

OIKONOMICS

Revista de economía, empresa y sociedad

N.º 5, mayo de 2016

Revista de los Estudios de Economía y Empresa

<http://oikonomics.uoc.edu>

ISSN 2339-9546

Universitat Oberta de Catalunya

N.º 5, mayo de 2016

Editorial

Una reflexión necesaria

Carolina Hintzmann y Joan Miquel Gomis..... 3

Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad» coordinado por Carolina Hintzmann

En busca de la pluralidad perdida

Ramon Ribera Fumaz 6

Rebelión en las aulas de economía: por qué poner fin a la monocultura neoclásica

Ferran Español Casanovas y Laura de la Villa Aleman..... 12

La precaria enseñanza de la economía

Carlos Berzosa Alonso-Martínez..... 19

La economía del conocimiento y el conocimiento de la economía

Joan Torrent-Sellens..... 26

Elisenda Paluzie: «No podemos seguir enseñando economía
como sí en los últimos veinte años no hubiera pasado nada»

Carolina Hintzmann y Joan Miquel Gomis..... 33

Trabajos finales

Estudio de satisfacción y posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz

Itziar Galdos Valdecantos 38

Miscelánea

¿Qué papel juega la marca de distribuidor en los surtidos
de las cadenas de distribución alimentaria?

Juan Carlos Gázquez-Abad..... 45

UNA REFLEXIÓN NECESARIA

Repensando la enseñanza de la economía en la universidad

Carolina Hintzmann

Directora del grado de Economía de la UOC

Joan Miquel Gomis

Director de *Oikonomics*. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

En su quinta edición, la revista *Oikonomics* dedica este número a un tema de especial relevancia, como es el de la reflexión sobre la enseñanza de la economía en la universidad. Grupos de estudiantes y de profesores cuestionan los planteamientos y la orientación de esta formación, una crítica que se ha intensificado con la última crisis, pero que ya existía con anterioridad.

Para analizar esta cuestión, hemos recogido varias opiniones que reflejan con la profundidad necesaria los ejes centrales de la crítica, que tienen como denominador común la carencia de pluralidad. En la primera reflexión, a modo de introducción, el investigador del Internet Interdisciplinary Institute de la UOC, Ramon Ribera, revisa los orígenes del debate sobre el pluralismo en la enseñanza de la economía. Un debate cuyos orígenes el autor sitúa hace más de cuarenta años. Con toques autobiográficos, Ribera repasa y contextualiza de manera didáctica los momentos clave de la historia de la reflexión sobre el proceso que él denomina «despluralización de la economía».

En este entorno, la última crisis económica ha intensificado las actividades de varios colectivos de estudiantes que, en diferentes países, han hecho sentir su voz crítica con relación a la enseñanza de la economía. Estas voces se han agrupado en torno a grupos como el denominado Post-Crash, a los que están vinculados los autores del segundo artículo de este número, Ferran Español y Laura de la Villa. En su texto, los autores quieren poner de manifiesto la necesidad de que la formación económica sea por el bien de los estudiantes, pero también del mundo académico, las empresas y la sociedad en general, más plural desde una perspectiva teórica, metodológica e interdisciplinar.

Por su parte, abundando en este tema, el catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, Carlos Berzosa, afirma que en las últimas décadas se observa «una tendencia general para convertir la economía en un conocimiento que pretende asemejarse a las ciencias puras, como la matemática, y las ciencias experimentales, como la física». Señala que se prioriza la formación cuantitativa basada en la teoría neoclásica y se menosprecia lo que se denomina «literatura económica». En este contexto, entiende que cuestiones básicas para el análisis del mundo contemporáneo como la globalización, las desigualdades, la pobreza, el hambre... no son tratadas de forma adecuada.

El profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Joan Torrent, introduce en el debate una perspectiva diferente. Analiza la cuestión desde el concepto de economía del conocimiento que, en el marco de la tercera revolución industrial, está transformando el paradigma científico de la economía y, por tanto, de su enseñanza. En su artículo defiende la opción de articular nuevas funciones del comportamiento y nuevas métricas de la economía. Un planteamiento que debería provocar cambios como, entre otros, avanzar desde el compor-

tamiento individual hacia el compromiso colectivo o de la competencia oligopolística a la red de negocios. Y en cuanto a la docencia, propone, entre otros aspectos, reconfigurar la organización de la educación de la economía hacia una red interdisciplinar de conocimiento transversal para resolver problemas.

En la entrevista final que completa el dossier, Elisenda Paluzie, decana de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona (UB), nos explica cómo afecta este debate a un centro de formación universitaria de referencia como es la UB. Paluzie se hace eco de las críticas de falta de pluralidad en la enseñanza y analiza la situación en el caso de la Facultad que dirige. Considera que, en general, hay que hacer un esfuerzo para evolucionar en la docencia de la economía, puesto que no se puede seguir enseñando economía como si no hubiera pasado nada en los últimos veinte años. En este sentido, hace una mención especial al llamado *The Core Project* como una iniciativa a tener en cuenta para presentar nuevas herramientas y manuales docentes para replantear la enseñanza de la economía.

En la sección de Miscelánea, en esta edición se incluye un artículo de Juan Carlos Gázquez, profesor titular de la Universidad de Almería y profesor colaborador de la UOC, sobre las llamadas «marcas de distribuidor», que califica como «fenómeno social y económico». El artículo analiza el papel de estas marcas en la cadena de distribución alimentaria y cómo están afectando tanto a los intereses de los minoristas como a sus estrategias comerciales.

En la sección de Trabajos Finales, se recoge el estudio de satisfacción y posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz realizado por la graduada en Marketing e Investigación de Mercados, Itziar Galdos. Con esta propuesta, para un acontecimiento deportivo se presenta un planteamiento para «obtener indicadores y resultados objetivos sobre la satisfacción de los participantes y conocer el posicionamiento de la marca para establecer planes de acción en el planteamiento estratégico global del evento, basados en datos fiables y no en meras percepciones», como se indica en el trabajo.



Carolina Hintzmann

chintzmann@uoc.edu

**Profesora de los Estudios de Economía
y Empresa (UOC)**

Doctora en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la misma universidad. Directora del grado de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y coordinadora de movilidad internacional de los mencionados estudios. Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la macroeconomía, el crecimiento económico, la productividad del trabajo y el *e-Learning*. Es miembro del grupo de investigación Management & e-Learning (MeL).



Joan Miquel Gomis

jgomisl@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor por el Departamento de Economía y Organización de Empresas de la Universidad de Barcelona. Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB. Director del programa (grado) de Turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Director de *Oikonomics*. Ha sido codirector académico (2006-2010) del máster sobre Gestión, Política y Estrategia de los Destinos Turísticos, organizado conjuntamente por la UOC y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la dirección estratégica de la empresa turística, la aplicación de las TIC a la distribución y en el ámbito de la responsabilidad social. Investigador del grupo consolidado GRATET y miembro del Laboratorio del Nuevo Turismo de la UOC.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad»

LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA

En busca de la pluralidad perdida

Ramon Ribera Fumaz

Internet Interdisciplinary Institute, Universitat Oberta de Catalunya

RESUMEN Desde una perspectiva a veces autobiográfica, otras mediante momentos clave en la disciplina, el artículo reflexiona sobre la historia de la despluralización de la economía. Lo hace mediante un viaje a través de tres ciudades y tres décadas diferentes en la enseñanza de la economía y contando cinco historias.

PALABRAS CLAVE enseñanza de la economía; pluralismo; teoría neoclásica; economía heterodoxa

In search of the lost plurality

ABSTRACT *This article reflects on the history of the loss of plurality in economics, from an autobiographical perspective and with regard to some of the key moments in the discipline. To do so the article embarks on an exploration of economics learning in three cities at three different periods, telling five stories.*

KEYWORDS *economics learning; pluralism; neoclassical economics; heterodox economics*

Introducción

En los últimos años, como consecuencia de la crisis económico-financiera global, ha surgido un debate sobre el papel de los economistas y las universidades en cómo enseñar economía. ¿Qué economía estamos enseñando a los estudiantes? ¿Qué papel ha tenido la teoría económica y su enseñanza en construir modelos económicos que se han demostrado fallidos? Han sido preguntas que se han debatido intensamente en las facultades de economía y fuera de ellas. Uno de los puntos más debatidos ha sido si el problema radica en la falta de pluralidad de enfoques a la hora de enseñar la disciplina. Muchas de las intervenciones en estos debates enmarcan esta falta de pluralidad en un contexto muy concreto, el actual y en relación con la crisis económica. Pero el objetivo de este artículo es diferente. El debate sobre el pluralismo tiene más de cuarenta años de existencia y es precisamente esto lo que este artículo pretende revisar. Desde una perspectiva a veces autobiográfica, otras mediante momentos clave en la disciplina, el artículo reflexiona sobre la historia de la despluralización de la economía. Lo hace mediante un viaje a través de tres ciudades en tres décadas diferentes en la enseñanza de la economía y contando cinco historias.

1. Barcelona: una nota sobre la falta de pluralidad

Empezamos el viaje en la Barcelona olímpica de los años noventa, cuando entré en la facultad. Todavía se estudiaba la licenciatura de Ciencias Económicas y Empresariales, donde en segundo curso elegías si querías hacer empresa (ahora ADE) o economía general (ahora Economía). La minoría que elegimos Economía General estábamos motivados por comprender cómo funciona el mundo económico y aprender cómo podíamos transformarlo, cómo podíamos acabar con el desarrollo desigual entre países o con el paro, por ejemplo. No mediante grandes ideologías, sino mediante el conocimiento económico.

Fuimos la última promoción del plan de estudios de cinco años. Lo que nos encontramos fue una disciplina coherente y compacta alrededor de un paradigma teórico, la economía neoclásica. De las veinticinco asignaturas anuales, dos tercios estaban enfocadas desde esta aproximación, ya fuera la síntesis neoclásica o la nueva macroeconomía. Durante los diferentes cursos, a veces entrábamos a fondo en la teoría; en otros aprendíamos sus aplicaciones, sus metodologías o nos servía de marco para analizar la realidad. En todas las asignaturas, los exámenes normalmente seguían una estructura similar: demostrar que habíamos aprendido la teoría y la sabíamos aplicar contestando preguntas con una sola respuesta válida, modelizando, utilizando las metodologías o resolviendo problemas con lo que habíamos aprendido. Rara era la ocasión en que se confrontaban diversas posiciones teóricas fuera de la ortodoxia neoclásica, como mucho algún pequeño contraste con el nekeynesianismo.

El tercio restante, en mayor o menor medida, eran cursos que contenían diferentes paradigmas teóricos. Seguramente, el grado de pluralidad que ofrece un tercio de las asignaturas que versan sobre diferentes visiones de cómo entender la economía es muy superior al que ofrecen los planes de estudio desarrollados a partir de mediados de los años noventa del siglo pasado. De todas formas, las asignaturas en las que veíamos perspectivas diferentes a la ortodoxia estaban incrustadas en el plan de estudios de una manera un tanto especial. En sociología, por mucho que estudiáramos cómo Durkheim, Weber o Marx entendían la economía, era sociología, no economía; y lo mismo podríamos decir de la economía ecológica: era ecología, no economía. Las historias no solo no eran economía, sino que visto el momento en que estábamos en la facultad, la caída del Muro de Berlín y la firma del Tratado de Maastricht reafirmaban que otras visiones de la economía eran cosa del pasado. Introducción a la economía e Historia del pensamiento económico reforzaban (a veces involuntariamente) uno de los *bestsellers* de la época, *El final de la historia*, de Francis Fukuyama (1992): después de Smith, Ricardo, Marx, revolución marginal, Keynes, síntesis neoclásica, nueva macroeconomía. En cada período, una escuela de pensamiento. Si en las facultades de economía de los años setenta, estudiar economía era estudiar economía política, en los noventa, la economía política estaba marginada. Del giro cultural y posmoderno que inundaba las otras ciencias sociales ni hablar. Finalmente, Desarrollo económico iba desapareciendo de los programas universitarios y era sustituida por Crecimiento económico. En resumen, estas asignaturas, para la mayoría de profesores que tuve y muchos de mis compañeros de promoción –salvando honrosas excepciones–, no eran parte de la disciplina de economía (*economics*), no eran ciencia y, por tanto, no definían la economía.

Así que si querías aprender otras maneras de entender la economía o interrogarte hasta qué punto la teoría económica que marcaba la disciplina generaba más preguntas que respuestas solo te quedaban dos alternativas. Una de ellas era marchar a estudiar economía a otro sitio (no necesariamente del país). Así que, unos años más tarde, hice un máster en Economía en un departamento de geografía, lo que nos lleva a la siguiente parada, Manchester a principios del siglo XXI.

2. Manchester: una nota plural

Como economista y estudiante de economía lo primero que me sorprendió fue cómo estaban planteadas las diez asignaturas del curso. En cada una de ellas tratábamos un objeto de estudio desde perspectivas teóricas, metodológicas o empíricas; en cada una se nos presentaban las diversas teorías y enfoques existentes sobre el tema en cuestión. Estos podían ser economía ortodoxa, institucionalismo, marxismo, postestructuralismo, feminismo, ecología política, etc. No se trataba de separar lo que era economía o la teoría de ninguna disciplina

en particular. Tanto en clase como en los exámenes se trataba de comprender las diferentes aproximaciones, contrastarlas y ser capaces de posicionarnos con argumentos académicos dentro de los debates, independientemente de la posición teórica del profesor. Es decir, el pluralismo formaba parte del currículum del estudiante, no solo para conocer la variedad de aproximaciones al estudio de la economía o la geografía. El pluralismo era parte del método de aprendizaje: conocer las diversas posiciones, analizar críticamente las diferentes teorías (incluidas tanto la posición del profesor como la propia) para que el estudiante fuera capaz de construir su propia visión de la economía, ser consciente de sus ventajas pero también de sus limitaciones y ser capaz de dialogar y debatir con diversas visiones. A raíz de estas dos historias personales, podríamos pensar que la falta de pluralismo es un hecho local. Para averiguarlo, en la siguiente sección nos dedicaremos a comparar.

3. Manchester-Barcelona: una nota comparativa

Contrastando con mis compañeros de universidad que estaban estudiando másteres en Economía constaté que la economía se enseñaba en ambos países de forma similar y que generaba los mismos problemas y soluciones. De hecho, en Manchester, en la segunda década del siglo xx encontramos un ejemplo de la segunda alternativa al estudio plural de la economía: la autogestión. Los estudiantes de economía de la Universidad de Manchester, que habían entrado en el grado justo durante los años del estallido y la parte más dura de la crisis (2008-2011), crearon la Post-Crash Economics Society¹ en 2012. En su auto fundacional, que consta en su página web, nos explican el porqué:

«Nos inspiró empezar la sociedad cuando oímos sobre la conferencia del Banco de Inglaterra de 2011: *Are Economics Graduates Fit for Purpose?* En este coloquio, economistas muy destacados de la esfera pública y privada vinieron a debatir si se estaba enseñando a los graduados en económicas las cosas correctas vista la crisis financiera. Esta conferencia, de una magnitud casi sin precedentes, tuvo repercusiones globales. Sin embargo, mientras la conferencia tenía lugar, sus efectos en el currículo fueron mínimos. No se pensó inmediatamente que el *crash* implicaba un nuevo enfoque dentro de la economía. No obstante, el Banco de Inglaterra puso en duda esta conclusión.

La economía que estábamos aprendiendo parecía separada de la realidad económica a la que el mundo se estaba enfrentando y estaba desvinculada de la crisis que a muchos de nosotros nos había hecho interesarnos por la economía desde el principio. A través de nuestra propia investigación, empezamos a aprender más sobre economía. Examinamos cómo es que la disciplina comenzó a ser dominada por un cierto tipo de teoría económica, a menudo referida como neoclásica, a costa de otros enfoques. Se decidió montar una sociedad que debía traer el debate a Manchester».

El nacimiento de la Post-Crash Economics Society tuvo un impacto internacional muy importante, hasta el punto de que llegó a ser portada del *Financial Times*, y nexo entre movimientos como el 15M o Occupy Wall Street y estudiantes de las facultades y departamentos de economía de medio mundo. Pero no fue un movimiento nuevo. En el año 2000 apareció en la Sorbona el movimiento postautista² que reclamaba también la pluralidad en la enseñanza de la economía. Hace veinte años, en Bellaterra nació un movimiento similar en torno a unos seminarios de estudiantes en los que, en nuestro tiempo libre, estudiábamos la crítica a la economía ortodoxa y sus alternativas, y que acabó convirtiéndose en el Seminario de Economía Crítica Taifa³. Y hace casi cincuenta años nació la Union for Radical Political Economics⁴ en Estados Unidos. Y es en este momento del tiempo, en Boston, a donde nos trasladamos.

1. Véase: <<http://www.post-crasheconomics.com/>>.

2. Véase: <<http://www.paecon.net/>>.

3. Véase: <<http://seminaritaifa.org/>>.

4. Véase: <<http://urpe.org>>.

4. Boston: dos notas sobre la pérdida de pluralidad

La enseñanza de economía no ha estado siempre cerrada al pluralismo, ni dominada por las aproximaciones neoclásicas. De hecho, desde los años de posguerra hasta los años sesenta, a pesar del dominio de las posiciones keynesianas, la enseñanza de la economía y las facultades de economía reflejaban un elevado grado de pluralidad. Un ejemplo de la diversidad de posiciones dentro de la disciplina fue el debate teórico conocido como la *Controversia de Cambridge*. Consistió en un intercambio y discusión entre economistas poskeynesianos radicados en la Universidad de Cambridge (Reino Unido) y neoclásicos en el MIT de Boston, localizada en Cambridge, Massachusetts (Estados Unidos). Los economistas del Cambridge británico hicieron una crítica punzante a la teoría neoclásica del capital que, de ser cierta, invalidaba partes importantes de dicha teoría. Fue una discusión muy abstracta y matemática⁵. Pero más que el debate en sí, lo sorprendente fue el final. Aunque los principales participantes del Cambridge estadounidense aceptaron la crítica, en términos generales se ignoró, y en pocas universidades estadounidenses, británicas o españolas se explica el debate y lo que implica para los modelos que se enseñan actualmente en las facultades de economía (Barceló, 1998).

Paralelamente al final de la *Controversia de Cambridge*, ocurrió un hecho poco conocido pero clave en el Cambridge estadounidense, esta vez en Harvard. Georgios Kallis (2014) lo explica brillantemente⁶. En resumen, Kallis nos cuenta que en 1968 unos jóvenes economistas crearon la Union for Radical Political Economics (URPE), que, como la Post-Crash Economic Society, el movimiento postautista o Taifa, consideraban que la economía que se enseñaba no servía para mejorar la vida de la mayoría, sino como medio para conseguir y legitimar los objetivos de las élites. La URPE estaba liderada por jóvenes economistas de Harvard (Cambridge, Massachusetts). En 1973, uno de los miembros más brillantes de URPE, Sam Bowles, optaba a una plaza fija en Harvard. A pesar de tener el apoyo de economistas tan reputados, y en ningún caso radicales, como John K. Galbraith (presidente de la American Economic Association), Albert Hirschman, Wassily Leontief (premio Nobel en 1973) o Kenneth Arrow (premio Nobel en 1972), la mayoría de los profesores de la facultad votaron en contra. En poco tiempo Galbraith se jubiló y los otros tres economistas sénior abandonaron Harvard. Como argumenta Kallis (2014, pág. 164): «La negativa a dar un puesto a Bowles y la salida de Leontief, Galbraith, Hirschman y Arrow puso fin a las célebres batallas en la Facultad de Harvard entre moderados y conservadores, no solo acerca de los puestos de profesor, sino también sobre la gobernanza de la universidad y el papel de los estudiantes». *Statu quo* que no fue puesto en cuestión hasta noviembre de 2011, cuando un grupo de estudiantes abandonaron la lección magistral de Gregory Mankiw.

