

Perdurabilidad empresarial

Anotaciones teóricas*

Néstor Sanabria Landazábal
nestor.sanabria@uac.edu.co

Sociólogo, Universidad Autónoma Metropolitana (Colombia), magister en Economía y Política Internacional, Dr. Estudios Latinoamericanos. Investigador-docente de la Universidad Autónoma del Caribe (Colombia).

Correspondencia: Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables, Universidad Autónoma del Caribe, calle 90 # 46-112, Barranquilla

* Este trabajo es parte integrante del proyecto de investigación “Evolución y Competitividad, Estudio del Sector Servicios en Bogotá, D.C. 1994-2004”. Se adelanta en el Sistema Universitario de Investigación, SUI, de la Universidad Autónoma de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Programa de Economía. www.fuac.edu.co. La responsabilidad de esta fundamentación teórica es responsabilidad del autor. El proyecto se adelanta con la coinvestigación de Nelson Manolo Chávez y la pasantía de grado del estudiante Hildebrando Nuvar, bajo la supervisión del representante de la Facultad ante el SUI, Dr. Carlos Zambrano. carlos.zambrano@fuac.edu.co. El autor agradece los conceptos y comentarios de Luis Armando Blanco, Ph.D.

Resumen

La internacionalización puede ser asumida en relación con los procesos económicos y constituye una opción de la evolución del sistema-mundo y su búsqueda de la constitución de una sociedad global. En este sentido puede asumirse una estrategia evolutiva eficiente a partir de la capacidad de construir información como consumo, y con ello garantizar la realización de la producción. Ello, en el marco de relaciones globales, puede ser resultado de los cambios institucionales o a través del comercio ilegal. En similar sentido, los costos de transacción, si bien en términos de la productividad son muy significativos, en el esquema de la perdurabilidad, el problema radica en ubicarse dentro de un rango que permita endogenizarlos; y ello depende de las capacidades de los potenciales consumidores. Este es el escenario en el cual se organiza, por un lado, la regla “en caso de X, haga Y” y, por otro, las posibilidades de perdurar sujeto a los linderos establecidos en la estrategia evolutiva eficiente.

Palabras clave: *Perdurabilidad empresarial, estrategia evolutiva empresarial eficiente, firmas, empresas.*



Abstract

Internationalization can be assumed in relation to economic processes and is an option in the evolution of world system and its pursuit of the establishment of a global society. In this sense it can be assumed an efficient evolutionary strategy based on the ability to build information such as consumption and thereby ensure the realization of production. This in the framework of global relationships can be the result of institutional changes or through the illegal trade, among others. In a similar vein, transaction costs, although in terms of productivity are very significant, in the scheme of the perdurability, the problem is located within a range that allows endogenize it, and it depends on the capabilities of potential consumers. This is the scenario which is organized on the one hand, the rule “if X then Y” and, secondly, the chance of lasting from to the boundaries established in the efficient evolutionary strategy.

Keywords: *Corporate sustainability, efficient business evolution strategy, firms, companies.*

1. INTRODUCCIÓN: ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL *ENTORNO GLOBAL*

La internacionalización puede ser asumida en relación con los procesos económicos y constituye una posibilidad de la evolución del sistema-mundo y su búsqueda de la constitución de una sociedad global. Sobre esta base es comprensible el moderno desarrollo del sector servicios que caracterizará, fundamentalmente, en su opción de tecnologías de punta y de creación de conocimiento científico a los países desarrollados. Ello tocará no solo con las expresiones comerciales, también con la generación de conocimiento útil y con lo que algunos autores denominan “sector cuaternario o de la información” (Castells, 1995; Bell, 1976, 1982; Hamelink, 1981, entre otros). A partir de estas redefiniciones aparecerán nuevos tipos de empresas con capacidad de manejo de grandes volúmenes de información, disminución sustancial de la escala de producción a fin de llegar a los grandes mercados con *commodities*, una gran cercanía entre productores y consumidores y una redefinición del Estado de bienestar, fundado principalmente en la garantía a las minorías y su búsqueda de la individualidad y diferencia (Bourdieu, 1988)¹. Con ello, en general, se expresa el tránsito a nuevos modelos basados en la información con impactos a escala planetaria en “tiempo real”.

A partir de estos desarrollos evolutivos se pueden presentar espacios de la distribución del sistema económico, entre otros: uno, las grandes regiones como la europea, o el sudeste asiático; dos, los circuitos financieros internacionales; y tres, las empresas transnacionales y los modernos circuitos comerciales, siendo emblemático de éstos las transacciones *online*. Con ello se redefinen estrategias y las formas en que se llega al consumidor final. Serán nuevos *marketing*² y nuevos tratamientos a la información, entre otros; y, con ello, una redefinición de la cultura generada en la fase de la globalización hegemónica por el proyecto industrializador.

¹ A diferencia de la versión derivada de la fase industrialista y su búsqueda de garantías para las mayorías.

² Entre ellos, el neuromarketing. Una excelente aproximación se encuentra en McClure, Damon, Cypert, Montague y Montague (2004).

En la redefinición de estos intersticios de los sistemas soportes de la globalización y, en función de la innovación, las soluciones de la construcción de ciencia y las apuestas tecnológicas encuentran sus escenarios adecuados. Estableciendo puentes, con suficientes diferencias, entre ofertas, en sentido de la producción, y demandas, en sentido del consumo final y su nuevo rol de garante y transmisor de la información. En función de la variación de estas formas de comprender la economía, no son las apuestas por la igualdad las que generaron la redefinición del mercado, sino la búsqueda de una paulatina diferenciación desde el consumidor a partir de su capacidad de procesamiento de información. Es desde esto que se vuelve trascendente el problema de los derechos de propiedad sobre la base de lo planteado por las nuevas escuelas institucionales³.

Sin embargo, la expansión de la información tiene sus limitaciones de mercado (asimetrías), en especial las desigualdades nacionales y regionales, la existencia de valores culturales y las diferencias lingüísticas entre los diferentes territorios, entendiéndolo a éstas como resultado de las culturas. Y éste es uno de los nuevos terrenos esenciales de la calidad de agente social del sector servicios.

En este punto, la creación de la sociedad global y sus presiones a través de instituciones como la Organización Mundial de Comercio (OMC) permite entender una nueva forma de institucionalidad sin un Estado de soporte, pero sí con la búsqueda del respeto de los derechos de propiedad como solución y garantía a los tratos contractuales. En este sentido, la existencia de la sociedad global complejiza las relaciones y da un ámbito propio a las distintas formas como se expresa lo económico, de idéntica manera como se produjo el reconocimiento de los factores capital y trabajo en la anterior fase de la globalización. Este es el resultado de un proceso de unificación-fragmentación no solo de la producción, como

³ Es de resaltar, en este aspecto, la crisis del Estado, principalmente en su función fiscal, construida como resultado de la cultura fabril y sus implicaciones expresadas en los conceptos de soberanía nacional, como ordenadores de la acción política pública.

puede advertirse en los modelos de intrafirma y cuasimonopolio⁴, también en los procesos de organización de la relación comercial constituidos en torno a dotar al individuo de una “inespecífica diferenciación”.

Así, la economía global no es una extensión claramente determinada de las economías nacionales, más bien, pareciera una puesta en escena de las empresas transnacionales, los nuevos mercados supranacionales, la entrada masiva de capital extranjero en operaciones de ámbito local, la liberación generalizada por los gobiernos de sectores antes considerados estratégicos, las nuevas definiciones de equilibrios conducentes a los cuasiequilibrios internacionales y, en general, una nueva aproximación y apuesta extensa de las culturas favorecida por las telecomunicaciones. Todo ello podría interpretarse como un reajuste evolutivo de las sociedades.

En este escenario es fácilmente comprensible el problema de la regionalización económica mundial con el objetivo de defender mercados, empresas y, en general, para dotar de un piso económico la realización y/o construcción de valor. En esta competencia, una de las claves fundamentales de la perdurabilidad de las empresas es su papel ante la innovación, como un escenario global, a través de los usos intensivos de las tecnologías de información y las telecomunicaciones, de la reorganización de los intereses productivos, en especial la innovación por procesos, y el techo de esta estrategia, constituido por la innovación radical o generación de productos nuevos (Posner, 1975), con alta agregación de conocimiento y precios para mercados segmentados.

