

ISSN 2796-9967

Revista

DESAFÍOS 
DEL DESARROLLO

NÚMERO 3

JULIO - DICIEMBRE 2023

DDD

DESAFÍOS DEL DESARROLLO

Desafíos del Desarrollo es una revista científica de publicación semestral, digital y de acceso abierto del Instituto de Desarrollo Regional y de la Pequeña y Mediana Empresa (IDR). Es editada en los meses de julio y diciembre por la editorial de la Universidad Nacional del Oeste (EDUNO).

Tiene por objetivo promover la producción científica y académica de las áreas temáticas relativas a los problemas del Estado, la administración, la economía, las políticas públicas, el desarrollo territorial, el pensamiento científico y el análisis histórico.

El editor no se responsabiliza por los conceptos, opiniones o afirmaciones vertidas en los artículos de los colaboradores de la publicación, que son a título personal y de exclusiva responsabilidad de los respectivos autores.

Revista Desafíos del Desarrollo
ISSN 2796-9967
Número 3
Julio - Diciembre 2023

Revista digital: <https://desafiosdeldesarrollo.uno.edu.ar>
Correo electrónico: desafiosdeldesarrollo@uno.edu.ar



eduno Editorial de la Universidad Nacional del Oeste

Instituto de Desarrollo Regional y de la Pequeña y Mediana Empresa (IDR).
Universidad Nacional del Oeste.
Av. Belgrano 369 (Of. IDR), San Antonio de Padua, Merlo,
Provincia de Buenos Aires, República Argentina.
Correo electrónico: desafiosdeldesarrollo@uno.edu.ar
C.P. 1718 - Tel. 0220 483-4150
ISSN 2796-9967 (versión en línea)

Equipo de la Revista Desafíos del Desarrollo

Director:

Miguel Francisco Gutiérrez (UNO - UBA, Argentina)

Consejo Editorial:

Maximiliano Molina D'Orio (UNO - UBA, Argentina)

Rolando Mateos (UNO, Argentina)

Silvana Pierri (UNO, Argentina)

Andrés Di Pelino (UNO - UBA, Argentina)

Consejo Académico:

Roberto Jesús Gallo (UNO, Argentina)

Little L. Roch (Universidad del Externado, Colombia)

Pavlakis Efthimia (Universidad Kapodistriaca de Atenas, Grecia)

Ross César (Universidad de Santiago de Chile, Chile)

Rodolfo Armando Canto Sáenz (Universidad Autónoma de Yucatán, México)

María de Monserrat Llairó (UBA, Argentina)

Daniel Stigliano (Scholas, Argentina)

Graciela Scavone (UBA - USAL, Argentina)

Enrique del Percio (Universidad de San Isidro, Argentina)

Enrique Gutiérrez Márquez (Universidad Iberoamericana, México)

Gastón Mutti (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)

Silvia Fontana (Universidad Católica de Córdoba, Argentina)

Melina Guardamagna (Universidad Nacional de Cuyo, Argentina)

Diego Pando (Universidad Metropolitana - Universidad de San Andrés)

Alejandro Estévez (UBA, Argentina)

Dirección Editorial:

Rut Beresovsky

Diseño Editorial y Maquetación Web:

Victoria Tarnoczy

Anabella Mattio

ÍNDICE

Editorial

Miguel Francisco Gutiérrez.....5-6

Artículos y ensayos

¿Cómo se construye la agenda de una red colaborativa de políticas públicas en Argentina?

Alejandro Miguel Estévez - Mario Helfenstein.....7-20

As metodologias ativas como potencializadoras dos processos reflexivos e criativos: percepções docentes

Volnei Fortuna - Hildegard Susana Jung.....21-34

Lecciones de la política social en Argentina: el plan Jefes y después

Agustín Mario.....35-40

Determinantes institucionales e históricos del desarrollo.

Una propuesta de ordenamiento teórico a partir de lecturas recientes

Pablo Tavilla.....41-51

Oportunidades y desafíos para los vinos argentinos en el mercado chino

Yiwen Zhang.....52-80

Reseñas e informes

Juan Bautista Alberdi: Liberalismo, igualdad y crecimiento económico en la Argentina del siglo XIX

Maximiliano Molina D´Orio.....81-85

Desafíos de salida Los condicionantes al desarrollo

Karina Gutiérrez.....86-88

Policy Analysis in Argentina

Agustín Bruno.....89-92

Colaboraciones

Página de colaboraciones.....93-95

Editorial

El tercer número de la revista representa un signo de continuidad, de regularidad y de referencia para las ciencias sociales vinculadas al desarrollo. Cumplir el año es posible gracias al compromiso de un equipo de trabajo y a la creencia de un conjunto de académicos que han compartido sus trabajos en la búsqueda de difundir sus investigaciones y sus propuestas generosamente en una publicación que se consolida. Los objetivos de esta producción editorial se centran en contribuir a la divulgación y al debate en el campo de las ciencias sociales respecto de los procesos que contribuyen a la generación de desarrollo. La actual publicación recupera un conjunto de trabajos referidos a los avances relativos a trabajos de doctorado, posdoctorado y de resultados de proyectos de investigación. Los investigadores que forman parte de esta publicación provienen de diversas disciplinas e instituciones que no integran la Universidad Nacional del Oeste lo que promueve la creación de redes y la ampliación de los alcances de la revista.

En una época que profundiza el imperativo de la flexibilidad, de la innovación y de la incertidumbre como valores, la propia sustentabilidad del sistema se encuentra amenazada. Las alertas ambientales, sociales y económicas se han intensificado en los últimos años confirmando la necesidad de repensarnos como sociedad en un nuevo pacto que permita una vida digna y feliz. La economía circular y del cuidado de la casa común representan algunas de las propuestas necesarias en la construcción de un nuevo camino. El planteo respecto de la búsqueda de la felicidad en una sociedad de iguales y libres expresa la pregunta central de futuro, de un futuro común. ¿Cuál es el imperativo de la felicidad humana? La pregunta por la realización incluye la libertad en la búsqueda individual de aquellas acciones que las personas tengan razones para valorar. En una sociedad cohesionada donde las desigualdades permiten la realización aspiracional de las mayorías el desarrollo se consolida y permite la construcción de un proceso de generación de valor en el tiempo.

Desafíos del Desarrollo es una revista científica de publicación semestral, digital y de acceso abierto del Instituto de Desarrollo Regional y de la Pequeña y Mediana Empresa (IDR). Es editada en los meses de julio y diciembre por la editorial de la Universidad Nacional del Oeste (EDUNO).

El objetivo de la presente publicación es facilitar la difusión de conocimientos que se generan producto de las investigaciones del ámbito universitario, pero también propiciar un espacio de publicación y debate sobre las problemáticas económicas, sociales y políticas que conciernen al desarrollo de las capacidades de los actores territoriales. En este sentido la publicación adopta un enfoque amplio que promueve la discusión y el intercambio entre profesionales y áreas de trabajo fomentando la diversidad y la inclusión. Con este último fin, *Desafíos del Desarrollo* recibe publicaciones de profesionales, docentes e investigadores pertenecientes a distintas instituciones académicas, gubernamentales y no gubernamentales, tanto nacionales como extranjeras. Se trata de una publicación interdisciplinaria que se financia y edita con fondos de investigación de la Universidad Nacional del Oeste.

Los cinco artículos de la revista que compartimos abordan un conjunto de temáticas relativas a la regulación de las políticas públicas, a la educación en su construcción de capacidades y a al devenir de las tendencias en ciencias sociales respecto de los procesos de desarrollo territorial. Las tres reseñas que forman parte de la presente publicación conforman una decisión de participar en acciones de di-

fusión de los avances en investigación sobre temáticas acordes a *Desafíos del Desarrollo*. El conjunto de artículos expone además un resultado en la conformación de redes por parte de los actores participantes.

El primer artículo de Alejandro Miguel Estévez y Mario Helfenstein centra su objeto de investigación en el análisis de la construcción de redes de políticas públicas. En este sentido el proceso de establecimiento de la agenda en una red colaborativa de políticas públicas, específicamente en redes colaborativas, es un tema relevante. En este trabajo compartimos los desafíos y las etapas presentes en la configuración del fortalecimiento institucional.

El aporte realizado por Volnei Fortuna y Hildegard Susana Jung con “As metodologías ativas como potencializadoras dos processos reflexivos e criativos: percepções docentes” se propone analizar la percepción de los profesores de una escuela privada ubicada en un municipio de Rio Grande do Sul con respecto a las metodologías activas de enseñanza y aprendizaje. El interés de la investigación se centra en indagar respecto de ¿cómo las metodologías activas de aprendizaje pueden potenciar el desarrollo de procesos reflexivos y creativos desde la perspectiva de los docentes que actúan en escuelas privadas?

Agustín Mario en “Lecciones de la política social en Argentina, el plan Jefes y después” se propone analizar la experiencia argentina en materia de política social desde el 2002 a la fecha. Este trabajo realiza un sucinto recorrido de algunas tendencias y un conjunto de reflexiones sobre los resultados de los programas de prestaciones sociales actuales.

En “Determinantes institucionales e históricos del desarrollo. Una propuesta de ordenamiento teórico a partir de lecturas recientes” Pablo Tavilla nos presenta una reflexión respecto de un conjunto de autores respecto de los procesos de demanda efectiva sobre las restricciones al crecimiento. Aborda la necesidad de abordar un cambio estructural en el análisis y respecto de la necesidad de diversificar la estructura productiva.

Yiwen Zhang nos presenta sus resultados de investigación de Maestría en este importante trabajo “Oportunidades y Desafíos para los Vinos Argentinos en el Mercado Chino”. El análisis del mercado del vino en China, enfocándose en las oportunidades para los vinos argentinos representa un aporte relevante respecto del estudio de las dinámicas sectoriales de generación de valor.