Estas dos batallas, la *Controversia de Cambridge* y el conflicto en Harvard, dejaban claro, tal como Kallis afirmó (2014, pág. 141), que «la ciencia y la objetividad de la economía vino a ser definida no solo como formalismo matemático [...] sino como una formalización de un tipo particular, basada en los denominados ‘supuestos neoclásicos’, de un mundo formado por individuos egoístas que maximizan su beneficio personal. Esta visión preanalítica de un mundo de sujetos neoliberales se consideró neutral, mientras que las desviaciones respecto a estos supuestos se consideraron motivadas ideológicamente».

Conclusiones

Hasta los debates actuales, la visión definida al final de la sección anterior ha sido la perspectiva hegemónica dentro de las facultades de economía. La primera consecuencia ha sido la despluralización de la economía y que los economistas que desarrollaban teorías diferentes, especialmente lo que se ha denominado economía heterodoxa, lo han tenido que hacer en facultades y departamentos de ciencias sociales (geografía, sociología,

5. Por razones de espacio no entraré a explicar las posiciones de cada grupo. Si estáis interesados en saber más, podéis encontrar un resumen sencillo y asequible en Barceló (1998). La entrada de la Wikipedia en inglés ofrece también un buen resumen.

6. Las siguientes líneas son un resumen de Kallis (2014).

antropología o ciencias políticas, por ejemplo), en escuelas de negocio en el caso británico o en universidades de menor prestigio (como la Universidad de Massachusetts en Amherst o la New School). Este vaciado se ha hecho bajo argumentos de qué es ciencia y qué no lo es. En el fondo, estos argumentos han escondido debates más políticos que científicos sobre qué es y para quién trabaja la economía y, al hacerlo, las voces disonantes se han visto apartadas de los debates académicos. Estas preguntas –qué es y para quién– han estado presentes en otras disciplinas donde la pluralidad de enfoques ha llevado a una riqueza de debates y desarrollo de nuevas visiones para comprender la sociedad, ligando la teoría a la realidad cambiante. Mientras tanto, la economía continúa atascada.

Del mismo modo que la reina de Inglaterra, al inicio de la crisis, inquirió al gobernador del Banco de Inglaterra «¿Cómo es que no vieron venir la crisis?»⁷, los estudiantes de economía llevan décadas preguntando «pero ¿cómo explica la realidad este modelo?», y la respuesta sigue siendo «olvida la realidad, esto es un modelo teórico». La contrarréplica de los estudiantes ha sido, desde la fundación de URPE hasta el movimiento Post-Crash, buscar fuera de las facultades de economía y los centros de poder de la disciplina: en otras disciplinas o el autoaprendizaje.

En el pasado, debates similares a los actuales no acabaron en una revisión de los planes de estudio para incluir más pluralidad o cuestionar en qué consiste la disciplina económica. Si acaso, la historia refuerza el irónico comentario que Joan Robinson (1978, pág. 75) hizo a finales de los años setenta cuando la pluralidad ya estaba en vías avanzadas de extinción en las facultades de economía: «El propósito de estudiar la economía no es adquirir un conjunto de respuestas ya elaboradas a cuestiones económicas, sino aprender a evitar que los economistas nos engañen», aunque eso signifique salir de la disciplina o de la universidad. ¿Hemos aprendido la lección?

Bibliografía

- BARCELÓ, A. (1998). *Economía política radical: historia del pensamiento económico*. Barcelona: Icaria.
- FUKUYAMA, F. (1992). *The end of history and the last man*. Londres: Penguin.
- HARVEY, D. (2010). *The Crisis of Capitalism*. Conferencia en la Royal Society for the Advance of Science, Londres, 26 d'abril.
- KALLIS, G. (2014). «La batalla de Harvard o cómo la Economía se convirtió en La Economía». *Revista d'Economia Crítica*. N.º 17, págs. 163-165.
- ROBINSON, J. (1978). *Contributions to Modern Economics*. Oxford: Blackwells.

7. La respuesta fue que no habían tenido en cuenta el riesgo sistémico (extraído de Harvey, 2010).



Ramon Ribera Fumaz

rriberaf@uoc.edu

**Internet Interdisciplinary Institute,
Universitat Oberta de Catalunya**

Lleva estudiando la economía desde 1991, a veces desde facultades de economía (Licenciatura UAB; profesor de Estudios de Economía y Empresa de la UOC) y otras en departamentos de ciencias sociales (MA en Economía, Espacio y Sociedad y doctorado en Geografía por la Universidad de Manchester; investigador del Institute of Advanced Studies, Lancaster University; Internet Interdisciplinary Institute), pero también fuera de la universidad (Seminario de Economía Crítica Taifa). En la actualidad dirige el Laboratorio de Transformación Urbana y Cambio Global en el Internet Interdisciplinary Institute de la UOC.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad»

EL DEBATE SOBRE LA PLURALIDAD

Rebelión en las aulas de economía: por qué poner fin a la monocultura neoclásica

Ferran Español Casanovas

Graduado en Economía y estudiante de Física

Laura de la Villa Aleman

Investigadora predoctoral del Departamento de Historia e Instituciones Económicas (Universidad de Barcelona)

RESUMEN La economía es la única disciplina académica que cada día tiene más estudiantes en rebeldía por estar en contra de los contenidos que se ofrecen en las universidades. Lo que pretendemos con este artículo es mostrar el alcance del problema que hay detrás de este descontento, abordando con más detenimiento algunas de sus dimensiones. En primer lugar, se define el estado actual de la disciplina económica como una monocultura basada en los tres principios axiomáticos de la economía neoclásica y se discute el problema de la monocultura desde el debate epistemológico de fondo. En segundo lugar, se muestra la falta de pluralismo en los actuales planes de estudio mediante los resultados de los análisis hechos por distintos colectivos para los casos de las universidades del Reino Unido, Francia y España. En tercer lugar, se presenta el pluralismo de teorías, de disciplinas y de metodologías como estrategia para romper con la monocultura neoclásica y mejorar la formación de los estudiantes de economía. El artículo concluye poniendo de relieve que el pluralismo en la enseñanza de la economía es una necesidad no solo para los estudiantes, sino también para la academia, el mundo de los negocios y la sociedad en general.

PALABRAS CLAVE educación económica; teoría económica; metodología ciencias sociales; interdisciplinariedad; pluralismo

*Rebellion in economics classrooms:
why the neoclassical monoculture is to be ended*

SUMMARY Economics as an academic discipline is unique inasmuch as ever-increasing numbers of students are rebelling against the content offered by universities. Our intention with this paper is to expose the scope of the problem lying behind this discontent, addressing some of its aspects in close detail. First, the economics discipline is defined in its current state as a monoculture based on the three axiomatic principles of neoclassical economics, and through epistemic discourse, the monoculture problem is discussed in depth. Second, the lack of pluralism in current study programmes is highlighted, with the results from analyses conducted by a variety of groups focusing on universities in the United Kingdom, France and Spain. Third, the pluralism of theories, disciplines and methodologies is presented as a strategy to break with the neoclas-

sical monoculture and to improve the education of students of economics. The paper concludes by bringing into sharp focus how pluralism in the teaching of economics is necessary not only for economics students, but for the academic world, the business world and society in general.

KEYWORDS *economics education; economic theory; social sciences methodology; interdisciplinarity; pluralism*

Introducción

La economía es la única disciplina académica que cada día tiene más estudiantes en rebeldía por estar en contra de los contenidos que se ofrecen en las universidades. La primera carta abierta que reclamaba un cambio en los planes de estudio se publicó en junio del año 2000 de la mano del movimiento de estudiantes francés Post-Autistic Economics¹. En su declaración pedían una salida de los mundos imaginarios que les enseñaban en las aulas para poder entender cómo funcionan las economías reales.

En noviembre de 2011, un grupo de estudiantes de la Universidad de Harvard se retiró en señal de protesta de una lección magistral de Gregory Mankiw², autor de uno de los manuales de principios de economía más utilizados en los grados de economía de todo el mundo. Denunciaban que generaba un sesgo en la formación introductoria a la economía, que faltaba una revisión crítica de los conocimientos que se transmitían y que todo ello conllevaba graves consecuencias tanto para los estudiantes como para el conjunto de la sociedad.

La noticia dio la vuelta al mundo y ese mismo año se producía una conferencia organizada por el Banco de Inglaterra con el título *Are Economics Graduates Fit for Purpose?*, que resultó ser la chispa para la posterior creación de Post-Crash Economics Society en Manchester a lo largo del curso 2012-2013³. Los estudiantes de Manchester denunciaron la falta de herramientas para entender la crisis económica que había estallado a finales del 2007 y los problemas económicos en general, y pusieron en marcha campañas y proyectos de formación al margen de los cursos de la universidad. Pronto empezaron a aparecer nuevos grupos en varias universidades británicas y resultó ser el inicio de ISIPE.

El 5 de abril de 2014 se presentó al mundo el llamamiento fundacional de ISIPE (International Student Initiative for Pluralism in Economics)⁴. Bajo estas siglas, cuarenta y dos asociaciones de estudiantes de más de diecinueve países pusieron de manifiesto la necesidad de entender que no solamente la economía estaba en crisis, también los planes de estudio de economía lo estaban. La falta de pluralidad intelectual, las limitaciones de las herramientas analíticas enseñadas y la necesidad de devolver el mundo real a las aulas fueron las ideas que lograron captar la atención de los principales medios de comunicación de todo el mundo. Casi dos años después del llamamiento, seguimos aumentando el número de colectivos, académicos, profesionales e instituciones que se suman a la reivindicación.

Lo que pretendemos con este artículo es mostrar el alcance del problema que hay detrás de este descontento, abordando con más detenimiento algunas dimensiones. En la segunda sección caracterizamos el estado actual de la disciplina económica como una monocultura basada en los principios axiomáticos de la economía neoclásica. En la sección 3 mostramos la falta de pluralismo en los actuales planes de estudio mediante los resultados de los análisis existentes para los casos de las universidades del Reino Unido, Francia y España. En la

-
1. «Open letter from economic students to professors and others responsible for the teaching of this discipline», 2000. Disponible en línea: <<http://www.paecon.net/PAEtexts/a-e-petition.htm>>.
 2. «Carta abierta a Gregory Mankiw», 2011. Disponible en línea: <<http://www.economiccritica.net/?p=732>>.
 3. Véase: <http://www.post-crasheconomics.com/about_us/>.
 4. «Llamamiento internacional de estudiantes de Económicas a favor de una enseñanza pluralista», 2014. Disponible en línea: <<http://www.isipe.net/home-es>>.

sección 4 desarrollamos el contenido de la reivindicación por el pluralismo y algunas de las barreras a superar. Y en la sección 5, se concluye.

1. La monocultura de los axiomas neoclásicos

La reivindicación del cambio en los planes de estudio de los grados de Economía parte de una cuestión que concierne al conjunto de la disciplina y no únicamente a su vertiente docente. El problema radica en la centralidad del programa de microfundamentos neoclásicos de la economía. Una centralidad que podría caracterizarse como monopolio intelectual y que relega otras aproximaciones a la marginalidad.

Sin embargo, a día de hoy la escuela neoclásica suele aparecer como una tradición poco definida. De hecho, uno de los argumentos más recurrentes en contra de la reivindicación de la pluralidad en los planes de estudio es la propia negación del neoclasicismo como corriente, dándose la paradoja de que tiene muy pocos adeptos explícitos. Esto nos lleva a la necesidad de conceptualizar qué entendemos por economía neoclásica y lo hacemos distinguiendo los tres principios axiomáticos comunes de este paradigma⁵: el individualismo metodológico, el instrumentalismo metodológico y el equilibrio metodológico. A partir de estos tres axiomas, todo fenómeno social analizado por la economía neoclásica se explica como un equilibrio resultado de la interacción de individuos con racionalidad instrumental que optimizan la satisfacción de sus preferencias. Esto es así en las teorías de equilibrio general, pero también, entre otras, en la economía industrial, las teorías de elección social, la geografía económica y la nueva economía política.

Estos tres principios metodológicos conforman el núcleo de lo que se enseña durante los estudios de grado y representan las pautas del juego que cualquier economista debe seguir para desarrollar una carrera académica exitosa. Sin embargo, no son discutidos ni en las clases ni en los debates académicos.

Dicho esto, la cuestión principal pasa a ser en qué medida es necesario discutir la base axiomática del análisis económico. Milton Friedman sintetiza la visión positivista dominante en esta cuestión⁶ y defiende que no eran tan importantes los supuestos que se usaban, sino los resultados que se obtenían con ellos. Sin embargo, esta visión fue rebatida por Alan Musgrave en 1981 a partir de una taxonomía que distinguía entre los axiomas de «dominio», los axiomas «negligibles» y los axiomas «heurísticos» en función de la importancia o no de su realismo.

El alegato de Friedman únicamente es aceptable para los axiomas negligibles, es decir, aquellos referidos a elementos que en una primera aproximación son irrelevantes para estudiar un fenómeno. Sin embargo, cuando los axiomas sí consideran cuestiones relevantes para estudiar un fenómeno, su irrealismo limita el poder explicativo de aquella teoría. Y la cuestión es que, de hecho, el instrumentalismo de Friedman subordina el poder explicativo de una teoría a su poder de predicción. El problema es, por un lado, no tener en cuenta que se puede dar una teoría con poder explicativo y sin poder predictivo (como es el caso de los sistemas complejos y la teoría del caos) y, por otro lado, que la verificación de una teoría mediante su capacidad predictiva es sencillamente insuficiente si no se considera en un contexto en el que distintas teorías compiten entre ellas⁷.

Las inconsistencias de la teoría neoclásica que se derivan de estos principios axiomáticos es otro de los aspectos cruciales sistemáticamente omitidos en las lecciones de economía. Uno de los trabajos más útiles a día de hoy para entender los problemas básicos implícitos en los fundamentos de la teoría neoclásica es el libro de

5. Arnsperger y Varoufakis (2006). «What Is Neoclassical Economics? The three axioms responsible for its theoretical oeuvre, practical irrelevance and, thus, discursive power». *Panoeconomicus*. N.º 1, págs. 5-18.

6. Friedman (1966). «The Methodology of Positive Economics». En: *Essays In Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press, pág. 14.

7. Popa (2012). «Methodological Assumptions in Economics: The Argument against Instrumentalism». *Cogito: Multidisciplinary Res. J.* N.º 4, pág. 102.

Steve Keen *La economía desenmascarada*⁸. Un ejemplo muy ilustrativo es el del problema de agregación de las demandas individuales: lo que los economistas neoclásicos demostraron como válido para un mundo con un solo individuo deja de serlo para una sociedad. El punto crítico es que en una población de más de un individuo la distribución del ingreso pasa a tener un papel fundamental en la determinación de la demanda de una economía y, por tanto, del ciclo económico.

Entonces, no únicamente es importante adoptar una visión crítica respecto a la teoría económica en tanto que esta derive resultados coherentes con el mundo real, sino que debe construirse en base a principios metodológicos consistentes. Incluso cabe cuestionarse si la axiomatización de la teoría económica es la única vía posible para su desarrollo⁹.

Parece razonable pensar que la falta de discusión y, por tanto, comprensión de las bases de la economía neoclásica limita la capacidad que tienen los economistas para desarrollar teorías y planteamientos que permitan avanzar a la disciplina. Sin embargo, desde la segunda mitad del siglo xx se ha impuesto una visión acumulativa de la historia del pensamiento económico¹⁰, una versión del positivismo lógico. Esta aproximación entiende la economía como una ciencia delimitada por el conjunto de proposiciones verdaderas sobre cuestiones económicas y, por tanto, el nuevo conocimiento se agrega a los ya disponibles o los sustituye. De este modo, el estado actual de la teoría económica sería el resultado de un progreso continuo de la disciplina. Consiguientemente, dado que se asume que «la teoría actual es la mejor que nunca ha existido, no hay necesidad de contrastarla con la de sus predecesores»¹¹. Esta concepción triunfalista del *establishment* de la economía no solo ha llevado a justificar la falta de competencia entre distintas aproximaciones teóricas y metodológicas, sino también la ausencia de la historia del pensamiento económico en la formación de los economistas.

Como explica Roncaglia¹², la influencia de algunos historiadores y filósofos de la ciencia, tales como Kuhn, Lakatos y Feyerabend, contribuyó al cuestionamiento de la metodología positivista en las ciencias sociales, dando lugar a la visión competitiva de la evolución del pensamiento económico. Básicamente, lo que rechaza expresamente esta aproximación es la idea de un proceso unidimensional de avance científico, ya que puede haber progreso en el seno de cada enfoque y a lo largo de la sucesión histórica de paradigmas. De hecho, entre los sucesivos paradigmas existen diferencias en la cosmovisión subyacente: a algunos aspectos de la realidad se les da una mayor importancia, y a otros menos, de manera que existen diferencias en el conjunto de supuestos sobre los que están construidas las teorías, y, por tanto, en el ámbito de aplicabilidad de las teorías. Con ello, queda justificada la necesidad de pluralidad y competencia entre enfoques para resolver preguntas económicas.

2. Los planes de estudio a escrutinio

El movimiento por el pluralismo en la enseñanza ha dado un paso adelante recientemente en la voluntad de aportar análisis concretos sobre el problema de la formación de los estudiantes de economía. Esto ha llevado a que distintos colectivos comprometidos con esta reivindicación analizaran el contenido de los planes de estudio en distintos informes.

8. Keen (2015). *La economía desenmascarada*. Madrid: Capitán Swing. Véase: <<http://capitanswing.com/libros/la-economia-desenmascarada/>>.

9. Nos referimos al programa formalista de David Hilbert, que tenía como objetivo demostrar la consistencia absoluta de las matemáticas, y que fue rechazado por los teoremas de incompletitud del lógico Kurt Godel en 1931.

10. Roncaglia (2006). *La riqueza de las ideas: una historia del pensamiento económico* (cap. 1, págs. 17-81). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

11. Freeman, Chick and Kayatekin (2014). *Cambridge Journal of Economics*, vol. 38, issue 3, pp. 520-521.

12. Roncaglia (2006). *La riqueza de las ideas: una historia del pensamiento económico* (cap. 1, págs. 17-81). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

El primer informe fue realizado por la Post-Crash Economics Society de Manchester¹³. Su análisis se centra principalmente en las metodologías de evaluación que se usan en los principales módulos de un grado de economía (especialmente microeconomía y macroeconomía). Este estudio permitió detectar que en dieciocho de los cuarenta y ocho módulos, más del 50% de la nota dependía de exámenes tipo test (llegando a ser del 100% en los cursos básicos, donde se enseñan los principios básicos de la economía). A su vez, pusieron de manifiesto que únicamente en once de los cuarenta y ocho módulos aparecían los términos *crítica*, *evaluar* o *comparar* en los planes docentes. Una de las principales conclusiones que remarcan es que «la consecuencia es una educación en economía que forma a los estudiantes para que acepten la teoría económica y la reproduzcan mecánicamente en los exámenes, sin cuestionar los supuestos que hay detrás» (pág. 17). Además, remarcan el poco énfasis en temas de ética, política y filosofía, y que no se les enseña a usar herramientas para valorar si aquello que están aprendiendo tiene o no sentido: es decir, la falta de criterio informado a la hora de escoger una herramienta u otra en función del fenómeno concreto de estudio.