A partir de los cambios evolutivos descritos se puede reconocer la fenomenal expansión de finales del siglo XX de la oferta y la demanda y la redefinición de las empresas. Es así como los derechos de propiedad se volverán esenciales para la explicación del comportamiento económico, a diferencia de lo formulado en los planteamientos liberales clásicos,

⁴ Para una ampliación de estos conceptos ver: Garratt, Tröger y Zheng (2009), Kim y Finkelstein (2009), Schweinberger (1996), Cahuc, Marque y Wasmer (2008), entre otros de la abundante literatura sobre el tema.

en los cuales la propiedad y su expresión en precios era lo dominante. Es importante resaltar estos asuntos porque el alejamiento entre oferta y demanda debido al crecimiento de las sociedades cambiará los imaginarios de los consumidores e implicará los rediseños que permitirán la emergencia de nuevos sectores mucho más fuertes e independientes a partir de su capacidad de procesar información.

Así, las empresas se pueden definir como una relación compleja, que rebasa los derechos de propiedad, como lo afirman Piore y Sabel (1990) y que se organiza en torno a ser una estructurada red de contratos y de decisiones que al trasladarse al consumidor se transforma en conocimiento y, por esta vía, en lo que se plantea con Becker (2000) como *fashion* y que justifica y es justificada por las nuevas tecnologías de información y comunicaciones.

Estos papeles sociales son la base de la acción del Estado en la búsqueda de mantenimiento de condiciones aceptables para la relación productor-consumidor. Con ello puede explicarse el papel de la política industrial (Bueno & Morcillo, 1993, p. 253) hasta una política comercial estratégica (Krugman, 1991) y la salvaguarda de los derechos de propiedad, entendido como la expresión contractual de los intercambios. Se puede explicar entonces el trascendental papel que asume el sector servicios en la construcción de la nueva institucionalidad, y también en la implementación de nuevas formas de valor a partir del conocimiento y, con ello, la dinamización de la transformación de insumos primarios. Es esta, tal vez, la mayor diferencia económica de la actual fase de la globalización y la industrialista anterior⁵.

⁵ Cuando se caracteriza como fases, no implica que para que se pueda reconocer una, la anterior se debe haber agotado. Así, hoy, se pueden observar las dos presentadas y la fase agrícola como una realidad simultánea. Esta forma no lineal de considerar la globalización se apoya en la conceptualización de la teoría de la complejidad.

2. REVISIÓN DE LITERATURA Y ALGUNOS ASPECTOS TEÓRICOS CONSIDERADOS

2.1. Algunos antecedentes neoclásicos

Los problemas consubstanciales a la productividad son temas recurrentes en la literatura económica, y en una perspectiva de largo aliento, el más importante de los conceptos articulantes del sistema. Ellos pueden asimilarse, de manera general, a los grandes períodos históricos con los cuales se aprecian las sociedades antiguas y el tránsito de la globalización en sus diferentes fases (Iani, 1998), como se presenta atrás. Se pueden registrar posturas clásicas como las de Smith y Ricardo, y a partir de ellas, las versiones neoclásicas y su alternativa marginal de cálculo como respuesta a la emergencia de los métodos fabriles. Posteriormente y ante la réplica académica en el sentido de la construcción del desarrollo, además de la propuesta de crecimiento, aparecerán articulados de interpretación y dinamización de la sociedad bajo las denominaciones de “hacia adentro” y “hacia afuera”, entre otros. Finalmente, ante el éxito de algunas regiones⁶ se mezclan el rigor de la propuesta marginal neoclásica con los postulados ideológicos de la construcción empresarial y la expansión de mercados, sobre la base de los denominados más dinámicos o globalizados. A ello se concurre, también, con el supuesto de los modelos clásicos de sociedades equilibradas y con una mejor distribución de oportunidades. Aparecerán, en consecuencia, los modelos de aperturas e internacionalizaciones de las economías.

Se inicia con esta muy apretada síntesis debido a que es en este último espacio de la comprensión académico-económica que el fenómeno de los servicios va a adquirir una gran trascendencia. Al problema de la participación de la construcción social basada en la transformación de insumos provenientes del sector primario, desarrollado en las empresas manufactureras, se anexarán, desde los circuitos de los mercados más dinámicos, el comercio en sentido estratégico, las finanzas, los servicios empresariales avanzados y toda la nueva oferta agenciada desde las TIC's.

⁶ Principalmente el Sudeste Asiático.

En esta perspectiva se puede entender cómo el proteccionismo se ha reducido a través de acuerdos multilaterales, entre ellos los bilaterales o TLC, con límites y alcances diferenciados que tocan hasta los problemas laborales y ambientales. La pretensión, en últimas, en el supuesto de la búsqueda de competitividad, es garantizar una mejor curva de indiferencia para los consumidores, disminución de las escalas de producción y mejoras en las capacidades tecnológicas. Sin embargo, la distribución de las rentas entre los diferentes actores es cuestionable, como también las protecciones que se intenta dar a través de los acuerdos (Gunter, Jeong & White, 1996).

Desde los esquemas de pensamientos económicos se asume que la expansión del comercio, en especial el correspondiente a los bienes de capital, puede tener efectos favorables en el crecimiento, como lo presentan Evans, Honkapohja y Romer (1998). Para ellos, la aceleración del crecimiento económico a veces puede ser mucho mayor de lo que cabría esperar a partir de su comprensión desde los modelos asociados a la tradición económica clásica y conocida como de pequeños efectos, pero constantes, del comercio sobre el crecimiento.

Importa, para la perspectiva que se propone en este texto, las consideraciones de presupuesto del último trabajo citado. Estas son: a. todos los bienes de capital son complementarios, y b. el costo de oportunidad del capital agregado es cada vez mayor, debido a que la demanda se expande rápidamente. En las conclusiones se admite que: c. el mayor crecimiento significa también una mayor inversión en actividades de innovación y en la producción de bienes de capital; y d. una baja dinámica del intercambio, resultado de condiciones restrictivas, puede conducir a un crecimiento lento, lo cual también es estimado por Honkapohja y Turunen-Red (2002).

Con ello, de manera implícita, pareciera⁷ admitirse la existencia de estabilidad mediante múltiples desequilibrios que se organizan a través

⁷ O se puede admitir, sin que sea el propósito explícito de los autores.

de aprendizajes adaptativos. Estos hacen que los errores generados por expectativas intuitivamente calculadas se expresen en equilibrios estables de diferente calidad a los óptimos. Pero, también implica que la búsqueda de mayores rentas no se hace solo dentro de las consideraciones neoclásicas más ortodoxas de los factores asociados a la producción, sino que se acerca a una versión sistémica en la cual es necesario mirar la sociedad y, fundamentalmente, al factor que organiza la productividad: las capacidades y competencias de los trabajadores. Con ello se da trascendencia al papel de la educación, en especial al sector terciario y su gran capacidad y competencia para generar conocimiento y, por lo tanto, transformación y cambio social en la ruta de la innovación.

En esta línea de reflexión, Abrego y Whalley (2003) concluyen acerca de las desigualdades salariales en relación con el comportamiento del comercio que el impacto del comercio sobre los salarios depende de la elasticidad de sustitución en las preferencias entre las importaciones y sustitutos de importaciones. Con lo cual se puede aceptar que el comercio desempeña un papel importante en la explicación de los cambios, no solo como un problema de la producción y su explicación por factores y, con ello, afectan de manera significativa los niveles de productividad con los cuales se debe competir en los escenarios globales.

2.2. Las bases del planteamiento: *las empresas*

En los procesos económicos ortodoxos de la construcción social se supone la negociación de los precios entre la oferta y la demanda como expresión de la racionalidad. Esto es aceptable si a los consumidores se les despoja de sus culturas, sus intereses y sus limitaciones; también, simultáneamente, si a las empresas se les considera como un registro contable sin la vitalidad propuesta por Marshall (1997, p. 316); y si se asume que la realidad se comporta de una manera estadísticamente normal ignorando el azar. Pero la realidad puede mostrar que esa negociación de los precios, en virtud de los mecanismos de mercado, por ejemplo, el cuasimonopolio, no es posible de la manera en que lo consideran esas teorías. Pueden ser de muchas otras maneras en que la asignación de precios y la existencia misma de las empresas sean reconocidas en el panorama social. A partir

de estos esquemas se define entonces como problema la optimización como función de las empresas y cuyo resultado debe conducir a la mayor captura de rentas.

De acuerdo con otras escuelas del pensamiento económico, las empresas son, también, una relación de contratos (Coase, 1937) que expresa las intencionalidades de los individuos. También aparecen de manera significativa en su comprensión las posturas que las conceptualizan como un organismo, a semejanza de las entidades vivas, como se presenta en el texto citado de Marshall. Pero, en general, una base de sus explicaciones parte de asumirlas como un sistema alimentado por información, y en el cual, el papel de la dirección empresarial se asemeja a un liderazgo de corte social.