En suma, el conjunto de artículos presentados configuran un aporte al estudio del desarrollo de capacidades y de generación de valor desde diversas temáticas, objetos y preguntas. El análisis de los procesos que permiten la creación de valor, la generación de oportunidades y la construcción de ventajas comparativas creadas confirman la consecución de procesos tendientes al desarrollo territorial y conforman interés para la presente publicación.

Miguel Francisco Gutiérrez

¿Cómo se construye la agenda de una red colaborativa de políticas públicas en Argentina?

*Alejandro Miguel Estévez**

*Mario Helfenstein***

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 28 de abril de 2023

Resumen

El proceso de establecimiento de la agenda en una red colaborativa de políticas públicas, específicamente en redes colaborativas, es un tema relevante en los estudios de políticas públicas. La selección de prioridades y problemas a abordar por la red es crucial para su acción. El coordinador de la red suele proponer temas relevantes alineados con los objetivos de la red, los cuales se presentan a los miembros para su debate y definición.

Abstract

The process of agenda-setting in a collaborative network of public policy, specifically in collaborative networks, is a relevant topic in public policy studies. The selection of priorities and problems to be addressed by the network is crucial for its action. The network coordinator usually proposes relevant topics aligned with the network's objectives, which are presented to the members for debate and definition.

Palabras clave

Establecimiento de la agenda - red colaborativa- políticas públicas-selección de problemas- obstáculos.

Keywords

Agenda-setting - collaborative network - public policy - problem selection - obstacles.

* Posdoctor en Ciencias Económicas de la FCE UBA, Ph. D. en Administración y Políticas Públicas de la ENAP, (Ecole Nationale D'Administration Publique) de la Université du Québec-Canada, Profesor de Administración Pública en la FCE-UBA en nivel de grado, posgrado y doctorado. Es Profesor de Administración del Sector Público en la FCE-UNLZ.
<https://orcid.org/0000-0001-6001-7486> - Correo electrónico: aestevez2009@gmail.com

** Doctor en Ciencias Económicas de la UNLAM, Director del Instituto para la Modernización del Estado (IME) de la UNLZ, Profesor titular de Organización y Estructuras de la FCE-UNLZ.
<https://orcid.org/0009-0007-8272-2099> - Correo electrónico: marhelf@hotmail.com

Introducción³

Las explicaciones de redes de políticas públicas no son un fenómeno nuevo. A medida que los gobiernos crecen en complejidad, las redes parecen ser un tema de estudio más relevante. Terminando los años 70, es muy necesaria una explicación de cómo funcionan, cambian e influyen en la decisión pública (Hecló, 1977, 1978; McCool, 1995; Theodolou, 1997; Sabatier, 1999; Bulcourf y Cardozo, 2008; Picard, 2011; Reynoso, 2011; Estévez, 2014 a b).

En 1968, Dror llamó la atención sobre las estructuras policéntricas en la formulación de políticas, al mismo tiempo que los problemas complejos aumentaban en relevancia y visibilidad. Dror (1968, 1971) creía que era necesario buscar soluciones "óptimas" a estos problemas y que las estructuras (futuras redes) influían en la forma en que se definían los problemas. En sus palabras (1968: 206):

Las estructuras policéntricas con unas pocas unidades autónomas tienen una lógica operativa básica que es radicalmente diferente de la de las estructuras policéntricas con muchas unidades autónomas... las últimas, operan en términos de ajuste mutuo partidista principalmente mediante la negociación y la formación de coaliciones entre sí

La creciente complejidad de los problemas para los gobiernos es un tema que ha crecido desde la década de 1970 (Denhardt, 1990; Burrell & Morgan, 1979; Koppenjan & Klijn, 2015; Baumgartner & Jones, 2009; Estévez, 2018). En relación a la complejidad, habría tres tipos (Koppenjan & Klijn, 2015):

a) Complejidad cognitiva: existen problemas perversos, tecnológicamente muy exigentes y que involucran cuestiones de valores fundamentales que son casi insolubles.

b) Complejidad estratégica: cuando intervienen varios actores interdependientes con diferentes percepciones y estrategias.

c) Complejidad institucional: cuando en una red participan diferentes instituciones con diferentes estructuras institucionales y reglas.

Según Koppenjan & Klijn (2015), las redes de políticas públicas, al tener que lidiar con problemas complejos, tienen que desarrollar una teoría de la gobernanza diferente y adaptada. La llaman "Teoría de la Red de Gobernanza" que tiene las siguientes características:

a) Explican un juego muy dinámico entre múltiples actores, con diferentes percepciones y estrategias.

b) Las buenas decisiones son aquellas que satisfacen al mayor número posible de actores en la red.

c) El éxito depende de criterios cognitivos, estratégicos e institucionales de los miembros que participan en la red.

d) El gerente, procura fomentar la interacción entre los miembros, la autorreflexión y diseña procedimientos y reglas para favorecer la dinámica de su red.

³ Este proyecto fue desarrollado en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLZ (2019-2020). Del mismo participaron: Marcela Lépre, Marcelo Podmoguilnye y Laura Castillo. Este artículo, es un análisis secundario respecto de tres preguntas recabadas en el estudio.

Por su parte, Rice (2015) señala que la reflexión sobre redes tiene su tradición en el análisis de políticas públicas, pero los estudios sobre habilidades gerenciales para conducir redes no muestran el mismo desarrollo. Por lo tanto, es necesario estudiar en profundidad cómo se gestionan las redes de políticas públicas. Voets (2015) introduce la cuestión de la efectividad de las redes y cuáles son los roles gerenciales que las hacen más efectivas.

En relación a las redes

Nuestro estudio trata sobre las redes de políticas públicas en las que el gobierno forma parte. Según Agranoff (2003: 7):

Redes de organizaciones públicas, que involucran estructuras formales e informales, compuestas por representantes de agencias gubernamentales y no gubernamentales, que trabajan de manera interdependiente para intercambiar información o formular e implementar conjuntamente políticas y programas que generalmente están diseñados para la acción a través de sus respectivas organizaciones.

Agranoff (2003, 2015) y Mandel (2015), básicamente han estudiado las redes de políticas públicas que tienen miembros del gobierno participando o conduciendo, por lo que es necesario saber cómo se gestionan las redes y también si estos gestores públicos se comportan de diferente manera en las organizaciones estatales jerárquicas con respecto a las redes estatales o públicas horizontales.

Por ello, creemos que nuestro estudio es relevante porque hemos focalizado en las habilidades gerenciales necesarias para conducir redes de políticas públicas.

Tipos de redes

No existe un único tipo de red, por lo que es necesario encontrar una clasificación. Según Agranoff (2003, 2015), existen cuatro tipos:

a) Redes informativas: los socios se reúnen exclusivamente para intercambiar políticas y programas de agencias, tecnologías y soluciones potenciales. Cualquier acción que pueda tomarse depende totalmente de la voluntad de las agencias.

b) Redes de desarrollo: la información es de los socios y el intercambio técnico se combina con la educación y el servicio a los miembros que aumenta la capacidad de los mismos para implementar soluciones dentro de las agencias u organizaciones locales.

c) Redes de divulgación: los socios se reúnen para intercambiar información y tecnologías, secuenciar la programación, intercambiar oportunidades de recursos, agrupar contactos de clientes y mejorar las oportunidades de acceso que llevan a nuevas vías de programación. La implementación de los programas diseñados está dentro de una variedad de agencias públicas y privadas.

d) Redes de acción: Los socios se unen para hacer ajustes entre agencias, adoptar formalmente cursos de acción colaborativos y/o brindar servicios junto con intercambios de información y tecnologías.

¿Las redes pueden ser conducidas como las estructuras jerárquicas?

Son varios los autores que señalan diferencias en la gestión entre estructuras jerárquicas y redes. Según Rhodes (2008) y Agranoff (2001, 2003) las redes de políticas públicas han cambiado la forma de ejercer el liderazgo o la conducción en el Gobierno. Tienen un fuerte componente colaborativo, un tipo de autoridad más informal y aunque existen procesos, son producto de grandes acuerdos más que de reglamentos o leyes.

Por lo general, los directivos de estructuras piramidales requieren un ejercicio mucho más jerárquico de autoridad, mientras que en las redes, deben negociar y alcanzar consensos constantemente. (Dror, 1968; Rodas, 2008; Agranoff, 2001, 2003; McGuire & Agranoff, 2015). Por ello enumeraremos algunas características distintivas:

a) La decisión: para obtener una decisión en las redes de políticas públicas, el requisito básico es el consenso. La decisión se obtiene como resultado de un proceso deliberativo y participativo entre los diferentes miembros de la red. El papel del gestor es precisamente dar vida a esta construcción de consenso (Agranoff, 2003; McGuire & Agranoff, 2015).

b) La planificación: surge de la negociación interna de una red. Agranoff (2003) señala que el proceso de planificación en las redes colaborativas es de tipo "catalizador", es decir, que necesita de cierta "maduración" interna entre los diferentes actores.

c) La implementación: en las redes de políticas públicas participan diferentes agencias. Por lo tanto, la implementación puede ser compartida y para funcionar, necesita una buena coordinación horizontal entre sus diferentes miembros (Agranoff, 2003; Rhodes, 2008).

d) Dotación de personal: cada socio de la red ofrece sus mejores expertos y técnicos. Esto muestra el nivel de compromiso, involucramiento y confianza de los actores (Agranoff, 2001, 2003).

e) La organización: organizar una red colaborativa es muy similar a "arrear gatos". El componente voluntario es mucho más fuerte que el burocrático. Dentro de las redes existen comités voluntarios con el simple objetivo de hacer cosas. Algunos de los puestos en red pueden elegirse de forma rotativa, al igual que la carga administrativa puede compartirse temporalmente (Agranoff, 2001, 2003).

