela la fortaleza de las CGV desarrolladas en y entre las regiones y el resto del mundo; luego de casi 30 años de liberalización, ALC no solo participa menos que la UE y Asia en los eslabonamientos hacia atrás y hacia delante, sino que también presenta contribuciones más bajas de los vínculos intrarregionales, lo que señala la debilidad relativa de sus CGV regionales.

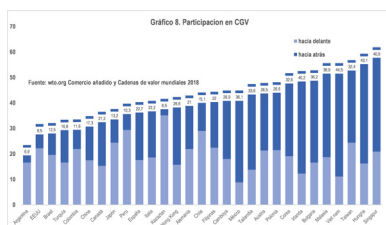
En definitiva, existe una reducida complementariedad industrial entre las economías de la región, a diferencia del sudeste asiático que evidencia altos grados de integración, y que la reducida participación de AdS en las CGV se explica parcialmente por su especialización creciente en exportaciones de bienes primarios, respondiendo a los cambios en los precios relativos que coincidieron con la emergencia de China en los mercados internacionales.

Un comercio internacional intensivo en manufacturas basadas en recursos naturales es señal de un bajo grado de integración, porque son sectores caracterizados por procesos productivos con pocas posibilidades de ser fragmentados geográficamente; pero aun cuando pudiera indicar algún grado de participación de una economía en CGV, los beneficios potenciales dependen de la ubicación del país dentro de la cadena, asociada al tipo de bien producido, que condiciona las posibilidades de apropiación de valor agregado, adquisición de nuevas capacidades tecnológicas y mejoras de

eficiencia y productividad.

De existir altos costos comerciales, es una limitante para el desarrollo de CGV, en especial si afectan el abastecimiento de insumos intermedios manufacturados¹⁰; esto explica, al menos en parte, por qué los países de la región que fueron los más lentos para liberalizar y que sufrieron las consecuencias más fuertes, como Brasil y Argentina, tienen las participaciones más bajas de eslabonamientos hacia atrás (12,5% y 6,9%, respectivamente), mientras México, uno de los grandes liberalizadores, tiene una de las participaciones más altas en dichos eslabonamientos (36,1%).¹¹

Este limitado desarrollo de CGV también puede obedecer a que la liberalización preferencial de la región, generó una red fragmentada de ACP, carentes a su vez de preferencias comunes y reglas de origen (RdO.); por ejemplo, para el país promedio de la región, el 34,6% de las exportaciones se destina a miembros de tratados comerciales que no abarcan a sus países socios de ALC, siendo este porcentaje considerablemente mayor que en el caso de Asia (15,2%) y la Unión Europea (19,5%). Es decir, cuando se trata de obtener insumos de su propia región, un país europeo o asiático tiene menos limitaciones de la CGV porque vende cuotas más grandes de sus exportaciones a países que forman parte de tratados comerciales de los cuales también es miembro un país de la misma región que potencialmente es una fuente de insumos.



10 (Johnson y Noguera, 2016)

11 wto.org Comercio añadido y Cadenas de valor mundiales 2018. Página 42

D) Diferencias entre países

La situación descrita se explica en parte por la diversidad al interior de ALC, en el grado y formas de participación en las CGV; aunque la participación regional en el comercio global en bienes intermedios es modesta, se verifican diferencias significativas entre sus economías, en particular de los países de ACC respecto al AdS, y dentro de esta subregión entre el MERCOSUR versus Chile, Perú y Colombia; estos últimos tres países forman a su vez una asociación muy particular junto a México, la denominada Alianza del Pacífico.

El primer grupo participa ampliamente en diversas CGV con centro en el USMCA, tanto en mercaderías como servicios (automotriz, electrónica, vestuario, centros de llamadas y servicios prestados de forma transfronteriza mediante el uso de las TIC). En el segundo grupo de países, la gestación de redes de producción y cadenas de valor es aún incipiente, siendo la principal excepción la integración entre la Argentina y el Brasil en el sector automotriz, que se manifiesta en un intenso comercio de partes y componentes.

El reporte sobre CGV de la OMC (2018), indica que mientras la participación de bienes intermedios en el total exportado de la región no llegaba al 15%, se observan porcentajes más altos en México, alrededor del 40% y Costa Rica con un porcentaje similar, pero en ambos casos su destino es principalmente hacia EE.UU.

Se estima que la industria exportadora de maquila mexicana da cuenta del 67% de las exportaciones aztecas, alrededor de USD 300.000 mil millones, seguido por Panamá, con algo más de USD 10.000 millones, lo que representa el 95.1% de su total de exportaciones¹². Les siguen Costa Rica, Guatemala y República Dominicana, pero debe aclararse que esta

industria maquiladora es muy dependiente de la importación de bienes intermedios y su aporte de valor agregado y encadenamientos productivos internos, es por lo general relativamente modesto.

Quiere decir que el relativo éxito exhibido por México en sus CGV es por su proximidad a EEUU, ya que su menor costo laboral fue el incentivo para que empresas multinacionales estadounidenses trasladen a esas localizaciones, o subcontraten en ellas, procesos manufactureros y actividades que requieren un uso intensivo de mano de obra; por eso que el acuerdo de libre comercio entre los países de América Central (CAFTA-DR) es en los hechos una extensión del UMSCA a aquellos países o si se quieren el UMSCA forma una extensa área de libre comercio desde Canadá hasta Panamá.

En AdS, las CGV están menos desarrolladas; esta subregión posee una abundante dotación de recursos naturales, lo que se refleja en una marcada especialización exportadora primaria, acentuada durante la primera década del siglo XXI, consecuencia directa de la fuerte demanda asiática y los altos precios de materias primas (mineral de hierro, el cobre, el petróleo y la soja). Por otra parte, es un espacio geográfico extenso, con grandes barreras geográficas, como la Amazonia y la Cordillera de los Andes, que dificultan la comunicación y una distribución espacialmente equilibrada de la población y la actividad económica; estos factores sumados a importantes carencias de infraestructura, limitan la posibilidad de reproducir el tipo de integración productiva observado en Asia, que se caracteriza por redes de producción industriales densas.

El tipo de integración económica formal prevaleciente en AdS también difiere del de ACC; los esquemas sudamericanos se concentraron en la remoción de aranceles y otros obstáculos fronterizos al comercio de bienes, pero menor desarrollo normativo en aspectos de integración profunda (comercio de servicios, inversión, política de competencia y contratación pública). Una excepción la constituyen los acuerdos

comerciales suscritos entre países que tienen convenios con los EE.UU. y con la UE, por ejemplo los que están en vigor entre Chile y el Perú y entre Chile y Colombia; además cabe mencionar que los mismos países que han suscrito acuerdos comerciales profundos entre sí lo han hecho también con otros socios extrarregionales que tienen un mayor nivel de desarrollo, como los EE.UU., la UE, el Japón, la República de Corea y China, en el caso de Chile y el Perú.

Esto es consecuencia de que en AdS, cohabitan enfoques diferentes con respecto a la negociación de acuerdos comerciales; están por un lado los países que han suscrito entre sí una amplia gama de ACP, herederos de los acuerdos de ALADI, algunos de los cuales –los más recientes– persiguen la liberalización del comercio de bienes entre los países participantes y contemplan otras materias comerciales relacionadas, como las inversiones y la propiedad intelectual. Estos acuerdos incluyen, entre otros, los principales bloques de integración económica regional: la Comunidad Andina y Mercosur.

Otros países (Colombia, Chile y Perú) llevan a cabo individualmente una política muy activa de negociación de TLC y han concluido negociaciones bilaterales o plurilaterales con numerosos países desarrollados y en vías de desarrollo de otras regiones, especialmente de Asia. En general, estos acuerdos contemplan la liberalización rápida del comercio de bienes, incluyen el comercio de servicios y su tratamiento de los asuntos regulatorios es mucho más amplio y sofisticado que el de los que han suscrito con otros países latinoamericanos.

Existe además una amplia red de acuerdos suscritos por Estados suramericanos con países de fuera de la región, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, pero la situación es variada: Colombia, Chile y Perú son los únicos de la subregión que han suscrito TLC con terceros países y en este grupo, Chile es el que ha sido más activo, aunque Perú también ha desarrollado una política muy agresiva de negociación de TLC.

Estos acuerdos reflejan las tendencias globales en cuanto a la tipología de los mismos; la mayoría son bilaterales y éstos incluyen TLC, muy comprehensivos en su alcance y su normativa, suscritos por Perú, Colombia y Chile con EE.UU. y la UE; los acuerdos bilaterales suscritos con países asiáticos, especialmente por Chile y Perú, que son de un alcance más limitado en cuanto a sus compromisos regulatorios, pero muy ambiciosos en cuanto a sus niveles de apertura comercial y eliminación de aranceles, y cuentan con un gran potencial dado el dinamismo económico de esta región.

Muchos acuerdos son intrarregionales (entre países de ALC) pero no pocos son también interregionales (que incluye países de otros continentes), como el TPP y los acuerdos bilaterales suscritos por Chile y Perú con países como Japón, China, Australia y otros. Además, los acuerdos comerciales de la región varían en cuanto a su contenido; en general, los acuerdos entre países de la región, con la excepción de Mercosur y la CAN, pueden ser considerados como acuerdos poco profundos (shallow) en la medida en que contemplan solo la liberalización del universo arancelario, con exclusiones, o se limitan al otorgamiento recíproco de un número limitado de preferencias comerciales, pero presentan pocos desarrollos en materia regulatoria. En cambio, con países fuera de la región los acuerdos de los países de AdS son más ambiciosos e incluyen compromisos regulatorios importantes (deep), especialmente cuando se trata de acuerdos suscritos con EE.UU. o la UE.

E) Cambios en la política comercial externa ante la aparición de las CGV

Con la creciente preponderancia de los bienes intermedios en el comercio internacional, las políticas comerciales tradicionales ya no son adecuadas al nuevo escenario. Cuando los intercambios eran mayormente de bienes finales, la relación entre ACP y flujos comerciales era relativamente

simple: se firmaba un acuerdo con otro país y lo más probable era que el intercambio bilateral entre ambas naciones se incrementara. Ahora con las CGV, los insumos se utilizan cada vez más en la producción de bienes que luego son exportados hacia otros países, el flujo de insumos intermedios entre dos naciones no está afectado únicamente por el grado de integración entre ambas, sino también por el grado de integración del país que utiliza los insumos con terceros mercados.

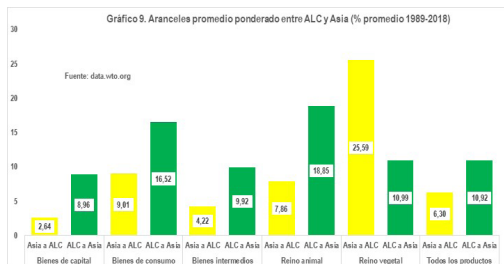
En este contexto, integrarse mejor en el comercio mundial y en particular dentro las CGV, requiere modificar las medidas proteccionistas tradicionales de oposición al libre comercio y las ideas de sustitución de importaciones; en el nuevo escenario las barreras al flujo de bienes, servicios e inversiones (aranceles, cuotas, etc.), actúan en contra de poder participar en los trabajos trasladados offshore.