En estas últimas ideas se parte de que la acción del empresario es la que origina las inestabilidades en el mercado (Baumol, 1990), bien sea por sus capacidades de asumir riesgos (Knight, 1921) o por vía de la innovación (Schumpeter, 1997). También, a partir de Coase (1937, 1960, 1994) se comprenden los costos de transacción, los cuales se asumen como uno de los precios de los funcionamientos de los mercados. En esta amplia gama de posiciones también se puede admitir que existe otra identidad: la empresa como manera de organización de los individuos a fin de poder resolver muchos de los temas de sus búsquedas vitales y sus necesidades de trascender o, por lo menos, sobrevivir, sin resolverse claramente el cómo ni el para qué de la existencia de las empresas⁸, lo cual, entre otros aspectos, permite el espacio de la explicación evolutiva.

De manera simultánea a la discusión sobre la empresa aparece el tema del mercado. Definido desde Smith (1958), el problema se transforma en dilemático cuando se expresan dos posiciones claras: los que asimilan al mercado y a los precios como una condición *ex ante* y quienes los asumen como una condición *ex post*. En el primer caso, las dificultades de esta forma de apreciar se aclaran cuando la propia dinámica económica genera

⁸ ¿Se podrían resolver los mismos interrogantes sin la necesidad de las empresas?

productos de alto valor agregado y se separa de las producciones cercanas a lo artesanal y de ofertas y demandas pequeñas, estableciéndose una importante opción de tratamiento de los equilibrios con los cuales se representarán los procesos económicos⁹. La segunda concepción también tendrá dificultades debido a que deja al mecanismo de los precios con poca capacidad de explicar los cambios, y a partir de ellos dar una explicación plausible de mejor alcance que lo reseñado de los modelos de equilibrio en función de explicar los comportamientos de los agentes.

Es en este punto en el que la tradición de Coase y la emergencia de nuevas escuelas y paradigmas revitalizan el tema económico. La escuela neoinstitucional aportará las restricciones establecidas a través de rutinas, reglas y contratos (Hodgson, 1993) sobre la base del intercambio de derechos de propiedad. Se supera con ello los supuestos de información completa y de intercambio sin costo. Se amplía la concepción de uniformidad de los bienes, admitiendo que éstos tienen más dimensiones que las correspondientes a precios y cantidades propias de los correspondientes a la baja agregación de valor. Se pueden señalar como protagonistas de estas concepciones a Coase, Alchian, Demsetz, Jensen, Klein, Simon, Williamson, entre muchos de los que aportarán una forma diferente de ver el problema de la explicación económica¹⁰.

En estas versiones de la ciencia aparece también Becker (1983, 1993) y Becker y Murphy (2000) y su propuesta contenida en *Social Economy* y en *Gestibus non est disputandum* (1977) y el tema del esfuerzo planteado por Stiglitz y Shapiro (1984). También se delinearán un nuevo paradigma que se asumirá como teoría de la complejidad que se fundamentará en concepciones de irreversibilidad y termodinámica de los procesos (Prigogine y Stengers, 1984) que darán paso a reformulaciones en la economía como las presentadas por el evolucionismo económico (Nelson, 1994; Nelson & Winter, 1982, 1994, entre otros) y las expresiones de

⁹ Modelos desarrollados por Walras, Arrow-Debreu, entre otros.

¹⁰ En Sanabria (2008) se formula la relación de transmisión de valores culturales como uno de los problemas de mayor importancia a la hora de asumir la competitividad.

la economía experimental (Kahneman, 1997; Taversky & Heath, 1991; Thaler & Sustein, 2008) y de la moderna economía comportamental. En estas concepciones, sin menospreciar el problema de los precios, el objeto de estudio se centra en los procesos. Se revalorizan, de esta manera, las relaciones individuos-empresas-mercados-sociedad, en el sentido de sistema.

Se hará transito de la producción en masa de la era industrial a la búsqueda y reconocimiento de la individualidad propia de los finales del siglo pasado y la acentuación de la diferencia en lo corrido de éste. Pero, también queda claro que individuos y empresas no son unos entes aislados, sino que socialmente existen si se comunican (Luhman, 1997, 1998). Con ello, el papel de la empresa como organización social se extiende más allá de los marcos económicos ortodoxos al integrar aspectos socioculturales, temporales y espacialmente definidos. En la misma lógica se pueden estudiar las relaciones entre los mercados y las diferentes expresiones de lo económico.

Un hecho sí puede dejarse sentado por ahora: las empresas son resultado histórico de la evolución de la relación individuos y sociedades¹¹, y son estos dos polos los que se resuelven en la entidad empresa. Con ello se puede desbrozar que en los requerimientos de la moderna sociedad de la información se precisa de un tipo de empresa con alta sofisticación tecnológica, sincronizada con las redes comerciales y financieras del mundo, pero, como la sociedad no es uniforme, también se precisa de las pequeñas unidades de producción de bienes y servicios y, en general, de toda la estructura organizativa decantada con el paso del tiempo. Todo este conjunto es el que, al ponerse en movimiento, construye sociedades-territorios.

En relación con la función de las empresas, las escuelas señaladas proponen que es a partir de la administración de los recursos escasos como se puede

¹¹ Para una revisión de este concepto en el cual se diferencia individuo y sociedad se toma el texto de Lhuman (2007, pp. 40 y ss.).

entender sus acciones. Esto es posible si se asume que el proceso es referido casi que exclusivamente a transformaciones del sector primario. De no ser así, y sin que por ello se pueda sacar de tajo la administración de los recursos escasos, el problema puede ser principalmente de información, y esto se acerca más a la lógica difusa que a las exactitudes euclidianas. Con ello se quiere denotar que información-decisiones, en el dato exacto derivado de una maximización, no se cumple estrictamente, como ya se enunció, y que otras álgebras ayudan a explicar el fenómeno de manera interesante.

El axioma de los recursos escasos deja de lado la formulación de Marshall (Baltra, 1973, p. 122) en relación con la organización como un factor productivo, y no se asume que ella también es un resultado cultural tangible, aunque se exprese de manera diferente de los factores. A ello habría que añadir que siendo la empresa un resultado de la construcción humana, ésta, para garantizar su perdurabilidad, debe ser capaz de asimilarse culturalmente como “grupo de interés” con expresión contenida en sus resultados. En esta perspectiva, la empresa puede reportarse como un problema de costos de transacción y, también, de la relación y vinculación con el entorno a través de los flujos de información generados por la actividad social y el resto de definiciones aceptadas y por construir, en razón a que las empresas en su estructura organizativa y funciones no son estáticas. Con ello se aproxima más a una definición compleja.

Es en este escenario de ideas en el que es comprensible el efecto de las derramas tecnológicas (*spillovers*) (Lemley & Frischmann, 2006) y los efectos vecindario (*neighbourhoods effects*) (Darlauf, 2004). Con ello se deja abierta la posibilidad de comprender la empresa como una entidad capaz de canalizar y hacer productivos los factores y, sobre todo, la relación con las demás empresas de su entorno cercano, la posibilidad de su conexión con los mercados más dinámicos y, en general, con el compromiso social que implican sus actividades.

Finalmente, desde la perspectiva de la economía de la complejidad, la empresa debe cumplir con características de autorreproducción (*autopoiesis*), es decir, capacidad de ampliación a partir de la asimilación de

la información y construcción de conocimientos generados en la propia empresa y lo adquirido en el entorno social, siendo necesario entender la sociedad como una estructura disipativa (Prigogine & Stengers, 1984), en razón a que la relación empresa-sociedad no es posible describirla de manera lineal, y su explicación debe estar basada más en relaciones no de equilibrio estricto sino a partir de reconocer como su función principal la ampliación de mercado dentro de una estrategia de perduración basada en la competencia por la generación de valores y capturas de rentas.

Un tema queda pendiente en este rápido recorrido introductorio: ¿cuál es el tamaño óptimo, no solo de empresas, sino de mercados? Una respuesta desde las primeras escuelas expuestas podría afirmar que el propio mercado determinaría el tamaño de las empresas, basado en la capacidad de asignar recursos y premiar al más eficiente, pero esto puede ser ficción académica. Cuando se cruza esta información con los problemas de perdurabilidad de las empresas, la respuesta no es suficientemente clara.

2.3. Aproximación al *sector servicios*

En este punto se vale hacer una reflexión específica alrededor del sector servicios, en razón a que, si bien son tangibles, su tangibilidad diverge de manera profunda de la producción manufacturera y requieren una clase diferenciada de política empresarial, así como de mercados, que desde Adam Smith fue pensado como la metáfora de la “mano invisible”. En ella pareciera que a los consumidores se les considerara, en general, como entes subordinados. Esto permitiría explicar las posturas de la identidad de Say (Rodríguez, 2003, pp. 83 y ss.). En este escenario de la teoría emerge con fuerza el circuito de los servicios comerciales, en sus manifestaciones antes de la segunda mitad del siglo XX, y cumple la importante función de integrador de los extremos de producción y consumo, adquiriendo con el paso del tiempo identidad propia en la configuración de factor.