La importancia de las agendas en políticas públicas

John W. Kingdon (1984, 1993) es un autor destacado en el estudio de las políticas públicas y la construcción de la agenda, que se refiere a la lista de temas o problemas que son considerados relevantes y dignos de atención en un determinado momento por parte de los responsables de la toma de decisiones en el ámbito político. El estudio de las agendas en políticas públicas, como propone Kingdon, es fundamental para comprender cómo se seleccionan, definen y priorizan los problemas públicos, así como para entender cómo ciertos temas se convierten en temas de debate político y se traducen en acciones gubernamentales. El enfoque de

agendas de Kingdon, examina cómo los problemas, las políticas y los actores políticos se entrelazan y se influyen mutuamente en la configuración de las agendas de políticas públicas. Además, identifica las “ventanas de oportunidad” como momentos clave para la adopción de políticas.

A continuación, mencionaremos los tres aspectos clave que destacan la importancia de estudiar las agendas en políticas públicas:

a) Identificación de problemas: El estudio de las agendas permite examinar cómo los problemas emergen en la agenda política. No todos los problemas son considerados igualmente importantes o urgentes en un momento dado. Comprender cómo ciertos problemas adquieren prominencia en la agenda pública es crucial para entender qué factores influyen en su reconocimiento y por qué algunos problemas obtienen atención política mientras que otros no. El análisis de las agendas puede revelar la interacción compleja entre factores como la opinión pública, los medios de comunicación, los grupos de interés y los ciclos políticos en la determinación de los temas prioritarios.

b) Análisis de alternativas: Las agendas no solo determinan los problemas que se consideran importantes, sino que también influyen en las posibles soluciones o alternativas que se discuten y consideran. El estudio de las agendas en políticas públicas ayuda a comprender cómo ciertas políticas o enfoques adquieren prominencia en el debate político, mientras que otras opciones quedan excluidas o se consideran menos viables. Esto implica analizar cómo se definen y formulan las políticas alternativas, qué actores influyen en este proceso y cómo se evalúan las distintas opciones en función de los valores y objetivos políticos.

c) Proceso de toma de decisiones: El análisis de las agendas proporciona una visión valiosa sobre cómo se toman las decisiones políticas. El estudio de las agendas muestra cómo los problemas se transforman en políticas, examinando los momentos en que se produce la ventana de oportunidad para que los problemas sean abordados, los actores políticos clave involucrados en el proceso y las estrategias utilizadas para influir en la agenda política. Esto permite comprender cómo se negocian y se formulan las políticas públicas, así como identificar los factores que influyen en la adopción o el rechazo de ciertas políticas.

Baumgartner y Jones (2004) han realizado investigaciones influyentes sobre la dinámica de las agendas políticas. Su enfoque se centra en el concepto de “ventanas de oportunidad” y cómo los problemas se vuelven prominentes en la agenda pública. Han destacado la importancia de los eventos críticos, las coaliciones de actores y las interacciones políticas en la formación de las agendas.

Por otro lado, Peter John (2006) se centra en el concepto de “agendas negativas” y cómo ciertos temas, como la delincuencia o el terrorismo, pueden influir en la agenda política y en la toma de decisiones. John explora cómo los problemas se vuelven prioritarios en la agenda a través de la construcción de narrativas negativas y la movilización del apoyo público.

Con respecto al “poder narrativo” en las agendas, D. Stone (1997) argumenta que la forma en que se cuentan las historias y se comunican los problemas influye en su reconocimiento y atención política, destacando cómo la construcción de

narrativas convincentes puede influir en la formulación de políticas y en el cambio de las agendas.

En relación a la explicación economicista de las agendas, Downs (1959) proporciona una perspectiva importante sobre las agendas y la toma de decisiones políticas; argumenta que los políticos tienen incentivos para seleccionar problemas de agenda que les permitan maximizar su apoyo electoral.

Estos son solo algunos ejemplos de autores destacados en el estudio de las agendas de políticas públicas. Cada uno de ellos ha realizado aportes valiosos para comprender cómo se configuran las agendas políticas y cómo los problemas emergen y son abordados por los responsables de la toma de decisiones.

En resumen, el estudio de las agendas en políticas públicas, es esencial para comprender cómo se definen, seleccionan y priorizan los problemas públicos, así como para analizar las alternativas y los procesos de toma de decisiones en el ámbito político. Al comprender estos aspectos, los formuladores de políticas pueden mejorar su capacidad para abordar problemas públicos de manera efectiva y desarrollar políticas más informadas y basadas en evidencia.

Metodología

Hemos seleccionado y estudiado seis redes de políticas públicas:

a) Red Solidaria de Profesionales de la Salud: dedicada a intercambiar conocimientos médicos sobre casos de enfermedades “raras” (que afectan a un número reducido de personas en comparación con la población general).

b) Red Municipal de Diálogos Institucionales y Administrativos: dedicada a la promoción de la modernización administrativa y el gobierno electrónico de los municipios de la provincia de Buenos Aires, Argentina.

c) Red de Espacios de diálogo con los contribuyentes de una agencia recaudatoria de nivel federal de Argentina: dedicada a identificar y resolver las distintas denuncias de los mayores contribuyentes.

d) Red de Municipios comprometidos en la lucha contra el cambio climático: dedicados a organizar capacitaciones y reuniones de intendentes para la promoción de la agenda climática.

e) Red de Universidades que desarrollaron un sistema informático unificado que permite a sus estudiantes y profesores realizar trámites y gestiones de una forma estandarizada.

f) Red de posgrados en Administración Pública de América Latina que busca compartir y sistematizar experiencias de enseñanza y aprendizaje de la disciplina.

En relación al tipo de investigación realizada, podemos decir que es un estudio de caso cualitativo, comparativo y empírico, de tipo exploratorio. Las conclusiones pueden generalizarse desde un punto de vista analítico pero no estadístico. (Yin, 1989; Cresswell, 2009; Casilimas, 2009; Flick, 2019)

Nuestro cuestionario semiestructurado

Si bien nuestro cuestionario semiestructurado abarcó más puntos que los que citamos a continuación, a los efectos de continuar con la estructura de este artículo y centrarnos en la problemática de la agenda, nos hemos focalizado en la evi-

dencia empírica procedente de las respuestas que nuestros informantes clave nos dieron a las siguientes preguntas:

- a) ¿Cómo es el proceso de construcción de una agenda (agenda-setting) en su red de políticas públicas?
- b) ¿Cómo afrontan los problemas que eligen?
- c) ¿Cuál es el gran obstáculo de una red?
- d) ¿Quiere añadir algo más que no le hayamos preguntado?

Análisis de las respuestas

¿Cómo es el proceso de construcción de agenda en una red de políticas públicas?

El establecimiento de la agenda es un tema muy sensible en los estudios de políticas públicas, ya que muestra la selección de prioridades y problemas que una red elige para actuar.

Según nuestro informante Número 2:

La agenda suele ser propuesta por el coordinador. Él selecciona algún tema que le parece relevante para los objetivos de su red y lo presenta a los miembros. Luego, la red reacciona definiendo el tema, acotándolo, organizándolo, etc. siempre están buscando un debate en la red y que sus miembros se comprometan con la agenda, es la garantía para que los diferentes miembros se muevan (...) Yo como coordinador reconozco que trato de organizar la agenda de mi red, pero, siempre, la red tiene la última palabra.

También hay temas urgentes que desvían la atención de los temas habituales de la red.

Según nuestro entrevistado Número 4:

Toda red tiene 3 o 4 puntos importantes que siempre tienen prioridad en la agenda (...), pero hay momentos que por algún cambio o crisis en el escenario político, algún tema o cuestión tiene que ser abordado con urgencia (...) En nuestro caso, consultamos a los miembros de la red que tienen más conocimiento del tema (primus inter pares) para que propongan un proyecto para actuar, luego sometemos ese documento a una deliberación de la red con un tiempo corto para tomar una decisión (...) Finalmente, la última decisión la toma la red, pero tomando como punto de partida para el debate el documento elaborado por los expertos...

En relación con las crisis o cambios, nuestro informante Número 6, nos dijo:

Cuando ocurre un imprevisto importante que exige una respuesta rápida, son los coordinadores quienes toman la decisión (...) Esta decisión no puede estar muy alejada del tipo de decisiones que suele tomar la red (...) Toda red tiene una cierta personalidad, una cierta identidad. Por ejemplo, una red de médicos no puede decidir algo lejano o extraño de la "cultura" de esa red. En los casos en que hay mucha distancia entre la decisión y la cultura de la red, hay crisis internas que generalmente terminan en un cambio de coordinación o con la llegada de otros sectores de la red al centro coordinador...

En relación con las agendas y coordinadores, nuestro informante Número 3, expresó:

Nuestra red tiene un aspecto meritocrático (...) Si alguien está coordinando esta red es porque tiene los méritos y los conocimientos necesarios. Por lo tanto, si hay una crisis o un punto de agenda imprevisto, se supone que el coordinador puede responder rápido (...) Luego debe comunicar su decisión a la red (...) Hoy la tecnología nos permite comunicarnos rápidamente para conocer las opiniones de los miembros de la red (...) Por lo tanto, la agenda se puede armar perfectamente desde la coordinación, teniendo algún nivel de consulta rápida con los integrantes...

Nuestro informante Número 5 sostiene que hay objetivos que vienen de adentro de la red y otros que vienen desde afuera:

Nuestra red reconoce que hay objetivos o temas que son dictados desde el contexto organizacional, pero también piensa que hay objetivos propios (...) En el proceso de implementación de los objetivos de la red también se pueden tomar pequeñas decisiones, tenemos cierto margen de decisión, creatividad, motivación, etc. Las redes también reconducen el resultado de determinadas decisiones u objetivos (...) También seleccionan qué partes de los objetivos principales les parecen más interesantes para actuar (...) A veces, cuando el gobierno decide hacer algo, analizamos qué parte de esas decisiones nos gustaría favorecer o promover.