El segundo informe lo hizo la asociación PEPS-Économie en 2014 y analizaba cincuenta y cuatro universidades de Francia¹⁴. Para realizarlo, los estudiantes franceses categorizaron los títulos de las asignaturas en distintos ejes para medir su peso dentro del conjunto del grado. En el informe muestran que la reflexión epistemológica está prácticamente ausente en los planes de estudio (solo una universidad ofrece una asignatura de este tipo). También destacan que la asignatura de historia del pensamiento económico únicamente se oferta en quince de las cincuenta y cuatro universidades y representa el 1,7% del total de las clases. Asimismo, las asignaturas de teoría económica solo representan el 0,5% del total y las de problemas concretos de las economías contemporáneas representan el 1,7%. Por último, las materias de política y sociología representan tan solo el 1,8% del total de las clases impartidas.

El último informe en llegar ha sido el de la asociación Post-Crash Barcelona, en el que se analizan todos los grados de economía de las universidades del Reino de España¹⁵. El informe denota problemas similares a los anteriores: la teoría neoclásica es omnipresente en los planes de estudio, no hay cuestionamiento ni revisión crítica de los axiomas y metodologías, se margina la historia del pensamiento económico y no hay reflexiones interdisciplinarias. Además, el informe cuenta con un amplio estudio cuantitativo sobre el contenido de los créditos que componen los cuarenta y cinco grados de economía impartidos en España en el curso 2014-2015. Los resultados obtenidos indican que un 48,14% de los créditos obligatorios están dedicados a asignaturas relacionadas con los métodos cuantitativos, microeconomía y macroeconomía. Solo se destinan un 4,8% de los créditos obligatorios a la historia económica, frente al casi 10% dedicado al ámbito de la empresa. Además, las asignaturas de tipo interdisciplinar o de reflexión epistemológica suponen el 7,3% del total de créditos obligatorios. Por último, se confirma el elevado grado de homogeneización entre los distintos planes de estudio y se pone de manifiesto su gran similitud con los programas de Administración y Dirección de Empresas.

Las semejanzas en los principales resultados de los tres informes es una prueba más de que la monocultura de los planes de estudio es un fenómeno internacional. La exclusividad de la que goza el paradigma neoclásico en el contenido de los currículos académicos, la gran homogeneidad de la oferta, la falta de perspectiva histórica y la falta de discusión de los principios de la disciplina son, sin duda, los principales titulares.

13. PCES (2014). *Economics, Education and Unlearning: Economics Education at the University of Manchester*. Véase: <<http://www.post-crasheconomics.com/economics-education-and-unlearning/>>.

14. PEPS (2014). *The case for pluralism: what French undergraduate economics teaching is all about and how it can be improved*. Véase: <<https://pepseco.files.wordpress.com/2015/05/peps-the-case-for-pluralism-ijpee-2014.pdf>>.

15. Post-Crash Barcelona (2015). *Informe de la enseñanza de la Economía en las universidades españolas*. Véase: <<https://postcrashbarcelona.wordpress.com/2015/09/03/informe-de-la-ensenanza-de-la-economia-en-las-universidades-espanolas/>>.

3. Hacia un mayor pluralismo en la docencia de la economía

El movimiento de estudiantes por un cambio en la enseñanza en la economía reclama una mayor pluralidad en tres aspectos concretos: el pluralismo teórico, el pluralismo metodológico y el pluralismo de disciplinas. Por pluralismo teórico entendemos que la universidad tiene que facilitar la comprensión de las teorías surgidas de las distintas escuelas de pensamiento para conseguir que los estudiantes puedan analizar los fenómenos económicos desde el enfoque más pertinente. Actualmente, las perspectivas institucionalistas, conductuales, marxistas y poskeynesianas están prácticamente ausentes. Cuando reivindicamos un mayor pluralismo metodológico, estamos pidiendo que nos doten de más herramientas que las estrictamente estadísticas y econométricas por más que estas deban tener un peso importante. Necesitamos formación en contabilidad nacional, tenemos que poder analizar las cuentas de flujos de fondos o mejorar nuestra formación en herramientas tan utilizadas como las encuestas y las entrevistas¹⁶. El tercer pilar es lo que hemos llamado pluralismo interdisciplinario, que persigue el objetivo de abrir un debate y una colaboración estrecha con otras ramas de las ciencias sociales que se solapan con el ámbito de la economía y que nos presentan como entes independientes de los fenómenos que estamos estudiando.

Una de las barreras importantes para la implementación de dichos cambios es el *establishment* actual dentro de la disciplina. Una modificación de los planes de estudio supone una amenaza a su trayectoria intelectual y profesional. En este sentido, es muy pertinente la metáfora que plantean Ha-Joon Chang y Jonathan Aldred cuando decían¹⁷:

«Es como pedirle al clero católico del Medievo que enseñara a sus nuevos estudiantes diferentes interpretaciones de la cristianidad, que dejaran de enseñar exclusivamente en latín para hacerlo en lenguas vernáculas y que animaran a desafiar la autoridad intelectual y moral de la Santa Sede».

Otros argumentos que se usan a menudo para poner barreras al cambio se basan en infantilizar al estudiantado. Ya sea considerando que las críticas a la teoría son demasiado complicadas (cuando algunas de ellas se resuelven en una línea de cálculo, como explica Steve Keen) o que los debates abordados desde diferentes perspectivas pueden llevar a la confusión y la desorientación.

Conclusiones: Romper con la monocultura y avanzar hacia el pluralismo

La centralidad de la economía neoclásica en los planes de estudio conlleva graves deficiencias en la formación y capacidades de los futuros economistas. Pero este no es un problema exclusivo para aquellos estudiantes que en el día de mañana van a seguir cultivando la ciencia económica desde la academia.

Se están ofreciendo unos títulos universitarios que no cumplen tampoco con las expectativas de los empleadores. Por ejemplo, voces prominentes del Banco de Inglaterra y la City de Londres denuncian la falta de aptitudes de las nuevas generaciones. La formación obtenida es ineficaz para afrontar los retos del mundo del mañana y no tener una noción sólida del funcionamiento de la economía real perjudica enormemente las aspiraciones

16. Ha-Joon Chang y Jonathan Aldred (2014). «Después del crack, necesitamos una revolución en el modo de enseñar la economía». *Revista SinPermiso* (18/5/2014). Véase: <<http://www.sinpermiso.info/textos/la-teoria-economica-y-su-enseanza-en-cuestion-dossier>>.

17. *Ibidem*.

económicas de cualquier empresa. La falta de pericia comunicativa y la incapacidad de visualizar y resolver problemas reales son algunas de las carencias de los nuevos titulados.

Asimismo, el problema presente en la docencia de la economía se deriva del estado general de la disciplina. Por tanto, el énfasis en el cambio del currículo académico adquiere relevancia para la propia evolución de la disciplina en tanto que el cambio en la formación de nuestros jóvenes tendrá un impacto en los debates académicos del futuro.

Por último, el compromiso con romper la monocultura es esencial, dado que la economía tiene un impacto directo para nuestra cotidianidad. La reivindicación del pluralismo va de la mano de la recuperación de los problemas materiales reales de nuestras sociedades y contribuir a mejorar el debate público.



Ferran Español Casanovas

fespanyol@gmail.com

Graduado en Economía y estudiante de Física

Graduado en Economía por la Universidad Pompeu Fabra en 2015 y actualmente estudiante del grado en Física por la Universidad de Barcelona. Evaluador y miembro de la Comissió de Ciències Socials i Jurídiques de la Agència de Qualitat Universitària de Catalunya desde 2012. Miembro de la Junta de Facultad de Economía y Empresa del 2010 al 2012. Es uno de los miembros impulsores de la International Student Initiative for Pluralism in Economics en España y del colectivo Post-Crash Barcelona.



Laura de la Villa Aleman

delavilla.laura@ub.edu

Investigadora predoctoral del Departamento de Historia e Instituciones Económicas (Universidad de Barcelona)

Licenciada en Economía por la Universidad Pompeu Fabra en 2012 y máster en Historia Económica por la Universidad de Barcelona, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Zaragoza en 2013. Desde el 2014, es investigadora predoctoral en el Departamento de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Barcelona. Dedicar su investigación a temas relacionados con la inestabilidad financiera e imparte docencia en la asignatura de Historia Económica Mundial de los grados de Economía y ADE. Implicada desde el inicio de sus estudios con la reivindicación del pluralismo en los planes docentes de economía, ha sido una de las impulsoras de la International Student Initiative for Pluralism in Economics en España y miembro fundador del colectivo Post-Crash Barcelona.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad»

UN DEBATE ACADÉMICO

La precaria enseñanza de la economía

Carlos Berzosa Alonso-Martínez

Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN La economía, tal como se enseña actualmente en la mayor parte de las universidades del mundo, es objeto de controversia. La formación económica que se recibe en las facultades y escuelas superiores es cuestionada desde determinados grupos de estudiantes y profesores. La crítica que se efectúa se ha intensificado con la crisis, pero ya se habían producido diversos brotes de protesta con anterioridad.

El sistema es cíclico, las crisis son inevitables y no son cosa del pasado, como el pensamiento dominante en economía había llegado a creer e infundir. La economía neoclásica, al desenvolverse con modelos de equilibrio, no es capaz de entender los procesos dinámicos de la economía, por lo que sus insuficiencias no se deben solamente a la incapacidad de predecir una crisis, sino también la de proporcionar las herramientas necesarias para la comprensión del funcionamiento de la economía.

La economía neoclásica no debe ser la única teoría actualmente en vigor, lo que no quiere decir que no se estudie el modelo IS/LM, pero hay que poner de manifiesto sus limitaciones, restricciones, además de que, como modelo de equilibrio, no responde a lo que sucede en la realidad, que es el desequilibrio y la vulnerabilidad. Por esto es necesario tener en cuenta otras aportaciones, como la marxista, keynesiana, schumpeteriana, institucionalista y poskeynesiana.

PALABRAS CLAVE economía neoclásica; historia económica; pensamiento económico; heterodoxia económica; economía poskeynesiana

The precarious teaching of economics

SUMMARY Economics as it is currently taught in the majority of universities worldwide is the object of controversy. Various groups of students and lecturers are questioning the economics education being given by universities and colleges. The criticism being made has intensified in the wake of the crisis, but a number of different protests were also springing up earlier to this.

The system is cyclical and crises are inevitable, not a thing of the past as per the belief spread by the dominant school of thought in economics. Because of its inextricable attachment to equilibrium models, neoclassical economics is incapable of understanding the dynamic processes in the economy, making it insufficient not only because of its inability to predict crises, but also because of its inability to provide the tools needed to understand the workings of the economy.

Neoclassical economics should not be the only theory currently in force. This does not mean the IS–LM model should not be studied, but its limitations and restrictions must be highlighted; as an equilibrium model it does not correspond to what happens in reality, which is disequilibrium and vulnerability. It is thus necessary to take into account other ideas, such as Marxist, Keynesian, Schumpeterian, institutional and post-Keynesian theories.

KEYWORDS *neoclassical economics; economic history; economic thinking; heterodox economics; post-Keynesian economics*

Introducción

La economía, tal como se enseña actualmente en la mayor parte de las universidades del mundo, es objeto de controversia. La formación económica que se recibe en las facultades y escuelas superiores es cuestionada desde determinados grupos de estudiantes y profesores. La crítica que se efectúa se ha intensificado con la crisis, pero ya se habían producido diversos brotes de protesta con anterioridad.

La enseñanza de la economía ha ido variando a lo largo del tiempo, pero en las últimas décadas se observa una tendencia general para convertir la economía en un conocimiento que pretende asemejarse a las ciencias puras, como la matemática, y a las experimentales, como la física. Se da primacía, por tanto, a la enseñanza de instrumentos cuantitativos y a modelos abstractos sustentados en la teoría neoclásica. El rigor científico viene dado por la necesidad de cuantificación y formalización, dejando de lado todo lo que se considera, de un modo despectivo, literatura económica.

La insatisfacción que sienten los estudiantes ante esta situación es lógica, pues como han señalado en diferentes escritos y manifiestos, estos conocimientos se encuentran desligados de la realidad. Con este tipo de aprendizaje no se conoce el funcionamiento del sistema económico y apenas se sabe nada de la evolución y comportamiento de la economía mundial y de las diferentes regiones y países. Y lo que es más grave: con el instrumental teórico que se enseña no somos capaces de comprender el mundo real.

Cuestiones como la globalización, las desigualdades crecientes, la concentración de la riqueza y del poder económico, la existencia de la pobreza y del hambre, el ascenso de los países emergentes, los ciclos y crisis económicas, han desaparecido del objeto de estudio. De todos modos, cuando se abordan estas cuestiones se les dedica poco tiempo en las clases y escaso espacio en los manuales. Como consecuencia, el tratamiento suele ser muy pobre y bastante simplificador.

1. La crisis y el fracaso de la economía

Así las cosas, la crítica a la economía se intensificó tras la crisis iniciada en 2007 y que estalló en 2008, dado que la mayoría de los economistas fueron incapaces de predecirla, y ni tan siquiera pudieron advertir de los riesgos en los que se estaba incurriendo y que podían desembocar en lo que realmente ha sucedido. Una exigua minoría, no obstante, sí fue capaz de predecirla y advirtieron de los riesgos que existían si se seguía en esa línea, debido a la fragilidad del sistema financiero, el tipo de crecimiento imperante, marcado sobre todo por el auge de la burbuja inmobiliaria, lo que acentuaba la vulnerabilidad como consecuencia del comportamiento y globalización de las finanzas (especulación, endeudamiento privado creciente, desregulación y exceso de emisión de titulaciones de alto riesgo), y la creciente desigualdad. Pero no fue el caso de la mayoría de la profesión académica, los ejecutivos de empresas, los servicios de estudio y los organismos económicos internacionales. La voz de esa minoría no fue escuchada.

La falta de preparación de los economistas a la hora de enfrentarse a acontecimientos no previstos y la incapacidad demostrada para entrever los riesgos que se avecinaban es en gran parte resultado de la formación

que se recibe en el grado y el posgrado. Los economistas que ocupan cargos de responsabilidad en la toma de decisiones son producto de unos estudios insuficientes e incompletos para afrontar la dinámica social. La enseñanza de la economía está seriamente mutilada y debilitada por la hegemonía del modelo neoclásico, cuya manifestación más clara ha sido el estallido de la Gran Recesión.

La economía se ha convertido en una rama de las matemáticas, que se utiliza, junto con otros medios cuantitativos, como un fin y no como un medio para la comprensión de la realidad. Ha ido perdiendo su naturaleza de ciencia social. No se trata ni mucho menos, por mi parte, de cuestionar la importancia de las matemáticas, la estadística y la econometría en la formación que deben recibir los economistas. Pero un medio no se debe convertir en un fin, como tampoco hay que eliminar otros conocimientos que son imprescindibles, pero que hoy en día ya no se consideran como tales.

Chang (2015), por ejemplo, pone de manifiesto la desaparición de enseñanzas que deben ser claves cuando señala la progresiva desaparición en los planes de estudio de la historia económica. Otro tanto sucede con Sen (2014), que en el prólogo a una obra de Hirschman anota: «Describir este libro como una de las decisivas aportaciones de Hirschman es por tanto una declaración arriesgada. Y lo es más aún porque este es un libro –en realidad una breve monografía– sobre la historia del pensamiento económico, un asunto que recibe escasa atención hoy en día –y goza de un prestigio aún menor– y casi ha desaparecido de los programas de ciencias económicas en la mayoría de las universidades más importantes de todo el mundo».

La verdad es que se olvida el pasado tanto en la evolución de los hechos como de las ideas de los grandes economistas. Esto es una grave mutilación en la formación, así como en la cultura de los futuros economistas. Sin comprender el pasado difícilmente se puede entender el presente y sobre todo sacar provecho de las lecciones que la historia nos ofrece. Este desconocimiento conduce a cometer errores que ya se dieron en otros tiempos y no aprender de los economistas que nos precedieron es una grave deficiencia, pues es, en esencia, saber cómo afrontaron el conocimiento de la realidad de su tiempo y de los problemas que tenían ante sí.

Esto es tan básico como que resulta fundamental saber por qué se han dado los cambios de paradigma en el pensamiento económico dominante en cada época, de la misma manera que hay que estudiar las voces discordantes frente a la hegemonía de unas determinadas ideas. Y ello nos enseña, por un lado, que nunca ha habido un consenso entre los economistas a lo largo de la historia, ni tampoco en la actualidad, aunque siempre haya habido un paradigma predominante, y por otro, que la hegemonía de un pensamiento no es permanente, sino que ha sufrido cambios, lo que relativiza las teorías económicas.

La enseñanza actual no se preocupa del pasado, sino de enseñar unos modelos válidos para todo tiempo y lugar, como si la economía respondiera a leyes naturales que ha habido que ir descubriendo, modificando y mejorando. Y de ahí deducen que las leyes que dirigen la economía son permanentes, regidas por la eficiencia del mercado, cuando de hecho son producto de la acción de los hombres, que responden, a su vez, a coyunturas concretas y específicas, cambiantes, que modifican las relaciones económicas y sociales.

La renuncia a la historia, al conocimiento de la economía real, el abuso de las matemáticas, el uso de una teoría imperfecta y limitada es lo que se encuentra detrás de esta falta de previsión y de las medidas recomendadas durante la crisis, que tan desacertadas han resultado, sin que se haya propuesto un nuevo paradigma, tal como sucedió en las crisis de los años treinta y setenta del siglo pasado. Esto no quiere decir que todo cambio de paradigma sea positivo. Lo fue en los años treinta, pero no así en los setenta, pues mientras que las bases teóricas keynesianas y las intervenciones de los gobiernos proporcionaron en los países avanzados treinta años de prosperidad, las formulaciones monetaristas, expectativas racionales y de economía de oferta no han conseguido los índices de crecimiento anteriores, y han contribuido a crear un mundo más desigual, inestable e incierto.

2. Las limitaciones de la economía convencional

Conviene señalar que la economía actual no es el resultado de conocimientos acumulados a lo largo de la evolución histórica, sino que ha habido rupturas y, como ya se ha señalado, cambios de paradigma. Estos cambios a

veces son profundos, como sucedió con la economía clásica y Marx, quien, aunque bebía de las fuentes clásicas, utilizó un aparato analítico diferente y llegó a conclusiones muy distintas acerca del funcionamiento del capitalismo. Posteriormente, la economía neoclásica ha supuesto un gran cambio con relación a la clásica, en cuanto a los conceptos y a los métodos: básicamente, se ha producido un abandono casi total del aparato analítico, pero se mantienen como hilo conductor los principios del liberalismo económico y las ventajas competitivas del mercado. Otra ruptura se produjo con Keynes en relación a la economía neoclásica, aunque la envergadura de esa brecha esté aún en disputa. Por último, cabe citar también la ruptura que tuvo lugar en los años setenta, cuando surgieron teorías antikeynesianas que ponían el énfasis en la eficiencia de los mercados, al tiempo que lo contraponían a los fallos del Estado.