Quedan obsoletos los enfoques que empezaban por la industria liviana (indumentaria, calzado, muebles, etc.) para luego pasar a la fabricación de bienes intermedios y bienes de consumo y producción durables; en la nueva globalización, la pregunta es: ¿qué etapa, producto o parte debería ser el próximo en desarrollarse?

Los aranceles pasan a ser contraproducentes para incorporarse a las CGV, pues aumentan los costos de producción al evitar la entrada de insumos extranjeros a precios competitivos, frenando la competitividad de las cadenas; es decir que el costo de la protección es mayor que el generalmente entendido, especialmente para las economías con gran participación de productos intermedios importados en sus exportaciones.

Ahora los países que buscan integrarse a las CGV, procuran generar entornos atractivos para estimular la radicación de multinacionales que lideran esas cadenas; en tal sentido además de la apertura unilateral de sus economías han suscrito acuerdos de promoción y protección de inversiones y acuerdos comerciales profundos, en especial con los países que son el centro de las CGV. Por acuerdos “profundos” se entienden aquellos cuyo alcance excede la eliminación de los aranceles y otros obstáculos en frontera

al comercio de bienes, abordando también diversas barreras regulatorias internas (“detrás de la frontera”) al funcionamiento de las cadenas de valor



Estructura arancelaria Asia versus ALC: La estructura arancelaria adquiere una importancia crucial en un mundo de CGV, ya que los aranceles escalonados según el grado de elaboración o valor agregado, es contraproducente cuando la producción está fragmentada internacionalmente, al atentar contra las exportaciones, ya que lo importante es el valor agregado adicional que puede aportar un socio en la cadena productiva. Esa es la causa por la cual la protección efectiva, calculada para cada sector según su estructura de insumo-producto y los correspondientes aranceles, ha ido disminuyendo con el tiempo en Asia Oriental, una región donde prevalece el modelo exportador de industrialización; la tendencia a que los aranceles aplicados sean más bajos y la estructura más plana ha jugado un papel decisivo en reducir la protección efectiva y fomentar a las exportaciones.

Simulando la aplicación del diseño arancelario de ALC a la Fabrica Asia, que sería la forma de medir la protección efectiva de los países asiáticos si tuvieran la política arancelaria latinoamericana e identificar los eventuales sesgos pro o anti exportador de la misma, resulta que si se aplica la estructura arancelaria de nación más favorecida (NMF) de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú a las estructuras productivas (matriz insumo-producto) de tres países asiáticos de diferente tamaño y nivel de desarrollo, China, Malasia y Corea, estos últimos tendrían un arancel ponderado más alto si aplicarían los aranceles latinoamericanos, exceptuándose el caso de Chile en donde resultan nítidamente inferiores.

La protección nominal sería la más alta en caso de aplicar los aranceles mexicanos (recuérdese que el arancel NMF no incluye los acuerdos bilaterales y regionales, tipo UMSCA o Mercosur). Similarmente, la tasa de protección efectiva que mide, entre otros, el sesgo anti exportador de la estructura arancelaria, sería mucho mayor en Asia si copiara las políticas latinoamericanas (siempre excluyendo a Chile, pero también a Perú).

F) Implicancias de los mega acuerdos para América latina y del Caribe

La eventual firma de los MAC, significan potenciales impactos y amenazas, para la región, dado que los países participantes representan en su conjunto cerca del 70% del comercio mundial de bienes y son los principales inversionistas extranjeros en ALC; aunque el efecto específico sobre cada país y subregión depende de varios factores, (estructura productiva y exportadora, estrategias de inserción económica internacional, etc.). Solamente tres países de ALC participan en las negociaciones de los MAC, Chile, México y Perú, pero lo hacen en solo uno de ellos, el TPP; esto significa que al no tomar parte las economías más grandes de Sudamérica, (Argentina, Brasil y Colombia), una parte importante del PBI regional está quedando fuera de estas agrupaciones.

Las consecuencia potenciales de no participar se pueden estimar a partir de la creación y desviación de comercio: el beneficio principal de estos acuerdos se origina en las ganancias de eficiencia, que crean comercio, beneficiando a todos los participantes; pero que el lado de la desviación de comercio, además del provocado por las preferenciales arancelarias, se agregan desviaciones regulatorias, en especial en el caso del TTIP, porque ambos participantes (EE.UU. y la UE) insisten con la idea de reducir las barreras detrás de la frontera, como resultado de tener estándares regulatorios y técnicos diferentes; ya que los acuerdos que se

logren pueden discriminar en contra de los no miembros si estos estándares son incrementados y armonizados entre los miembros, haciendo difícil exportar al TTIP.

Esto quiere decir que las consecuencias potenciales sobre ALC, depende entre países que tengan acuerdos con miembros de los MAC (en particular los de mayor tamaño: China, EE.UU. y la UE) y los que no; los primero verán reducido su margen de preferencia arancelario respecto de competidores en esos mercados, pero el impacto final depende de varios aspectos (el grado de competencia que enfrentarán, las características precisas del acuerdo, etc.); pero para las economías sin acuerdos, se ciernen amenazas ciertas para su comercio exterior en la medida que deban enfrentar la competencia de las exportaciones de los países que formen parte de los MAC porque estos van a tener acceso preferencial; por ejemplo, las exportaciones agrícolas del MERCOSUR a la UE deberán enfrentar la competencia EE.UU.

En conclusión los efectos de los MAC en la región no se limitan al impacto sobre los flujos de comercio e inversión, porque un aspecto central es el fuerte énfasis en la convergencia regulatoria, el cual se extiende a materias no asociadas habitualmente con el comercio, como los regímenes ambiental y laboral de cada país, la protección de la propiedad intelectual y de los datos personales en el entorno digital, el funcionamiento de las empresas estatales, y la posibilidad de aplicar controles de capital.

Si la convergencia regulatoria tiende a los niveles de los países desarrollados, va a significar una reducción sustancial de los márgenes de política para los países de ALC que participan en dichas negociaciones; por ejemplo, el acceso a Internet es crucial dado que el conocimiento y la innovación son factores determinantes de la competitividad actual y futura; si en las negociaciones de MAC, la protección de la propiedad intelectual en el entorno digital prevalece por sobre otras consideraciones como el acceso a la cultura y al conocimiento, ello podría tener consecuencias negativas de

vasto alcance para los países en desarrollo participantes, dado que se han efectuado importantes avances en los últimos años en términos de aumentar su cobertura de Internet.

Como con los MAC se intenta establecer mecanismos de gobernanza que respondan a las necesidades de las CGV de las tres grandes fábricas mencionadas, esto lo que hace es poner en evidencia el desigual grado de integración productiva entre las economías de ALC y la menor profundidad de sus ACP; por lo tanto, los MAC pone a la región ante la exigencia de mejorar y profundizar su propio proceso de integración.

G) Conclusiones

Es imprescindible llevar adelante los esfuerzos institucionales para lograr un acuerdo único regional a partir de lo logrado en bloques o acuerdos como la AP o el Mercosur; esto facilitaría la formación y consolidación de CGV tal como sucede en las tres grandes fábricas (UMSCA, UE y Asia Pacífico); de lograrse una efectiva integración regional, en ocasiones menospreciada por los escasos resultados alcanzados en el pasado, en la actualidad sería un factor de fortaleza para la región, ya que los países más integrados son los que tienen las mayores posibilidades de participar en CGV¹³.

Un primer elemento de este camino podría consistir en avanzar en la liberalización pendiente, manteniendo exceptuados aquellos sectores en los que uno de los bloques ha acordado políticas comunes. En segundo lugar, podría negociarse la multi lateralización regional de las preferencias, de manera que no haya diferencias en el trato que MERCOSUR les da a los diferentes miembros de la AP y que el MERCOSUR reciba el mismo trato en cada país del Pacífico; en otras palabras, se trata de aplicar una cláusula de nación más favorecida AP-MERCOSUR. Para completar esta

13 Blyde J.; Faggioni V. (2018)

zona de libre comercio e incentivar el desarrollo de CGV regionales sería recomendable armonizar las RdO y permitir la acumulación de origen.

La AP establece una zona de libre comercio que deja vigente los acuerdos bilaterales preexistentes, a diferencia de lo mencionado en el acuerdo de México con Centroamérica que los reemplaza. Esta última característica de la AP le proporciona al operador económico una gran versatilidad para elegir con qué acuerdo quiere canalizar sus operaciones comerciales. Ante esta situación están dadas las condiciones para avanzar hacia una efectiva integración basada en dos puntos clave, la convergencia y promoción de los TLC existentes y la implementación de una agenda ambiciosa de facilitación del comercio a nivel hemisférico¹⁴.

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez, M. (2012) Herramientas para el análisis del aprovechamiento de acuerdos comerciales: el caso del tratado entre Chile y EEUU. Revista de la CEPAL N° 117, pp19 a 22. Recuperado en <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/4347>.
- Antrás P. (2017) Cadenas globales de valor: la perspectiva de un teórico Boletín Techint 355, pp 9 a 25. Recuperado de <http://boletintechint.com/Pages/Home.aspx>
- BALDWIN, R. (2016) La malinterpretación de la revolución de las cadenas globales de valor 86 Boletín Informativo Techint N° 352. Recuperado de <http://boletintechint.com/Pages/BoletinDetalle.aspx>
- Bartesaghi, I y Melgar,N.(2018) Alianza del Pacífico y Mercosur: descripción de las economías, acuerdos comerciales vigentes y negociaciones en curso. Revista Análisis y Perspectivas N° 22 (pag- pp). Recuperado de <https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/dnii/alianza-del-pacifico-y-mercosur.pdf>

- Bekerman M. y Cataife G. (2001) Encadenamientos productivos: estilización e impactos sobre el desarrollo de los países periféricos. Anales AAEP Asociación Argentina de Economía Política. Recuperado de https://aaep.org.ar/anales/pdf_01/bekerman_cataife.pdf
- Bianchi E. Szpak C. (2013) Cadenas globales de producción: implicancias para el comercio internacional y su gobernanza. Cátedra OMC- FLACSO Argentina. Recuperado de https://flacso.org.ar/wp-content/uploads/2014/10/Cadenas-globales-de-produccion%20-%20LA_OMC_18_Cadenas.pdf
- Blyde J.; Faggioni V. (2018) ¿Por qué una integración fragmentada dificulta la producción internacionalmente fragmentada? Recuperado de <https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/es/por-que-una-integracion-fragmentada-dificulta-la-produccion-internacionalmente-fragmentada/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013) Fortalecimiento de la cooperación birregional entre América Latina y Asia y el Pacífico. El papel del FOCALAE. CEPAL. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/3205-fortalecimiento-lacooperacion-birregional-america-latina-asia-pacifico-papel>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2014) Integración regional: hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas Cepal Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36733-integracion-regionalestrategia-cadenas-valor-inclusivas>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2018) La convergencia entre la Alianza del Pacífico y el MERCOSUR. Enfrentando juntos un escenario mundial desafiante. Revista de la CEPAL Recuperado en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43614-la-convergencia-la-alianzapacifico-mercosur-enfrentando-juntos-un-escenario>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013) División de Comercio Internacional e Integración Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe 2013: Lenta poscrisis, mega negociaciones comerciales y cadenas de valor: el espacio de acción regional. CEPAL pp 14 a 22. Recuperado