En definitiva, el establecimiento de la agenda es siempre un proceso muy variado. Se distingue entre asuntos habituales y urgentes, y también entre objetivos externos (del sistema de gobierno) y objetivos propios de las redes. En todo caso, la construcción de agenda implica prioridades de acción de las redes.

¿Cómo eligen los problemas que van a enfrentar?

Las redes seleccionan los problemas sobre los que actúan. Esto implica algún diagnóstico previo. Según nuestro informante Número 5:

Siempre hacemos algún ejercicio de reflexión o análisis. Cuando vemos que el problema requiere mayores capacidades de las que tenemos, buscamos ampliar nuestra red, hacer algún tipo de alianzas con otras redes y actores (...) Esta adaptación siempre tiene que ver con la naturaleza del problema.

Según nuestro Informante Número 2, con relación a la forma de afrontar los problemas:

Cada problema a enfrentar es diferente, por eso es muy importante el equipo de trabajo que tiene la red. En estos equipos de trabajo se realizan diálogos y discusiones sobre cómo enfrentar un nuevo problema o una nueva estrategia. Siempre consideramos experiencias previas. Muchas veces, tomamos la decisión de dividir el problema en dos o tres unidades más simples, como una forma de lograr una mayor efectividad o mejorar nuestra capacidad de negociación y también como una forma de reducir los riesgos.

Con relación al mismo tema, nuestro entrevistado Número 4, expresó:

Primero buscamos la opinión de los miembros de nuestra red que tienen más experiencia en este tipo de problemas. Allí trabajamos en un primer borrador de cómo enfrentar este problema y luego lo sometemos a la decisión de la red. Generalmente recibe algunas modificaciones. (...) La discusión enriquece el proyecto (...) Si algo falla, volvemos a analizar el problema y tratamos de cambiar la metodología.

Nuestro informante Número 1, nos habló de los problemas complejos: “Los problemas complejos requieren la participación de tantas redes como sea posible (...) Esa es la única forma de generar consensos que permitan alguna solución, aunque sea parcial...”

También hay un proceso de maduración del problema que deben tener las redes. Según la percepción sobre los problemas complejos, nuestro informante Número 1 manifestó:

Los problemas complejos también requieren un tiempo de maduración para las redes, hay tiempos políticos. No es simplemente un debate o intercambio de información, también hay un proceso de maduración y análisis que se debe seguir. De lo contrario, la red podría rechazarlo.

Tomando como base las percepciones analizadas, encontramos que la forma de enfrentar los problemas comienza con un diagnóstico de los expertos, y luego se somete a alguna discusión en la red. En general, hay una primera discusión por parte de un grupo pequeño y luego se pasa a un debate un poco más amplio. También es importante considerar la maduración necesaria que debe tener un problema para ser tratado.

¿Cuál es el mayor obstáculo que una red debe enfrentar?

Nuestros informantes clave mencionaron los obstáculos que debe enfrentar una red. En palabras de nuestro entrevistado Número 6:

Si tu red tiene que interactuar con una autoridad superior, y esa autoridad u otras redes perciben tus acciones como una amenaza, no pasa mucho tiempo para el conflicto relacionado con el poder (...) Los intereses individuales de ciertos actores internos de la red son también un gran obstáculo (...) La política es a veces el problema y también la solución...

Nuestro informante Número 5 señala el obstáculo de la falta de incentivos:

Un gran obstáculo para el funcionamiento de las redes es la falta o el debilitamiento de los incentivos de sus miembros (...) Hay dos tipos de incentivos: el simbólico, relacionado con un aspecto idealista de los miembros, y el incentivo material, relacionado con los recursos económicos mínimos (...) Si la red tiene un componente altruista, los incentivos materiales no son tan importantes (...) Por el contrario, si tiene una fuerte motivación económica, la respuesta es mucho más rápida...

La cuestión de las identidades parece ser un tema importante en los obs-

táculos que deben enfrentar las redes. Según nuestro informante Número 5:

Una red tiene que construir una identidad (...) Las identidades pueden mostrar cierta resistencia al cambio. Pero, las redes que no tienen una identidad clara terminan disolviéndose en el corto plazo (...) La construcción de la identidad es una tarea difícil, tarea que está en manos tanto del coordinador como de los integrantes...

El problema de la profesionalización o burocratización de las redes lo introduce nuestro informante Número 3:

A medida que pasa el tiempo, nuestra red necesitaba un grupo interno más profesional, que tuviera un mejor manejo de la tecnología de las comunicaciones, que pudiera manejar mejor los problemas diarios de la red (comunicación, recursos financieros, una oficina central, etc). Poco a poco se fue consolidando una estructura administrativa (...) Nuestra red empezó a tener una pequeña burocracia...

Según nuestro informante Número 1, el principal obstáculo de la red es precisamente seguir funcionando y en actividad:

Las redes hay que mantenerlas en funcionamiento. Las primeras reuniones de las redes son muy productivas, pero luego van decayendo lentamente (...) Hay que buscar que los integrantes mantengan su compromiso con los objetivos centrales de la red (...) En nuestro caso, el compromiso individual se mantiene si los integrantes observan que la red ha obtenido algunos logros (...) No creo que una red pueda mantenerse activa si no puede mostrar algún efecto, aunque sea mínimo, sobre la problemas que trata de resolver...

Con relación al desvío de los objetivos de la red, nuestro informante Número 3 indica:

Una red fracasa cuando se desvía de los objetivos centrales que tenía (...) o cuando cae en manos de líderes personalistas (...) Fracasa también cuando no logra organizar un determinado núcleo administrativo (...) La red que sigue siendo siempre voluntaria, se va desmoronando. Se requiere un mínimo de profesionalización.

Según nuestro informante Número 4, el funcionamiento continuo mejora la eficiencia de una red:

En nuestra red observamos que cuanto más nos movemos, más mejoramos nuestra capacidad como organización (...) La inmovilidad es un gran obstáculo para una red (...) Pero a veces, por un contexto político desfavorable o turbulento, las redes tienden a entrar en pausa (...) Ahí es necesario que el líder de la red genere alguna actividad inteligente para mantener la acción (...) Así como no se puede mantener una organización si no se muestran algunos logros, no se puede mantener la actividad de la red que no tiene ninguna utilidad concreta...

Nuestros informantes señalaron diferentes obstáculos o motivos de fracaso, como falta de profesionalidad, pérdida de motivación, inmovilidad, falta de logros, mezquinos intereses individuales o de personalidad, falta de recursos económicos, juegos de poder, etc.

¿Quiere decirnos algo más?

Como indica la experiencia en tradición cualitativa, luego de aplicar un cuestionario semiestructurado, el informante clave tiene una mayor comprensión del propósito de las preguntas del investigador, por lo que Casilimas (2002) aconseja introducir una última pregunta que permita al informante expresar alguna idea central adicional. En este sentido sumamos las percepciones de nuestro informante Número 3:

Las redes tienen que prestar mucha atención al componente de valor de sus miembros. Pensamos que nuestra red funciona como una cuerda, que tira de nuestros miembros en función de sus valores (...) pero somos conscientes de que simplemente con la voluntad no podemos funcionar de manera profesionalizada, por lo tanto, es importante desarrollar este grupo técnico o pequeña burocracia de la organización.

En relación al impacto de las tecnologías de la información (Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, correos electrónicos, etc.) nuestro informante Número 1 expresó:

El uso adecuado de la tecnología de redes es fundamental. Nuestra red no hubiera tenido el alcance y la velocidad de procesamiento de la información que tenía, si no existieran las nuevas tecnologías. Creo que estas tecnologías han producido más información disponible, tanto verdadera como falsa...

Nuestro informante Número 1, nos habló de problemas complejos: "Los problemas complejos requieren la participación de tantas redes como sea posible (...) Es la única forma de generar consensos que permitan alguna solución, aunque sea parcial"

Conclusiones

En el proceso de establecimiento de la agenda de una red, tiene un alto consenso la idea de que el líder proponga a la organización los temas de la agenda, pero estos temas no pueden estar muy lejos de los cuatro o cinco problemas que suele tratar la red. Cuando hay un problema urgente, el líder o grupo conductor, debe decidir y luego comunicar a la organización cómo se trató esa urgencia. Hay un proceso informal de "rendición de cuentas" a los miembros de la red en relación a cómo se trataron los problemas "urgentes".

Con relación a la forma de afrontar los problemas, nuestros entrevistados mostraron un consenso en cuanto a cierta flexibilidad. Cada problema es diferente y requiere diferentes diagnósticos. Habría un primer "círculo de expertos" al que los líderes consultan y luego con ese borrador lo someten a la consulta de la red. En términos de problemas complejos, las redes generalmente buscan expandir alianzas con otras redes para enfrentarlos. Aquí también se observa que cada problema necesita de cierta maduración o reflexión por parte de la red.

Los principales obstáculos que debe enfrentar una red son:

a) Cómo hacer frente a la autoridad o poder de determinadas organizaciones jerárquicas

- b) La falta de incentivos claros para sus miembros
- c) Falta de conocimientos técnicos o experiencia
- d) Falta de recursos económicos mínimos
- e) La falta de identidad de la red
- f) La falta de un núcleo administrativo
- g) La discontinuidad de sus funciones
- h) Líderes excesivamente personalistas
- i) Un bajo índice de eficiencia y eficacia

La pregunta “libre” que les hicimos a nuestros entrevistados, tuvo las siguientes respuestas:

a) Las tecnologías de la información o las redes (wapp, correos electrónicos, twitter, etc.) son una herramienta valiosa para las redes de políticas públicas. Sin ellos, el trabajo sería mucho más difícil y más lento.

b) Los problemas complejos requieren la participación de más redes y el consenso es más necesario y difícil de lograr. La solución para los problemas complejos parecería ser la ampliación de las redes y al mismo tiempo, la búsqueda de una simplificación o fraccionamiento del problema complejo.

c) Toda red necesita desarrollar un núcleo administrativo y profesionalizado. La voluntad, el compromiso y los valores son muy importantes, pero también se necesita organización y profesionalidad.