Los grandes cambios en la teoría producidos durante el siglo xx han coincidido con las crisis de los años treinta y setenta. Esto contrasta con la situación actual, donde los economistas ortodoxos no han demostrado capacidad suficiente para modificar los supuestos básicos predominantes, pues lo que hoy se explica es la hegemonía de un modelo monolítico, sin dar cabida al conocimiento de los hechos reales actuales, ni a otras aportaciones económicas de interés, a la historia económica o al pensamiento económico. Estas insuficiencias son tan evidentes que se impone la necesidad de un cambio, pero, a pesar de la tozudez de los hechos, la ciencia económica convencional sigue imperturbable y no piensa ceder ante las grietas que la crisis ha provocado en la microeconomía y macroeconomía vigentes.

La justificación para seguir enseñando este modelo es que no ha sido este el que ha fallado provocando la explosión de la crisis, sino la ingeniería financiera, la avaricia, la codicia o el mal comportamiento de los dirigentes bancarios. Se trata, fundamentalmente, de dar interpretaciones de esta índole para salvaguardar la teoría tal como se enseña. Y de paso, para no poner en cuestión el funcionamiento del sistema económico y de la fase actual caracterizada por la desregulación. Sin embargo, son demasiados fallos los que han tenido lugar para suponer que los errores o la falta de visión es lo que ha propiciado el desencadenamiento de los hechos que han conducido a la interrupción del ciclo expansivo.

La cultura de la satisfacción predomina y se sigue enseñando lo mismo como si la crisis no hubiera tenido lugar y no fuera con ellos. Es una muestra más del aislamiento en el que se encuentra sumida la economía como área de conocimiento y el alejamiento del comportamiento de la realidad. Se confía ciegamente en los mercados, como si estos no hubieran fallado, demostrando, una vez más, que están muy lejos de ser eficientes. E incluso en el supuesto ideal de que lo fueran, los modelos que generan no son precisamente socialmente deseables.

No obstante, la crisis ha generado una notable y abundante literatura que pretende explicar las causas que la han generado. Esto ha supuesto un interés por la historia, especialmente por la crisis de los años treinta y el debate que tuvo lugar entonces para encontrar remedios que condujeran a una salida. Esto ha propiciado una revitalización de los estudios sobre Keynes y en menor medida también sobre Kalecki, así como las controversias que tuvieron lugar, principalmente entre Keynes y Hayek.

Llama la atención también la recuperación que se ha hecho de Marx y de sus seguidores, debido principalmente a que este pensador fue un gran teórico sobre las crisis capitalistas, sin olvidar sus artículos de prensa, en los que analiza de una forma más coyuntural, pero muy aguda, las crisis que le tocaron vivir. Algunos de ellos parecen totalmente actuales.

Esta recuperación de la historia del pensamiento y del ocurrir de los hechos se produce, sin embargo, entre una minoría dentro del mundo académico. No obstante, las contribuciones son sólidas y muchos de los artículos y libros tendrían que ser de obligada lectura en las facultades y escuelas de economía. Las corrientes de pensamiento –marxista, institucionalista, neokeynesianas, poskeynesianas y estructuralistas– adquieren un nuevo reconocimiento entre reducidos grupos de profesores y estudiantes, pero no en el mundo académico mayoritario, que sigue buscando la elegancia formal, aunque no sea explicativa de casi nada de lo que sucede en el mundo real.

En suma, para que la economía no quede encerrada en los despachos y aulas de los centros de enseñanza superior resulta necesario un cambio que en muchos casos supone volver a lo que constituyó el eje principal de las enseñanzas en nuestro pasado reciente. Los currículum escolares están incompletos y muy mutilados al prescindir de la historia, del estudio de las instituciones y del análisis de los hechos reales. La formación del economista no se puede basar solamente en la formulación de modelos abstractos, sobre todo si la abstracción,

aunque necesaria en toda teoría, no se hace teniendo en cuenta los factores más determinantes en la evolución y el funcionamiento económico.

Todo plan de estudios de grado que se precie debe contener matemáticas, estadística, econometría, teoría económica, economía internacional, economía mundial y del país en el que se estudia, organismos internacionales y sector público. En decir, una visión formativa global, dejando para los máster estudios más especializados y de economía avanzada. De este modo, los planes de estudio se enriquecerían frente a la pobreza actual. Y aunque resulta indudable que la interpretación del pasado y del presente admite enfoques muy diferentes –y para eso existe la libertad de cátedra–, lo que debe predominar siempre es el rigor académico.

3. ¿Qué teoría económica enseñar?

De lo dicho hasta aquí se deduce que para ser un buen economista no basta con conformarse con el estudio de instrumentos cuantitativos y de la teoría económica, sino que hay que complementarlo con otras disciplinas como las que he señalado. Ahora bien, ¿quiere esto decir que una enseñanza de estas características puede resolver el problema de la predicción de una crisis?

Esta no es una cuestión baladí, pues una de las críticas a la economía es su falta de capacidad predictiva frente a las crisis. Esto se debe, sin duda, a las limitaciones señaladas y al sesgo que ha tomado la enseñanza oficial en los últimos tiempos. No obstante, hay economistas relevantes, como Krugman, que consideran este fallo de predicción más como una consecuencia de una falta de visión que como una insuficiencia teórica. De hecho, Krugman ya venía anunciando la posibilidad de una crisis, frente a otros que no la vieron venir, y todos ellos utilizaban el mismo instrumental teórico, la síntesis neoclásica-keynesiana, lo que supone una defensa de la economía convencional frente a otros enfoques.

Otros analistas han puesto el acento en que un fallo de previsión no puede menoscabar la naturaleza científica de la economía. Se pone el ejemplo de los geólogos, que hasta ahora no han sido capaces de poder predecir cuándo va a ocurrir un terremoto y qué intensidad tendrá, y no por ello se cuestiona la geología como ciencia. Este argumento puede ser considerado como válido siempre y cuando a la economía actual no le diera por predecir. Las predicciones, por lo general, se desvían poco de lo que posteriormente sucede en tiempos de calma y de auge económico, aunque estos no sean muy abundantes, pero sus fallos quedan más en evidencia en periodos que anteceden a las crisis y en el propio desenvolvimiento de estas.

También hay quien señala, como Gerchunoff (2010), la imposibilidad de prever un fenómeno de esta naturaleza: «En los procesos sociales, los hechos se vuelven inevitables solo cuando han ocurrido; solo se sabe que un proceso de crecimiento y de bonanza económica es una burbuja cuando estalla; la noción de burbuja es *ex post*. Si una crisis no es una sorpresa para los contemporáneos, entonces no hay tal crisis».

Comparto solo parcialmente esta afirmación; mi disconformidad viene dada porque sí que ha habido autores que estudiaron la burbuja inmobiliaria antes de que estallara. Sus escritos están ahí, si bien es cierto que eso no supone que se previera el estallido tal como se ha dado –muchos hablaban de un aterrizaje suave–, ni tampoco la envergadura e intensidad de la crisis que ha tenido lugar.

Además, nunca sabremos qué es lo que realmente hubiera sucedido si se hubieran advertido los riesgos y, además, se hubieran tomado las medidas preventivas necesarias ante el peligro que se avecinaba, algo que se nos antoja realmente improbable por parte de los políticos responsables de tomar decisiones. En momentos de euforia, que suelen preceder al estallido de una crisis, ni los empresarios ni los políticos son conscientes de que los tiempos de bonanza se pueden acabar y tienden a minimizar el problema. En todo caso, los economistas podrían al menos haber salvado su reputación una vez que sus advertencias no fueran escuchadas. El problema es que la mayor parte de los economistas fueron incapaces de ver lo que estaba sucediendo. La minoría parecía predicar en el desierto.

Como dice el propio Gerchunoff: «En cualquier caso, espíritus ilustrados pueden abrigar esperanzas de que en medio del optimismo se esté incubando el huevo de la serpiente, pero estos espíritus no podrán impartir un consejo eficiente llamado a la prudencia a toda la sociedad, puesto que en tanto eficiente (y por tanto creíble), el

consejo anula la crisis al instalar la frugalidad y la cautela allí donde reinaba el amor al riesgo. Es cierto que siempre hubo fallas de política y fallas regulatorias, y que el examen de esas fallas se puede aprender para el futuro, pero las crisis son inherentes a un mundo capitalista que se sostiene sobre los *animal spirits* y a un mundo democrático que se sostiene sobre la esperanza del progreso social».

De todo ello se deduce que el sistema es cíclico, que las crisis son inevitables y que no son cosa del pasado, como el pensamiento dominante en economía había llegado a creer y difundir. La economía neoclásica, al desenvolverse con modelos de equilibrio, no es capaz de entender los procesos dinámicos de la economía, por lo que sus insuficiencias no se deben solamente a la incapacidad de predecir una crisis, sino a su incapacidad de proporcionar las herramientas necesarias para la comprensión del funcionamiento de la economía. No es solamente un problema de visión, como dice Krugman, sino de algo más profundo, pues lo que fallan son los instrumentos teóricos.

La economía neoclásica no debe ser la única teoría actualmente en vigor, lo que no quiere decir que el modelo IS/LM deje de estudiarse, pero hay que poner de manifiesto sus limitaciones y restricciones; como modelo de equilibrio no responde a lo que sucede en la realidad: el desequilibrio y la vulnerabilidad.

Por esto es necesario tener en cuenta otras aportaciones muy útiles, como pueden ser las del economista poskeynesiano Minsky, cuyas contribuciones al conocimiento de la fragilidad del sistema financiero son indispensables para entender mejor las causas de la crisis actual. Fallecido hace unos cuantos años, el reconocimiento a su obra le llegó después de muerto, pues la mayor parte de los libros sobre la crisis lo mencionan. Un autor seguidor de su obra, Steve Keen, ha sido considerado, por la encuesta que hizo la Fundación Revere entre cinco mil economistas, como el número uno en predecir la crisis actual. Su libro *La economía desenmascarada* es una de las mejores críticas que he leído de la economía neoclásica, a la vez que analiza las causas de la Gran Recesión, así como las limitaciones de Krugman a la hora de entender la crisis. En esta obra donde se ponen más claramente de manifiesto las insuficiencias del modelo de la síntesis neoclásica-keynesiana para comprender globalmente la crisis al tener, entre otras cosas, una visión muy parcial, puesto que no considera en su esencia el funcionamiento del sistema financiero.

Bibliografía

- CHANG, HA-JOON (2015). *Economía para el 99% de la población*. Barcelona: Debate.
- GERCHUNOFF, P. (2009). «Prólogo». En: Bleger, L. et al. *Crisis global: Una mirada desde el Sur*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- KEEN, S. (2015). *La economía desenmascarada*. Madrid: Capitán Swing.
- SEN, A. (2014). «Prólogo». En: Hirschman, A. *Las pasiones y los intereses*. Madrid: Capitán Swing.



Carlos Berzosa Alonso-Martínez

berzosa@ccee.ucm.es

**Catedrático de Economía Aplicada
de la Universidad Complutense de Madrid**

Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid y rector de dicha universidad del 2003 al 2011. Imparte enseñanza fundamentalmente en las disciplinas de Estructura Económica Mundial y Desarrollo Económico.

Es presidente de la Sociedad de Economía Mundial, que edita la *Revista de Economía Mundial* (REM), y director de la publicación *Revista de Economía Crítica*. Pertenece al consejo editorial de la revista mensual *Temas para el Debate* y ha dirigido la colección de economía de la editorial Síntesis.

Doctor *Honoris Causa* por la Universidad Nacional de Piura (Perú) y la Universidad de Tarapacá (Chile), ha sido presidente de la Fundación General de la Universidad Complutense y es académico de honor de la Real Academia de Doctores de España.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad»

CAMBIO DE PARADIGMA

La economía del conocimiento y el conocimiento de la economía

Joan Torrent-Sellens

Profesor de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
Estudios de Economía y Empresa

RESUMEN Este artículo analiza cómo el advenimiento de la tercera revolución industrial, la economía del conocimiento, transforma el paradigma científico de la economía y, en consecuencia, plantea nuevos retos para el análisis y la docencia de este campo del saber. Enlazando con la historia del pensamiento económico, el artículo saca dos conclusiones principales. En primer lugar, se plantea la necesidad de articular nuevas funciones de comportamiento y nuevas métricas de la economía. En concreto, se sugiere la necesidad de avanzar desde el comportamiento individual hacia el comportamiento colectivo, de la transacción monetaria al intercambio de conocimiento, de la competencia oligopolística a la red de negocios, de la empresa económica a la empresa social, y de la economía nacional, internacional y mundial hacia la economía global. En segundo lugar, también se sugieren nuevas aproximaciones para la docencia económica. En concreto, recuperar todas las ramas del pensamiento económico, más allá de la economía neoclásica, y reconfigurar la organización de la educación de la economía hacia una red interdisciplinaria de conocimiento transversal para resolver problemas.

PALABRAS CLAVE economía del conocimiento; teoría económica; economía aplicada; crecimiento económico; historia del pensamiento económico

The knowledge economy and knowledge of economics

ABSTRACT *This article examines how the advent of the third industrial revolution (the knowledge economy) transforms the scientific paradigm of economics and, therefore, poses new challenges for the analysis and teaching of economics. Linking to the history of economic thought, the paper arrives at two main conclusions. First, there is a need to correlate new behaviour and new performance metrics for the economy. In particular, it suggests the need to move from individual behaviour towards collective behaviour, from monetary transactions towards knowledge exchanges, from oligopolistic competition to business networks, from economic firms towards social firms, and from a national, international and world economy to a global economy. Second, it suggests new approaches towards teaching economics, in particular, recovering all branches of economic thought (beyond neoclassical economics) and reconfiguring the organization of teaching towards an interdisciplinary and cross-cutting knowledge network to solve economic and social problems.*

KEYWORDS *knowledge economy; economic theory; applied economics; economic growth; history of economic thought*

Introducción: conocimiento y pensamiento económico

La frase no es mía, ya me gustaría, pero no. Dicen que es un tópico, pero yo todavía no la había escuchado. No hace mucho, en un tribunal de trabajo final de máster en la UOC, la escuché al profesor Joan Tugores. Él la planteaba en forma de pregunta y lo encontré muy acertado: ¿cambia la economía del conocimiento el conocimiento de la economía? Yo creo que la respuesta es claramente afirmativa y a lo largo de este artículo me propongo justificarlo y argumentar cuáles son los principales campos de aplicación docente de esta nueva interpretación de la realidad económica. Pero, antes, y a modo de introducción, necesitamos hacer algunas aportaciones iniciales.

En primer lugar, debemos constatar que en la actualidad asistimos a un proceso acelerado y complejo de cambio económico, que hemos convenido en llamar como el proceso de transición hacia la economía del conocimiento. Lo llamamos así porque, a diferencia de la economía industrial, los instrumentos tecnológicos y las fuerzas de eficiencia y competitividad sitúan el conocimiento y las capacidades de innovación de las personas y las empresas en el centro del escenario del crecimiento y el desarrollo económico (Torrent, 2004).

Dado que la economía no es más que el estudio del capitalismo en forma de sentido común estructurado, ya hace mucho tiempo que la ciencia económica se preocupa por los efectos que genera el conocimiento sobre el comportamiento de los agentes y los resultados de la actividad económica (Argemí *et al.*, 2001). Pero la incorporación del conocimiento al análisis económico se empezó a llevar a cabo a través de un intermediario: la tecnología. Esto es así porque la tecnología es el fondo social del saber, las existencias de conocimiento, que se incorpora a las artes industriales, y porque la fuerza transformadora de la tecnología era mucho más evidente que la fuerza transformadora de otros tipos de conocimiento, como el capital humano o el organizativo. Así pues, el pensamiento económico cuenta con una larga tradición de estudio de la tecnología y de sus efectos sobre la actividad de producción, distribución, intercambio y consumo. Sin embargo, esta interpretación no ha sido fácil, ni dominante. Más bien todo lo contrario. La tecnología se ha incorporado al pensamiento económico en forma de heterodoxias o en forma de residuos en funciones de la ortodoxia. La economía clásica, en especial Malthus, Smith, Ricardo, Stuart Mill y Marshall, interpretaron el cambio técnico como un instrumento para lograr economías de escala y, en consecuencia, para conseguir desplazamientos de la función de posibilidades de producción. Tan solo Marx, con su estudio de las leyes de progreso del capitalismo (teoría de la explotación y de la acumulación), y Schumpeter, con su estudio de las olas de innovación, la destrucción creativa y el empresario innovador, situaron el progreso tecnológico en el epicentro del escenario del desarrollo capitalista.

Pero este pensamiento no se priorizó ni con la revolución marginalista, ni con la eclosión de la economía neoclásica. De hecho, tuvimos que esperar hasta la segunda mitad del siglo xx. La teoría del crecimiento económico exógeno, iniciada por economistas como Solow y Swan, recupera la importancia del progreso tecnológico en la explicación del crecimiento económico. Eso sí, según esta interpretación, el cambio técnico es exógeno a la actividad productiva (capital y trabajo) que se incorporan a una función de producción. Pero cuando se mide empíricamente este modelo (contabilidad del crecimiento), aparece, en forma de gran sorpresa, la paradoja de la productividad. La tasa de crecimiento de la renta per cápita de una economía en equilibrio a largo plazo viene explicada únicamente por el progreso tecnológico. La productividad total de los factores, la eficiencia en la combinación de los factores productivos, es clave para explicar el crecimiento económico. Sin la incorporación de conocimiento y tecnología a la actividad productiva (en otras palabras, sin innovación), la acumulación de capital se enfrenta a rendimientos decrecientes, y la productividad se reduce. Ante esta sorpresa histórica que pone en entredicho la esencia de la función de producción y la conexión entre ahorro e inversión de los factores productivos, la economía científica lleva más de ochenta años rebajando y repensando los postulados neoclásicos. Hemos hecho importantes progresos, como por ejemplo la consideración, desarrollada por economistas

como Arrow, Lucas y Romer, del progreso tecnológico como endógeno a los factores productivos. El capital y el trabajo incorporan conocimiento y tecnología, de modo que el crecimiento económico también se explica por la experiencia en la actividad (*learning by doing*) o por el conocimiento incorporado al factor de trabajo (capital humano). A través de estas distintas aproximaciones, a principios del siglo *xxi* la economía científica ha llegado a un cierto consenso que postula que el crecimiento económico es el resultado combinado de la dotación de factores productivos (intensificación de los capitales) y de la innovación en la actividad económica (productividad total de los factores). Dos son las fuentes de este hecho. La inversión y su rentabilidad son los fundamentos de la acumulación de factores, y la inversión y la difusión del conocimiento son los fundamentos del progreso tecnológico (Torrent, 2002).