Otra perspectiva puede ser expresada, como lo formula Becker (2000, pp. 133 y ss.), dentro de estrategias de *fad, fashion and norm*, en las cuales no existe la separación tajante entre producción-distribución-comercio, denotando con ello las necesidades de ajustes al proceso de construcción

de soluciones más allá de lo manufacturero, a fin de llegar a los modernos consumidores, cuyas preferencias no son solo de los bienes de consumo para garantizar la subsistencia material, que sirvieron de base a la formulación clásica, también los de alto valor agregado y los resultados de la incorporación tecnológica como medio de distinción, contrario a la masificación, que fue el paradigma industrializador.

Es en este sentido que el moderno consumo, basado en información y a partir de la creación de *moda*, fundamenta al sector servicios, y puede ser pensado como de base cultural. Ello puede implicar separarse en las concepciones del *homo oeconomicus* y acercarse al *sociologicus*. En esta línea es comprensible el *fad, fashion and norm* y, en general, las modernas versiones del consumo y las técnicas y tecnologías con las cuales el sector servicios, en especial los comerciales, hacen el puente entre productores y consumidores.

Estos antecedentes permiten establecer algunos de los criterios en relación con las relaciones establecidas como comunicación entre los conjuntos de paquetes de ofertas y conjuntos de paquetes de demandas, dada la amplitud de las comunicaciones y la posibilidad de interactuar las sociedades del mundo en tiempo real. Las empresas no son estructuras inmóviles y separadas, sino que interactúan, bien como líderes o como seguidores, en diferentes grados. Puede argumentarse, por tanto, que la relación comercial, como expresión importante de los servicios, es un flujo de información que en la medida en que capte la atención para sus propuestas por parte de los consumidores e interprete sus necesidades e intereses, es decir, sus modas, y con ellas sus culturas, puede establecer patrones o normas que hacen que los rendimientos sean económicamente considerables, como puede observarse en las estadísticas del sector.

La naturaleza de esta relación implica, de manera sustantiva, una posibilidad evolutiva (Nelson & Winter, 1994, pp. 225 y ss.)¹². Así, puede parecer que la actual sociedad de la información se diferencia de la corres-

¹² En Putterman (1994).

pondiente a los años cincuenta por las capacidades de generación, conexión e intercambio y procesamiento de datos que, al ser transformados en conocimientos, se producirán las grandes diferencias entre individuos y ciudades, como lo describe Sassen (1991).

En el sentido de lo descrito aparece una *zona crítica* donde se establecen y validan las propuestas de las empresas de servicios y los consumidores. Ello constituye el límite que permite establecer los *neighbourhoods effects* y definir la posibilidad de perdurabilidad empresarial a partir de los intereses intrínsecos de las organizaciones y el bienestar del entorno adonde llegan las firmas, desde una tienda hasta una gran superficie comercial o una empresa de tecnología y sus posibilidades de producir *software* a medida, entre otros. En esto, el aporte de la actual fase de la globalización y sus niveles de producción y socialización de la información, así como los alcances de las tecnologías de comunicación, hacen que no sea el problema comercial la apuesta definida por Say¹³, sino el resultado del diseño de estrategias que permitan una relación en que se construya firma y se valore la marca, a partir de entender las características sistémicas y disipativas de las sociedades y las acciones de los agentes.

Admitida entonces la existencia de la sociedad como el espacio de las comunicaciones en las cuales se resuelven todo tipo de intereses y necesidades, desde lo cultural hasta lo psico-afectivo, la estrategia se puede basar en satisfacer requerimientos sobre la base de ubicarse como intermediario entre producción, en un sentido muy amplio, y los intereses y necesidades de los consumidores; y que, en esencia, está determinado por la división de las labores, como una extensión del trabajo, propuesto por Smith (1983, pp. 63 y ss.), y cuyos límites eficientes se pueden asumir en función del tamaño de los mercados. Y para el caso de las estrategias de las firmas, el de sus alcances sociales.

¹³ Como lo afirma Rodríguez (2003, p. 84): "(...) Los recursos productivos no permanecerán indefinidamente ociosos por falta de demanda agregada".

En este sentido se puede hablar de la existencia de unas canastas culturales que engloban a las sociedades, entendiendo que éstas no son uniformes. Con ello aparecen no solo los procesos de masificación propios de la sociedad industrial, también los modernos procesos en los cuales se procura la búsqueda de distinciones (Bourdieu, 1988), que se puede representar como una sociedad individuo-masa y que también es explicado por Becker y Stigler (1977). Así son comprensibles algunas de las modernas propuestas, verbigracia, el *software* en el cual el contenido es mucho más valioso que sus contenedores y expresa, entre otros, la pertenencia a una élite, no solo capaz de adquirirlo, sino de manipularlo para su provecho en términos de productividad. En esta perspectiva, las labores del sector servicios pareciera que se orientan a generar la construcción de distinciones en los consumidores, a fin de que se garantice con ello recordación de la marca y expansión de la firma, pero no solo como parte de una captura de rentas, sino también de un posicionamiento social de ésta que le permita a su dirigencia reconocerse como élite. Lo cual implica el reconocimiento de las instituciones, como lo expresa North (1994), en el sentido de que para que estas condiciones se desarrollen es preciso aceptar las estructuras políticas legítimas.

A diferencia de los presupuestos convencionales de las empresas manufactureras, la productividad se podría asimilar no por la preponderancia del capital sobre el trabajo, o su complementariedad, que marcó la vigencia de la fase industrialista, sino por la velocidad de rotación de los activos y capitales, entre ellos el correspondiente al intelectual. Este en el sentido de su gran capacidad de renovación a través de la formación académica avanzada. Así no se podría asumir estrictamente como una agregación de valor real¹⁴, sino de información o de adecuación de los bienes y servicios, a efectos de generar sobre ellos *fashion and norm*, en la expresión de Becker y Murphy (2000). Pero, el equilibrio de estas acciones requiere de razones legitimadas desde el Estado, a fin de que no se desborden las relaciones entre los agentes productores y consumidores. Es debido a esto que la

¹⁴ Se entiende por esto lo correspondiente a la agregación de valor en el circuito manufacturero y que implica transformación de los bienes.

existencia de razones legítimas definidas desde el campo de la economía institucional¹⁵ (North & Thomas, 1991; Shackle, 1976; Santos, 1997; Olson, 1986; Kotler; Cámara y Grande, 1996; Coase, 1994; Becker, 1983) implicarán una reformulación de los modelos de comprensión de los servicios y, en especial, los empresariales avanzados. Lo cual generará nuevas intervenciones estatales y la creación y consolidación de una nueva institucionalidad supra e internacional (Castells, 1995).

Estas razones implican la existencia de niveles diferenciados del sector, es decir, de alcances en la participación o no de los mercados más dinámicos y, por tanto, de rendimientos significativos¹⁶. Y, aquí, el secreto de la perdurabilidad en el largo plazo es la productividad, como lo formulado por Hopenhayn y Turunen-Red (2002) a través de modelizar un sector dinámico líder y en ambientes de competencia monopólica y cuasimonopólica, en el cual la variable que expresa la dinámica hace referencia a las incertidumbres y las posibilidades en los mercados más dinámicos, como también lo plantea Melitz (2003).

2.4. Equilibrios y empresas

Los considerandos teóricos anteriores permiten asumir que existen equilibrios transitorios como resultado del azar y la evolución de las firmas, y éstos pueden ser asumidos a partir de aceptar los dispositivos heurísticos que posibilitan encontrar la razonabilidad de las decisiones, entre ellas las de inversiones, sujetos a un medio ambiente de los negocios determinado por la globalización. Así, se puede aceptar la existencia de acuerdos operativos tácitos en los cuales las actitudes pasivas, entendidas como negadoras de la innovación y, por tanto, adversas al riesgo, pueden conducir a la salida de mercado, y con ello se puede pensar también que la competitividad de las firmas se asienta sobre bases culturales.

¹⁵ En el sentido de normas definido atrás.

¹⁶ Adelante se desarrollará esta idea a partir de formular una Estrategia Evolutiva Eficiente.