- de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/1190-panorama-la-insercioninternacional-america-latina-caribe-2013-lenta-poscri>
- Estevadeordal A. y Talvi E (2016) Hacia un Nuevo Acuerdo Transamericano Brookings Institution. Recuperado en <https://www.brookings.edu/es/opinions/hacia-un-nuevo-acuerdo-transamericano/>
 - Elizondo, Marcelo 26/01/2020 https://www.clarin.com/economia/economia/exportar-primero-modernizarse_0_jOrutnCc.html.
 - Johnson R. y Noguera (2016) G. A portrait of trade in value added over four decades. NBER Working Paper 22974. Recuperado de <https://www.nber.org/papers/w22974.pdf>
 - Krugman, P. (1995), Growing World Trade: Causes and Consequences, Bookings Papers on Economic Activity,
 - Peña, F. (2014) Cómo conciliar lo diverso: Un desafío para la construcción de un espacio regional de cooperación e integración. Recuperado <http://www.felixpena.com.ar/index.php?contenido=negociaciones&neagno=informes/2014-04-construccion-espacio-regional-cooperacion-integracion>
 - Sanchez R., Barleta, E. (2020) Trade & Throughput (2019) Estimación Preliminar de su Desempeño en América Latina. Boletín Marítimo y Logístico N° 70. Revista de la Cepal Recuperado en <https://www.cepal.org/es/notas/trade-throughput-2019-estimacionpreliminar-su-desempeno-america-latina>
 - Santarcángelo J, Schteingart, D y Porta F (2017) Cadenas Globales de Valor: una mirada crítica a una nueva forma de pensar el desarrollo. Cuadernos de Economía Crítica 4, N° 7 pp. 99- 129 Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/DialnetCadenasGlobalesDeValor 6230712.pdf>
 - Taglioni, D; Winkler, D. (2016). Hacer que las cadenas de valor globales funcionen para el desarrollo. Comercio y desarrollo; Washington, DC: Banco Mundial. En <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/24426>

- Urmeneta R. (2016) Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina. *Revista de la CEPAL* N° pp25-30 https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40296/1/S1600377_es.pdf
- wto.org Comercio añadido y Cadenas de valor mundiales 2018.
- Zou Xiaoli Acuerdo RCEP: la mayor zona de libre comercio del planeta. Diario Clarín del 27/11/20.

EMPRENDEDURISMO EN LA ENSEÑANZA MEDIA DE LA PAMPA

Alvarellos, Edith- Bernal, María Inés- Galán, Alejandra Mercedes- Galán, Rocío Anahí- Marchisio, Jorge

Resumen

Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Emprendedorismo y desarrollo económico-social en el conglomerado Santa Rosa-Toay durante el período 2007-2017” que se lleva a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam.). Como resultado, se pretende demostrar que la actividad emprendedora puede contribuir al desarrollo económico y social en el espacio abordado.

El objetivo de este documento es indagar sobre la normativa vigente en el sistema educativo provincial que tiende a orientar la educación en el nivel medio hacia la generación de mayores posibilidades de inserción laboral, con autonomía por parte de los que egresan de este nivel educativo.

Para su desarrollo se relevó información en páginas web oficiales: Gobierno Argentino, Infoleg y Ministerio de Educación de La Pampa.

Legalmente, se puede afirmar que en el currículo se contempla la posibilidad de desarrollo del emprendedorismo y, a partir de ello, se concluye que tiene fundamental importancia la tarea del docente tanto en la trasmisión de conocimientos del emprendedorismo como así también en promover la motivación y habilidades para desarrollar emprendimientos.

Palabras Clave

Normativa; Educación Secundaria; Docencia; Emprendedorismo

Abstract

This paper is part of the research project “Entrepreneurship and socio-

economic development in the Santa Rosa-Toay conglomerate between 2007-2017”, that was developed at the Economic and Legal Sciences Faculty of the National University of La Pampa. As a result, we intend to demonstrate that the entrepreneurial activity can contribute to the economic and social development in the area under analysis.

The aim of here is to inquire about the current provincial educational regulations that tend to orient teaching at high school level towards generating better possibilities of labor insertion in an autonomous way for those who graduate from this educational level.

For its development, we searched information in official web pages of the Argentinean Government, of Infoleg and of the Ministry of Education from La Pampa.

Legally, we can affirm, that in the curriculum, the possibility of developing entrepreneurship is contemplated and, from this, we conclude that the task of teachers and professors is fundamental, both in transmitting knowledge of entrepreneurship as well as in promoting motivation and skills to develop it.

Keywords

Legislation; High School Education; Teaching; Entrepreneurship

1. Introducción

Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Emprendedorismo y desarrollo económico-social en el conglomerado Santa Rosa-Toay durante el período 2007-2017”¹ que se lleva a cabo en la Facultad de

1 En este proyecto, se seleccionaron tres ejes de estudio: el sistema educativo, las políticas públicas de las diferentes jurisdicciones estatales y las acciones de las diferentes organizaciones civiles. Ello en el entendimiento que es necesaria la sinergia entre estos distintos actores para afianzar esta forma de desarrollo económico-social.

Ciencias Económicas y Jurídicas de la Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam). Como resultado, se pretende demostrar que la actividad emprendedora puede contribuir al desarrollo económico y social en el espacio seleccionado.

En este contexto, y en coincidencia con la definición expuesta en Prodem (2017) “Una ciudad emprendedora es aquella que ofrece condiciones cada vez más favorables para que los emprendimientos y empresas jóvenes locales -liderados por su propia gente y/o de otras localidades- se constituyan en un motor potente de creación de riqueza, contribuyendo así al desarrollo de la comunidad”².

El objetivo de este documento es indagar sobre la normativa producida en el sistema educativo provincial tendiente a orientar la educación en el nivel medio hacia la generación de mayores posibilidades de inserción laboral, con autonomía por parte de los jóvenes que egresan de este nivel educativo. La inclusión en la formación áulica de contenidos sobre emprendedorismo y, seguramente, con algunas actividades prácticas que muestren las capacidades individuales para cuando deban insertarse en el mundo del trabajo les ofrecerá a los jóvenes una nueva perspectiva futura. En palabras de los autores Lupiañez Carrillo et al (2014) podrán ser “una persona capaz de transformar conocimiento en conocimiento con valor económico, convirtiéndose así en una figura imprescindible en el engranaje económico moderno”.

Los centros educativos, sean públicos o privados, al igual que las OSC (Organizaciones de la Sociedad Civil) constituyen una buena fuente de información durante la etapa de diagnóstico de la cultura emprendedora. Son espacios donde se concentran profesionales y expertos con conocimiento general sobre la región y con capacidad para colaborar en el suministro

2 Este estudio fue realizado por Hugo Kantis, Juan Federico, Cecilia Menéndez y Sabrina Ibarra García, integrantes de Prodem.

de información sobre la zona, las principales debilidades del lugar, las acciones ya implementadas, la idiosincrasia de la población entre otras. Estas instituciones cuentan con una gran experiencia en la transferencia de conocimiento. Es necesario analizar su rol como capacitadoras en la promoción del emprendedorismo (Enseñar a emprender: Manual para promotores del microemprendedorismo: Septiembre 17, 2013).

Cabe destacar que, para conseguir datos a analizar en el actual contexto de pandemia, se hizo un relevamiento de la normativa a nivel nacional y provincial.

Las búsquedas de información fueron realizadas fundamentalmente mediante Internet, en páginas web oficiales (Gobierno Argentino, Infoleg y del Ministerio de Educación de La Pampa, entre otros). También, se recurrió a capítulos de la Materia Didáctica y Currículo del Profesorado para Profesionales dictado por la Universidad Juan Agustín Maza.

2. La educación secundaria como elemento del Sistema Educativo Nacional

El Sistema Educativo Nacional (SEN) “es el conjunto organizado de servicios y acciones educativas reguladas por el Estado que posibilitan el ejercicio del derecho a la educación” (Gobierno Argentino, s. f.-b); su gobierno y administración es responsabilidad concurrente y concertada de los Poderes Ejecutivos Nacional y Provinciales.

De las normativas se considera relevante señalar, en primer lugar, la Ley Nacional de Educación (LNE) N° 26.206/2006 aplicable en todo el territorio argentino. En su art. 1, regula sobre el derecho de enseñar y aprender consagrado por el artículo 14 de la Constitución Nacional y los tratados internacionales incorporados a ella, en consonancia con las atribuciones del Congreso de la Nación, establecidas en el artículo 75, incisos 17 a 19

inclusive³, como así también, con los principios que allí se establecen y los que determina esta ley nacional.

Entre sus fines, descriptos en el art. 11 se destacan: el de garantizar una educación integral; que es aquel que tiene por objetivo el desarrollo de todas las dimensiones de la persona para lograr su desempeño social, laboral y para el acceso a estudios superiores; y coordinar las políticas -referidas a educación, ciencia y tecnología, cultura, trabajo, desarrollo social, comunicaciones, entre otras- para atender las necesidades de la población. La LNE establece que el Consejo Federal de Educación (CFE) es el organismo que determina las pautas necesarias u orientaciones de los Núcleos de Aprendizaje Prioritarios (NAP), para que las jurisdicciones revisen la estructura curricular en pos de actualizarla. Además, este organismo acuerda con el Ministerio de Educación las políticas de administración y organización del sistema educativo y los parámetros de calidad para los diseños curriculares. Por ello, establecer los contenidos curriculares según la realidad socio-cultural y productiva queda a cargo de las jurisdicciones o provincias; como así también, son responsables de promover que las instituciones educativas generen su propio desarrollo curricular en sus proyectos institucionales, de acuerdo a los objetivos y pautas comunes fijadas en la mencionada ley.

Las resoluciones del CFE son de cumplimiento obligatorio. Las mismas deben ser aplicadas por las autoridades educativas de las provincias a fin de resguardar la unidad del SEN; también deben aprobar el currículo de diversos niveles y modalidades según lo acordado en el CFE. (Gobierno

3 Le compete al Congreso, entre otras cuestiones, dictar planes de instrucción general y universitaria; sancionar leyes que organicen y sean base de la educación para que se consolide la unidad nacional, con respeto de las características provinciales y locales. Todo ello, además, debe garantizar la gratuidad y equidad de la educación pública estatal como así también, la autonomía y autarquía de las universidades nacionales.