Por otro lado, los historiadores y economistas de la tecnología, como Kranzberg, Mokyr o Rosenberg, ya hace tiempo que utilizan el concepto de revolución industrial, entendida como aquel conjunto de cambios tecnológicos y económicos que se interrelacionan con cambios sociales y culturales de primer origen, para sugerir que la dinámica económica acumula ya tres revoluciones industriales. La primera revolución industrial habría empezado en la segunda mitad del siglo *xviii* y se fundamenta con la máquina de vapor y, en general, con el proceso de sustitución de los instrumentos por máquinas. La segunda revolución industrial, que situaría su inicio hacia finales del siglo *xix*, se fundamenta con la electricidad, el motor de combustión interna y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación. La tercera revolución industrial, que situamos a partir de las dos últimas décadas del siglo *xx*, cuenta con una novedad técnica: una relación simbiótica nunca vista entre la tecnología, en especial las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el conocimiento. Las TIC, como cualquier otra tecnología, son conocimiento por definición. Pero, además, sustituyen y amplifican el conocimiento empleado en la actividad económica como nunca ninguna otra tecnología había hecho. Así pues, el conocimiento es, a la vez, *input* y *output* clave del esquema económico en un proceso de retroalimentación constante entre su generación y su uso. Hoy, los efectos desbordamiento (*spillovers*) y las externalidades del conocimiento explican diferencialmente los avances de productividad y competitividad en muchas empresas y economías del planeta (Torrent, 2016).

Resumiendo, y como apunta Khun, cada fase histórica del desarrollo capitalista ha contado con un paradigma científico, una teoría del valor, que la explica. El mercantilismo postulaba que la capacidad de interacción comercial con el exterior generaba el valor en la época de desarrollo comercial y acumulación primitiva de capital previa al nacimiento del capitalismo industrial. La teoría del valor trabajo destacaba la importancia del trabajo como factor productivo clave en la primera revolución industrial. La revolución marginalista (precios, costes y productividad marginal) explica la creación de valor en la segunda revolución industrial. Y el nuevo paradigma del conocimiento deviene poco a poco como el marco conceptual que explica la creación de valor en la economía del conocimiento. Pero el conocimiento es un bien público (no rival) con importantes externalidades, rendimientos crecientes, utilidades marginales diversas, costes del cambio y elevados costes de entrada y de salida. Y, aún más, hay diversos tipos de conocimiento, en especial el observable (fácilmente transformable en información y proveniente del saber-qué y del saber-por qué) y el tácito (asociado a las personas y proveniente del saber-cómo y el saber-quié). La función de producción de conocimiento es muy particular y la interpretación de sus efectos sobre el comportamiento de los agentes y los resultados económicos necesita obligatoriamente de un espíritu específico, dinámico y racional. La economía del conocimiento nos plantea múltiples retos interpretativos y, por tanto, pedagógicos. A continuación abordaremos dos de los más importantes.

1. La nueva economía del comportamiento y las transacciones

Desde el pensamiento clásico, sobre todo después de Smith, Ricardo y Stuart Mill, la economía interpreta el comportamiento de las personas siguiendo los postulados utilitaristas. Las personas actúan siguiendo su interés privado, que manifiestan a través de sus preferencias y su función de utilidad. Basándose en su función de utilidad, recurren a los mercados, que son los espacios físicos regulados donde coinciden en tiempo y espacio la oferta y

la demanda. Desde la revolución marginalista, sobre todo después de Jevons, Menger, Walras, Pareto y Marshall, sabemos que el precio de una mercancía se iguala a su coste marginal, y que esto determina un equilibrio óptimo en el mercado. En las dos interpretaciones se imponen fuertes restricciones que confluyen en la estructura de mercado de competencia perfecta: las personas actúan como racionalizadores perfectos buscando su interés privado, hay una gran cantidad de ofertantes y demandantes, libertad de entrada y salida, y la información fluye sin impedimentos. A pesar de que estos supuestos se han ido relajando con el paso del tiempo, hecho que ha dado lugar a interpretaciones más fieles de la realidad, como la idea de los mercados en competencia oligopolística o las asimetrías de información, hay un elemento del pensamiento económico que prácticamente se ha mantenido inalterable. Se trata de la naturaleza de la transacción.

Después de la segunda guerra mundial, y obviando buena parte de la síntesis de Marx, Sraffa, Keynes y Schumpeter, los economistas neoclásicos de las escuelas de Chicago y Cambridge (EE. UU.), con Samuelson y Friedman al frente, elaboraron una modelización teórica formal (modelos y funciones) que interpreta la dimensión económica de las personas relacionando entradas y salidas, *inputs* y *outputs*. Pero, para que todo ello funcione, la economía necesita un átomo, una mínima intersección a partir de la cual se puedan agregar resultados. El átomo de la economía es el intercambio. Pero este átomo tiene una naturaleza particular. Generalmente, el intercambio tiene base monetaria: productos o servicios por dinero, horas trabajadas por salario o rendimiento por capital. A partir de esta utilización del dinero como medio de pago y de intercambio, se puede formalizar y medir el comportamiento económico de las personas. Los mercados son formales, y las transacciones, aditivas. Es posible agregar magnitudes y construir indicadores macroeconómicos como el valor añadido o el producto interior bruto (PIB).

Con el advenimiento de la economía del conocimiento, los fundamentos del comportamiento humano en la economía se vuelven a transformar. El átomo de la economía sigue siendo el intercambio. Pero la naturaleza del intercambio evoluciona hacia una base menos monetaria y se hacen mucho más frecuentes los intercambios de conocimiento por conocimiento. Dos corolarios muy importantes a destacar. Primero, y lo veremos en la siguiente sección: los intercambios no monetarios de conocimiento no pesan, son intangibles, y no se pueden medir a través de las funciones y métricas tradicionales (Matos y Torrent, 2015). Segundo: dado que el conocimiento es la verdadera moneda de cambio, los roles tradicionales de los agentes económicos se diluyen muy rápidamente. A diferencia de los postulados clásicos, la nueva economía del intercambio de conocimiento es cuántica. Supone que puedes ser capital y trabajo a la vez, trabajador y empresario al mismo tiempo, consumidor y productor a la vez. Y he aquí la paradoja: la economía es cada vez más diferente y los modelos de interpretación del comportamiento y las funciones de los principales indicadores son los mismos de siempre. La docencia de la economía debe incorporar los nuevos modelos de comportamiento de los agentes en la economía del conocimiento. La teoría económica se tiene que repensar.

2. La nueva medida de la economía

Revisado el cambio en los fundamentos del comportamiento económico, el siguiente aspecto que se debe abordar es el aspecto de la métrica, de la medida de la economía. A pesar de que la métrica de la economía tiene múltiples dimensiones, lo ejemplificaremos a través de un indicador clave: el producto interior bruto, el PIB. Entendemos por PIB el valor monetario de la producción de bienes y servicios de una economía (territorio) durante un período de tiempo (generalmente un año). Ya hace casi nueve décadas que esta es la principal macromagnitud de medida de la actividad económica. Desde Keynes, utilizamos este indicador para medir la triple identidad macroeconómica básica. Es decir, la igualdad entre la producción, el gasto y la renta que una economía es capaz de generar durante un período de tiempo determinado.

Desde que la economía es economía industrial, es decir, desde los principios del capitalismo, sabemos de la importancia del crecimiento económico. El capitalismo tiene un principio básico –la maximización u optimización del beneficio–, una institución básica –el mercado– y una consecuencia básica –el ciclo económico. Dado que los factores productivos se enfrentan, tarde o temprano, a los rendimientos decrecientes, para optimizar los

beneficios se deber crecer y, además, hacerlo continuamente. Decía Marx, ya hace más de dos siglos, que el capital que no crece muere. Es decir, el capitalismo necesita ontológicamente del crecimiento económico. Por tanto, para tener crecimiento económico, se necesita un indicador base de medida de la actividad económica e ir evaluando su dinámica. Este indicador es el PIB.

Bajo la formulación keynesiana, Kuznets, el padre del sistema de contabilidad nacional en Estados Unidos, fue el creador de los sistemas de contabilidad nacional. Pero, desde sus principios, el mismo pionero del sistema ya vio sus limitaciones, sobre todo en el terreno de la asociación entre el PIB per cápita y el bienestar. Decía el mismo autor que era muy peligroso deducir el bienestar de una economía a partir de su renta nacional. A pesar de que economistas y políticos insistieron en seguir asociando el PIB per cápita y el bienestar de la sociedad durante un buen puñado de años, la investigación de la economía del bienestar ya hace tiempo que ha dejado de asociar directamente renta per cápita y bienestar (Torrent y Díaz, 2013). De hecho, durante los últimos años han aparecido multitud de indicadores alternativos de medida de diversas dimensiones del bienestar, especialmente los nuevos índices de felicidad. En este sentido, la paradoja de Esaterlin nos dice, ya desde mediados de los setenta, que no hay una relación directa y positiva entre más renta y más felicidad.

Pero más allá de la inadecuación del PIB como medida del bienestar inmaterial, tenemos que decir que el PIB también acumula limitaciones crecientes en el terreno de la medida de la actividad material. Especialmente importante es el déficit que acumula en la métrica de los intercambios de conocimiento por conocimiento. En la economía del conocimiento, y por la red global de tecnología, producción e intercambio, se realizan diariamente miles de millones de flujos de conocimiento científico, tecnológico, tácito o relacionado sin que aparezca en el PIB, sin ninguna medida validada de su importancia. Y todavía más: ¿es aún válido asociar el PIB a un territorio?, ¿qué es hoy la economía catalana?, ¿por qué todavía asociamos actividad económica y territorio cuando el intercambio es cada vez menos físico y más intangible? Como la teoría económica, la economía aplicada también necesita nuevas aproximaciones y nuevos aprendizajes.

Conclusión: hacia un nuevo conocimiento de la economía

En este breve artículo hemos revisado cómo el advenimiento de una tercera revolución industrial, la economía del conocimiento, transforma el paradigma científico de la economía y, en consecuencia, plantea retos importantísimos para el análisis y la docencia de este campo del saber. Para verlo, hemos revisado la historia del pensamiento económico y hemos planteado la necesidad de articular nuevas funciones de comportamiento y nuevas métricas de la economía. De hecho, y como ya ha sucedido en otras fases de la historia de la economía, la economía del conocimiento necesita articular un nuevo paradigma científico, que explique con más fidelidad la realidad económica. Este nuevo paradigma científico se sustenta en los siguientes seis pilares:

- Primero: del paradigma industrial al paradigma del conocimiento. La actividad económica, y por tanto, la economía como ciencia, se adentran en un nuevo paradigma, un nuevo ciclo económico de larga duración caracterizado por la importancia decisiva de los flujos de conocimiento en la explicación del crecimiento económico, la competitividad y el bienestar. Esta importancia decisiva del conocimiento no se puede interpretar a través de las funciones económicas y de comportamiento tradicionales. La frontera habitual entre *inputs* y *outputs* se diluye notablemente. La economía es cada vez más cuántica y menos clásica.
- Segundo: del comportamiento individual al comportamiento colectivo. La economía neoclásica considera al *Homo economicus* como a un racionalizador individual con información perfecta. A pesar de que los efectos sobre los otros individuos de la toma individual de decisiones ha sido abordada con solvencia por la teoría de las externalidades, no tenemos todavía una explicación definitiva de qué pasa con la toma colectiva de decisiones, ni cuáles son las funciones que explican el beneficio competitivo y el bienestar generado por la toma de decisiones colectiva basada en el conocimiento.

- Tercero: de la transición monetaria al intercambio de conocimiento. Tradicionalmente, hemos considerado que el átomo de la economía, es decir, la transacción, se realizaba a través de un intercambio donde oferta o demanda daban dinero. En la economía del conocimiento, muy a menudo, los intercambios no suponen transacción monetaria, sino transmisión de conocimiento. No tenemos ni funciones económicas ni medidas suficientemente solventes cuando el intercambio no incorpora transacción monetaria. Los intercambios no monetarios de conocimiento no aparecen en el PIB. Nadie sabe con certeza lo que esto significa en términos de crecimiento, competitividad, bienestar, desigualdad o inflación.
- Cuarto: de la competencia oligopolística a la red de negocios. La organización industrial nos sugiere que la estructura de mercados típica de la fase madura de la economía industrial es la competencia monopolística, es decir, una situación de grandes corporaciones que, en mercados limitados, aprovechan las economías de escala, ámbito y alcance para competir. En la economía del conocimiento, la dimensión no implica necesariamente ganar peso. A través de las redes de colaboración, las empresas tienen un instrumento muy útil de colaboración y competencia. De hecho, la red de negocios se utiliza cada vez con más frecuencia y no tenemos ni funciones ni análisis adecuados para describir su proceso de generación de valor. La cadena secuencial de valor da paso a la red autónoma de valor.
- Quinto: de la empresa económica a la empresa social. Tradicionalmente, se ha considerado a la empresa como una institución puramente económica alternativa al mercado porque optimiza mejor los costes de transacción. Así mismo, la economía del conocimiento también plantea la oportunidad de entender la empresa como un agente de optimización de costes sociales de transacción. La visión de la empresa como un agente económico y social nos conduce hacia nuevos balances entre el corto y el largo plazo, el crecimiento y la sostenibilidad, la homogeneidad y la heterogeneidad, y la riqueza y el bienestar. Nuevamente, vamos mal en modelos e instrumentos para considerar esta doble función de la empresa.
- Y sexto: de la economía nacional, internacional y mundial a la economía global. La economía del conocimiento trabaja en el escenario de la economía global, el espacio físico y virtual donde las transacciones monetarias o no tienen lugar sin barreras de espacio ni de tiempo. Hoy en día todavía disponemos de muy pocos instrumentos analíticos y empíricos para medir esta dimensión de la economía. Y todavía más: institucionalmente estamos absolutamente desprovistos de instrumentos para abordar los desequilibrios inherentes que genera la economía global.

Y, por último, la traslación docente y académica de este nuevo paradigma científico también demanda nuevas aproximaciones, especialmente en estos primeros momentos históricos donde coexisten interpretaciones nuevas y viejas de la realidad económica. Para afrontar este desencaje, necesitamos todas las herramientas a nuestro alcance, en especial dos:

- Primero: la recuperación de todas las ramas del árbol del pensamiento económico. Si consideramos la ciencia económica como un árbol, la economía neoclásica (mal llamada economía neoliberal) ocupa un lugar demasiado preponderante. De hecho, ya hace muchas décadas que los postulados neoclásicos no acaban de interpretar con idoneidad toda la realidad. En consecuencia, han aparecido todo un conjunto de revisiones y relajaciones de estos postulados para acercar la ciencia a la práctica real. Pero parece que con esto no hay suficiente. Desgraciadamente, algunas ramas absolutamente imprescindibles para entender la dinámica económica actual, como el historicismo, el institucionalismo, el marxismo, el poskeynesianismo, la economía heterodoxa, la economía evolutiva, o incluso la economía clásica, han quedado en el olvido y, lo que es más importante, ocupan posiciones muy marginales en las facultades de economía y en las escuelas de negocio. Para reflejar con idoneidad la complejidad de la realidad económica de hoy en día necesitamos todas las ramas del árbol del pensamiento económico.
- Y segundo: más allá de la disciplina, nos hace falta una clara sensibilidad interdisciplinaria para abordar mejor esta complejidad. Seguramente, los tiempos de las facultades de economía aisladas de las otras ciencias sociales se irán terminando. La docencia interdisciplinaria para la resolución de problemas económicos y sociales complejos se irá imponiendo. Si las divisorias entre los agentes económicos se van diluyendo, el análisis económico también lo hará. El nuevo paradigma científico de la economía será económico, pero

también será social y experimental. La dilución de roles y comportamientos de los agentes económicos y sociales se trasladará también a la academia. Las disciplinas irán dejando paso a las interdisciplinas, las asignaturas a las competencias, y las facultades de economía se convertirán en centros de conocimiento transversal para abordar problemas.

Bibliografía

- ARGEMÍ, LL.; TUGORES, J.; VIDAL-VILLA, J. M.; VILASECA, J.; TORRENT, J. (2001). *Historia del pensamiento económico*. Barcelona: Edicions de la UOC i Lectus Vergara.
- MATOS, J., TORRENT, J. (2015). «Measuring economic order in the knowledge economy. A cross-country analysis». *IN3 Doctoral Working Paper Series*. N.º 15-001, págs. 1-62.
- TORRENT, J. (2002). «De la nueva economía a la economía del conocimiento. Hacia la tercera revolución industrial». *Revista de Economía Mundial*. N.º 7, págs. 39-68.
- TORRENT, J. (2004). *Innovació tecnològica, creixement econòmic i economia del coneixement*. Barcelona: Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya, Generalitat de Catalunya.
- TORRENT, J. (2016). «Knowledge products and network externalities. Implications for the business strategies». *Journal of the Knowledge Economy*. N.º 6, págs. 138-156.
- TORRENT, J.; DÍAZ, A. (2013). *Nous factors de competitivitat. Conceptes, teories i mètriques per a l'economia i les empreses de Catalunya*. Barcelona: Edicions de la UOC.



Joan Torrent-Sellens

jtorrent@uoc.edu

Profesor de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Estudios de Economía y Empresa

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (UAB), máster en Análisis de Economía Aplicada (UAB) y doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC). Director académico del máster en Creación, Gestión y Dirección de Microempresas, director del grupo de investigación interdisciplinaria sobre las TIC, i2TIC (<http://i2TIC.net>) y profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Especialista en el análisis de la economía del conocimiento y la empresa y el trabajo en red, temática sobre la que ha publicado veinticinco libros y capítulos de libro, y cincuenta artículos en revistas de investigaciones indexadas.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



Dossier: «Repensando la enseñanza de la economía en la universidad»

ENTREVISTA



Elisenda Paluzie: «No podemos seguir enseñando economía como si en los últimos veinte años no hubiera pasado nada»

Carolina Hintzmann

Profesora de Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Joan Miquel Gomis

Profesor de Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN En esta entrevista, Elisenda Paluzie analiza los orígenes del denominado movimiento Post-Crash en Cataluña y cuáles han sido los efectos sobre una institución referente como la que dirige: la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona (UB). Paluzie considera que este movimiento crítico iniciado tras el inicio de la última crisis económica se fundamenta básicamente en la falta de pluralidad en la enseñanza a partir de tres elementos: el teórico, el metodológico y el interdisciplinario. En este texto comenta cómo son tratados estos tres factores en su facultad y concluye la necesidad de evolucionar en la docencia en la economía. En este sentido destaca el proyecto *The core Project*, una iniciativa que tiene por objeto replantear la enseñanza de la economía con nuevos manuales, ya que considera que los dominantes actualmente siguen planteando las cuestiones como si los últimos veinte años no hubieran existido.

PALABRAS CLAVE Post-Crash; enseñanza de la economía; pluralismo; teoría neoclásica; teoría económica; EEES

Elisenda Paluzie: «We can't go on teaching economics as if nothing had happened over the last 20 years»

SUMMARY In this interview Elisenda Paluzie analyses the origins of the so-called Post Crash movement in Catalonia and the effects on a renowned institution such as the one she heads: the Faculty of Economics and Business at the University of Barcelona (UB). Paluzie believes this critical movement, which began following the recent economic crisis, is principally rooted in a lack of plurality in teaching, which can be based on three elements: theory, methodology and interdisciplinarity. She comments on how these three factors are treated in her faculty and ends on the need for the teaching of economics to evolve. In this regard she highlights 'The core Project', an initiative with a goal to reset the approach to economics teaching with new coursebooks, in the belief that the materials currently holding sway continue to approach matters as if during the last 20 years nothing had occurred.