De esta manera, se puede asumir que la actual búsqueda de homogeneidad¹⁷ de los contratos pretende disminuir razonablemente la asimetría de información resultado de las maneras y modos de las relaciones en la actual fase de la globalización y de la competencia en y de los mercados locales. Queda así la innovación como terreno de la función política de empresarios en procura de la búsqueda estratégica de expandir las firmas a partir de los productos o de los cambios administrativos, entre ellos la redefinición competitiva del tracto contractual. Se puede decir entonces que los juegos de carácter estratégico¹⁸ implican la capacidad de negociar, supuestas constantes, las variables funcionales empresariales, los intereses de productores y consumidores, de manera que se pueda garantizar la captura de renta y, fundamentalmente, se tenga la capacidad de intuir no solo los cambios procedentes de los mercados más dinámicos, también el cambio cultural implícito en las funciones de consumo (Aaker, 1987) o de las funciones de uso que explican los factores financieros, comerciales, la consultoría empresarial avanzada y, en general, toda la gama de ofertas del sector servicios. Y para ello se requiere de un equilibrio inestable en las empresas, que incorpore las posibilidades de emprendimiento e intraemprendimiento¹⁹ (Abell, 1980).

Así, se puede asumir la existencia de múltiples equilibrios en las firmas, sin que por ello se pueda reputar, como necesario y suficiente, la existencia de un equilibrio general. La evidencia mostrada en Sanabria (2008) implica que la base de estos equilibrios transitorios o cuasiequilibrios se organiza a partir de las culturas. Ello puede conducir a que existan intereses explícitos o implícitos que afectan la política de las empresas en lo referido a los niveles de la renta y las remuneraciones a trabajadores,

¹⁷ Por ejemplo: características técnicas, origen del bien, validez del aseguramiento posventa, entre otros.

¹⁸ Un interrogante interesante que puede hacerse desde el terreno evolutivo es si el punto fijo que redefine los cambios define la posible solución de teoría de juegos y es resultado de consensos o del azar. Una u otra solución tienen grandes implicaciones para la ejecución de políticas comerciales.

¹⁹ En el tema de la conservación existen abundantes referencias sobre el tema, como Naylor (1999) y Pinchot (1998).

entre otros aspectos. Este escenario puede ser factible bajo la óptica de las situaciones cooperativas, en razón de las necesidades de la competitividad y de la garantía de la perdurabilidad de las empresas.

Es en este sentido que se puede hablar de equilibrio organizacional (Aoki, 1986, pp. 61 y ss.) construido como un mecanismo heurístico y expresado como expectativas, con un alto grado de variabilidad, sujetas a un entorno altamente dinámico y cambiante. Lo cual en condiciones de riesgo se puede resolver por las audacias de las negociaciones (Aumann & Kurtz, 1977), asumiéndose como punto de partida los niveles mediante los cuales cada parte del equilibrio asume su propia varianza y posibilidades de pérdida y, de manera compensada, la emergencia de mejores posiciones competitivas (Harsanyi, 1977, pp.12 y ss.). Este mecanismo puede posibilitar la participación en las utilidades a partir del nivel de ventas para sectores de alta dinámica como los servicios empresariales avanzados, y a partir de ellos replicar los modelos explicativos de toda la estructura social. Ello depende, como se afirmó atrás, de la información sobre la cual se estructura socialmente el *fad-fashion*, que se puede suponer monótonicamente decreciente.

Los cambios o desequilibrios son inducidos por las nuevas formas en las cuales se ejercen las dinámicas de los mercados. Estos pueden ser del orden tecnológico con productos nuevos, cambios en los procesos o cambios en la comprensión de los fenómenos que expresan culturalmente a una sociedad o parte de ella en un momento determinado. Su permanencia en el tiempo implica el tránsito de modelo a moda, y cuando se instala como expresión de la cultura, a norma dentro del derecho consuetudinario. Es en este sentido que puede admitirse la característica disipativa (Prigogine & Stengers, 1998) de la sociedad. Esto implica que las condiciones de monotonicidad no son claramente especificables para el conjunto de la sociedad²⁰ y establece los límites de la acción de las firmas, en razón a que sus actividades dependen, principalmente, de la capacidad de transmisión de información.

²⁰ Admitiendo a ésta como territorio.

Esto implica la existencia de niveles (Hox, 1995) en los cuales algunas franjas del mercado, las menos dinámicas, configuran hipotéticamente rendimientos decrecientes y, en otras, la innovación, el emprendedurismo y las modernas formas de la gestión y el uso intensivo del conocimiento garantizan, también de manera hipotética, rendimientos crecientes. Ello se puede asimilar, de alguna manera, como resultado de la aversión o proclividad al riesgo (Aumann & Kurtz, 1977). Pero, bajo la condición de que exista una regla de repartición reconocida y legitimada, en razón a que los limitantes de la demanda los establece la oferta y viceversa, y este equilibrio transitorio, no uniforme y no monotónico, es el que se puede asumir excepcional y expresado en los precios (Hammerstein & Selten, 1994).

En este sentido, es importante tener en cuenta el problema de los equilibrios entre los precios y el crecimiento de las firmas porque refleja no solo el equilibrio interno entre los factores, también las posibilidades de emprendimiento al exterior de las empresas. A partir de ellos se organiza la competencia entre empresas, pero por sí solo no garantiza la perdurabilidad sobre la base de la competitividad en los mercados más dinámicos o su influencia marginal en los menos dinámicos. En este norte, pueden releerse los problemas del esfuerzo planteado por Stiglitz (1983) y que se puede ampliar no solo a la estructura productiva también lo correspondiente al manejo de información producida en los sectores de los servicios, así como los riesgos por la ampliación de los alcances sociales de las firmas.

Pueden aceptarse desequilibrios en las firmas en relación con los máximos teóricos, pero ello dependerá de la competencia y de los alcances estratégicos de las políticas, así como de los tamaños de las escalas. Por tanto, el comportamiento competitivo de las firmas puede ser el elemento definitorio de las estructuras de captura de rentas y de perdurabilidad de las empresas. En la gráfica 1 de la página 214 se describe este proceso, en el cual U representa la utilidad de las firmas, O las ofertas y E los límites que expresan en términos de posibilidad la permanencia-perdurabilidad. Las curvas de referencia, supuesto un corte transversal, corresponde a una normalidad temporal de referencia definida en un mercado acotado, de

acuerdo con lo planteado hasta aquí. Se puede asumir que estas curvas de referencia representan atractores mediante los cuales se establecen las comparaciones intuitivas a partir de las cuales se toman decisiones. Es a partir de esta consideración que son relevantes los *neighbourhoods effects*. En esta perspectiva, los equilibrios ortodoxos basados en precios, si bien son importantes, solo representan una posibilidad de entre las muchas que pueden presentarse en el proceso de construcción de mercado.

En el resumen presentado de manera geométrica en la gráfica 1 se pueden asumir dos tipos de opciones: por un lado, una solución asimilable al dilema del prisionero; y, también, a partir del hecho de que, en general, las empresas tienden a consolidarse como tales o desaparecer. Esto puede implicar que la evolución no es tan dinámica, es decir, se implementa en procesos lentos, en razón a la necesidad de consolidarse como modas y normas del orden consuetudinario. Ello se asemeja, en el corto plazo, a lo formulado por Akerlof (1976) como una *rat race*. Esto hace comprensible que, tomando en cuenta las condiciones de origen, se puede aceptar que las empresas busquen ubicarse en las zonas de mejores rendimientos promedios (Curva de referencia) calculados de manera cercana a una posible estimación intuitiva²¹. El tamaño en las condiciones de origen es muy importante, en razón a que, siguiendo una posible lógica similar, se puede tener mayor capacidad de procesamiento de información y disminuir la injerencia del azar o de altas posibilidades de error en el cálculo.

Una solución de estos interrogantes se da a partir del riesgo asociado al dilema de los comunes, no por la vía de la transgresión del ordenamiento institucional, sino ante la evidencia cierta de la imposibilidad de tener información completa y perfecta, o la capacidad para generarla. Un factor importante para tener en cuenta son las relaciones de jerarquía derivadas por las acumulaciones resultado del ejercicio empresarial en el mercado, por el músculo financiero o por los avances de la ciencia, entre otros aspectos.

²¹ En razón a que se puede estimar una probabilidad, pero el azar puede terminar siendo el determinante de aciertos y errores.

Descrito así, la acción de la firmas se aproxima a los mecanismos presentados a partir de las capacidades y funciones, de controles y autocontroles, *spillovers* y, en general, la aproximación, como posibilidad cierta, a una Estrategia Evolutiva Eficiente (EEE), que en la gráfica 1 se presenta como Curvas de Referencia y que expresan una aproximación a las mejores estrategias posibles de solución no solo de productividad, sino de perdurabilidad de las empresas.