Argentino, s. f.-b)

En el art. 33 de la norma expuesta, se establece que las autoridades jurisdiccionales propiciarán la vinculación de las escuelas secundarias con el mundo de la producción y el trabajo. En este marco, podrán realizar prácticas educativas en las escuelas, empresas, organismos estatales, organizaciones culturales y organizaciones de la sociedad civil, que permitan a los/as alumnos/as el manejo de tecnologías o brinden una experiencia adecuada a su formación y orientación vocacional. (Gobierno Argentino, s. f.-b)

Siguiendo con el análisis, del art 5 de la Resolución CFE N° 84/09 -en la cual se fijan los lineamientos políticos y estratégicos de la educación secundaria obligatoria – se destacan las ofertas educativas Educación Secundaria Orientada y Educación Secundaria modalidad Educación Permanente de Jóvenes y Adultos. Igual de importante es la Resolución CFE N° 88/09 que aprueba el documento sobre institucionalidad y fortalecimiento de la educación secundaria obligatoria, nombrando a la Res. CFE N° 79/09 en la cual se aprueba el Plan Nacional de Educación Obligatoria que ofrece la oportunidad de integrar políticas nacionales, provinciales y locales, estrategias y articulación con otros ministerios y organizaciones sociales. Sintetizando, la Educación Secundaria en general, tiene como objetivo formar adolescentes y jóvenes que puedan continuar sus estudios, trabajar y desempeñarse como ciudadanos; en otras palabras, como especifica la ley bajo estudio, persigue formar participantes activos en un mundo cambiante. Puede ser de gestión pública o privada.

3. Consideración de la educación secundaria en la normativa de la provincia de La Pampa: de lo general a la orientación en Economía y Administración

Rige a nivel Provincia de La Pampa, la Ley N° 1.682 – que establece Economía y Gestión de las Organizaciones, como una de las modalidades en su art. 18 - hasta la sanción, el 13 de agosto de 2009, de la Nueva Ley

de Educación (NLE) N° 2.511 que se implementa en forma gradual y progresiva, de conformidad a la Ley N° 26.206, a partir del ciclo lectivo 2010 considerando lo normado para el periodo de transición por el Decreto N° 2.352/09.

La NLE, es su art. 1 regula el ejercicio del derecho de aprender y enseñar en el territorio pampeano. Persigue, entre otras finalidades, fortalecer el desarrollo económico-social sustentable de la Provincia. Además, compromete al Estado Provincial a propiciar la integración del Sistema Educativo Provincial con el de las otras jurisdicciones, para asegurar la cohesión del Sistema Educativo Nacional, basado en los principios del federalismo, y disponer la articulación de las leyes vinculadas de manera concertada con las otras jurisdicciones. (Gobierno Argentino, s. f.-a)

El Ministerio de Cultura y Educación (actualmente Ministerio de Educación), en el marco de los acuerdos del Consejo Federal de Educación, para asegurar la buena calidad de la educación, la cohesión e integración nacional realizará acciones tales como desarrollar “diseños curriculares integrados por los contenidos curriculares comunes, núcleos de aprendizaje prioritarios y contenidos curriculares contextualizados a la realidad social, cultural y productiva de la Provincia, en todos los niveles y años de la escolaridad obligatoria”, implementar “los mecanismos de renovación periódica total o parcial de dichos contenidos curriculares comunes, que prevea el Consejo Federal de Educación” y estimular “procesos de innovación y experimentación educativa”. (art. 108, Ley N° 2511).

Además, dicho ministerio provincial, como establece el art. 115 de la NLE, considerará en los Diseños Curriculares los contenidos comunes establecidos por la LNE, los acuerdos del CFE, además de los que emanen de la misma Ley. Por otro lado, según el art. 117, llevará adelante acciones de investigación y evaluación continua y periódica del sistema educativo, la producción de contenidos y materiales educativos, el diseño e implementación de planes de desarrollo educativo provinciales y

nacionales y la articulación de las propuestas de transformación curricular con los organismos específicos tendientes al mejoramiento de la calidad y la promoción de la igualdad de oportunidades educativas. Remitirá a la Cámara de Diputados informes de datos estadísticos, indicadores de eficacia del Sistema Educativo y resultados de Operativos Nacionales de Evaluación.

Por otra parte, la Res. CFE N° 142/11 establece el marco de referencia del Bachiller en Economía y Administración, el cual es tomado por la Subsecretaría de Coordinación del Ministerio de Cultura y Educación y al mismo se le integran los aportes propios del contexto provincial plasmándolo en un documento, versión preliminar 2013, de materias curriculares para Economía y Administración.

4. De la normativa al desarrollo de la planificación áulica

El objeto de estudio es referido a la Educación Secundaria ciclo orientado, modalidad general tanto común como de jóvenes y adultos, según la clasificación del Ministerio de Educación de La Pampa⁴, denominada Economía y Administración (anteriormente denominada Economía y Gestión de las Organizaciones).

Por lo expuesto, otra norma del antes denominado Ministerio de Cultura y Educación que no puede dejar de mencionarse es la Resolución MCE N° 1.272/12 que aprueba la Estructura Curricular de 4º, 5º y 6º Año del Ciclo Orientado de la Educación Secundaria. Específicamente en el Anexo III se detallan los espacios curriculares para la orientación Economía y Administración.

A continuación, se adjunta la estructura curricular del Secundario con orientación a Economía y Administración:

4 Ver <https://mapaeducativo.lapampa.edu.ar/home/mapaedu?modo=grilla>

Campo de Formación	Espacio Curricular	Carga Horaria Semanal		
		4º Año	5º Año	6º Año
Formación General	Lengua y Literatura	4	4	3
	Matemática	4	4	3
	Física	--	--	4
	Química	--	4	--
	Biología	4	--	--
	Educación Física	3	3	3
	Tecnología de la Información y las Comunicaciones	4	--	--
	Educación Artística (Música, Danza, Teatro, Artes Visuales)	4	--	--
	Lengua Extranjera: Inglés	3	3	3
	Geografía	4	3	--
	Historia	--	4	3
	Economía I	--	4	--
	Construcción de Ciudadanía	--	--	4
	Psicología	--	3	--
	Filosofía	--	--	4

Fuente: <https://repositorio.lapampa.edu.ar/index.php/materiales/secundaria/orientado/economia-y-administracion>

Formación Específica	Teoría y Gestión de las Organizaciones	4	--	--
	Derecho	4	--	--
	Derecho Económico	--	3	--
	Sistema de Información Contable	--	3	--
	Proyecto de Emprendimiento Socio - Productivo	--	--	4
	Organización y Procesos Administrativos	--	--	4
	Economía II	--	--	3
Total		38	38	38

La orientación “Economía y Administración” propone un abordaje de los fenómenos económicos y organizacionales, poniendo el énfasis en el aspecto social que los caracteriza, a partir de la comprensión de que estos se encuentran interrelacionados con distintas dimensiones de la realidad–política, social, cultural tanto como con los posicionamientos éticos de los actores sociales involucrados. (Ministerio de Educación de La Pampa, 2013)Específicamente, en el Ministerio de Cultura y Educación (2013) se establece que con la materia Economía se pretende enfatizar el arraigo social que los procesos económicos poseen, incluyendo en su estudio las diversas dimensiones de la vida social en que se inscriben, diferenciando los niveles micro y macroeconómicos, para luego vincularlos con la política económica, visualizando y ponderando su impacto social; con alusión a los conceptos y problemas de la economía desde diferentes doctrinas y

enfoques, incluyendo los más recientes de la economía social. Este campo disciplinar abarca los espacios curriculares Economía I y Economía II.

“En lo referente a espacios curriculares ligados más estrictamente al campo de la Administración, como es el caso de Teoría y Gestión de las Organizaciones y Organización y Procesos Administrativos, se incorporan las nuevas perspectivas de análisis que existen sobre las organizaciones y sus diferentes tipologías, incluyendo aspectos sociológicos, políticos y económicos. Se propone un abordaje desde la complejidad, que proporcione una aproximación al entramado instrumental que atraviesa la dinámica organizacional, desde una perspectiva que enfatice la reflexión ética sobre los principios y los procesos organizacionales y el impacto de su accionar sobre la sociedad y el ambiente. En este sentido se pretende promover la reflexión sobre la gestión y el desarrollo de organizaciones socialmente responsables. (...) es necesario reconocer la necesidad de la capacidad organizativa y el requerimiento de la administración de los recursos, y a esto pretende dar respuesta la materia Sistemas de información contable a partir de sus contenidos y objetivos de aprendizaje. En esta línea de pensamiento, y a diferencia de la escuela tradicional que alentó el aprendizaje instrumental de las herramientas contables, repitiendo muchas veces procedimientos mecanizados, la actual Escuela Secundaria Orientada en Economía y Administración concibe a los sistemas de información contable como un conjunto de técnicas, procedimientos y recursos que pueden servir a los fines de una intervención crítica y creativa en el actual contexto social, político y cultural”. (Ministerio de Cultura y Educación, 2013).

En la orientación, se incorpora el espacio curricular Proyecto de Emprendimiento Socio - Productivo en el que se intenta brindar a los alumnos la oportunidad de desarrollar competencias para la elaboración de proyectos viables en situaciones y circunstancias reales. Este espacio se concibe como una propuesta de síntesis en la que los estudiantes integren los

saberes trabajados en el resto de las disciplinas para operar efectivamente en el contexto socioeconómico regional (Ministerio de Cultura y Educación, 2013).

Lo expuesto que actúa como marco regulatorio general, a nivel de la organización educativa se refleja en el Proyecto Educativo Institucional – que se compone por el Plan de Mejora Institucional y por el Proyecto Curricular Institucional-. Este, a su vez, es regulador de la planificación áulica de cada espacio curricular el cual será desarrollado –planificado y ejecutado- por el/la docente a cargo. Por ello, es conveniente destacar la responsabilidad en su labor y el desafío que tiene la docencia, en particular en las materias referidas al emprendedorismo, para el desarrollo de habilidades y motivaciones emprendedoras.

Como dato adicional, se pudo deducir que de los 46 (cuarenta y seis) secundarios⁵ en el conglomerado Santa Rosa - Toay (espacio objeto de estudio en el proyecto contenedor de este trabajo), distribuidos 41 en la primera localidad mencionada y 5 en la segunda, el 30% brinda la orientación en Economía y Administración; 12 se ubican en Santa Rosa y 2 en Toay⁶.

5. Conclusión

Legalmente, se puede afirmar que en el currículo de la enseñanza en el nivel Medio en la provincia de La Pampa se contempla la posibilidad de desarrollo del emprendedorismo. Y a partir de ello se concluye que tiene fundamental importancia la tarea del docente tanto en la trasmisión de

5 Se destaca que algunas unidades educativas poseen más de una orientación como oferta educativa.

6 Datos extraídos y elaborados considerando <https://mapaeducativo.lapampa.edu.ar/home/mapaedu?modo=grilla> del 20/04/2021 y https://sitio.lapampa.edu.ar/repositorio/unidades_de_organizacion/dgsec/orientaciones/economia.pdf del 24/03/2021.

conocimientos del emprendedorismo como así también en promover la motivación y habilidades para desarrollar emprendimientos.

A la fecha, si bien hemos obtenido valiosa información sobre normativa que coadyuva el desarrollo emprendedor, aún nos queda pendiente analizar las encuestas realizadas a los estudiantes que cursaron durante el periodo bajo estudio a fin de poder concluir sobre la realidad de quienes transitaron la orientación en Economía y Administración, además de entrevistar a los directivos de las instituciones bajo análisis a fin de contrastar lo relevado. Por otra parte - y no menos importante - nos queda observar la vida post educación en contexto de pandemia.