La construcción de agendas en las redes de políticas públicas es un proceso complejo y variado. Implica la selección de temas prioritarios y problemas a abordar, tanto a través de propuestas del coordinador como de la participación y deliberación de los miembros de la red.

Las agendas pueden estar compuestas por temas habituales y urgentes, y los cambios en el contexto político pueden desviar la atención hacia problemas específicos que requieren respuestas rápidas. En estos casos, la red busca la participación de expertos y somete las propuestas a deliberación, tomando decisiones basadas en el consenso.

La identidad y la cultura de la red son elementos importantes en el proceso de construcción de agendas. Las redes deben mantener una cierta coherencia entre las decisiones tomadas y la cultura que las caracteriza, evitando crisis internas que podrían afectar su funcionamiento.

Los problemas complejos requieren la participación de múltiples redes para generar consensos y buscar soluciones, aunque sean parciales. El análisis y la maduración de los problemas son aspectos importantes a considerar antes de abordarlos.

En resumen, el estudio de las agendas en las políticas públicas y su construcción en las redes colaborativas es fundamental para comprender cómo se seleccionan los temas prioritarios y se abordan los problemas en el ámbito público. Estos procesos implican la participación activa de los miembros de la red, la adaptación a los cambios en el contexto político y la superación de obstáculos para mantener la eficiencia y la coherencia con los objetivos centrales de la red.

Referencias bibliográficas

- Agranoff, Robert (2003). "Leveraging Networks: A Guide for Public Managers Working across Organizations"; *New ways to manage series*; IBM Endowment for Business of Government. Disponible en: <http://academic.udayton.edu/richardghere/org%20theory%202009/major%20readings/agranoffreport.%20networkspdf.pdf>
- Agranoff, Robert (2015). "Bridgin the theoretical gap and uncovering the missing holes". In Keast, Robyn, Mandell, Myrna & Agranoff, Robert, *Network theory in the Public Sector*; New York, Routledge, Taylor and Francis Group.
- Agranoff, Robert & Michael McGuire (2001). "Big questions in Public Network Management Research". *Journal of Public Administration Research and Theory*; 11 (3): 295-326.
- Baumgartner, Frank & Jones, Bryan D. (2009). *Agendas and Instability in American Politics*; University of Chicago Press, Chicago.
- Bulcourn, Pablo y Cardozo, Nelson (2008). "¿Por qué comparar políticas públicas?". *Revista Política Comparada.com.ar*, Documento de Trabajo # 3 - Octubre de 2008.
- Burrell, Gibson & Morgan, Gareth (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. Ed. Heinemann, Londres.
- Casilimas Sandoval, Carlos A. (2002). *La investigación cualitativa*. Editorial del Instituto Colombiano de Fomento a la Educación Superior-ICFES; Bogotá. Disponible en: https://issuu.com/josemiguelcastillo10/docs/investigacio_n_cualitativa_carlos_s
- Christensen, Tom (2008). "Smart Policy?" (Chapter 21). In Moran, Michael; Rein, Martin & Goodin Robert E. *The Oxford Handbook of Public Policy*. Oxford, Oxford Press.
- Cresswell, John (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*, SAGE Editions, USA.
- Denhardt, Robert N. (1990). "Teoría de la Administración Pública: El estado de la disciplina". In: Lynn, Naomi & Wildavsky, Aaron. *Administración Pública - El estado de la disciplina*. Chatham House Publishers Inc. Chatham.
- Denhardt, Robert B. (1993). *The Pursuit of Significance: Strategies form Managerial Success In Public Organizations*, Waveland Press Inc. Illinois.
- Denhardt, Robert B. (2011). *Theories of Public Organization*, 6th Edition, Ed. Wadsworth Cengage Learning, Boston.
- Downs, Anthony (1959). "An Economic Theory of Democracy", *The Journal of political economy*, 67.2: 208-211.
- Dror, Yehezkel (1968). *Public Policymaking Reexamined*, Ed. Chandler Publishing Company, New York.
- Dror, Yehezkel (1971). *Design for Policy Sciences*, Ed Elsevier, New York.
- Estevez, Alejandro M. (2014a). "Algunas características fundamentales de los estudios en políticas públicas"; Cuaderno N°13, Cuadernos de Polipub.org, Buenos Aires, ISSN 1853-5739; Disponible en: <http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/Cuadernos%20de%20Polipub%20Nro%2013.pdf>
- Estevez, Alejandro M (2014b). "De las anarquías organizacionales a las agendas de políticas públicas", Cuaderno N° 15, Cuadernos de Polipub.org, Buenos Aires, ISSN 1853-5739; Disponible en: <http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/Cuadernos%20de%20Polipub%20Nro%2015.pdf>
- Estevez, Alejandro M. Helfenstein, Mario y Podmoguilyn, Marcelo (2018). "Los diálogos cívico-administrativos de la provincia de Buenos Aires (2016-2018)", Cuaderno N°18; Cuadernos de Polipub.org, Buenos Aires, ISSN 1853-5739; Disponible en:
- Flick, Uwe (2019). *La gestión de la calidad en Investigación Cualitativa*, Editorial Morata, Madrid.
- Hecl, Hugh (1977). *A Government of Strangers: Executive politics in Washington*; Brookings Institution, Washington D.C.

Heclo, Hugh (1978). "Issue Networks and the Executive Establishment", pp. 87-107, 115-124, in King, Anthony, in *The New American Political System*, American Enterprise Institute, Washington D.C.

John, Peter (2006). "The Policy Agendas Project: a Review." *Journal of European public policy* 13.7: 975-986.

Jones, Bryan D. & Baumgartner Frank R.(2004). "Representation and Agenda Setting." *Policy studies journal* 32.1 (2004): 1-24.

Kingdon, John W. (1984). *Agendas, Alternatives and Public Policy*, Harper Collins Editions, New York.

Kingdon, John W. (1993). "How does issues get on public policy agenda?", Wilson, William J. (eds); *Sociology and the Public Agenda*, Sage Editions, Thousand Oaks.

Koppenjan, Joop & Eric-Hans Klijn (2015). "What can Governance Network Theory Learn from Complexity Theory? Mirroring Two Perspectives of Complexity" (Chapter 10); in Keast, Robyn; Mandell, Myrna & Agranoff, Robert: *Network Theory in the Public Sector*, New York, Routledge, Taylor and Francis Group.

Mandell, Myrna (2015) "Understanding theory"; in Keast, Robyn; Mandell, Myrna & Agranoff, Robert. *Network theory in the Public Sector*, New York, Routledge, Taylor and Francis Group.

McCool, Daniel (1995). *Public Policy Theories, Models and Concepts*. Ed. Prentice Hall. New Jersey.

McGuire, Michael & Agranoff, Robert. (2015). "Network Management Behaviors: Closing the Theoretical Gap" (Chapter 9). In Keast, R.; Mandell, M. & Agranoff, R. *Network Theory in the Public Sector*, New York, Routledge, Taylor and Francis Group.

Picard, André (2011). "¿Cuáles son los enfoques que explican el juego de los actores en el proceso de las políticas públicas?", Cuaderno Nro. 6; Cuadernos de Polipub.org, Buenos Aires; ISSN 1853-5739; Disponible en:

Reynoso, Carlos (2011). *Redes Sociales y Complejidad: Modelos Interdisciplinarios en la gestión sostenible de la sociedad y la cultura*. Editorial SB Colección Complejidad Humana, Buenos Aires.

Rhodes, R.A.W. (2008). "Policy Network Analysis" (Chapter 20). In Moran, Michael; Rein, Martin & Goodin Robert E. *The Oxford Handbook of Public Policy*, Oxford, Oxford Press.

Rice, Debora (2015). "Governing Trough Networks; A Systemic Approach" (Chapter 7). In Keast, Robyn; Mandell, Myrna & Agranoff, Robert, *Network Theory in the Public Sector*, New York, Routledge, Taylor and Francis Group

Sabatier, Paul (1999). *Theories of the Policy Process*, Westview Editions, Oxford.

Sabatier, Paul & Jenkins Smith, Hank C. (1999). "The Advocacy Coalition Framework, an assessment". In Sabatier, Paul. *Theories of the Policy Process*, Editorial Westview, Oxford.

Sabatier, Paul A. & Weible, C. M. (2005). "Comparing Policy Networks: Marine Protected Areas in California", *The Policy Studies Journal*, Vol. 33, N° 2, pp. 181-202.

Stone, Deborah (1997). *Policy Paradox: The art of Political Decision Making*, New York, W. W. Norton Company.

Theodolou, Stella & Cahn, Mathew A. (1997). *Public Policy: the essential readings*, Ed. Prentice Hall, New York.

Voets, Joris (2015). "Developing Network Management Theory through Management Channels and Roles" (Chapter 8). In Keast, Robyn; Mandell, Myrna & Agranoff, Robert. *Network Theory in the Public Sector*, New York, Routledge, Taylor and Francis Group.

Yin, Robert (1989). *Case Study Research: Design and Methods*, Ed. Sage, Thousand Oaks.