Las EEE serían, entonces, comportamientos que permiten, mediante comparación, tomar decisiones en función de la creación de modas y modelos, los cuales en su desarrollo se transformarán en normas e instituciones sociales. La evolución y los ciclos se podrían explicar entonces como un juego de suma positivo en el cual los actores buscarían su expansión, como la posibilidad cierta para garantizar: por un lado, el corto plazo de rentas derivadas de su acción social y, por otro, perdurabilidad empresarial en el largo plazo. Debe ser claro que lo planteado no ignora los niveles de conflicto, sino que los asume endógenos dentro del modelo y, por tanto, resolubles en la medida en que se produce evolución, es decir, en la medida en que se complejiza la sociedad a partir de mayores interacciones e interrelaciones en el sistema, y no por simplificación de variables, como hace la economía más ortodoxa (Axelrod, 1980a, 1980b, 1981a, 1981b, 1984).

Así, para garantizar no solo la captura de rentas en el corto plazo, también la perdurabilidad en el largo plazo, no son estrictamente necesarias las maximizaciones, sino garantizar una calidad de las políticas instrumentadas en el sector, que en la gráfica de la página 214 corresponden a los diseños entre el E_1 y E_2 , acotados por la oferta de la empresa de mayor tamaño (O^3) y la utilidad correspondiente a la de menor tamaño (U^1). Se puede asumir entonces que la selección evolutiva es un problema aleatorio y no lineal, que implica gran capacidad de procesamiento de datos provenientes del entorno, y transformación mediante políticas de la demanda²² (Penrose, 1959). Es en este sentido que se puede aceptar

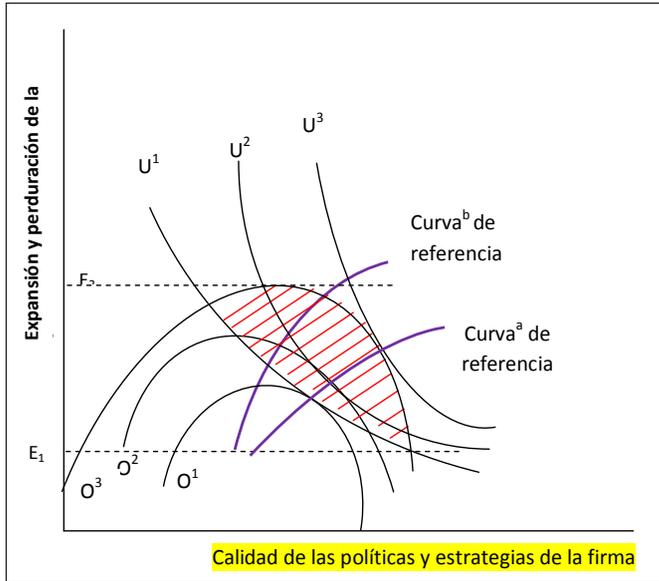
²² Una muy interesante aproximación de este planteamiento la hacen Nelson y Win-

no solo la existencia de los niveles tecnológicos como las expresiones de las empresas, también la posibilidad de las derramas y los roles del líder seguidor, así como la EEE representativa de un conjunto de empresas conformadas como industrias a la manera marshalliana, y adscritas dentro de un mercado. Es decir, la aceptación de que lo existente dentro de un espacio geográfico es resultado de la acumulación de las firmas y demás actores, agentes y agencias de la sociedad, así como las influencias, vía la exportación-importación de bienes y servicios, o el intercambio institucional.

Se puede admitir entonces la existencia de un impacto trascendental en función de la EEE. A partir de éstas se puede contribuir a explicar la posibilidad del comportamiento social competitivo de las empresas en el sentido darwiniano. En gráfica de la página siguiente se establece un techo y un piso en el cual se pueda operar. En dicha gráfica, por encima de la zona achurada se pueden generar burbujas y su consecuente destrucción de mercado, y en la zona baja, ausencia de captura de rentas y, por lo tanto, posible salida del mercado de las empresas.

El concepto básico con que finaliza el marco teórico, la EEE, implica que los resultados a partir del seguimiento de reglas dentro de un ordenamiento institucional preestablecido no corresponden estrictamente con un único punto fijo estable, también son aceptables múltiples desviaciones, correcciones o redefiniciones de la EEE, aunque implique la posibilidad de asumir disminución en los beneficios, si los cambios garantizan una ampliación de las firmas, o también, si son consecuencia posible de errores de cálculo del riesgo implícito en decisiones, o del riesgo resultante de las interacciones e interacciones con el entorno, es decir, de las posibilidades competitivas asociadas al ejercicio de la firma y los cambios de escenarios en referencia principalmente a la innovación.

ter (1982), y su interpretación de los fenotipos, asociados a las decisiones empresariales, y los genotipos, formados por reglas y estructuras organizativas. A partir de la imitación con adhesiones de innovación que implicaría la existencia de unos juegos como positiva para el conjunto del sector. Si el ciclo se presenta, se podría aceptar un caso excepcional de suma cero.



Fuente: Elaborado por el autor.

Gráfica 1. Escenario de las Estrategias Evolutivas Eficientes

Sin embargo, se puede admitir que existirán puntos con estabilidad que en su acumulación social, en el sentido de la geometría fractal, se pueden asumir como atractores o empresas líderes del sector cuyas políticas son de la mejor calidad posible. Este grado de calidad de las políticas y las decisiones en las empresas depende de las condiciones iniciales, la capacidad de procesamiento de información y su transformación en conocimiento, de las condiciones del entorno y del estado de la competencia con otras firmas.

Desde estas perspectivas se asume que la empresa no es solo una función de producción, sino resultado de múltiples interacciones e interacciones en el espacio social adonde llega con su propuesta de oferta y sus posibilidades de aceptación y transformación de la demanda. Así, éstas son resultado de la existencia de un sistema y su función competitiva se acerca a la búsqueda del desequilibrio que garantice una evolución cultural de la demanda. Pero, también, en el interior de las firmas y empresas no existe

una uniformidad de intereses y objetivos, estableciendo la diferencia la posibilidad de organizar puntos con estabilidad a partir del cual se organice el cambio evolutivo propio y en relación con el entorno. El problema económico entonces es: “integrar las demás dimensiones metaeconómicas sin que el cálculo económico se empobrezca, sino que, al contrario, se enriquezca” (García Echevarría, 1993, p. 12).

Finalmente, la generación de estos puntos con estabilidad son resultados de las estrategias de los actores con potenciales capacidades de toma de decisiones y cuyo pago, al revertirse como ampliación de la firma, garantice la perdurabilidad de la misma. Pero, si bien el modelo (*fad*) colocado en el mercado se lo puede tipificar como un “objeto social trascendente y comercialmente importante”, solo en la medida en que se integre en la sociedad y se transforme en moda (*fashion*) asegura la captura de rentas y, por lo tanto, el éxito a las empresas. En este sentido se puede hablar de acuerdos estratégicos en los cuales los saldos son de suma positiva en el conjunto de la sociedad. De esta manera, habrá estrategias robustas y otras que se pueden denominar administrativamente torpes, pero necesarias para la consolidación de las primeras y cuya relación facilita, como punto de inicio, los *spillovers* y, en algunos eventos, las soluciones oligopolísticas o de alternativas como las reseñadas atrás como procesos intrafirma, de cuasimonopolio e, incluso, las estrategias de innovación cuando están generadas y tienen posibilidades en ambientes egoístas (Axelrod, 1981b).

En estas estrategias es importante tener en cuenta el papel evolutivo que cumplen las tecnologías y su cambio o variabilidad continua, aparejado con los mecanismos de difuminación y transmisión, así como las maneras y modos definidos temporalmente en función del propio cambio y nivel de desarrollo de la sociedad que va a consolidar una u otra de las posibilidades de los mecanismos de selección y de las alternativas de adaptación²³.

²³ A partir de lo formulado se puede aceptar la existencia de un comportamiento medio que hace referencia a la productividad de las empresas (Curvas de referencia de la gráfica de la página anterior) y que da paso a la estructura metodológica con la cual se intentará resolver

Así es posible considerar dos alternativas: una, la descrita como la *rat race*, es decir, la permanencia en sectores por debajo de la EEE descrita en la gráfica de la página 214 como curva^a de referencia, o encontrar una solución evolutiva saltándose a una nueva curva de referencia como la indicada como curva^b. Ello implica entonces asumir lo formulado en el esquema del *chicken game* con la generación de nuevos puntos con estabilidad (atractores) a partir de los cuales se expresa una nueva forma de acumulación social.