6. Referencias Bibliográficas

- *Enseñar a emprender: Manual para promotores del microemprendedorismo*: Septiembre 17, 2013
- Gobierno Argentino. (s. f.-a). *Ley N° 2511: Estableciendo Nueva Ley de Educación*. Argentina.gob.ar. Recuperado 24 de marzo de 2021, de <https://www.argentina.gob.ar/normativa/provincial/ley-2511-123456789-0abc-defg-115-2000lvorpyel/actualizacion>.
- Gobierno Argentino. (s. f.-b). *Ley N° 26.206 Ley de Educación Nacional*. Argentina.gob.ar. Recuperado el 23 de marzo de 2021, de <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley-de-educ-nac-58ac89392ea4c.pdf>.
- Lupiañez Carrillo, Luis; Priede Bergamini, Tiziana; Lopez Cozar Navarro, Cristina. El emprendimiento como motor del crecimiento económico en: Boletín económico de ICE N° 3048 del 1 al 28 de febrero de 2014. Recuperado el 15/12/2017 de: www.revistasice.com/.../bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf.
- Ministerio de Educación de La Pampa. (2013). *Orientación Economía y Administración - Estructura Curricular*. Repositorio de Cultura y Educación. <https://repositorio.lapampa.edu.ar/index.php/materiales/>

- secundaria/orientado/economia-y-administracion.
- Ministerio de Cultura y Educación. (2013). *Orientación Economía y Administración - Fundamentación*. Repositorio Cultura y Educación. <https://repositorio.lapampa.edu.ar/index.php/materiales/secundaria/item/orientacion-economia-y-administracion>.
 - Prodem – Programa de Desarrollo Emprendedor (2017). Nuevo Índice para medir ecosistemas en ciudades y su aplicación. Recuperado 16 de junio de 2021, de <https://prodem.ungs.edu.ar/nuevo-indice-para-medir-ecosistemas-en-ciudades-y-su-aplicacion-2/>.

EL CAPITAL INTELECTUAL Y SU IMPACTO EN LA VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Verónica Leonor Peñaloza Lopez- Joyce Mora

Resumen

La naturaleza intangible de los elementos que intervienen en el concepto de capital intelectual (CI), en combinación con la creciente importancia en su aporte a los balances corporativos, lleva a un incremento en el interés por parte de los profesionales del área contable para su identificación y posterior análisis.

El objeto de la investigación consiste en identificar, actualizar y gestionar los componentes que integran el CI requiere de una visión holística, que combine sus tres dimensiones (Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional) dentro del contexto organizacional a través de su exploración, medición y divulgación.

La metodología muestra un enfoque mixto, con análisis cualitativos empleados en el estudio documental y la observación, así como elementos cuantitativos del análisis de la encuesta.

El modelo Navegador de Skandia se sustenta en la afirmación de que el valor de una empresa está en su capacidad de generar rendimientos futuros y sostenibles y proyectarse a los cambios que exige el mercado actual.

El aporte para las empresas del sector agroalimentario fue la valoración del CI, al integrar todos sus componentes, lo que comprueba el incremento patrimonial en las empresas objeto de estudio, lo cual complementa la información financiera presentada por el proceso contable tradicional.

Palabras Claves

Activos intangibles – Estados contables – Contabilidad – Navegador Skandia – Patrimonio-Value

Abstract

The intangible nature of the elements that intervene in the concept of intellectual capital (CI), in combination with the growing importance in its contribution to corporate balance sheets, leads to an increase in the interest on the part of accounting professionals for its identification and subsequent analysis.

The object of the investigation consists of identify, update and manage the components that make up the IC requires a holistic vision that combines its three dimensions (Human Capital, Structural Capital and Relational Capital) within the organizational context through its exploration, measurement and dissemination.

The methodology shows a mixed approach, with qualitative analyzes used in the documentary study and observation, as well as the quantitative elements of the survey analysis.

The Skandia Navigator model is based on the affirmation that the value of a company is in its ability to generate future and sustainable returns and project itself to the changes demanded by the current market.

This research seeks to analyze the impact of intellectual capital understood as an intangible asset on the value of agri-food companies in the Ambato city.

Keywords

Intangible assets - Financial statements – Accounting - Skandia navigator – Patrimony- Value

Introducción

En la década de los noventa, algunas empresas en Suecia y Estados Unidos inician una corriente teórica denominada gestión del conocimiento, que surge a raíz de la intención de las organizaciones por incrementar la importancia en el manejo de su recurso humano, mediante la evaluación de sus competencias a través de procesos y sistemas establecidos en un espacio que permita la creación de innovación y desarrollo del conocimiento.

El manejo creativo de las tecnologías de la información, representados a través de las competencias que conforman el capital intelectual, lo hacen por medio de un sistema de formación, remuneración, motivación y, por supuesto, un activo intangible que le otorga un valor de excepción (Scarabino & Biancardi, 2007).

En la actualidad, este tema ha sido un punto relevante en la literatura contable, así como, en las empresas vinculadas con la consultoría de dirección, las tecnologías de la información y la comunicación, que están preocupadas por el recurso humano y la manera en que se crea nuevo conocimiento y se desarrollan las competencias que generan mayor valor a las organizaciones. En los últimos años se ha producido una corriente crítica a la contabilidad tradicional y a la información que ésta ofrece, al considerar que no cumple con su principal objetivo, que es brindar información que resulte útil para la toma de decisiones de carácter económico (Scarabino & Biancardi, 2007). Este objetivo responde al paradigma contable vigente denominado por algunos autores como de “utilidad para el decisor”, de acuerdo al cual la información demandada del sistema contable debe satisfacer los requerimientos informativos de diversos usuarios.

Los estados contables elaborados sobre la base de la teoría de la contabilidad tradicional reconocen y miden, principalmente, a los activos físicos que históricamente se consideraron el núcleo del valor de las empresas. Sin embargo, en el contexto actual, estos activos carecen de importancia relativa

como consecuencia del crecimiento desmesurado del valor de otros activos que integran la categoría de intangibles y que, de reconocerse en los estados contables de publicación, no se presentan por su real valor.

De acuerdo a Joia (2001), los intangibles a los que se hace referencia, han producido un cambio radical en las empresas modernas, permitiéndoles mejorar su oferta de bienes y servicios, llegar a mercados antes inalcanzables, y generar nuevos tipos de relaciones con socios, clientes y proveedores que permiten crear ventajas competitivas. Todos estos factores han generado un cambio cultural y de filosofía en la gestión de las empresas.

El enfoque de renovación y desarrollo como una de las áreas sobre las cuales la empresa concentra su atención, y de las que proviene el valor de su capital intelectual. Con este enfoque se abandona el presente para tratar de captar las oportunidades que definirán el futuro de la empresa. En tanto que los índices financieros fijan para siempre el comportamiento de la organización en el pasado reciente, renovación y desarrollo mira adelante, al futuro inmediato, determina lo que la empresa hace en la actualidad para prepararse al futuro (Simo & Sallan, 2008).

Las inversiones en equipo son ciertamente importantes, pero es poco probable que por sí mismas sean suficientes. Las organizaciones también deben invertir en infraestructura personal, sistemas y procedimientos, si es que quieren alcanzar objetivos de crecimiento financiero a largo plazo. Asimismo, distinguen tres categorías principales de variables relacionadas con el aprendizaje y crecimiento de una organización que son las capacidades de los empleados, las capacidades de los sistemas de información además de la motivación, delegación de poder y coherencia de objetivos (Ziccardi, 1998).

Para la medición del capital intelectual las compañías tienen un enfoque en sus activos intangibles y su capital intelectual, requieren sistemas diferentes para contabilizar sus transacciones y mejorar el rendimiento. Estos sistemas de información deben comprender tres fases: la identificación de los recursos

intangibles críticos para el cumplimiento de los objetivos empresariales, el desarrollo de indicadores de estos activos intangibles y finalmente el monitoreo de ellos (Simo & Sallan, 2008).

Al aplicar un modelo de medición del capital intelectual, se puede analizar como este activo intangible contribuirá a la obtención de información certera como complemento a los estados financieros para informar sobre el valor real de la empresa y en consecuencia solventar el proceso de toma de decisiones. La relevancia social encaja en el valor agregado que reciben los usuarios tanto internos como externos de la información financiera al conocer el valor real que posee una organización.

1. Desarrollo

1.1. Marco Teórico

Capital Intelectual

El capital intelectual es sin duda uno de los principales elementos para la creación de valor en las empresas, sean estas productoras de bienes o servicios. Según Kannan y Aulbur (2004), el éxito en las organizaciones corresponde a aquellas que han identificado, adaptado, administrado y utilizado de manera efectiva este recurso.

En la actualidad, la economía tiene variantes importantes respecto a la del siglo anterior, los cambios en los contextos social, político y económico son relevantes y entre los autores Lim y Dallimore (2004) existe asentimiento “al afirmar que en el nuevo tejido empresarial a nivel mundial, el capital intelectual, entendido como activo intangible cumple un rol fundamental al momento de valorar una empresa”, y transforma al recurso humano efectivamente capacitado en una herramienta estratégica para esta actividad. Para Joia (2001) se vive “la era del conocimiento”, lo cual ha exigido que los colaboradores de las instituciones busquen la mejora continua de su

capacidad cognoscitiva a través de capacitación, experiencia, investigación y modelamiento, de tal modo que ese cúmulo de saberes que tienen los empleados, ayudan a la empresa a generar utilidades, crecer y definir el camino hacia el futuro.

De acuerdo con García y Sallan (2006), los constantes cambios que existen en el medio en donde se desarrollan las empresas, precisa que éstas se adapten casi de manera inmediata y es en este momento en que los componentes del capital intelectual se transforman en una herramienta estratégica para el cambio. A criterio de los autores Pep y Sallan (2006), si bien es cierto; los activos tradicionales de las compañías se basan en el dinero, cuentas por cobrar, máquinas, bienes inmuebles, inventarios, corrientes, y muchos otros, los activos intangibles que componen el capital intelectual son igual o más importantes.

Capital intelectual, para Edvinsson y Sullivan (1996), son las capacidades de perfeccionamiento que habitan en el interior del ser humano, pero es algo más que el capital humano, pues también incluye el capital estructural; son los conocimientos, relaciones, know-how y otros intangibles de ese tipo.

Acota Edvinsson (1997), que el capital intelectual es aquel que integra diferentes tipos de activos intangibles, estos son generados por una estrategia basada en actividades intelectuales, en flujos de conocimiento en las organizaciones.

La información y el conocimiento se convierten en el nuevo objeto formal de la ciencia y la tecnología, hasta tal punto que economía, cultura y bienestar social dependen cada vez más del desarrollo de nuevas tecnologías de información. Como consecuencia de lo anterior se ha desarrollado el interés por el capital intelectual, la creatividad, la innovación y el aprendizaje organizacional (Sveiby, 2001).

El Capital Intelectual es el conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico y comercial aplicable para la generación de riqueza social del que

dispone un individuo, organización o comunidad (Martos & Fernández, 2008).

Hoy en día, en la denominada era del conocimiento, las ventajas competitivas no pueden seguir basándose solamente en los inputs tradicionales, sino que han de considerar otros aspectos capaces de ofrecer output de alto valor añadido, apreciados por los clientes al adaptarse a sus necesidades cambiantes (Scarabino & Biancardi, 2007).