As metodologias ativas como potencializadoras dos processos reflexivos e criativos: percepções docentes

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 28 de abril de 2023

Volnei Fortuna*

Hildegard Susana Jung**

Resumo

O artigo tem como proposta tematizar as metodologias ativas como potencializadoras dos processos reflexivos e criativos: percepções docentes. A questão problematizadora que permeia e inquieta a reflexão referente ao campo educativo atual consiste: como as metodologias ativas de aprendizagem podem potencializar o desenvolvimento dos processos reflexivos e criativos na perspectiva dos professores que atuam em escola privada? Tem-se como objetivo analisar a percepção dos professores de uma escola privada localizada num município gaúcho no que tange às metodologias ativas de ensino e de aprendizagem. Para que a efetividade do objetivo ocorra, optou-se pela realização de um estudo de caso de forma qualitativa na instituição de ensino. Para tanto, estar-se-á analisando e refletindo a partir dos dados elencados pelos professores na pesquisa. O estudo deixa-nos explícita a importância das metodologias ativas na qualificação do ato pedagógico, apresentando ferramentas de inovação, empreendedorismo, personalização, cultura maker e design think, sendo os professores os mediadores na dinâmica de ensino e aprendizagem. O agir pedagógico inovador é uma forma elevada de práxis pedagógica que conduz à superação do quefazer pedagógico, repensando assim a estrutura organizacional do espaço educativo e das atuais formas de educar.

Abstract

The article proposes to thematize Active methodologies as potentializers of reflective and creative processes: teaching perceptions. The problematizing question that permeates and disturbs the reflection regarding the current educational field is: how can active learning methodologies enhance the development of reflective and creative processes from the perspective of teachers who work in private

* Doutor em Educação pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade de Passo Fundo (UPF), Pós-doutorando pela Universidade La Salle - Canoas (UNILASALLE), Pesquisador no grupo de pesquisa Gestão Educacional nos diferentes contextos.

<https://orcid.org/0000-0003-3047-2300> - Correo electrónico: volnei.fortuna@unilasalle.edu.br

** Pós-doutoranda na Facultad de Ciencias Económicas da Universidad de Buenos Aires (UBA), Doutora em Educação pela Universidade La Salle - Canoas (UNILASALLE), Coordenadora do PPG Educação da Universidade La Salle - Canoas, Pesquisadora no grupo de pesquisa Gestão Educacional nos diferentes contextos.

<https://orcid.org/0000-0001-5871-3060> - Correo electrónico: hildegard.jung@unilasalle.edu.br

school located in a municipality in Rio Grande do Sul with regard to active teaching and learning methodologies. For the effectiveness of the objective to occur, it was decided to carry out a qualitative case study in the educational institution. Therefore, it will be analyzing and reflecting from the data listed by the teachers in the research. The study makes explicit the importance of active methodologies in the qualification of the pedagogical act, presenting tools of innovation, entrepreneurship, personalization, maker culture and design think, with teachers being the mediators in the dynamics of teaching and learning. The innovative pedagogical action is an elevated form of pedagogical praxis that leads to overcoming the pedagogical task, thus rethinking the organizational structure of the educational space and the current ways of educating.

Palavras-chave

Metodologia ativa- Práxis pedagógica - Criatividade- Educação inovadora.

Keywords

Active methodology - Pedagogical praxis - Creativity - Innovative education.

Introdução

A educação através de suas metodologias conduz os sujeitos a ambientes distintos de onde se encontram, abrindo horizontes de transformação humana e social. O espaço educativo dentro de sua dinâmica de ensino e aprendizagem integral se atribui na democratização do saber, garantia subjetiva de cidadania, atentando-se a formação de seres humanos racionais críticos que não perdem a sensibilidade diante de situações massificadas e de negação de direitos e estimulam a solidariedade das classes sociais. Para isso, o ser humano em seu processo de vir-a-ser ou estar sendo, procura limites, finalidades e definições, buscando conhecer-se a si mesmo e outrem, encontrando na educação espaços que garantam acesso ao conhecimento epistemológico, com o propósito de que é preciso aprender, ou melhor, aprender a aprender.

A ferramenta necessária para dialogar com a realidade, a tecnologia, a inovação constante, a fragmentação de posicionamento, a passividade, a incoerência, entre tantos outros atributos positivos e negativos presentes no século XXI, exige das pessoas posições racionais e tautológicas acopladas à ação transformadora consciente. O ambiente educativo como produtor e reproduzidor da humanização, abertura para instituir condições de vida digna para todas as pessoas, indiscutivelmente se torna responsável pelos sujeitos que forma e, propriamente, com o ser humano e profissional que estará atuando dentro da esfera social, política, econômica e cultural. Espaços que norteiam e desafiam os sujeitos a vivências optativas dicotômicas como: justiça ou injustiça, honestidade ou desonestidade, ética ou antiética, humanização ou desumanização, coerência ou incoerência, moral ou imoral, entre outras dualidades existentes.

A construção de uma educação coerente na concepção epistemológica contemporânea se coloca num processo dialógico intersubjetivo de produção e

recriação das sociedades. O conhecimento não encontra seu termo na ação cognoscitiva, mas sim, na comunicação intersubjetiva que possibilita aos educadores e educandos um constante diálogo e humanização embasados em métodos e práticas educativas que possibilitem aos estudantes o exercício da pergunta, da provocação que move de forma ética para a transformação das realidades. Para tanto, têm-se na atualidade a exigência tanto para o educador quanto para o educando de elevar a práxis pedagógica aos campos de inovação. E, neste sentido, o saber é a construção da própria identidade do sujeito, que dá sentido à vida. Para tanto, a questão problematizadora que permeia e inquieta a reflexão referente ao campo educativo atual consiste: como as metodologias ativas de aprendizagem podem potencializar o desenvolvimento dos processos reflexivos e criativos na perspectiva dos professores que atuam em escola privada?

Esta questão atemporal provoca e conduz a aprender a aprender, aprender a fazer e aprender a ser, fazendo com que a conjuntura educacional forme sujeitos para outra realidade, outra sociedade, fazendo os seres humanos descobrirem sua essência, considerando que a educação é o fator produto da sociedade e suas práticas educativas inovadoras tornam o ensino e aprendizagem algo aprazível e transformador. Estudar a dimensão das metodologias ativas na escola privada é uma oportunidade de abertura de novos horizontes qualitativos para o campo educacional, bem como, provocação para ampliação do debate sobre novas perspectivas e formas de ensino e de aprendizagem propulsoras de envolvimento ativo entre professor e estudantes. A educação através das metodologias ativas de ensino e de aprendizagem busca a formação integral do ser humano.

Dito isso, o presente artigo tem como objetivo analisar a percepção dos professores de uma escola privada localizada num município gaúcho no que tange às metodologias ativas de ensino e de aprendizagem. Para que a efetividade do objetivo ocorra, optou-se pela realização de um estudo de caso de forma qualitativa na instituição de ensino. Para tanto, estar-se-á analisando e refletindo a partir dos dados elencados pelos professores na pesquisa. O estudo deixa-nos explícita a importância das metodologias ativas na qualificação do ato pedagógico, apresentando ferramentas de inovação, empreendedorismo, personalização, cultura maker e design think, sendo os professores os mediadores na dinâmica de ensino e aprendizagem. Com relação à arquitetura do texto, encontra-se estruturado com a metodologia da pesquisa, na sequência realiza-se a análise e discussão dos dados e, por fim, as considerações finais.

Metodologia de Pesquisa

A seguir apresenta-se os procedimentos metodológicos, adotados para responder ao objetivo da pesquisa, sendo este analisar a percepção dos professores de uma escola privada localizada num município gaúcho no que tange às metodologias ativas de ensino e aprendizagem. Para que a efetividade do objetivo ocorra, optou-se pela realização de um estudo de caso de forma qualitativa na instituição de ensino. A investigação caracteriza-se segundo Yin (2015) pela fenomenologia de perspectivas atuais e reais. Observa e busca acessibilidade a dados empíricos. Para Yin, a realização de um estudo de caso exige do sujeito “formular boas questões”, “ser um bom ouvinte”, “permanecer adaptável”, “ter noção clara dos assuntos

em estudo” e “ser imparcial” (Yin, 2015: 77). Neste sentido, foca-se na análise sistemática de um questionário que foi aplicado aos professores. O questionário foi elaborado na ferramenta *Google Forms*, contendo nove questões, sendo duas descritivas e sete objetivas. O mesmo foi aplicado de forma on-line a 36 professores que atuam na Educação Infantil, Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio, localizado no Rio Grande do Sul, obtendo o retorno de 28 questionários, que corresponde a 77,8% dos pesquisados. Observa-se de imediato que 22,2% dos professores não responderam.

Compreende-se que a efetividade de um estudo de caso tem historicidade e o trabalho de contextualização é fundamental, seguindo uma conjuntura ordenada e cuidadosa dos procedimentos que se atentam ao objeto de pesquisa. A pesquisa em educação requer aprendizado de técnicas que garantam a geração de incertezas, sendo que, a incerteza instiga o professor a buscar um novo conhecimento, isso também é metodologia ativa. Implica em construção crítica, que é a parte essencial de qualquer dinâmica de ensino e aprendizagem. Por fim, Yin (2015:182) provoca para que nos processos do estudo de caso, sua elaboração seja de maneira atraente, que incite os seus leitores, mas que não caia no romantismo, para isso faz-se necessária conexão do talento e da experiência.

A pesquisa sistemática através do estudo de caso das metodologias ativas permite a reestruturação dos processos educacionais, acarretando na qualificação pedagógica. Para tanto, com a obtenção dos retornos do questionário foi realizada a tabulação e a análise, seguindo as orientações de Bardin (2016) no que diz respeito à técnica de análise de conteúdo. Segundo a autora, “A análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça” (Bardin, 2016: 50). Este movimento analítico implica um exame minucioso do *corpus* da pesquisa à luz do referencial teórico, de onde emergem as inferências dos pesquisadores.

Para esse propósito, buscou-se, de forma analítica e sistemática, o conhecimento das categorias estabelecidas previamente: protagonismo, inovação nas práticas pedagógicas e formação continuada docente. Estas três categorias, amparadas pelos autores pesquisados, têm forte implicância com as variáveis no campo sociológico, histórico e psíquico do sujeito pesquisado. De acordo com Bardin (2016), as categorias são uma espécie de gavetas, nas quais repousamos as frequências encontradas no *corpus* analítico.