KEYWORDS *post crash; teaching of economics; pluralism; neoclassical theory; economic theory; EHEA*

Elisenda Paluzie es la decana de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona (UB). Doctora en Economía por la UB, ha sido estudiante visitante de investigación en la London School of Economics y tiene un máster en Economía Internacional y Desarrollo por la Universidad de Yale. Como responsable de una facultad de Economía y Empresa referente en nuestro sistema universitario, con una larga historia y con un elevado número de estudiantes, sus opiniones sobre la orientación de los estudios de economía son relevantes.

Carolina Hintzmann / Joan Miquel Gomis: ¿Qué valoración hace de la corriente crítica sobre la docencia de la economía que podemos denominar Post-Crash?

Elisenda Paluzie: En el caso de Cataluña, el movimiento que denominamos Post-Crash se origina con estudiantes de la Universidad Pompeu Fabra, a los que se unen estudiantes de otras universidades, entre ellas la nuestra. Después de la última crisis económica, estos estudiantes inician un movimiento crítico que se fundamenta básicamente en lo que consideran una falta de pluralidad en la enseñanza de la economía desde tres puntos de vista: el teórico, el metodológico y el interdisciplinario.

C.H. / J.M.G.: Desde el punto de vista teórico, esta corriente crítica señala que en los planes de estudio solo se presenta una sola escuela de pensamiento. ¿También es así en su facultad?

E.P.: Este movimiento Post-Crash, efectivamente, denuncia que la escuela de pensamiento económico que predomina en los planes de estudio es la neoclásica, con variaciones internas pero excluyendo la economía heterodoxa, como la poskeynesiana, la institucional, la ecológica, la feminista, la marxista y la austríaca. En nuestra facultad seguimos el paradigma dominante y el núcleo duro de la enseñanza de la economía es la microeconomía y la macroeconomía con una vertiente dominante ortodoxa, si así lo queremos denominar.

Pero esto no quiere decir que en nuestro grado de Economía no tengamos algunas asignaturas optativas que reflejan visiones más heterodoxas, aunque tengan un papel menor. Es el caso de asignaturas como Economía ecológica o Economía feminista. También en la asignatura Economía mundial presentamos un enfoque diferente y heterodoxo al hablar, por ejemplo, de teorías de la dependencia que nacen de una raíz marxista.

C.H. / J.M.G.: ¿Y desde el punto de vista metodológico?

E.P.: La crítica a la falta de pluralidad metodológica se centra en aspectos como la evaluación, por ejemplo, con la excesiva utilización de pruebas tipos test o la práctica ausencia de ensayos para evaluar al estudiante, además de la carencia de pensamiento crítico, la desconexión entre la teoría y la realidad, y la potenciación de métodos cuantitativos en detrimento de los cualitativos.

En parte, esta crítica es pertinente para nuestro grado porque es cierto que podía existir una cierta desconexión entre realidad y teoría en una época anterior, cuando los grupos de estudiantes eran muy numerosos y se hacía docencia con manuales estadounidenses, dando lugar a que los estudiantes trabajaran ejemplos y problemas económicos no siempre ajustados a nuestra realidad. Pero con la implementación del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), esto se está corrigiendo y cada vez hay más asignaturas en las que el profesorado hace un esfuerzo para, a través de los mecanismos de evaluación continuada, hacer trabajar a los estudiantes de manera más eficiente para relacionar la teoría y la realidad económica.

Nuestro Departamento de Teoría Económica es un buen ejemplo de ello, con iniciativas metodológicas innovadoras que pretenden mejorar la percepción que el estudiante tiene de la teoría y de la realidad. Es el caso del proyecto que ha introducido en las aulas el trabajo para analizar, tratar, comparar e interpretar datos trabajando por parejas de estudiantes en casos que ponen de manifiesto la relación entre teoría y realidad. En este contexto,

se incluye un ejercicio en el que los estudiantes hacen una simulación práctica en un juego en el que asumen roles de jefes de estado y de gobernadores de bancos centrales. Los estudiantes, por grupos, según los roles asignados, han de tomar decisiones de política monetaria en un debate preparado para facilitar elementos de discusión sobre estas cuestiones.

Por otro lado, aunque la evaluación tipo test todavía existe, con el desarrollo del EEES ha aumentado la pluralidad de los métodos de evaluación, entre ellos los ensayos, que han ganado un cierto peso en algunas asignaturas y especialmente a través del trabajo final de grado, asignatura obligatoria para todos los estudiantes.

C.H. / J.M.G.: ¿Y en cuanto a la carencia de interdisciplinariedad que denuncia esta corriente crítica?

E.P.: Una de las grandes quejas que se expresan en cuanto a este aspecto es que prácticamente han desaparecido de los planes de estudios asignaturas como Historia económica, Historia del pensamiento económico, Sociología, Ciencia política, Filosofía de la economía o Ética. Pero creo que por lo que respecta a esta cuestión nuestro plan de estudios, a diferencia de otras facultades, no puede ser objeto de crítica, puesto que incorpora dos asignaturas de Historia económica obligatorias y una de Historia del pensamiento económico también obligatoria. Además, tenemos como obligatoria la asignatura Sociología, y como optativas Ciencia política y Filosofía de la economía. Este es un factor distintivo que nuestra facultad ha mantenido, forma parte de nuestro ADN porque creemos que se ha de tener una perspectiva histórica de la evolución de la economía, tanto desde el punto de vista de la historia económica como de la historia del pensamiento, para situar las diferentes teorías.

C.H. / J.M.G.: ¿Cómo se puede avanzar más en estos tres ejes (teórico, metodológico, interdisciplinar) que estamos comentando?

E.P.: Hay un proyecto que a mí me parece muy interesante; creo que va por buen camino y considero que hay que seguirlo. Es el llamado *The Core Project* (<http://www.core-econ.org/>), que lideran profesores como Sam Bowles, del Instituto Santa Fe, o Wendy Carlin, de la University College de Londres, con un amplio grupo de profesores de varias universidades, entre las que figuran las clásicas anglosajonas. Una de las iniciativas que han llevado a cabo es la elaboración de un manual para enseñar análisis económico, que tiene por objetivo replantear la enseñanza de la economía porque consideran que la mayoría de manuales siguen enseñando economía como si los últimos veinte años no hubieran existido. Es un tema que va más allá del pluralismo ideológico, para centrarse en la evolución de la economía y en la inclusión de nuevos puntos de vista, como el de la economía del comportamiento, que comprende aspectos como el de la ética en diferentes contextos y facilita la colaboración entre psicólogos y economistas. Estos puntos de vista no se contemplan en los manuales tradicionales, pues siguen priorizando el análisis del comportamiento de los agentes.

Este manual introduce los adelantos que han tenido lugar en la economía y que han modificado o están modificando aspectos sustanciales de su evolución, además de intentar aproximar teoría y realidad. El planteamiento del manual, que mantiene aspectos convencionales, incorpora elementos nuevos, como las interacciones sociales, el medio ambiente, la desigualdad, la propiedad y el poder, o el análisis de la crisis actual, entre otros muchos. Este proyecto incide también en el análisis de las instituciones, puesto que identifica el contexto institucional de un país como un factor determinante para la actividad económica. Se trata de temas que no abundan en los manuales tradicionales, pero que en cambio sí se han desarrollado en la investigación de la economía.

En definitiva, me parece una iniciativa muy interesante que parte de la identificación de la necesidad de evolucionar en la docencia de la economía. Un proyecto que hay que seguir por las aportaciones que puede hacer en este debate.

C.H. / J.M.G.: El debate generado por esta corriente crítica se ha centrado mucho en los planes de estudio de economía, pero en las facultades de Economía y Empresa como la suya la mayor parte de los estudiantes están matriculados en las titulaciones de Administración y Dirección de Empresas (ADE). Parece que esta titulación no entra en el debate...

E.P.: Efectivamente, los estudiantes que firman el manifiesto son de titulaciones de Economía y, por tanto, sus reflexiones se han centrado en este ámbito de conocimiento. Pero en realidad, la reflexión tiene que ser general, porque tenemos que pensar en los perfiles de economista que nos da cada titulación. Con la distin-

ción entre las titulaciones de ADE y Economía nos encontramos con el hecho de que claramente formamos a perfiles diferentes. Hay una tendencia a la hiperespecialización, y esto puede ser un problema porque nos podemos encontrar con que materias fundamentales pueden perder peso en una carrera o en la otra. Por ejemplo, podemos pensar que los estudiantes de ADE cursan pocas asignaturas de economía, cuando el análisis del entorno económico es básico para la gestión de las empresas. Y a la inversa, en los planes de estudio de Economía suele haber pocas asignaturas sobre contabilidad... y quizás estamos formando economistas que después no saben interpretar un balance. Al tener dos grados separados quizás estamos dispersando el conocimiento necesario.

C.H. / J.M.G.: Esta reflexión sobre el perfil del economista ¿cómo influye en el debate sobre la posible implementación de grados de ciento ochenta créditos?

E.P.: En el caso de revisiones de planes de estudio, por ejemplo, ante la posible implementación de grados de ciento ochenta créditos, y partiendo de la base de que, por la propia definición del EEES, los grados han de ser generalistas, yo entiendo de entrada que esta visión histórica que hemos comentado, y que nos tiene que enseñar a pensar de manera interdisciplinar, se ha de mantener. Un grado generalista también debe enseñar a pensar y a desarrollar la capacidad crítica.

La tendencia del sistema universitario español es a diseñar grados de ADE y de Economía diferenciados y creo que aunque se hagan grados de tres años, no se harán cambios en este sentido. Pero en otros países la realidad es diferente. En Francia, por ejemplo, el equivalente al grado de tres años es común entre empresa y economía, y es a partir de los másters cuando los estudiantes se especializan.

J.C.H. / J.M.G.: ¿Son necesarios doscientos cuarenta créditos en un grado de economía?

E.P.: Entiendo que doscientos cuarenta créditos son necesarios, pero también considero que los cuatro años que implican estos créditos se pueden fraccionar en tres más uno, de forma que se facilite al estudiante una titulación progresiva que le puede ayudar a avanzar en su carrera académica y a lograr una especialización con el máster después de una titulación generalista.



Carolina Hintzmann
chintzmann@uoc.edu
**Profesora de los Estudios de Economía
y Empresa (UOC)**

Doctora en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la misma universidad. Directora del grado de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y coordinadora de movilidad internacional de los mencionados estudios. Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la macroeconomía, el crecimiento económico, la productividad del trabajo y el *e-Learning*. Es miembro del grupo de investigación Management & e-Learning (MeL).



Joan Miquel Gomis

jgomisl@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Director de *Oikonomics*. Doctor por el Departamento de Economía y Organización de Empresas de la Universidad de Barcelona. Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB. Director del programa (grado) de Turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Ha sido codirector académico (2006-2010) del máster sobre Gestión, Política y Estrategia de los Destinos Turísticos, organizado conjuntamente por la UOC y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la dirección estratégica de la empresa turística, la aplicación de las TIC a la distribución y en el ámbito de la responsabilidad social. Investigador del grupo consolidado GRATET y miembro del Laboratorio del Nuevo Turismo de la UOC.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



TRABAJO FINAL DE GRADO

Estudio de satisfacción y posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz

Itziar Galdos Valdecantos

Alumni Grado Marketing e Investigación
de Mercados (UOC)

RESUMEN ¿Cuántas empresas planifican estratégicamente su futuro basándose en meras percepciones de sus clientes? ¿Cuántas de ellas creen conocer sus valores competitivos pero no saben en qué medida lo son? Quizá conozcan la satisfacción de los clientes, pero ¿cuántas conocen los factores que más contribuyen a esa satisfacción?

La Asociación Maratlón, promotora del evento deportivo Triathlon Vitoria-Gasteiz, consideraba clave obtener indicadores y resultados objetivos sobre la satisfacción de los participantes y conocer el posicionamiento de la marca para establecer planes de acción en el planteamiento estratégico global del evento, basados en datos fiables y no en meras percepciones.

Por este motivo, se realizó un estudio de satisfacción y posicionamiento del Triathlon Vitoria-Gasteiz, que se presenta como trabajo final de grado de Marketing e Investigación de Mercados¹ y cuya síntesis se expone a continuación, planteado en tres fases principales: un estudio de gabinete para determinar las fuentes de información primarias y secundarias y una segunda fase exploratoria basada en un análisis cualitativo para identificar las variables clave que facilitarían el posterior diseño de la tercera fase, un cuestionario *ad hoc* en línea enviado a los triatletas participantes.

Esta última fase cuantitativa, en la que los resultados se obtienen mediante análisis bivariado y multivariado, constituye la etapa concluyente del estudio. La interpretación estadística de los resultados proporciona datos objetivos tanto para establecer líneas de actuación estratégicas para la marca como para mejorar la satisfacción de todos los grupos de interés: patrocinadores, triatletas, acompañantes y ciudadanos.

PALABRAS CLAVE *estudio de satisfacción; posicionamiento; triatlón; investigación de mercados*

1. Depositado en el Repositorio Institucional de la UOC (O2) <<http://hdl.handle.net/10609/47141>>, el portal que recoge, difunde y preserva las publicaciones digitales en acceso abierto de los miembros de la UOC, elaboradas en el desarrollo de sus actividades de investigación, docencia y gestión.

Bachelor's degree final project. Satisfaction and positioning study for Triathlon Vitoria-Gasteiz

ABSTRACT How many companies strategically plan their future based on mere perceptions about their customers? How many think they know their customers' values but do not know to what extent? We may know our customer satisfaction, but do we know what factors contribute most to that satisfaction?

To establish action plans based on reliable data (rather than mere perceptions) in a global strategic approach for the sporting event Triathlon Vitoria-Gasteiz, its promoter – Asociación Maratlón – needed indicators and objective results about participant satisfaction, as well as knowledge about its brand positioning.

To this end, a study was carried out on the satisfaction and positioning of Triathlon Vitoria-Gasteiz, and was presented as the final project for a Marketing and Market Research Degree. Its synthesis was set out in the following three phases: a desk study to determine the primary and secondary information sources, a second exploratory phase based on a qualitative analysis to identify the key variables, which provided the subsequent design for the third phase, a purpose-built online survey sent to the participating triathletes.

This final qualitative phase, in which the results were obtained via bivariable and multivariable analyses, made up the concluding stage of the study. The statistical interpretation of these results provides objective data both to establish strategic lines of action for brands and to improve the satisfaction of all interested groups, sponsors, triathletes and their escorts, and citizens.

KEYWORDS satisfaction study; positioning; triathlon; market research

Introducción

El triatlón es una disciplina deportiva que engloba tres deportes que se practican en este orden: natación, ciclismo y carrera a pie. A su vez, existen distintas modalidades según las distancias a recorrer en cada disciplina: súper-sprint, sprint, olímpico, half, larga distancia y distancia full (también conocida como «Ironman»). El de Vitoria-Gasteiz se disputa en dos modalidades: distancia full, en la que se recorren 3,8 km a nado, 180 km en bicicleta y 42 km a pie, y distancia half, en la que se recorren la mitad de kilómetros en todos sus sectores respecto a la anterior.

El evento obtiene la financiación por tres vías: patrocinio público (33%), patrocinio privado (13%) y recaudación directa vía inscripciones (54%). Estos datos, además de mostrar información económica, reflejan los diferentes grupos de interés a los que la empresa promotora debe satisfacer: **instituciones públicas, empresas privadas, triatletas participantes, los acompañantes de estos y los ciudadanos de Vitoria-Gasteiz y su provincia.**

Triathlon Vitoria-Gasteiz se sitúa en el **mercado como un triatlón privado e independiente**, que no cuenta con el respaldo de ninguna franquicia organizadora de triatlones de larga distancia y que tampoco se circunscribe dentro del circuito español de triatlones de carácter «oficial».

El principal objetivo de la empresa es convertir este triatlón en uno de los mejores de Europa, por lo que debe conocer la satisfacción de sus clientes triatletas y de los patrocinadores, así como la percepción de su evento, sin perder de vista nuevos servicios que ofrecer a sus clientes.

Para conseguirlo, se plantean las siguientes líneas de actuación:

- **Reforzar los valores** competitivos que lo singularizan, como son la belleza paisajística de sus circuitos, una organización que ha demostrado su buen hacer en cuanto al servicio y trato personal al triatleta, la logística y

seguridad en los circuitos y, finalmente, una ciudad volcada en el evento que imprime un ambiente de pasión por el triatlón, por sus visitantes y por los valores del deporte.

- **Mantener la satisfacción de todos los grupos de interés respecto al evento**, es decir, los clientes atletas, los clientes patrocinadores, que esperan obtener notoriedad para la ciudad, la provincia y los propios patrocinadores, y los ciudadanos.

Hasta el momento, la percepción que la empresa promotora tiene sobre su propio evento –proveniente de los triatletas, los patrocinadores y los proveedores– es muy positiva y queda corroborada por la prontitud con que se agotan las inscripciones –cinco días y una lista de espera de más de mil interesados.

1. Definición de objetivos

El estudio pretende traducir a datos concretos las percepciones que la empresa tiene sobre la satisfacción de sus clientes y conocer el posicionamiento de la marca Triathlon Vitoria-Gasteiz, para lo cual se definen los siguientes objetivos:

1. Analizar la segmentación sociodemográfica de los triatletas.
2. Medir de la satisfacción del triatleta.
3. Conocer la motivación del triatleta para la elección de esta prueba.
4. Comparar el posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz frente a sus competidores europeos.
5. Conocer el gasto del triatleta en otros bienes complementarios a la práctica del triatlón.
6. Estudiar el hábito de consumo en servicios turísticos.

2. Diseño y desarrollo

Partiendo de un análisis de estudio de gabinete y a través de fuentes secundarias externas se descubre un mercado en pleno crecimiento en España. El número de licencias federativas de triatlón se ha cuadruplicado en los últimos diez años, con el consiguiente incremento del número de pruebas deportivas en todo el territorio español, hasta llegar a 364 competiciones en todas las distancias. En concreto, en la distancia full, en la que se compete en la prueba vitoriana, en los últimos cuatro años han nacido siete nuevas pruebas, completando un total de once. En este contexto, Triathlon Vitoria-Gasteiz, que en el año 2016 cumplirá su décimo aniversario, quiere mantener su liderazgo en España y crecer internacionalmente.

El diseño de la investigación se aborda, en primer lugar, a través de una investigación exploratoria mediante entrevistas en profundidad realizadas a triatletas con el fin de identificar opiniones, preferencias y actitudes que faciliten el posterior diseño del cuestionario *ad hoc*.

Teniendo en cuenta las variables de segmentación «prueba realizada» (full o half) y «categoría» (élite o grupos de edad), se realizan cuatro entrevistas que aportan consideraciones y atributos a tener en cuenta principalmente en los aspectos sobre motivaciones para escoger la prueba de Vitoria-Gasteiz, atributos de la marca y posicionamiento de la misma en relación a otras marcas líderes europeas.