Los nuevos cambios que se producen en las economías, conllevan a considerar al Capital Intelectual como un factor clave del éxito en todos los sentidos. Este recurso de naturaleza intangible asociado fundamentalmente al empleo de tecnología y el desarrollo del conocimiento, va a ofrecer una inestimable ayuda en la carrera por alcanzar lo que se ha dado en llamar nuevo paradigma de la gestión eficiente (Kannan & Aulbur, 2004).

El capital intelectual es el valor intangible de un negocio. Son parte de este concepto: las personas (capital humano), el valor inherente que tienen las relaciones de la empresa con sus clientes, proveedores, medios de transporte, comunicación y otros (capital relacional) y todo los procesos, conocimientos y métodos que utilizan los empleados para producir los bienes y servicios de la empresa, los mismos que se “quedan” cuando los empleados se van a sus casas (capital estructural) (Salgado & Demuner , 2013).

Otro enfoque que es usado en la academia y es adoptado especialmente por las grandes instituciones, toma en cuenta al capital intelectual como un indicador de la salud empresarial, es decir que, si existe un alto nivel de este capital significa que hay: un fuerte diseño organizacional, finanzas planificadas, capacitación al recurso humano, dirección y control gerencial (Sánchez & Melián, 2007).

Activos intangibles

De acuerdo con Sierra y Rojo (2014) los elementos del activo pueden clasificarse contemplando distintos criterios. Si se considera la clasificación

tradicional, que atiende a la permanencia o vinculación con la empresa, se distingue entre activos de largo plazo o inmovilizado y activos de corto plazo o circulante. Los activos fijos habitualmente han sido clasificados en:

- ✓ Inmovilizado material
- ✓ Inmovilizado inmaterial
- ✓ Inmovilizado financiero
- ✓ Gastos amortizables

Según Azpeitia (2014) define al término intangible a “todo aquel activo que es identificable”, pero, para identificar la naturaleza de dicho activo, se debe cumplir con alguno de los criterios que los citados autores anotan: el primero tiene que ver con “ser separable” es decir “susceptible a ser separado de la empresa y vendido, cedido, entregado para su explotación, arrendado o cambiado” y el segundo criterio tiene que ver con el hecho de “surgir de derechos legales o contractuales” es decir que “tales derechos sean transferibles o separables de las empresas o de otros derechos u obligaciones” (Garrison & Noreen, 2008).

Para Codera (1982) los activos intangibles son aquellos que son adimensionales, es decir que no tienen dimensiones o magnitudes físicas, más bien, se los encuentran en el valor de la cultura organizacional; el diseño de los procesos que se emplean en cada una de las actividades empresariales; la fidelidad de los clientes; la pertenencia de los colaboradores con la organización; la confianza de los proveedores; las marcas; el nombre comercial; los logotipos; diseños y la imagen empresarial.

No únicamente dice que los activos intangibles son adimensionales, sino que son insubstanciales es decir que no tienen substancia (Nora, 2013). Básicamente al hablar de activos en lenguaje contable, se refiere a que éstos deben ser, en primer lugar, medible, en segundo lugar, pertinente y en tercer

lugar exactos (Superintendencia de Compañías, 2017). Recalca que, para poder gestionar la contabilidad y los estados financieros de las instituciones, especialmente cuando se trata de costos basados en actividades con énfasis en la productividad, el valor que generan los activos tangibles al interactuar con los intangibles debe ser medido con la mayor exactitud posible para tener información útil, válida, precisa y concisa, que aporte a la toma de decisiones (Vargas, 2014).

Una de las características más importantes que el concepto de activos intangibles aborda, es el hecho de que éstos pueden generar ingresos futuros a la empresa, fruto de un proceso de investigación y desarrollo se puede obtener una patente, pero además de ésta, puede surgir la metodología utilizada y los profesionales que estuvieron al frente, este conocimiento, que a la empresa tuvo que costear a un valor claramente definido, se puede vender a otras empresas a manera de capacitación, lógicamente se debe analizar caso por caso al momento de vender el *know-how* empresarial (Escandón & Rodríguez, 2013).

Capital intelectual, para Edvinsson y Sullivan, (1996) son las capacidades de perfeccionamiento que habitan en el interior del ser humano, pero es algo más que el capital humano, pues también incluye el capital estructural; son los conocimientos, relaciones, know-how y otros intangibles de ese tipo.

El capital intelectual es un recurso intangible de alta importancia en la economía de una nación (Garzón & Buitrago, 2006), por lo que la intervención del Sistema de Educación Superior, buscan desarrollarlo el capital humano, que corresponde a las competencias profesionales, evidenciadas en el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, y destrezas de las personas que componen las organizaciones, por lo tanto se lo ha podido definir según (Edvinsson & Malone, 2003) como:

Uno de los activos intangibles más valiosos en las organizaciones es el capital intelectual que en la actualidad es el motor principal que permite que

una sociedad funcione de forma eficiente y rompiendo antiguos paradigmas solo se puede lograr con el aporte generado por el talento humano, mismo que con sus competencias, capacidades, habilidades, entre otras cualidades representan a la persona de hoy, en este contexto social globalizado donde se pueden lograr aportes significativos para el entorno y de esta forma dar valor agregado en cada una de las actividades que realizan (Scarabino & Biancardi, 2007).

Acota Edvinsson (1997) el capital intelectual es aquel que integra diferentes tipos de activos intangibles, estos son generados por una estrategia basada en actividades intelectuales, en flujos de conocimiento en las organizaciones. La información y el conocimiento se convierten en el nuevo objeto formal de la ciencia y la tecnología, hasta tal punto que economía, cultura y bienestar social dependen cada vez más del desarrollo de nuevas tecnologías de información. Como consecuencia de lo anterior se ha desarrollado el interés por el Capital Intelectual, la creatividad, la innovación y el aprendizaje organizacional (Sveiby, 2001).

El Capital Intelectual es el conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico y comercial aplicable para la generación de riqueza social del que dispone un individuo, organización o comunidad (Martos & Fernández, 2008).

Con el concepto de capital humano se designa el conjunto de habilidades y conocimientos, adquiridos por una persona mediante la educación y la experiencia que se traducen en la capacidad de realizar un trabajo con valor económico por parte de la misma (González, 2008).

1.2. Hipótesis

La falta de valoración del Capital Intelectual en la contabilidad tradicional repercute en la subvaloración de las empresas agroalimentarias del cantón Ambato.

1.3. Objetivo General

Analizar el impacto del capital intelectual entendido como activo intangible en el valor de las empresas.

1.4. Objetivos Específicos

- Establecer los referentes teóricos necesarios para la sustentación de la investigación
- Establecer la diferencia entre el valor patrimonial reflejado en EE. FF y el valor de la empresa al incluir componentes humano, estructural y relacional que constituyen el Capital Intelectual.

1.5. Metodología

El presente estudio muestra un enfoque mixto, con análisis cualitativos empleados en el estudio documental y la observación, así como los elementos cuantitativos del análisis de la encuesta.

En una investigación no experimental no se crea ninguna situación, lo que suele hacerse es, observar situaciones que ya existen, el investigador no provoca ningún hecho. En el estudio no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no serán manipuladas, el investigador no influirá sobre las variables, porque ya sucedieron, igual que sus efectos. (Hernández & Fernández, 2013).

Esta investigación se identifica con el tipo longitudinal descriptiva porque se recolectaron datos en un periodo comprendido entre el 2013 y el 2017. Además, se describen las variables que intervienen en el cálculo del capital intelectual y se analizan sus incidencias en la valoración de las empresas. Lo que coincide con lo propuesto por ellos mismos en su texto Metodología de la Investigación, Tomo II. (pág. 199)

El nivel descriptivo de la investigación se evidencia en la caracterización que se realiza a cada variable que determina el capital intelectual, además

del análisis de la estructura y comportamiento del mismo en la valoración de empresas.

En el caso particular del estudio investigativo, se tiene en cuenta que la población es representada solamente por las empresas Bioalimentar, Avipaz, Avihol y Nutrisalminsa, las mismas conformarán de igual manera la muestra a investigar.

1.6. Resultados y Discusión

Elección del modelo de medición de capital intelectual para las empresas agroalimentarias

En vista de la gran cantidad de modelos para medir el capital intelectual en las empresas definidos anteriormente, es importante elegir uno de éstos y adaptarlo a las características propias de las empresas investigadas. El primer filtro se hizo en base a la cantidad de información teórica disponible para el desarrollo del trabajo, en base a este parámetro se definieron siete patrones para realizar la medición. Para el segundo filtro se realizó una matriz de pesos ponderados que tomó en cuenta cinco factores considerados como importantes.

Para la autora Haro (2009), la sumatoria del factor de peso debe sumar 1, la calificación varía de 1 a 5 puntos y la ponderación se hace en base a la multiplicación entre el factor de peso y la calificación. La suma de las ponderaciones definió la mejor opción a utilizar como se muestra en la tabla 1.

Para dicha valoración se tomó en consideración el criterio del investigador y los cinco factores considerados como importantes fueron los siguientes:

- ✓ Modelo claro y adaptable a la empresa.
- ✓ Fácil para definir información útil.
- ✓ Práctico para obtener indicadores.

- ✓ Sencillo en los cálculos.
- ✓ Cómodo para la evaluación final.

Luego de la evaluación respectiva se determinó que el modelo para medir el Capital Intelectual es el Navegador de Skandia, propuesto por los autores Edvisson y Malone (2003) al obtener el mayor valor ponderado de los modelos analizados con un total de 3.4

Tabla 1: Matriz de Pesos Ponderados

Factores importantes	Peso	Calificación	Peso ponderado
Modelo claro y adaptable	0,3	5	1,5
Fácil para definir información útil	0,2	3	0,6
Práctico para obtener indicadores	0,2	4	0,8
Sencillo en los cálculos	0,2	2	0,4
Cómodo para la evaluación final	0,1	1	0,1
Sumatoria Total	1.0		3,4

Fuente: Elaboración propia

Modelo	Peso	Technology broker		Intellectual Assets Monitor		Cuadro de Mando Integral		Navegador Skandia		Modelo de Valoración e Gestión		Modelo Intellect		Modelo Nova	
		Ponderación (2)	Peso Pond (1)*(2)	Ponderación (3)	Peso Pond (1)*(3)	Ponderación (4)	Peso Pond (1)*(4)	Ponderación (5)	Peso Pond (1)*(5)	Ponderación (6)	Peso Pond (1)*(6)	Ponderación (7)	Peso Pond (1)*(7)	Ponderación (8)	Peso Pond (1)*(8)
Factores importantes															
Modelo claro y adaptable	0,3	1	0,3	4	1,2	4	1,2	5	1,5	3	0,9	5	1,5	4	1,2
Fácil para definir información útil	0,2	2	0,4	5	1	3	0,6	3	0,6	5	1	2	0,4	5	1
Práctico para obtener indicadores	0,2	5	1	3	0,6	5	1	4	0,8	1	0,2	1	0,2	3	0,6
Sencillo en los cálculos	0,2	4	0,8	1	0,2	1	0,2	2	0,4	2	0,4	3	0,6	1	0,2
Cómo para la evaluación final	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	1	0,1	4	0,4	4	0,4	2	0,2
Sumatoria total	1		2,8		3,2		3,2		3,4		2,9		3,1		3,2