3. A MANERA DE CONCLUSIÓN

A lo largo de estas líneas se ha teorizado partiendo de reconocer que las conclusiones sobre el sector servicios, comúnmente asumidos en las estadísticas convencionales, se pueden quedar cortas frente al desarrollo de las telecomunicaciones, así como de la integración de la economía en la actual fase de la globalización. Los modelos explicativos de esta circunstancia van desde las extensiones actuales de la propuesta neoclásica hasta los modernos desarrollos de la economía evolutiva, en los cuales Schumpeter, Nelson, Hodgson y muchos más plantean distintas posibilidades interpretativas de la expansión de los mercados y la postura de los agentes y las agencias cuyas acciones, al transformar la realidad, los ubica como sujetos de cambio.

el problema y permita apreciar la perdurabilidad de las empresas, a partir de las siguientes consideraciones generales:

Esta perspectiva se basa en las consideraciones sistémicas y, por tanto, dentro del articulado de la teoría de la complejidad y sus formalizaciones;

Sus alcances implican una mirada holística;

Los datos de la realidad no son considerados máximos, sino una probabilidad cierta, concretada de muchas opciones, entre ellas la correspondiente a los máximos definidos en las escuelas clásicas.

El origen de los datos del DANE a través de las encuestas de servicios.

La arquitectura de datos se manejará bajo consideraciones vectoriales y a partir del concepto del tiempo de Lyapounov a fin de establecer la tendencia de las relaciones de *neighbourhoods effects* y a partir de su tendencia determinar las condiciones de los *spillovers* del sector.

Uno de los problemas relevantes que se debe tener en cuenta en la acción social, se puede enunciar como las circunstancias de las asimetrías resultado de las desigualdades nacionales y regionales, la existencia de valores culturales y las diferencias lingüísticas entre los diferentes territorios, como se planteó párrafos atrás. Aun con esta limitación es posible aceptar que mediado por diferentes niveles cualitativos y cuantitativos, a lo largo del mercados mundiales se irán produciendo innovaciones radicales o de procesos y que éstos, en la medida en que expanden el mercado, bien sea con productos nuevos o con disminución del tamaño de la escala, se va alcanzando una mayor integración de los mercados, y con ello se generan mejores posibilidades para captura de cuasirrentas y se estimula la dinámica económica, como es registrable en los indicadores estadísticos usualmente reportados.

En esta dirección es importante resaltar la propuesta de Marshall (1997) y su símil en el sentido de que las empresas son a la industria lo que los árboles son al bosque; también los aportes de pensadores como Coase, Baumol, Hosgzon y Williamson, entre otros de los reseñados a lo largo del texto. Uno de ellos, Becker (2000), fomentó el problema en un escrito corto como *Fad, Fashion and Norm*, y Stiglitz y Shapiro (1984), como un problema del esfuerzo de los trabajadores en su concurrencia a la generación del producto. Pero ello es preciso entenderlo dentro de los nuevos esquemas de las ciencias de la complejidad, en especial los aportes del evolucionismo económico, que impactaron sobre toda el área de las ciencias sociales, con los trabajos de autores como Kahneman (1997), Taversky y Heath (1991), Thaler y Sustein (2008) y Darlauf (2004), entre otros. A partir de ellos se puede reconocer los fenómenos de *spillovers* y los *neighbourhoods effects*.

Con base en lo enunciado por estos autores y otros que fueron reseñados en su momento se puede admitir que el tratamiento al sector servicios, pensada de una manera muy amplia, presenta grandes diferencias entre el anclaje neoclásico explicativo de los supuestos que permiten entender la propuesta del equilibrio y que se basan en la cultura fabril, desarrollada en la segunda gran fase de la globalización, y las circunstancias del actual fenómeno de la información y los recursos tecnológicos que permiten una

gran velocidad en su transmisión. En esa perspectiva es que la propuesta de Becker (2000) de *fad, fashion and norm* recrea la construcción económica, en tanto que el tránsito de uno a otro concepto principalmente se efectúa a través del manejo de la información y la construcción de sociedad, estableciendo un nuevo principio fundante de la concepción de los servicios.

En esta perspectiva se puede asumir que el problema no se resuelve a partir de las optimizaciones, como lo formula la estructura neoclásica más ortodoxa, en tanto en cuanto las decisiones se fundan con un gran componente de intuición, y así su estructura probabilística está sujeta al azar. Como se propone, el problema se resuelve, aparentemente, desde la formulación de una Estrategia Evolutiva Eficiente que junta el conocimiento de los agentes y las agencias, el riesgo y la incertidumbre, la cultura sobre la base de lo territorial, la experiencia de los individuos y la capacidad de captar la tendencia de la sociedad y reducir su complejidad a punto de generar una propuesta susceptible de ser aceptada y transformada finalmente en un cambio social o, por lo menos, generar mayor nivel de rentas y cuasirentas.

La Estrategia Evolutiva Eficiente depende de la capacidad de procesamiento de información de los agentes, de la estructura competitiva a partir de la cual se toma las decisiones, y de muchas otras variables que no responden estrictamente a la construcción probabilística de los precios y que, en general, se puede asociar a la cultura. Se podría asumir múltiples equilibrios parciales restringidos. Pero éstas, las restricciones, terminan siendo, en virtud de la actual fase de la globalización, todo el resto del conjunto del sistema mundo, y ello desvirtúa la propia teoría del equilibrio. Se puede aceptar como un equilibrio heurístico, y ello nos acerca a la teoría de la innovación, también acotada por la posibilidad de la ampliación de los mercados y los límites de la firma, como se puede entender expresada en la gráfica de la página 214 la zona comprendida entre E_1 y E_2 .

De ello resultan dos escenarios en los cuales se puede intentar resolver la competencia en el mercado: uno en el cual la competencia se desarrolla en los términos estratégicos que implica la disminución del tamaño de la

escala o el desarrollo de la estrategia de innovación radical o de procesos, como lo sugiere Nash (1950), entre muchos de los autores que tocan el tema y de los cuales se fue tomando ideas a lo largo de este texto. Este tipo de competencia se aproxima a E_1 en la gráfica de la página 214, a partir de valores medios intuitivamente apreciados en la actividad emprendedora. Dos, también se puede participar en las Estrategias Evolutivas Eficientes a partir de asumir conductas que son explicables desde lo planteado como *chicken game* y el *rat race* por Akerlof (1976).

Serán entonces las apreciaciones intuitivas, o captaciones de la realidad por parte de los agentes económicos, las que iniciarán el cambio e implicarán la expansión del mercado. El papel del sistema será de reductor de la complejidad, como lo formula la teoría la complejidad y lo asume la economía evolutiva, de la cual se está considerando las apreciaciones sobre la Estrategia Evolutiva Eficiente para producir la retroalimentación necesaria para consolidar los procesos sociales.

Referencias

- Aaker, D. A. (1987). *Management estratégico de mercado*. Barcelona: Editorial Hispano-Europea.
- Abell, D. F. (1980). *Defining the Business: The Strategic Point of Strategic Planning*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Abrego, L. & Whalley, J. (2003). Goods market responses to trade shocks and trade and wages decompositions. *The Canadian Journal of Economics*, 36 (3), 747-757.
- Akerlof, G. (1976). The economics of caste, and of the rat race and other woeful tales. *Quarterly Journal of economics*, 90, 599 - 617.
- Aoki, M. (1986). *The co-operative game theory of the firm*. New York: Oxford University Press.
- Aumann, R. & Kurtz, M. (1977). Power and taxes. *Econometrica*, 45, 1137 - 1160.
- Axelrod, R. (1980a). Effective Choice in the Prisoner's Dilemma, *Journal of Conflict Resolution*, 24, 3 - 25.
- Axelrod, R. (1980b). More Effective Choice in the Prisoner's Dilemma. *Journal of Conflict Resolution*, 24, 379-403.
- Axelrod, R. & Hamilton, W. D. (1981a). The Evolution of Cooperation. *Science*, 212 (4489), 1 390 -1 396.