La técnica de obtención de información primaria más apropiada, considerando la disposición de la bases de datos de los participantes de la prueba de los últimos dos años y de los futuros participantes de 2016, es el cuestionario *ad hoc*, que finalmente se envía vía *online* a un total de 4.708 triatletas únicos.

El diseño del cuestionario se aborda en siete secciones para responder a los objetivos determinados en la investigación. El cuestionario en línea se programa a través de la herramienta gratuita Lime Survey y se utiliza la aplicación Sending Blue para enviar los links personalizados de acceso al cuestionario vía correo electrónico. En la tabla que aparece a continuación se muestran los bloques y el contenido de las preguntas del cuestionario:

Tabla 1. Contenido del cuestionario *ad hoc* por secciones

Sección A	Sobre la disciplina del triatlón en general.
Sección B	Sobre la participación tanto pasada como futura en Triathlon Vitoria-Gasteiz.
Sección C	Sobre la satisfacción con el evento según itinerario de contacto con la organización: <ul style="list-style-type: none"> – Aspectos previos a la prueba. – Aspectos asociados al desarrollo de la prueba. – Aspectos generales de la prueba. – Satisfacción global con el evento.
Sección D	Sobre la imagen del evento.
Sección E	Sobre la preparación del triatleta previa al evento.
Sección F	Sobre la visita, pasada y futura, de la ciudad de Vitoria-Gasteiz.
Sección G	Datos de clasificación de triatletas.

Fuente: Elaboración propia.

3. Análisis de la investigación cuantitativa

Se obtienen 734 entrevistas completadas, una respuesta muy satisfactoria y superior a la esperada, que corresponde a un error muestral de 3,69% para un nivel de confianza del 95,5%, sobre las que se realizan todos los análisis bivariable y multivariable para dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados.

Tabla 2. Ficha técnica de los resultados de la encuesta *ad hoc*

Ámbito y universo	UOE: triatletas que hayan participado en la prueba Triathlon Vitoria-Gasteiz en las dos últimas ediciones o tengan previsto hacerlo en la próxima edición 2016. De 4.881 individuos (envíos correctos realizados) el UOE final ha sido 4.708.
Tamaño de la muestra	Respuestas completas de 734 individuos. Error de 3,69%, nivel de confianza del 95,5%.
Método de muestreo	Encuesta en línea enviada a toda la población objeto de estudio.
Tratamiento previo de la información	Como la muestra obtenida tiene características comunes iguales a la población global, no es necesaria la corrección a través de la ponderación de la muestra.
Recogida de información	Método en línea a través de Lime Survey.
Fechas de realización	Del 3 de diciembre de 2015 al 13 de diciembre de 2015.

Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos a lo largo de todo el estudio se han cruzado por dos variables cualitativas: **edición de participación**, que ha permitido realizar un estudio semidinámico o evolutivo de los resultados, y la **distancia de participación**, pues existen claras evidencias para poder considerarlas como si fueran dos pruebas distintas.

Las diferentes técnicas de análisis multivariable se han aplicado para dar respuesta a cada uno de los objetivos del estudio. En cuanto a la categoría (grupos de edad o élite), considerando que el UOE es solo de ciento treinta triatletas y que solamente han respondido nueve de ellos, se opta por eliminar esta variable del estudio y valorar la realización de un estudio cualitativo *a posteriori* que amplíe la información y la percepción de este grupo sobre la prueba.

A continuación se muestran los resultados más relevantes por secciones:

1. Segmentación sociodemográfica de los participantes (análisis bivariante)

En relación a la segmentación sociodemográfica, el 92% de los participantes son hombres y el 8% mujeres en ambas distancias, aunque se observa un crecimiento de la participación femenina en la distancia half. Por otro lado, en cuanto a la edad, el 84% de los participantes tienen entre 30 y 49 años, aunque igualmente hay una tendencia de crecimiento en el rango de edad más joven, de 20 a 24 años.

2. Motivaciones para la elección de una prueba deportiva (análisis bivariante)

El triatleta de grupos de edad escoge principalmente las pruebas deportivas en función de tres parámetros: **el ambiente de la prueba, el trazado de sus circuitos y la fecha en la que se disputa**. Cuando estas razones se contrastan con los motivos que llevan a los triatletas a participar en el Triathlon Vitoria-Gasteiz se observa que esta prueba se escoge principalmente por **el ambiente y la buena organización**.

3. Satisfacción del triatleta (análisis factorial de los componentes principales, regresión lineal múltiple)

Al mismo tiempo, se observa que el **atributo mejor valorado es precisamente el ambiente de la prueba**, un valor muy elevado de 4,83 en una escala del 1 al 5. Tras un análisis factorial de los componentes principales, se han resumido los veintisiete ítems de valoración en nueve factores para posteriormente realizar una regresión múltiple y validar cuáles son los atributos que más contribuyen a la satisfacción global del triatleta y poder actuar en primer lugar sobre aquellos que más contribuyen a la satisfacción global. En la tabla siguiente se muestran los resultados del análisis:

Tabla 3. Contribución de los factores a la satisfacción global

Regresión lineal múltiple Bondad del ajuste: 48% 9 factores (análisis factorial)	Contribución a la satisfacción global Coeficiente beta	Media del factor
FFAC8. Calidad de la organización y trato de la entidad	0,366	4,54
FFAC1. Trato del personal	0,321	4,51
FFAC9. Precio y ambiente	0,290	4,49
FFAC2. Reglamento y control de la prueba	0,255	3,47
FFAC6. Circuitos	0,182	4,12
FFAC4. Servicios turísticos	0,142	3,95
FFAC5. Info web	0,139	4,27
FFAC3. Info - Logística	0,120	4,15
FFAC7. Avituallamientos	0,089	4,32

Fuente: Elaboración propia.

En conjunto, **los resultados son muy positivos para la empresa**, ya que los factores «calidad de la organización», «trato del personal», «precio» y «ambiente», los que más contribuyen a la satisfacción global del triatleta, son precisamente los mejor valorados, superiores todos ellos a un índice de 4,5.

Asimismo, la empresa deberá trabajar **principalmente en mejorar el cuarto factor** más relevante en la satisfacción global del triatleta: el «control del reglamento de la prueba», relacionado con aquellos aspectos del control del *drafting* y el comportamiento profesional de los jueces.

Al mismo tiempo, sería conveniente **mejorar** el sexto factor en orden de contribución a la satisfacción global: **el factor de los «servicios turísticos»** o aquellos servicios que no son propiamente de la prueba deportiva pero que contribuyen a la satisfacción.

4. Posicionamiento de la marca triatlón (análisis de correspondencias simples)

Una de las hipótesis de trabajo planteada en la primera fase de este estudio consideraba el Triathlon Vitoria-Gasteiz como el mejor triatlón de Europa. Una vez se ha ido avanzando en el estudio, se ha observado la **dificultad de hacer una valoración como esa**, principalmente por dos cuestiones: la dispersión de pruebas deportivas de triatlón que presenta este mercado atomizado y la falta de elementos suficientes de valoración por parte del triatleta, que no las conoce todas. En caso de querer profundizar en este campo, sería difícil recoger una muestra representativa.

En cualquier caso, cabe apuntar que los valores recogidos en la muestra reflejan un buen liderazgo de la marca tanto en España como en Europa (el 41,55% lo considera el mejor de España, un 32,4% el mejor de Europa y un 11,6% el mejor del mundo).

Al comparar los triatlones independientes, entre los que se encuentra el de Vitoria-Gasteiz, con las franquicias de triatlón (Challenge y Ironman), se observa que los primeros se asocian con atributos como la «relación calidad/precio» y el «trato al participante», mientras que las empresas franquiciadas se asocian a valores del tipo «mejor ambiente» y «mejor calidad organizativa», valores con los que también se asocia el Triathlon Vitoria-Gasteiz. Se deduce, por tanto, que la prueba de Vitoria-Gasteiz, a pesar de ser un triatlón independiente, se asocia a los valores de las marcas de referencia.

5. Hábitos de consumo de otros servicios paralelos a la práctica del triatlón

Se observa, por un lado, un crecimiento del número de clubes de triatlón en España y, al mismo tiempo, una tendencia creciente por parte de los practicantes de este deporte a pertenecer a un club que tenga un entrenador para el equipo.

Se detecta también una tendencia creciente a recibir servicios médicos de tipo fisioterapia, traumatología u osteopatía.

6. Hábitos de consumo de turismo de los participantes en Vitoria-Gasteiz y en Euskadi

El número de pernoctaciones crece en el territorio de Álava, tanto por el incremento del número de acompañantes no participantes como por el número de noches que el grupo pernoctará.

Asimismo, se observa una intencionalidad clara de visitar la provincia y también todo Euskadi con motivo de la participación en el triatlón en 2016. Sin embargo, los datos de visita real de los participantes de 2014 y 2015 son inferiores.

Conclusiones

Considerando los principales resultados que hemos recogido a lo largo del estudio, podemos distinguir ciertas líneas de actuación con el fin de establecer vías de desarrollo y mejora del conjunto de los servicios ofrecidos por

la prueba deportiva Triathlon Vitoria-Gasteiz. El estudio se incorpora a la investigación de marketing dentro de su plan estratégico con el fin de desarrollar acciones encaminadas al logro de sus metas a medio plazo, reforzar sus valores competitivos y mantener la satisfacción de los grupos de interés, así como su misión de ser considerado uno de los mejores triatlones de Europa.

En general, hemos constatado, a través de las diversas fuentes, que el mercado de la práctica de triatlón está en pleno auge, tanto la propia práctica en sí como la participación en las diferentes pruebas deportivas, por lo que la empresa organizadora debe mantener el estándar de calidad desarrollado estos últimos años que le ha asegurado el número de inscritos y la satisfacción de los grupos de interés implicados (triatletas y acompañantes, instituciones, patrocinadores privados y la ciudadanía de Vitoria-Gasteiz).

Las líneas de actuación pasan por reforzar sus valores competitivos, como son el ambiente de la prueba y la calidad organizativa, así como establecer planes de trabajo conjunto con los proveedores externos para mejorar los factores relacionados con el control del reglamento y los servicios turísticos.

Asimismo, se han detectado oportunidades de negocio en relación con los hábitos de consumo de servicios de los triatletas previos a las pruebas deportivas.



Itziar Galdos Valdecantos

itzigaldos@uoc.edu

Twitter:@itzigaldos

Alumni Grado Marketing e Investigación de Mercados (UOC)

Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), actualmente desarrolla su labor profesional como responsable de marketing y comunicación en la asociación deportiva Maratlón, promotora y organizadora de eventos deportivos y culturales. Graduada en Diseño de Interiores, ha desarrollado siempre su actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación, y también del diseño de interiores y el diseño gráfico.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.



UNA TRANSFORMACIÓN EN LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN

¿Qué papel juega la marca de distribuidor en los surtidos de las cadenas de distribución alimentaria?

Juan Carlos Gázquez-Abad

Profesor titular de la Universidad de Almería

Profesor colaborador de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN Las marcas de distribuidor (MdD) se han convertido en un «fenómeno social y económico», especialmente en el contexto de la distribución con base alimentaria. Si bien es cierto que la crisis económica ha sido uno de los elementos que ha permitido el éxito de este tipo de marca, los minoristas han sido capaces de desarrollar enseñas con un elevado valor para el consumidor, lo que ha permitido que se hayan posicionado al mismo nivel que muchas de las marcas de fabricante tradicionales. Esto ha causado que muchos minoristas hayan optado por darle mayor protagonismo a su marca propia en detrimento de las marcas nacionales, de modo que la MdD se ha convertido en su principal «arma competitiva» frente a los fabricantes de las marcas nacionales más tradicionales. En este artículo se analiza el papel que la MdD juega en los surtidos de las cadenas de distribución alimentaria y hasta qué punto la apuesta por la marca propia que muchas cadenas han realizado puede ser perjudicial para los intereses del minorista.

PALABRAS CLAVE gestión minorista; surtido; marca de distribuidor; marcas nacionales

*The role of Private Labels in retailers' assortments:
an analysis in the FMCG sector*

ABSTRACT Private labels (PLs) have become a «social and economic phenomenon», especially in the context of the fast moving consumer goods (FMCG) sector. Although the global economic crisis has boosted PLs' success, retailers have developed their own high-value brands. As a result, PL positioning is very close to that of (traditional) national brands competing in the sector. Because of such positioning, many retailers have emphasized their own brands on their shelves. PLs have become the most important competitive tool retailers employ against national brands. This paper analyses the role of PLs in retailers' assortments and whether many of retailers' assortment decisions might be detrimental to their own interests.

KEYWORDS *retailing; assortment; private label; national brands*

Introducción

El sector de la distribución comercial ha sufrido una transformación importante en los últimos años, tanto en los procesos de comercialización como en el comportamiento de compra de los consumidores. Uno de los cambios más relevantes ha sido, sin lugar a dudas, la consolidación de las marcas de distribuidor (MdD) –especialmente en el contexto de la distribución con base alimentaria– que han alcanzado unas cifras de cuota de mercado muy elevadas a costa de las marcas de fabricante, lo que ha alterado profundamente la composición de los surtidos en los lineales de venta y la relación entre el minorista y los fabricantes.

En este trabajo se analiza, fundamentalmente en el contexto de la distribución con base alimentaria en España, la situación actual de las MdD y el papel que la mismas juegan no solo dentro de la oferta de referencias del minorista, sino, además, a nivel estratégico como herramienta competitiva y de negociación frente a otros minoristas y fabricantes.

1. ¿Qué es la MdD? Evolución y situación actual

Los productos con MdD son los que han sido fabricados por un determinado fabricante y son ofrecidas al consumidor bajo el nombre o marca de la empresa distribuidora, y no con el de la compañía que realmente los ha elaborado. La literatura recoge varias definiciones de MdD. Por ejemplo, Serra y Puelles (1993) se refieren a ellas como aquellas que, desvinculadas del fabricante que las produce, se comercializan por un distribuidor concreto que les da su nombre u otro distinto, y se encarga de realizar las labores de marketing. Casares y Rebollo (1996) afirman que las MdD se refieren a las de aquellos productos fabricados por un determinado industrial, que son ofrecidas al consumidor bajo el nombre o marca del distribuidor o detallista, que es quien realiza todas las labores de marketing. Para Puelles y Puelles (2003), las MdD son marcas cuya propiedad legal corresponde al distribuidor y de cuya fabricación, normalmente, se encarga un fabricante establecido. El fabricante sigue en su producción las especificaciones requeridas por el distribuidor en cuanto a la composición, calidad, diseño, envase, etc.

La American Marketing Association (AMA) se refiere a la MdD como aquella marca cuya propiedad y control corresponde al distribuidor, en contraposición al fabricante. El término no solo se aplica a la marca propiamente dicha, sino que se extiende al producto y su contenido. Frecuentemente es conocida como marca privada o etiqueta privada, aunque en castellano¹ existen muchos otros vocablos que se han utilizado con mayor o menor acierto para referirse a tales marcas (por ejemplo, marcas propias de detallista, marcas blancas², marca de enseña, marca de cadena propia, marca exclusiva, marca cedida, marca genérica, producto bandera, contramarcas).

Los supermercados fueron el formato base para el desarrollo de las MdD (Puelles *et al.*, 2011). Los primeros indicios de los productos propiedad del distribuidor los encontramos en el Reino Unido en 1869, cuando la cadena Sainsbury lanzó su propia marca. En Francia, las primeras marcas de este tipo aparecieron en 1923, cuando la cadena Coop decidió registrar su marca para toda una variedad de productos. No obstante, la primera iniciativa importante de MdD tuvo lugar en Francia en 1976, con la introducción en los lineales de Carrefour de unos cincuenta productos sin marca, solamente identificados con su logotipo (Gázquez-Abad y Sánchez-Pérez, 2007).

Sin embargo, nada tienen hoy que ver las actuales marcas de distribuidor con aquellas «marcas blancas» de la década de los años sesenta y setenta, denominadas «de primera generación» y caracterizadas por envases muy sencillos y de color blanco, con etiquetas muy simples, que llegaron a España con los productos de la cadena de

1. En inglés sucede algo similar; los términos más empleados son: *private labels*, *private brands*, *store brands*, *own labels*, *own brands*, *retailer's brands* o *home brands*.

2. Este es, probablemente, el término más utilizado por los medios de comunicación en nuestro país para referirse a la MdD. El término *marca blanca* se debe a que las primeras marcas de distribuidor lanzadas al mercado utilizaban envases blancos con letras negras que indicaban la categoría del producto en cuestión.

supermercados Simago³. Sin embargo, no fue hasta a partir de los años noventa, de la mano de las grandes superficies comerciales, cuando las MdD dieron un salto en calidad e imagen, comercializándose bien con el nombre del minorista (marca de distribuidor, propiamente dicha), o con nombres distintos (marca privada), gestionados por el distribuidor, quien se encargaba de todas las labores de comercialización y marketing (Puelles, 2011).

Europa lidera el sector de la MdD a nivel mundial, que es más fuerte en aquellas economías europeas más potentes. Las principales economías europeas (Suiza, Alemania, Francia, España, Reino Unido y Países Bajos), así como países como Portugal, Austria o Bélgica, cuentan con cuotas de mercado de la MdD por encima del 25%. Según datos de IRI (2014), la cuota de mercado (valor) de la MdD en Europa es del 38,7% (48,9% en unidades). Por países, Suiza, junto con el Reino Unido y España, son los que ostentan los mayores valores de cuota de mercado de la MdD, con valores superiores (en el caso de Suiza y el Reino Unido) al 50% (valor). No obstante, cabe señalar que en 2014 la cuota de mercado de la MdD en Europa descendió (0,1%) por primera vez desde 2007, lo que en opinión de muchos expertos puede poner de manifiesto cierta saturación de los mercados, el logro de un «máximo» en la cuota de mercado de este tipo de marcas, y la recuperación del nivel de gasto y empleo a nivel mundial.

En España, según datos de IRI (2016), la cuota de mercado de la MdD (enero de 2016) es del 40,2% (valor), y también aquí cabe señalar que en relación a enero de 2015, dicha cuota se ha visto reducida en un 1%. Igualmente, las ventas de la MdD se han visto reducidas en un 1,7% (valor) en ese mismo período. Dicha reducción ha sido aprovechada por las marcas de fabricante (o marcas nacionales), que han incrementado sus ventas en un 2,2% (han sido las marcas que han aprovechado, en mayor medida, la lenta recuperación de la economía española). Del conjunto de categorías, cabe destacar que son los alimentos frescos y refrigerados los que mayor cuota de mercado de la MdD presentan (por encima, en la mayor parte de los casos, del 40%). Por el contrario, las categorías de higiene y cuidado personal y las bebidas alcohólicas son las que presentan menores cifras de cuota de mercado de la MdD (por debajo, en la mayor parte de los casos, del 15%).

2. Importancia de la MdD en el surtido del minorista

El surtido se configura, junto con la localización y el nivel de precios, como un criterio fundamental a la hora de explicar por qué el consumidor selecciona un establecimiento y no otro.