Análise e discussão dos resultados

Neste tópico analisa-se e discute-se os resultados da pesquisa realizada com os professores. Apresenta-se os dados do estudo de caso, refletindo-se com a perspectiva das metodologias ativas de ensino e de aprendizagem a partir da percepção dos professores que atuam em uma escola privada no Rio Grande do Sul.

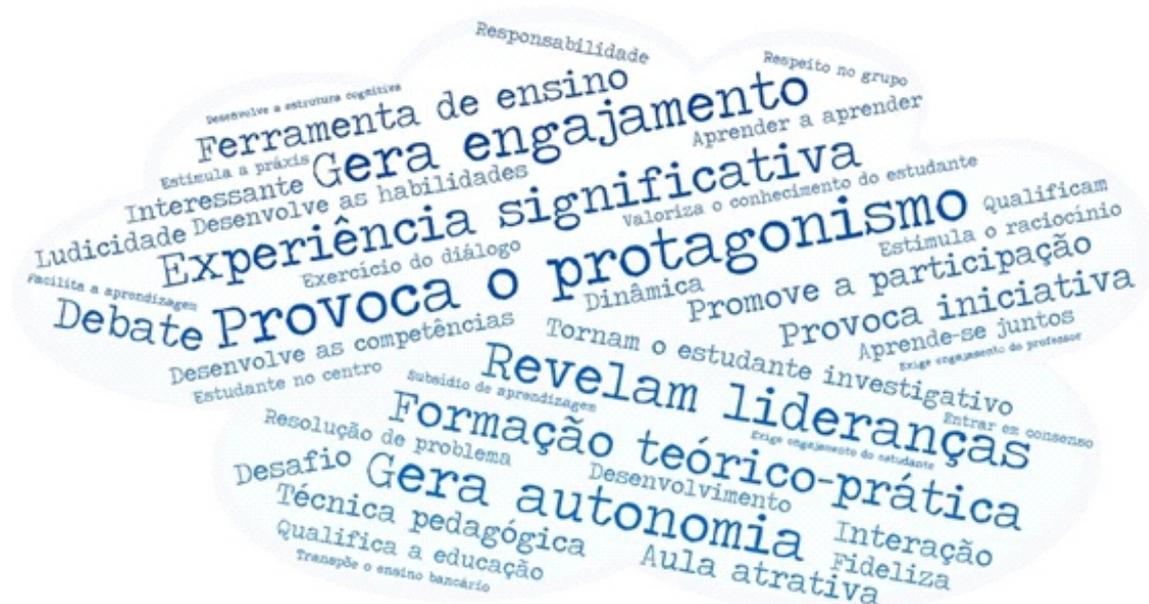
Dialogando com as metodologias ativas

A partir da análise dos dados, é possível afirmar que dos retornos recebidos 14% foram da Educação Infantil, 32% do Ensino Fundamental I, 18% do Ensino Fundamental II e 36% do Ensino Médio. Destaca-se que a instituição de ensino

pesquisada compreende a educação na perspectiva de emancipação social, desenvolvendo habilidades e competências que promovam relações harmoniosas entre peculiaridades subjetivas e intersubjetivas. O desafio da educação consiste na formação humana, centrada na vida e comprometida com uma nova sociedade. Para isso, de forma progressiva realiza a transição de uma educação bancária para uma educação problematizadora, possibilitando formações continuadas aos professores com ênfase nas metodologias ativas e criando espaços físicos propícios para a sua efetividade.

Nesta caminhada praxiológica, Valente (2018) expressa que as metodologias ativas de aprendizagem estão inerentes ao odos pedagógico que direciona a dinâmica de ensino e de aprendizagem no estudante, colocando-o numa situação ativa diante do contexto investigativo e problemática a ser desvendada em conjunto com o professor. Em relação a percepção dos professores referente às metodologias ativas de aprendizagem, destacou-se as principais palavras trazidas pelos educadores, conforme figura 1.

Figura 1: Percepção dos educadores sobre metodologias ativas de aprendizagem.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Observa-se que os professores compreendem as metodologias ativas de ensino e de aprendizagem como elementares no processo de desenvolvimento integral dos estudantes. São ferramentas que qualificam o ensino e aprendizagem e colocam o estudante como protagonista no desenvolvimento da pesquisa e na construção do conhecimento. A categoria do protagonismo do estudante fica evidente na nuvem de palavras e percebemos que possibilita a superação da pa-

ssividade e coloca-o numa situação de incorporação das experiências propiciadas no espaço educativo. Destaca-se que o protagonismo ocorre na medida que o estudante desenvolve-se junto com o professor ao longo de sua vida acadêmica.

Faz parte das condições em que aprender criticamente é possível a pressuposição por parte dos educandos de que o educador já teve ou continua tendo experiência da produção de certos saberes e que estes não podem a eles, os educandos, ser simplesmente transferidos. Pelo contrário, nas condições de verdadeira aprendizagem os educandos vão se transformando em reais sujeitos da construção e da reconstrução do saber ensinado, ao lado do educador, igualmente sujeito do processo. Só assim podemos falar realmente de saber ensinado, em que o objeto ensinado é apreendido na sua razão de ser e, portanto, aprendido pelos educandos (Freire, 1996: 26).

O exercício dos conceitos apresentados pelos professores, requerem constante revisão teórico-prática de sua postura profissional, bem como, envolvimento dos estudantes no planejamento, na execução e na avaliação da aula. Para que o estudante se envolva na dinâmica de ensino e de aprendizagem faz-se necessário que o mesmo esteja no centro. Com isso, não se quer dizer que o professor está perdendo o seu espaço, mas sim, ocupando-se de uma posição estratégica na realização de novas abordagens a partir dos diferentes contextos. A tarefa do professor não limita-se a ensinar os conteúdos e sim colaborar com a percepção crítica e pensamento assertivo frente as nuances da sociedade. Pensa-se na escola enquanto espaço associado ao que ocorre na vida cotidiana, pode-se dizer que este é o conhecimento significativo.

No que tange às metodologias ativas de aprendizagem que os educadores têm conhecimento, as mais citadas foram: projetos, tecnologias na educação, sala de aula inovadora, sala de aula invertida, participação na escrita musical, ensino interativo e dinâmico, autodidata, gamificação, ensino híbrido, estudo de caso, seminários, discussões, design thinking, cultura maker, think-pair-share “os especialistas”, puzzle, aquário, aprendizagem colaborativa, rotação por estações, pesquisa de campo; seminários; blended learning e e-learning, storytelling, dinâmicas em grupos de ABCD / 1234, pense mais, entre outras. Mas vale destacar que a metodologia ativa de aprendizagem que mais se destacou na pesquisa entre as respostas dos educadores foi a sala de aula invertida.

A educação não pode ser pensada sem impulso desorientador, fazendo com que o estudante busque construir sua autonomia e questionamento crítico. Reorientá-los de forma ativa significa, em primeiro lugar, ajudá-los a desorientar-se. “Nossa experiência nos faz perceber que mediar indivíduos em formação e autoformação demanda autoconhecimento e ser cuidadoso com o seu próprio processo e o do outro também, ou seja, necessitamos do outro” (Benatti; Jung, 2022: 48). O processo de investigação educacional diz respeito ao que se diz e o que se faz, entre as pretensões e as finalidades. A educação é prática, teoria e investigação. Neste contexto, o professor provoca o estudante para a experienciar a própria autonomia, bem como, deixa explícito que a educação somente tem sentido quando movimenta a partilha entre os seus interlocutores.

O agir pedagógico inovador é uma forma elevada de práxis pedagógica que conduz a superação do quefazer pedagógico, repensando assim, a estrutura orga-

nizacional do espaço educativo e das atuais formas de educar. Assim, pode-se dizer que a metodologia ativa de aprendizagem que está hoje na cultura de uma instituição de ensino, é elementar para a qualificação dos processos pedagógicos mediados. “A interação mediada introduz ordem no encontro de um ser humano com o mundo” (Feuerstein, 2014: 76). Reafirma-se a tese de que é pela apresentação de práticas educativas inovadoras que as pessoas se transformam e mudam a realidade ao seu entorno.

Quando perguntado para os educadores se as metodologias de aprendizagem são essenciais para a práxis (teoria e prática) pedagógica do educador e da educadora, responderam sempre 67,9% e muitas vezes 32,1%, ressaltando que todos os educadores percebem as metodologias ativas de aprendizagem, como fundamentais em seu processo pedagógico. Porém 7,1% dos educadores se sentem poucas vezes capacitados para aplicar estratégias didáticas que transcendam a aula expositiva tradicional, 60,7% muitas vezes se sentem capacitados e 32,2%, sempre. No requisito sinto-me qualificado para aplicação de metodologias ativas de aprendizagem, 7,1%, se sentem poucas vezes, 75% muitas vezes e 17,9% sempre qualificado para aplicação, deste modo, percebe-se que ainda uma pequena parte dos educadores, sentem dificuldades na aplicação destas metodologias.