Estructura del modelo Skandia

Este modelo comprende cinco enfoques que muestran los indicadores que forman parte del estudio y determinarán el valor del capital intelectual.

$$CAPITAL INTELECTUAL = C_F + C_H + C_C + C_P + C_{R+D}$$

En donde:

C_F = Capital Financiero

C_H = Capital Humano

C_C = Capital Clientela

C_P = Capital Proceso

C_{R+D} = Capital Renovación y Desarrollo

$$CAPITAL INTELECTUAL ORGANIZACIONAL = i * C$$

$$CI = K * \sum_{i=1}^m C_i \qquad K = \frac{\sum_{j=1}^m k_j * w_j}{n}$$

En donde:

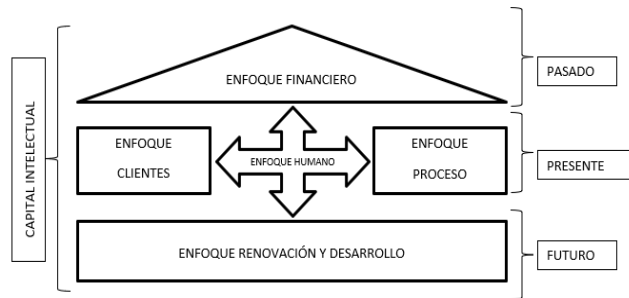
C = Valor del Capital Intelectual en dólares

C_i = Valor del Capital Intelectual en dólares de cada uno de los enfoques

K = Coeficiente de eficiencia para cada enfoque

$m \Delta n$ = Número de índices

A continuación, se muestra el diseño del Navegador del Skandia con todos los elementos que lo integran.

Figura 2: El Capital Intelectual

Fuente: (Edvinsson & Malone, 2003)

Es importante describir cada uno de los elementos que son parte integrante de la estructura del modelo. Edvinsson y Malone (2003) relacionan el diseño del Capital Intelectual con la estructura de una casa, la perspectiva financiera representa el techo, que, a través del Balance de Situación refleja, tanto el pasado de la empresa como la situación financiera actual en un momento determinado.

El enfoque clientes y procesos son las paredes de la casa, dentro de las cuales los primeros constituyen las relaciones que tiene la empresa con sus clientes, es decir; muestran el presente de la organización. Mientras que el segundo refleja los recursos utilizados en diversas actividades que desarrolla la empresa como tal. Los cimientos de la casa, están representados por el enfoque renovación y desarrollo que se traduce en la capacidad que tiene la empresa para proyectar su éxito hacia el futuro. Finalmente, en el centro de la casa se ubica en enfoque humano, personificado por los conocimientos y habilidades que tienen las personas que integran la organización.

La estructura del Modelo Navegador de Skandia, abarca los siguientes enfoques:

Enfoque Financiero: Este enfoque permite obtener, interpretar y medir, a través de índices e indicadores la información financiera. El rendimiento de toda empresa obedece a las estrategias que aplique la organización reflejada

en su situación económica actual.

Enfoque a clientes: Es una de las paredes de la casa dentro de la estructura del modelo, en algunas ocasiones su cálculo es complejo debido a que las empresas no poseen un registro exacto de la relación que tienen con sus clientes, es prioridad entonces contar con esta información para tener un cálculo exacto del valor de la empresa al considerar su CI.

Enfoque Proceso: Esta perspectiva a diferencia del enfoque clientes, comprende una evaluación más asertiva de las actividades que desarrolla la empresa a través de la cadena de valor.

Enfoque Renovación y Desarrollo: Son los cimientos de la casa, en donde todos los elementos que lo integran son necesarios para mantener a la organización en un futuro.

Enfoque Humano: Se localiza en el centro de la casa, pues se puede decir que éste es el corazón de la organización, el recurso humano, simboliza la capacidad e inteligencia que otorgan y aplican a la entidad, lo cual hacen la diferencia ante su competencia.

Modelo Skandia y las empresas objeto de estudio

Una vez seleccionado el modelo, se procedió a la medición del capital intelectual con la aplicación de los factores señalados para las empresas objetos de estudio.

Cuadro 1: Factores de medición del capital intelectual

Activos fijos	Fi	Trabajadores con título universitario	En
Activos totales	Fi	Trabajadores que han salido de la empresa	En
Ingresos	Fi	Número de gerentes o jefes	En
Ingresos operacionales	Fi	Empleados menores de 40 años	En
Número de empleados	En	Gerentes con postgrados y/o especializaciones	En
Otros activos corrientes	Fi	Empleados expertos	En
Patrimonio	Fi	Empleados novatos	En
Total del pasivo	Fi		
Total pasivos corrientes	Fi		
Utilidad bruta	Fi		
Utilidad neta	Fi		
Valor de mercado	En		
Participación del mercado	En		
Número de clientes	En		
Número de clientes perdidos	En		
Índice de satisfacción al cliente	En		
Fidelidad hacia la empresa (%)	En		
Promedio clientes categoría 1 (%)	En		
Promedio clientes categoría 2 (%)	En		
Promedio clientes categoría 3 (%)	En		
Gastos administrativos	Fi		
Producción en ton.	En		
Producción de la industria en ton.	En		
Utilidad bruta año anterior	Fi		
Gasto en tecnología en investigación	Fi		
Personal técnico	En		
Meta de calidad corporativa	En		
Rendimiento corporativo	En		
Gasto en Marketing	Fi		
Horas de trabajo anual/trabajador	En		
Horas de capacitación/trabajador	En		
Participación en horas de desarrollo de nuevos productos	En		
Gastos en I & D	Fi		
Gastos de entrenamiento	Fi		
Gasto de desarrollo de nuevos negocios	Fi		
Recursos utilizados en I&D	En		
Inversión en desarrollo de nuevos mercados	Fi		
Inversión en desarrollo del capital estructural	Fi		
Total de nuevos productos	En		
Total de productos de la empresa	En		
Índice de motivación	En		

Fuente: Elaboración propia

El cuadro muestra los factores que se aplicaron para la medición y valoración del CI, algunos valores han sido tomados de los estados financieros, mientras que otros obedecen a información resultante de la aplicación de encuestas. Estos factores sirvieron para obtener los datos generales de cada enfoque, mismos que fueron aplicados a través de la fórmula para el cálculo del Capital Intelectual que se muestra a continuación:

Formula

$$CI = \sum_{i=1}^5 C_i * \frac{\sum_{j=1}^5 (t_j * i_j)}{n} =$$

Para generar los indicadores se debe de obtener la información por medio de dos fuentes. La primera es el análisis de los Estados Financieros de las empresas, éstos se encuentran en la base de datos de la Superintendencia de Compañías y muestran los resultados de la gestión empresarial en un determinado período de tiempo, en este caso se tomó la información en el período comprendido desde el año 2013 al 2017. La segunda fuente es la encuesta que se realizó a los gerentes departamentales de las empresas objeto de estudio.

Como un elemento didáctico, en el cuadro 1, se incluye una fila en la que se indica las siglas (EF) si la información ha sido obtenida a través de los Estados Financieros de la empresa y (Enc) si proviene de las encuestas que se realizaron en la misma.

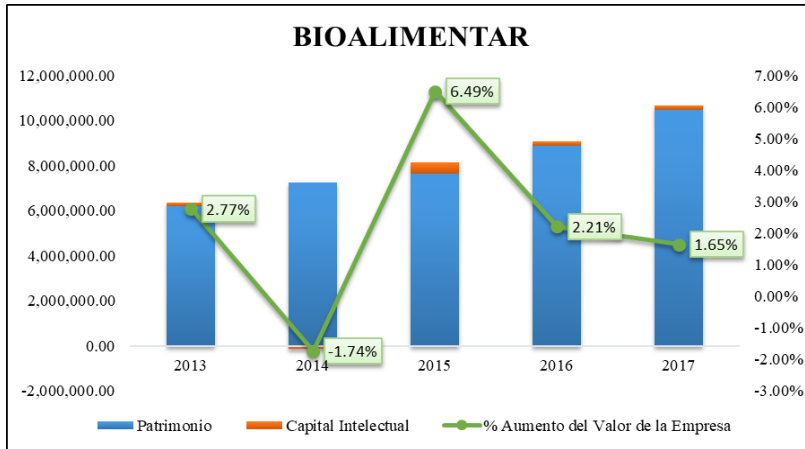
Tabla 2: Valor Actual de las empresas

		Valor de las Empresas				
		2013	2014	2015	2016	2017
BIOALIMENTAR						
Patrimonio		6.195.266,00	7.241.577,83	7.648.545,53	8.855.363,52	10.465.862,00
Capital						
Intelectual		171.684,75	-126.080,05	496.384,40	195.736,46	172.376,40
Valor						
Total		6.366.950,75	7.115.497,78	8.144.929,93	9.051.099,98	10.638.238,40
%						
Aumento						
del Valor						
de la						
Empresa		2,77%	-1,74%	6,49%	2,21%	1,65%
AVIPAZ						
Patrimonio		2.359.441,75	3.247.461,08	5.130.630,94	7.021.011,08	9.176.907,99
Capital						
Intelectual		113.769,56	180.826,60	195.514,49	209.218,94	220.220,28
Valor						
Total		2.473.211,31	3.428.287,68	5.326.145,43	7.230.230,02	9.397.128,27
%						
Aumento						
del Valor						
de la						
Empresa		4,82%	5,57%	3,81%	2,98%	2,40%
AVIHOL						
Patrimonio		240.589,90	42.130,03	390.697,82	488.596,90	876.844,72
Capital						
Intelectual		114.333,16	446.923,32	38.788,20	234.323,48	111.841,26
Valor						
Total		354.923,06	489.053,35	429.486,02	722.920,38	988.685,98
%						
Aumento						
del Valor						
de la						
Empresa		47,52%	1060,82%	9,93%	47,96%	12,75%
NUTRISALMIA						
Patrimonio		552.432,71	664.869,89	722.074,00	760.410,14	862.767,48
Capital						
Intelectual		59.140,87	47.351,73	65.855,57	128.425,08	103.814,32
Valor						
Total		611.573,58	712.221,62	787.929,57	888.835,22	966.581,80
%						
Aumento						
del Valor						
de la						
Empresa		10,71%	7,12%	9,12%	16,89%	12,03%

Fuente: Elaboración propia

El impacto del capital intelectual en la valorización de la empresa Bioalimentar posee un incremento en el valor de la compañía entre 1.65% en el 2017 hasta un 6.49% en el 2015. Se menciona que en el año 2014 el valor de la empresa se vería afectado en -1.74% si se integra el capital intelectual de la misma.