Aunque inicialmente los minoristas introdujeron su marca propia en los lineales como forma de completar su oferta llegando a los segmentos de precio más bajo, desde hace unos años la presencia de la MdD se ha convertido en la principal herramienta competitiva en manos de los distribuidores alimentarios frente al mayor poder tradicional que las marcas de fabricante o marcas nacionales han acumulado. Esta capacidad competitiva se expresa a partir de diversos aspectos:

- La MdD permite al minorista ejercer un mayor control sobre el espacio disponible en sus lineales (Amrouche y Zaccour, 2007). Esto es un elemento fundamental en la negociación con los fabricantes de marcas nacionales, ya que la posición de los productos en los lineales condiciona, y mucho, la probabilidad de que sean elegidos por parte del consumidor. En la medida en la que la relación con el fabricante es más beneficiosa para el minorista, los productos de aquel suelen ocupar mejores zonas/pasillos y suelen situarse en los niveles centrales (nivel de los ojos) de las estanterías, que son, normalmente, los más beneficiosos desde el punto de vista de la visibilidad y la probabilidad de elección⁴.

3. Simago se especializó durante los años sesenta, setenta y ochenta en ofrecer a los consumidores productos de bajo coste. Sus locales solían tener poco más de 1.000 metros cuadrados, generalmente repartidos entre bazar y supermercado. En 1997, Simago fue adquirida por la cadena de hipermercados Continente y sus establecimientos pasaron a operar bajo la marca Champion.

4. Si bien es cierto que el nivel central de los ojos suele ser el más beneficioso, esto también depende, en muchas ocasiones, de la categoría del producto en concreto. Por ejemplo, la mejor posición en el caso de los yogures suele ser algo más baja que el nivel de los ojos, dado que el consumidor presta mayor atención a la fecha de caducidad.

- La MdD permite reforzar la imagen del establecimiento (Ailawadi y Keller, 2004). Muchos consumidores entienden la MdD como una extensión de la marca y la imagen del propio establecimiento. De hecho, ambos conceptos –MdD e imagen de establecimiento– se complementan mutuamente. Cuando los consumidores tienen una percepción positiva de la imagen del establecimiento, esto genera un efecto positivo en las marcas que comercializa dicha tienda (Dhar y Hoch, 1997). Aún más, cuando los consumidores no están familiarizados con la marca, la imagen del establecimiento es uno de los elementos fundamentales para hacer un juicio rápido sobre la MdD, por lo que puede afirmarse que la imagen del establecimiento tiene una relación directa y positiva con la intención del consumidor a la hora de comprar MdD. Cuanto más positiva sea la imagen del establecimiento, mayor será la intención de compra de la MdD (Grewal *et al.*, 1998).
- La MdD permite incrementar el poder de negociación del minorista frente a los fabricantes (Baltas y Argouslidis, 2007). Es decir, en la medida en la que el minorista posea una marca propia poderosa y con un nivel de cuota de mercado importante, el nivel de «dependencia» del surtido respecto de las marcas nacionales será menor. Por el contrario, si la marca propia es poco preferida y valorada por parte del consumidor, el minorista se verá obligado a contar con un mayor número de marcas nacionales en su surtido para «atraer» a los consumidores al punto de venta, ya que con su propia marca se ve incapaz de hacerlo.

Dadas todas las «virtudes» competitivas que la marca propia ofrece al distribuidor, no es de extrañar que muchos grupos minoristas con base alimentaria hayan apostado claramente por sus marcas. Esta mayor apuesta por la MdD se ha visto incentivada por la recesión a la que se han visto sometidas muchas de las economías occidentales en los últimos años. En este sentido, la situación económica negativa reciente ha ofrecido a los minoristas la oportunidad de consolidar una mayor presencia de sus marcas propias. Así, las marcas propiedad del distribuidor, gracias a una mayor presencia en los lineales de venta de los minoristas y a una fuerte inversión en comunicación, han sabido transformar su posicionamiento, situándose como una alternativa óptima en la relación precio-calidad. Estas marcas propias se han ganado la confianza de un gran número de consumidores y, de hecho, se presentan en la actualidad como serias competidoras de las marcas de fabricante (Lamey *et al.*, 2012), no ya solamente en relación al precio, sino incluso en otros aspectos relacionados con los beneficios que obtienen los consumidores; según Roger (2010), la propuesta de valor de las marcas de distribuidor es superior a las marcas de fabricante. Por todo ello, es previsible que las MdD se posicionen en las mentes de los consumidores como alternativas válidas incluso una vez que se supere la crisis económica. Según un informe de IRI (2013), el 60% de los consumidores españoles de MdD comenzaron a consumirlas como consecuencia de la recesión económica, y solamente el 21% de ellos muestra intención de volver a comprar las marcas de fabricante (de precio superior) que compraban anteriormente una vez que la situación económica haya mejorado.

No obstante, y a pesar de ello, las últimas cifras de cuota del mercado de MdD parecen señalar cierto estancamiento en los principales países europeos. Uno de los últimos estudios desarrollados por IRI a nivel europeo confirma que la MdD sufrió en 2014 un leve retroceso (0,1%) en su nivel de ventas, lo que se tradujo, en algunos casos, en un estancamiento de las cifras de beneficio y la cuota de mercado de la marca propia. De acuerdo con dicho estudio, la principal razón para este descenso reside en las diferencias de precio cada vez menores que existen entre las marcas de distribuidor y las de fabricante⁵, aunque aspectos como el aumento de la actividad promocional por parte de las marcas nacionales y la dificultad para mantener el nivel de crecimiento que la MdD había alcanzado, pueden explicar, igualmente, la tendencia decreciente actual de las marcas propiedad del distribuidor.

5. Según Ignacio Larracochea, presidente de Promarca, las marcas de fabricante han logrado mejorar su relación calidad-precio (*El País*, 2016). Esto, unido al incremento del precio medio de las MdD en un 2,2% (año 2014 con respecto al año 2013), según señala un estudio de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), explica por qué las marcas de fabricante han comenzado, lentamente, a recuperar parte del terreno perdido.

3. ¿Debe el minorista apostar por la MdD o debe mantener un número mínimo de marcas de fabricante?

La lucha actual por rebajar los precios de venta ha provocado una importante reducción de los surtidos de muchos establecimientos minoristas (por ejemplo, Wal-Mart, Mercadona o Home Depot), que optaron a finales de 2008 por retirar referencias de sus lineales de venta (Steenkamp y Kumar, 2009), fundamentalmente aquellas con menor rotación y las que no respondían a necesidades reales de los consumidores. Al mismo tiempo, y siendo conscientes de que el surtido es una herramienta clave en el posicionamiento y la imagen de los minoristas, otros establecimientos (fundamentalmente supermercados e hipermercados), como por ejemplo Carrefour y Lidl, tomaron la decisión de ampliar sus surtidos y satisfacer todas las necesidades de los consumidores, no exclusivamente las básicas.

Los minoristas que ofrecen una combinación de marcas de fabricante y MdD esperan que el aumento de la variedad percibida en su surtido por parte del consumidor ayude a reducir su intención de cambiar de establecimiento. En cambio, en el caso de los minoristas que ofertan un surtido solo con MdD, se espera que no tenga influencia, ya que no hay variedad en un surtido que comprende una sola marca.

No obstante, la retirada de marcas de fabricante de los surtidos no siempre es sencilla. Hay numerosos ejemplos de situaciones en las que los minoristas, después de eliminar determinadas marcas nacionales, han tenido que rectificar esta decisión presionados por sus propios clientes. Por ejemplo, como apuntan Sloot y Verhoef (2008), la antigua cadena holandesa minorista de alimentación Edah decidió suprimir 2.000 artículos de marca de fabricante, para introducir 1.000 artículos de sus MdD. En respuesta a las muchas quejas de los clientes y al descenso de ventas en los seis meses posteriores a esta reducción del surtido, tuvieron que reintroducir en poco tiempo unos 1.000 productos, principalmente de marcas nacionales de alto valor. En esta misma línea, el minorista británico ASDA se negó a vender la marca Charmin (Procter & Gamble), y los minoristas alemanes Edeka y Metro retiraron algunas marcas de fabricante de sus surtidos porque estaban insatisfechos con la política de precios y de distribución de los fabricantes (Sloot y Verhoef, 2011). Sin embargo, todos ellos se vieron obligados a reintroducir dichas marcas, aceptando las condiciones de los fabricantes, para poner fin al boicot de los consumidores y evitar un mayor daño a su imagen (Sloot y Verhoef, 2011).

Son diversos los motivos que la literatura aporta para defender que una retirada de marcas de fabricante de los surtidos de los minoristas puede dañar su imagen y sus ventas. Una de las causas esgrimidas es que un «surtido completo» debe incluir la mayoría de las marcas del mercado (Pepe *et al.*, 2012), incluyendo las marcas renombradas (Sloot y Verhoef, 2008). Esto es especialmente relevante en determinados formatos comerciales, como hipermercados o supermercados; en el caso de los *hard discount*⁶, los consumidores asumen que su surtido tendrá una menor proporción de marcas de fabricante (Gázquez-Abad *et al.*, 2015). Por otro lado, los minoristas deben tratar de rentabilizar sus lineales de venta incluyendo aquellas marcas de fabricante que se encuentran bien posicionadas entre los consumidores y con volumen medio-alto de ventas (Gómez y Rozano, 2009). La eliminación de una importante cantidad de marcas de fabricante para aumentar las ventas de las MdD puede ser percibida por los consumidores como un menor valor del surtido (Rubio *et al.*, 2014), lo que puede afectar, como ya hemos comentado anteriormente, a la propia imagen del establecimiento. Para evitar esto, numerosos autores (entre ellos, González-Benito y Martos-Partal, 2010; Vilas, 2011) sugieren que los minoristas separen, en sus lineales de venta, las marcas nacionales de sus propias MdD. Los consumidores considerarán totalmente incompleto un surtido en el que todas las marcas de fabricante (especialmente las que son consideradas de alto valor) sean suprimidas, lo que puede provocar una decidida intención de cambio de establecimiento, al menos en el caso de los consumidores que muestran una alta preferencia por este tipo de marcas. En el caso de clientes habituales a las MdD, la eliminación de las marcas nacionales puede modificar su percepción sobre el surtido del minorista, si bien no modificará su elección de establecimiento, ni su comportamiento de compra.

6. El 80% de los productos que se pueden encontrar en los lineales de Lidl o Aldi son de marca propia (*El Mundo*, 2016).

Conclusiones

La MdD es un elemento fundamental en la estrategia competitiva de los minoristas, especialmente en el contexto actual. La mejora del posicionamiento en la calidad de estas marcas, unido a los cambios en los patrones de consumo que se han producido en los últimos años de crisis económica, han animado a muchos minoristas a darle un mayor papel protagonista a la MdD en sus lineales, hasta el punto de que, en muchas ocasiones, han llegado a eliminar la totalidad de las marcas nacionales en algunas categorías de producto. Pero ¿es recomendable esta decisión? Siguiendo a Sloat y Verhoef (2011), es necesario que el minorista tenga en consideración algunos aspectos a la hora de plantearse la reducción de marcas en sus surtidos.

En primer lugar, es recomendable que de manera periódica el minorista revise sus surtidos a modo de mantenimiento y actualización, de manera que aquellas referencias que realmente no aporten valor sean eliminadas. No obstante, recomendamos al minorista que tenga cuidado y que no excluya del surtido marcas fuertes o hedónicas, puesto que los consumidores son muy sensibles a la eliminación de marcas de alto valor en categorías hedonistas, especialmente si se trata de establecimientos orientados a los servicios al cliente, y no tanto al precio. Además, los consumidores reaccionan con más fuerza a la eliminación total de una marca del surtido que a una reducción de diversas variedades y/o formatos de dicha marca. Como consecuencia, se recomienda a los minoristas que utilicen varios criterios económicos antes de decidir la supresión total de una marca; entre estos criterios deberá considerarse el valor de marca, la función del producto o el nivel de precios.

En resumen, siguiendo la recomendación de Gázquez-Abad *et al.* (2015), creemos que la mejor opción para el minorista es que cuente con surtidos en los que haya presencia tanto de marcas nacionales como de MdD, pues son los que van a generar una mayor lealtad al establecimiento y van a permitir llegar a consumidores de diferentes segmentos de mercado. Eso sí, para que los resultados obtenidos en esta «mezcla» sean óptimos, es necesario que el minorista sea capaz de construir una marca propia poderosa y que posea un posicionamiento en cuanto al valor lo más cercano posible a las marcas nacionales de mayor calidad.

Bibliografía

- AILAWADI, K. L.; KELLER, K. L. (2004). «Understanding retail branding: conceptual insights and research priorities». *Journal of Retailing*. Vol. 80, n.º 4, págs. 331-342.
- AMROUCHE, N.; ZACCOUR, G. (2007). «Shelf-space allocation of national and private brands». *European Journal of Operational Research*. N.º 180, págs. 648-663.
- BALTAS, G.; ARGOSLIDIS, C. (2007). «Consumer characteristics and demand for store brand». *International Journal of Retail and Distribution Management*. Vol. 3, n.º 5, págs. 328-341.
- CASARES, J.; REBOLLO, A. (1996). *Distribución Comercial*. Madrid: Civitas.
- DHAR, S. K.; HOCH, J. (1997). «Why Store Brand Penetration Varies by Retailer». *Marketing Science*. Vol. 16, n.º 3, págs. 208-27.
- EL MUNDO (2016). «Marcas blancas: la mejor opción». Disponible en línea [fecha de consulta: 9 de febrero de 2016]: <<http://www.elmundo.es/vida-sana/estilo-y-gastro/2016/02/09/56b32e6246163f1f6a8b4611.html>>.
- EL PAÍS (2016). «¿Quién compra las marcas blancas? ¿Son cosa de ricos o de pobres?». Disponible en línea [fecha de consulta: 4 de marzo de 2016]: <http://economia.elpais.com/economia/2016/02/25/actualidad/1456397603_355036.html>.
- GÁZQUEZ-ABAD, J. C.; MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. J.; MONDÉJAR-JIMÉNEZ, J. A.; ESTEBAN-MILLAT, I. (2015). «Mixed assortments vs. store brand-only assortments: The impact of assortment composition and consumer characteristics on store loyalty». *Revista Española de Investigación en Marketing, ESIC*. Vol.19, n.º 1, págs. 24-45.
- GÁZQUEZ-ABAD, J. C.; SÁNCHEZ-PÉREZ, M. (2007). «Análisis de la estructura competitiva entre marcas nacionales y marcas privadas: un análisis empírico con datos de escáner». *Información Comercial Española (ICE): Revista de economía*. N.º 839, págs. 163-193.

- GÓMEZ, M.; ROZANO, M. (2009). «Marcas de distribuidor: análisis del espacio en el lineal por categorías y enseñanzas». *Cuadernos de Gestión*. Vol. 9, n.º 1, págs. 81-98.
- GÓNZALEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. (2010). «Marcas de distribuidor y fidelización de clientes». En: *Distribución comercial y comportamiento del consumidor*. Oviedo: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, págs. 85-100.
- GREWAL, D.; KRISHNAN, R.; BAKER, J.; BORIN, N. (1998). «The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions». *Journal of Retailing*. N.º 74 (3), págs. 331-352.
- IRI (2013). *Private label. Balancing quality and value*. IRI Private Label Special Report. Disponible en línea [fecha de consulta: 4 de octubre de 2014]: <http://www.iriworldwide.eu/Portals/0/articlepdfs/PrivateLabel_2013_Full%20Report.pdf>.
- IRI (2014). *Private Label in Western Economies*. IRI Private Label Special Report. Disponible en línea [fecha de consulta: 7 de marzo de 2016]: <http://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/pl_report_final_7-Jan-15.pdf>.
- IRI (2016). *Infoscan census topline*. 8 marzo. Disponible en línea [fecha de consulta: 8 de marzo de 2016]: <http://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/New_TopLine_1-2_Enero16_2.pdf>.
- LAMEY, L.; DELEERSNYDER, B.; STEENKAMP, J-B.; DEKIMPE, M. (2012). «The effect of business-cycle fluctuations on private-label share: What has marketing conduct got to do with it?». *Journal of Marketing*. Vol. 76, enero, págs. 1-19.
- PEPE, M. S.; ABRATT, R.; DION, P. (2012). «Competitive advantage, private-label brands and category profitability». *Journal of Marketing Management*. Vol. 28, n.º 1-2, págs. 154-172.
- PUELLES, J. A. (2011). «Introducción a las MDD: concepto, evolución, situación actual, tipología, marco legal e institutos de investigación». En: PUELLES, J. A.; GÓMEZ, M.; PUELLES, M. (coords.). *Marcas de distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos*. Madrid: Pirámide, págs. 28-30.
- PUELLES, J. A.; GÓMEZ, M.; PUELLES, M. (2011). *Marcas de distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos*. Madrid: Pirámide.
- PUELLES, J. A.; PUELLES, M. (2003). «Marcas de distribuidor: más de 30 años de un proceso dinámico, competitivo e imparable». *Distribución y Consumo*. Vol. 69, págs. 55-71.
- ROGER, G. (2010). *Las marcas distribuidor en el sector de la alimentación*. Barcelona: EAE Business School, Strategic Research Center. Disponible en línea [fecha de consulta: 8 de marzo de 2016]: <<http://recursos.anuncios.com/files/359/50.pdf>>.
- RUBIO, N.; VILLASEÑOR, N.; OUBIÑA, J. (2015). «Consumer identification with store brands: Differences between consumers according to their brand loyalty». *Business Research Quarterly*. Vol. 18, n.º 2, págs. 111-126.
- SERRA, T.; PUELLES, J. A. (1993). «Análisis de las marcas de distribución en el mercado de la alimentación». *Actas de los V encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*. Sevilla, págs. 103-108.
- Sloot, L. M.; Verhoef, P. C. (2008). «THE IMPACT OF BRAND DELISTING ON BRAND SWITCHING and store switching intentions». *Journal of Retailing*. Vol. 84, n.º 3, págs. 281-296.
- SLOOT, L. M.; Verhoef, P. C. (2011). «Reducing assortments without losing business. Key lessons for retailers and manufacturers». *New Strategies*. Vol. 3, n.º 2, págs. 27-33.
- STEENKAMP, E. M.; Kumar, N. (2009). «Don't be undersold». *Harvard Business Review*. Vol. 87, n.º 12, págs. 90-95.
- VILAS, J. M. (2011). «Marcas líderes y distribuidores. Buenas prácticas de colaboración». *Distribución y Consumo*. N.º 117, págs. 23-31.



Juan Carlos Gázquez Abad

jgazqueza@uoc.edu

Profesor titular de la Universidad de Almería.

Profesor colaborador de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Consultor de los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya, profesor titular de universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Almería. Es doctor por la Universidad de Almería. Ha sido profesor visitante en la Universidad de Gante (Bélgica). Los resultados de sus investigaciones han sido publicados en múltiples revistas internacionales y nacionales de impacto. Igualmente, es autor de diversos libros y capítulos de libros internacionales y nacionales relacionados con la gestión minorista y la marca de distribuidor. Es *co-chair* de la *Research on National Brand & Private Label Marketing International Conference*, congreso internacional sobre marcas nacionales y marcas de distribuidor que se celebra anualmente en Barcelona y que está esponsorizado por la UOC.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.