- Axelrod, R. (1981b). The emergence of cooperation among egoists. *The American Political Science Review*, 2, 306-318.
- Axelrod, R. (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Balra, A. (1973). *Teoría económica*, vol. I. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98 (5), 893 - 921.
- Becker, G.S. & Stigler, G.J. (1977). The gestibus non est disputandum. *The American Economic Review*, 67 (2), 76 - 90.
- Becker, G. S. (1983). *El capital humano*. Madrid: Alianza Editorial.
- Becker, G. S. (1993). Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior. *Journal of Political Economy*, 101 (3), 385-409.
- Becker, G. S. & Murphy, A. (2000). *Social Economics, Market Behavior in a Social Environment*. Boston: Harvard University Press.
- Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bell, D. (1982). *Contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bueno, E. & Morcillo, P. (1993). *Fundamentos de Economía y Organización Industrial*. Madrid: McGraw-Hill.
- Castells, M. (1995). *La ciudad informacional (tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional)*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cahuc, P., Marque, F. & Wasmer, E. (2008). A Theory of Wages and Labor Demand with Intra-Firm Bargaining and Matching Frictions. *International Economic Review*, 49 (3), 943 - 972.
- Capra, F. & Steindl-Rast, D. (1993). *Pertenecer al universo*. Buenos Aires: Planeta.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386 - 405.
- Coase, R. H. (1960). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1 - 44.
- Coase, R. H. (1994). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza Editorial.
- DAPD (2005). *Equidad en la tarifas de los servicios públicos*. Bogotá: DAPD.
- Darlauf, S. (2004). Neighborhoods effects. *Handbook of regional and urban economics*, vol. IV. San Diego, CA: Elsevier.
- Elías, N. (1987). *El proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Eslava, M., Haltiwanger, J. C. Kugler, A. & Kugler, M. (2009). 2009. *Trade Reforms and Market Selection: Evidence from Manufacturing Plants in Colombia*. NBR Working Papers Series. En www.nber.org/papers/w14935
- Evans, G.W., Honkapohja, S. & Romer, P. (1998). 'Growth cycles'. *American Economic Review*, 88, 495 - 515.

- Fernandes, A. (2007). Trade Policy, Trade Volumes and Plant Level Productivity in Colombian Manufacturing Industries. *Journal of International Economics*, 71(1), 52 - 71.
- García, S. (1993). *Teoría económica de la empresa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Garratt, R. J., T. Tröger y C. Z. Zheng (2009). Collusion via Resale. *Econometrica*, 77 (4), 1095-1136.
- Gunter, L. F., Jeong, K. H. & White, F. C. (1996). Multiple policy goals in a trade model with explicit factor market. *American Journal of Agricultural Economics*, 78 (2), 313 -330.
- Hamelink, C. J. (1981). *La aldea transnacional (el papel de los trusts en la comunicación mundial)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hammerstein, P. & Selten, R. (1994). Game theory and evolutionary biology. In Aumann, R. J. & Hart, S. (Eds.), *Handbook of Game Theory with Economic Applications*, vol. II (pp. 929 - 993). Amsterdam: Elsevier.
- Harsanyi, J. (1977). *Rational behavior and bargaining equilibrium in games and social situations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodgson, G. (1993). *Economics and evolutions*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Hodgson, G. M. (1997). The ubiquity of habits and rules. *Cambridge Journal of Economics*, 21(6), 663 - 684.
- Honkapohja, S. & Turunen-Red, A. (2002). Complementarity, Growth, and Trade. *The Canadian Journal of Economics*, 35 (3), 495 - 516.
- Hopenhayn, H. (1992). Entry, exit, and firm dynamics in long run equilibrium. *Econometrica*, 60, 1127-1150.
- Hox, J. (1995). *Applied multilevel analysis*. Amsterdam: TT-Publikaties.
- Ianni, O. (1998). *La sociedad global*. México, D. F.: Siglo XXI Editores, S.A de C. V., CIICyH UNAM.
- Kahneman, D. (1997). *Atención y esfuerzo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Kim, J. & Finkelstein, S. (2009). The Effects of Strategic and Market Complementarity on Acquisition Performance: Evidence from the U.S. Commercial Banking Industry, 1989-2001. *Strategic Management Journal*, 30 (6), 617 - 646.
- Knight, F. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Kotler, P., D. Camara & Grande, I. (1996). *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Krugman, P. (1991). *Una política comercial estratégica para la nueva economía internacional*. México: Fondo de Cultura Económica..
- Lemley, M. A. & Frischmann, B. M. (2006). Spillovers. *Columbia Law Review*, 100 (2). En SSRN: <http://ssrn.com/abstract=898881>.

- Luhman, N. (1997). *Teoría política en el Estado de Bienestar*. Madrid: Alianza Universidad.
- Luhman, N. (1998). *Teoría de los sistemas sociales*. Barcelona: Antrophos.
- Luhman, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. México: Herder.
- Marshall, A. (1997). *Principles of Economics*. New York: Prometheus Books.
- Maynard, J. (1979). *Acerca de la Evolución*. Barcelona: Blume.
- Maynard, J. (1980). Models of Evolution of Altruism. *Theoret. Population Biol*, 16 (2), 151-159.
- Maynard, J. & Price, G. R. (1973). The Logic of Animal Animal Conflict. *Nature*, 246 (5427), 15 -18.
- McClure, S., Damon, J. L., Cypert, K., Montague, L.M. & Montague, P. R. (2004). Neural Correlates of Behavioral Preference for Culturally Familiar Drinks. *Neuron*, 44, 379 -387.
- Melitz, M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71 (6), 1695 - 1725.
- Nash, J. F. (1950). Equilibrium points in N-Person Games. *Proc. Nat. Acad. Sci. USA.*, 36, 48-49.
- Naylor, K. (1999). Gifford Pinchot, the Conservation Movement, and the Social Gospel. In Christopher H. Evans (Ed.), *Perspectives on the Social Gospel*. Lewiston: The Edwin Mellen Press.
- Nelson, R. (1994). The Theory of the Firm (II). In *The Elgar companion to institutional and evolutionary economics* / editado por Geoffrey M. Hodgson, Warren J. Samuels, and Marc R. Tool. Aldershot: Edward Elgar Publishing.
- Nelson, R. & Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Nelson, R. & Winter, S. (1994). De una teoría evolutiva del cambio económico. En Putterman, L., *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- North, D. C. (1994). *Estructura y cambio en la historia económica*. Madrid: Alianza Editorial.
- North, D. C. & Thomas, R. P. (1991). *El nacimiento del mundo occidental. Una nueva historia económica (900-1700)*. Madrid: Siglo XXI.
- O'kean, J. M. (2000). *Economía para Negocios. Análisis del entorno económico de los negocios*. Madrid: MacGraw-Hill.
- Olson, M. (1986). *Auge y decadencia de las naciones*. Barcelona: Ariel.
- Pavcnik, N. (2002). Trade Liberalization, Exit, and Productivity Improvements: Evidence from Chilean Plants. *Review of Economic Studies*, 69, 245 - 76.

- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell.
- Pinchot, G. (1998). *Breaking New Ground*. Washington, D.C.: Island Press.
- Piore, M. J. & Sabel, Ch. F. (1990). *La Segunda Ruptura Industrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Posner, R. A. (1975). The Social Costs of Monopoly and Regulation. *The Journal of Political Economy*, 83 (4), 807 - 828.
- Prigogine, Y. & Stengers, I. (1984). *Order Out of Chaos: Man's New Dialog with Nature*. New York: Bantam Books.
- Prigogine, Y. & Stengers, I. (1998). *Entre el tiempo y la eternidad*. Buenos Aires: Alianza Argentina.
- Putterman, L. (1994). *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rodríguez, J. C. (2003). *La economía laboral en el período clásico de la historia del pensamiento económico*. [Tesis doctoral]. Universidad de Valladolid. En <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/52>.
- Sanabria, N. (2008a). *Rutinas, evolución y competitividad*. Proyecto de investigación culminado en el SIU de la Universidad Autónoma de Colombia. Bogotá: versión original en archivos del SUI.
- Sanabria, N. (2008b). The Values and Competitiveness. *Publindex*, 6 (14), 59 - 87. Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1510412>
- Sanabria, N. & Velez, J. (2009). The Quality of Education from a Functional Perspective. *Magazine University and Business*, 8 (16), 172-214. Disponible en <http://ssrn.com/abstract=1511920>
- Santos, M. (1997). *Los economistas y la empresa. (Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico)*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Schumpeter, J. A (1997). *Teoría del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schweinberger, A. G. (1996). Procompetitive Gains from Trade and Comparative Advantage. *International Economic Review*, 37 (2), 361-375.
- Shackle, G. L. (1976). *Epistemología y Economía (Crítica de las doctrinas económicas)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, A. (1958). *Investigaciones sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. México.
- Smith, A. (1983). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (3 vol.). Barcelona: Orbis.
- Solow, R. (1957). Technical change and the aggregate production function, *Review of Economics and Statistics*, 39, 312 - 320.

- Stiglitz, J. & Shapiro, C. (1984). Equilibrium Unemployment as a Worker Discipline Device. *American Economic Review*, 74 (3), 433 - 444.
- Taversky, A. & Heath, C. (1991). Preference and belief: ambiguity and competence in choice under uncertainty. *Journal of risk and uncertainty*, 4, 5 - 28.
- Thaler, R. & Sustein, C. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press.