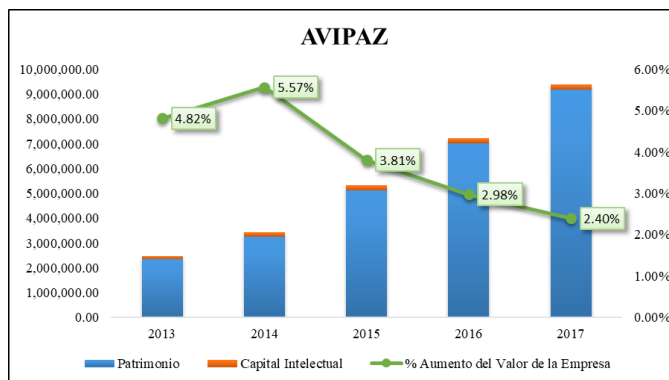
Gráfico 1: Por ciento de incremento del valor de Bioalimentar



Fuente: Elaboración propia

En el caso particular de la empresa Avipaz, el impacto sobre la valoración de la misma al incorporar el capital intelectual, tiene un incremento en el valor de la compañía entre un 2.40% en el 2017 hasta un 5.57% en el 2014.

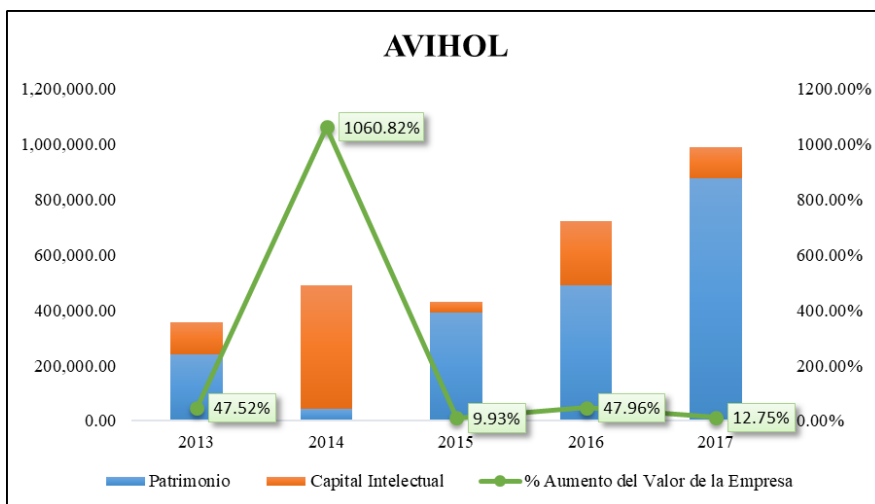
Gráfico 2: Por ciento de incremento del valor de Avipaz



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la empresa Avihol, en el año 2013 y 2015 el aumento en su valoración sería de un 48% aproximadamente si se suma el capital intelectual. Dichos porcentajes de incremento en la valoración de la empresa, se mantienen de igual forma superior al 9% en los años 2015 y 2017. Sin embargo, se indica el incremento del 1060.82% en el 2014.

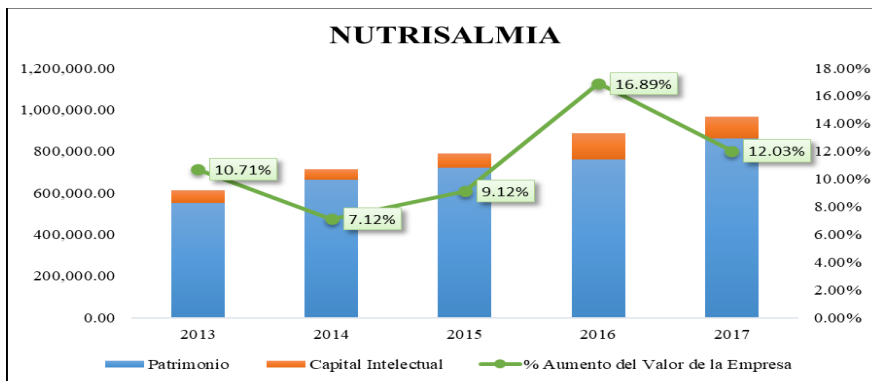
Gráfico 3: Por ciento de incremento del valor de Avihol



Fuente: Elaboración propia

Por último, los resultados de la empresa Nutrisalmia en el periodo 2013 – 2017 muestran que, con la incorporación del capital intelectual, la valoración de la empresa hubiera crecido en un entorno superior al 8%, lo que resulta inclusive un incremento de un 16,89% en el año 2016.

Gráfico 4: Por ciento de incremento del valor de Nutrisalmia



Fuente: Elaboración propia

2. Conclusiones

La globalización, los avances tecnológicos, la sociedad actual llamada la Era del Conocimiento, invitan a las empresas a reflexionar sobre la importancia de ventajas competitivas que tienen directa relación con los componentes del capital intelectual: Humano, Estructural y Relacional. El nuevo entorno socioeconómico está caracterizado por el conocimiento como un factor determinante para generar riqueza.

Un hallazgo importante durante el desarrollo de esta investigación, fue que no todas las empresas contaron con información suficiente para poder ser evaluadas mediante el modelo Skandia, sobre todo las que son pequeñas y no manejan información sistematizada asociada a la participación del mercado, las tasas de productividad en relación con la industria, gastos de investigación y desarrollo entre otros.

Si bien, en las compañías objeto de estudio existe la convicción de promover ambientes adecuados de trabajo y satisfacción a nivel laboral, el criterio se limita a la gestión del recurso humano. Sin embargo, el capital intelectual visualiza a la organización desde diferentes enfoques (financiero, clientes,

procesos, renovación y desarrollo) que en su conjunto representan la capacidad que desde cada arista tiene la empresa para generar valor y proyectarse hacia el futuro.

En las empresas grandes como es el caso de Bioalimantar y Avipaz, se evidencia un control más adecuado, que aun cuando no es tratado como Capital Intelectual, si incorporan los enfoques que integran este intangible. Se observa que estas empresas orientan su inversión en estrategias que aportan valor a sus clientes tanto internos como externos, invierten en innovación e investigación para mejorar sus productos, especializan a los empleados a cargo de procesos determinantes dentro de la organización, además de realizar una importante inversión en sostener una imagen corporativa fuerte y en afianzar el compromiso de sus colaboradores. Sin embargo, se observa que la inversión es dispersa y contablemente todo lo consideran como gasto, o lo capitalizan al activo, es decir a pesar de tratarse de empresas representativas en el sector, con sistemas bien estructurados, la realidad que muestra la investigación, es que no existe en el país la cultura de conocer, entender y mucho menos gestionar el capital intelectual.

Aunque se evidencia el incremento del valor de las empresas con la incorporación del CI, los entornos gerenciales en el Ecuador, en su mayoría, aún no están preparados para la incorporación de este activo intangible en el proceso contable y de gestión, por lo que tampoco es considerado al momento de valorar la empresa. Hasta el momento solamente se evidencia el capital intelectual como una valoración cualitativa de la cultura organizacional, mas no como la posibilidad de su cuantificación dentro de las posibles fusiones, o enajenación de la organización.

3. Bibliografía

- Acevedo, G., & Plascencia, A. (2010). Gestión Del Conocimiento. Revista Científica de la Fundación Iberoamericana para la

- Excelencia Educativa., 5-14.
- Azpeitia, D. (2014). Contabilidad practica vs contabilidad teórica. PAF.
 - Codera, M. (1982). Contabilidad básica. Economía y Administración de Empresas. Obtenido de [https://doi.org/ISBN 978-958-98600-6-9](https://doi.org/ISBN%20978-958-98600-6-9)
 - Edvinsson, L.y Sullivan, P. (1996), Developing a Model for Managing Intellectual
 - Capital, European Management Jornal, 14, pp. 356-364. 9-503.
 - Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia. Long Range Planning,
 - 30(3), 366-373.
 - Edvinsson, L. (1998). Capital Intelectual. Carvajal.
 - Edvinsson, L., & Malone, M. (2003). El Capital Intelectual: Cómo Identificar y Calcular
 - el Valor de Los Recursos Intangibles de Su Empresa. Barcelona: Grupo Planeta.
 - Escandón, D., & Rodriguez, A. (2013). La importancia de las capacidades dinámicas en las empresas born global colombianas. Cuadernos de Administracion, 26(47), 141-163.
 - Garcia, M. & Sallan, J. (2006). La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes.
 - Intangible Capital, 3, 277-307.
 - Garrison, R., & Noreen, E. (2008). Contabilidad administrativa. Mexico DF: Mc. Graw Hill.
 - Garzón, M., & Buitrago, D. (2006). La gestión del conocimiento. Obtenido de <https://doi.org/10.1076/epri.10.4.14.6527>
 - Gonzalez, J. (2008). El Capital Intelectual y sus indicadores en el sector industrial.
 - Investors Business Daily, 2(1), 9-33.
 - Haro, M. (2009). Investigación y desarrollo de un modelo para la medición del valor del capital intelectual en las empresas privadas. -Aplicación a la Empresa ACINDEC, aceros industriales del

- Ecuador. Escuela Politécnica Nacional.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2013). Metodología de la Investigación, Tomo II (6ta ed.). México DF: MC. Graw-Hill
 - Joia, L. (2001). Medindo o Capital Intelectual. RAE - Revista de Administração de
 - Empresas, 54-63.
 - Kannan, G., & Aulbur, W. (2004). Capital intelectual: Measurement effectiveness. .
 - Journal of Capital Intelectual, 5.
 - Lim, L., & Dallimore, P. (2004). Capital intelectual: management attitudes in service
 - industries. . Journal of Capital Intelectual, 5.
 - Martos, M., & Fernández, J. (2008). Evaluación y relaciones entre las dimensiones del capital intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina). Intangible Capital, 4(2), 67-101.
 - Nora, E. (2013). Contabilidad Financiera. Journal of Chemical Information and Modeling, 8
 - Ortiz de Urbina, M. (2000). La Teoría del Conocimiento y la Gestión del Conocimiento:
 - estado de la cuestión. Fundación Iberoamericana del Conocimiento.
 - Pep, S., & Sallan, J. (2006). La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes.
 - Intangible Capital, 2, 277-307.
 - Salgado, M., & Demuner, F. (2013). Medición de Capital Intelectual en Instituciones de Educación Superior. Global Conference on Business and Finance, 8(2), 652- 658.
 - Sánchez, A., & Melián, A. (2007). El Concepto de Capital Intelectual y sus Dimensiones. . Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa, 13(2), 97-111.
 - Scarabino, J., & Biancardi, G. (2007). Capital intelectual. Invenio, 10(19), 59-71.
 - Sierra, M., & Rojo, A. (2014). Los activos intangibles (Capital

- intelectual) en contabilidad financiera. Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas. España
- Simo, P., & Sallan, J. (2008). Capital intangible y capital intelectual: Revision, definiciones y lineas de investigacion. *Estudios de Economia Aplicada*, 26(2), 65-78.
 - Superintendencia de Compañías. (2017). Matriz catálogo general de cuentas contables del sector público no financiero. Quito: Superintendencia de Compañías.
 - Sveiby, K. (2001). A Knowledge Based Theory of the Firm to Guide Strategy Formulation. *Journal of Intellectual Capital*, 2(4), 344-358.
 - Vargas, C. (2014). Contabilidad Tributaria. Tributos contables
 - Ziccardi, P. (1998). Capital Intelectual - O capital intelectual é o principal elemento diferenciador das empresas em ambiente competitivos. Dissertação de Mestrado.





FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