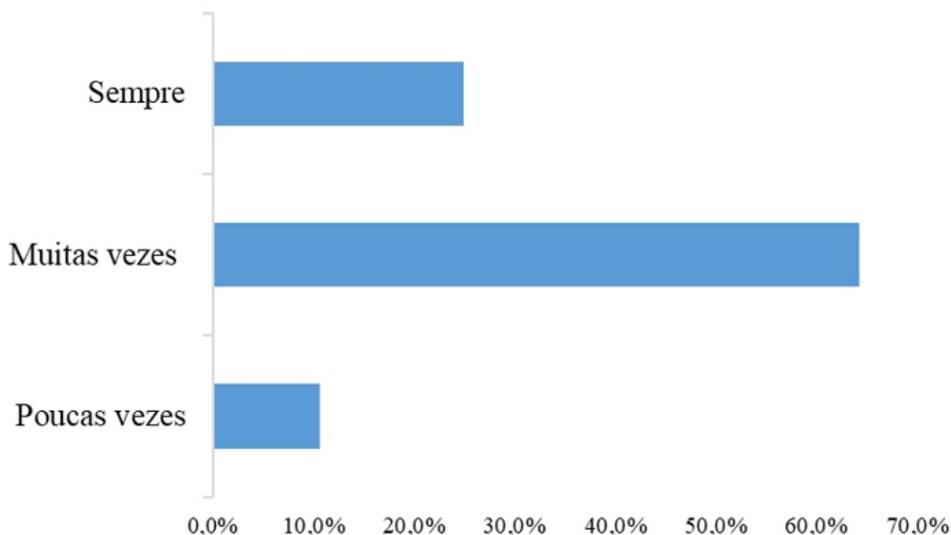
Fica-nos visível que o processo formativo referente às metodologias ativas é um caminho que está sendo percorrido pelos professores. Exige conhecimento acadêmico, pedagógico, bem como, habilidades e competências sintonizadas sinergicamente. Freire na obra *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*, apresenta 27 exigências incorporadas ao ato de ensinar. As exigências apresentadas pela teoria freireana instigam o debate entre o professor e os estudantes, provocando-os a uma postura gnosiológica, ética e estética. A mudança educacional depende dos professores, da sua formação e conseqüentemente das suas práticas pedagógicas.

A formação deve estimular uma perspectiva crítico-reflexiva, que forneça aos professores os meios de um pensamento autônomo e que facilite as dinâmicas de autoformação participada. Estar em formação implica um investimento pessoal, um trabalho livre e criativo sobre os percursos e os projectos próprios, com vista à construção de uma identidade, que é também uma identidade profissional (Nóvoa, 1997: 27).

Em tese, os professores que encontram-se em constante qualificação, automaticamente aprimoram e qualificam as suas práticas pedagógicas, aperfeiçoando assim, o ensino e a aprendizagem com os estudantes. A formação profissional do professor reflete na excelência educativa no âmbito próprio do sujeito estudioso e na interação com os professores que compõem o corpo docente de uma instituição de ensino.

Na Figura 2, percebe-se que os educadores, muitas vezes utilizam a aplicação de múltiplas estratégias metodológicas na dinâmica de ensino e aprendizagem em suas aulas, ficando este item com 64,3%, e os que sempre se utilizam desta aplicação em 25%, já os educadores que utilizam poucas vezes desta dinâmica, ficaram com uma porcentagem de 10,7%.

Figura 2: Aplicação de múltiplas estratégias metodológicas na dinâmica de ensino e aprendizagem.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

A maioria dos educadores aperfeiçoa-se de estratégias diversificadas e ativas de aprendizagem para desenvolver em sala de aula, obtendo-se um retorno total de (muitas vezes e sempre) de 92,9%, ficando apenas 7,1% de educadores que poucas vezes buscam aperfeiçoar-se neste requisito. Já quando questionado aos educadores se os estudantes gostam da dinâmica de ensino e de aprendizagem realizada por eles, sentindo-se desafiados a problematização das temáticas da área do conhecimento que atuam, apenas 7,1% responderam poucas às vezes, os demais educadores, responderam muitas vezes 64,3% e 28,6% sempre, ressaltando que os estudantes, gostam das dinâmicas de ensino utilizadas nas salas de aula pelo educadores.

Devido a algumas mudanças fundamentais na sociedade, cada vez mais os alunos necessitam de professores que os orientem academicamente como mentores, não apenas para ajudá-los a construir relacionamentos positivos e a se divertir com os amigos, mas também para auxiliá-los a ter sucesso na vida (Horn; Staker, 2015:168).

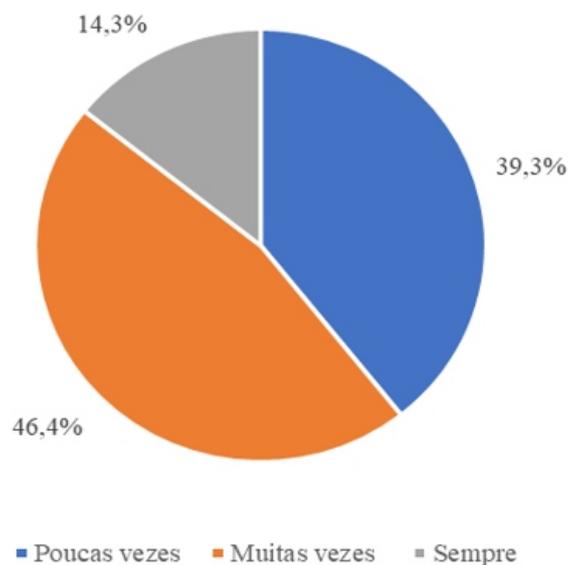
Destaca-se que os estudantes da contemporaneidade interagem ativamente para a construção epistemológica, para tanto, é de suma relevância que o professor assuma o papel de mediador, estabelecendo propostas educativas que vislumbrem a cooperação, o trabalho em equipe através de um planejamento construído junto com os estudantes. Concomitante a mudança de percepção educativa entre o professor e o estudante, também o espaço da sala de aula tem que estar harmonicamente desenhado pela ótica de metodologia ativa. O ambiente pensado estrategicamente com a intervenção ativa colabora grandemente com o processo de ensino e aprendizagem. Como exemplo, basta olhar uma sala de aula onde os estudantes ainda olham para a nuca uns dos outros e uma sala de aula em que os estudantes encontram-se em pequenas ilhas, semicírculos, grupos, entre outros.

O ambiente da sala de aula e as ferramentas que a mesma oferece (internet, tablet, chromebook, jogos lógicos, lego, etc.) são facilitadores em tornar o conhecimento mais atrativo e colaborativo.

O terreno educativo é bastante fértil, mas ao mesmo tempo bastante perigoso frente a intensidade de mudanças que ocorrem de maneira acelerada. Neste sentido, “[...] o mundo moderno requer um docente que promova discussões nas aulas, que estimule o protagonismo dos alunos e seja o mediador de crianças e adultos, os quais ensinam a si mesmos e aos outros” (Lima; Moura, 2015: 76). Com isso não se destitui o papel do professor, considera-se que o mesmo tem que investir na própria formação e buscar mecanismos de inovação, de motivação, de encantamento, de inspiração, para que fique explícito aos estudantes que educação não se faz com mais do mesmo, mas através de uma práxis pedagógica diferenciada.

Na última questão (figura 3), abordagem ocorre se a instituição de ensino disponibiliza aos educadores e educadoras processos formativos sobre metodologias ativas de aprendizagem, apesar de 39,3% responderem poucas vezes, a maioria dos educadores trouxeram que muitas vezes (46,4%) e sempre (14,3%), a instituição de ensino disponibiliza desses processos de formação.

Figura 03: Disponibilidade de processos formativos sobre metodologias ativas de aprendizagem pela instituição de ensino.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Após a análise dos dados é possível refletir sobre a percepção dos professores referente às metodologias ativas de aprendizagem e como este meio de ensino está cada vez mais presente nos meios acadêmicos. Apresenta-se a necessária continuidade de processos formativos planejados e permanentes na instituição pesquisada em âmbito problematizador das metodologias ativas de ensino e de aprendizagem.

A educação contemporânea vem provocando ao longo dos anos o exercício da práxis pedagógica, pautada na formação de professores mediadores. “Quando na mediação há uma harmonia entre mediador, indivíduo e o conhecimento, leva-se em conta os signos independentemente da representação que manifestam, podendo ser linguísticos, destacando os significados que se constroem nesta relação” (Benatti; Jung, 2022, p. 55). Inclusive neste sentido Feuerstein destaca que “o mediador com intencionalidade muda os estímulos, faz com que sejam mais salientes, mais poderosos, se imponham mais e sejam mais compreensíveis e importantes” (2014: 83), para o estudante que está sendo mediado.

No processo de ensinar e aprender, é fundamental que a construção de sentido seja entrelaçada à construção dos significados. O sentido, o propósito e o objetivo do aprender, para cada um, devem se entrelaçar como os significados socialmente construídos do conhecimento acumulado nas ciências, na cultura e na tecnologia (Andrade; Sartori, 2018:182).

Diante de um contexto de constante mudança vivenciado pelas sociedades na atualidade, o campo educacional tem que estar atento para proporcionar através dos seus recursos pedagógicos, didáticos e metodológicos (dentre outros elementos que compõe o ato de ensinar e de aprender), o desenvolvimento de capacidades que preparem os estudantes para o mundo.

Protagonismo, inovação nas práticas pedagógicas e formação continuada docente

Com relação às três categorias evidenciadas na pesquisa, é possível dizer que a metodologia ativa de ensino e de aprendizagem propõe a potencialização do estudante como protagonista na construção do conhecimento. Descobre e aprofunda conteúdo, cria e recria situações conectadas a sua realidade, posiciona-se frente a organização das sociedades e também da educação. Segundo o professor 1, “a sala de aula estática já não consegue arcar com a responsabilidade de educar na atualidade. A metodologia ativa é capaz de mobilizar os estudantes e aumentar o engajamento no processo de ensino e aprendizagem”. Com isso, os estudantes desenvolvem-se de forma individual e tornam-se propositivos nas percepções com coletivo, crescendo epistemologicamente em âmbito subjetivo e intersubjetivo.

Na medida em que os estudantes intensificam a sua atuação aos desafios contextuais de sua idade, maior será sua aprendizagem. O fato de as metodologias serem ativas consiste na relação “com a realização de práticas pedagógicas para envolver os alunos, engajá-los em atividades práticas nas quais eles sejam protagonistas da sua aprendizagem” (Valente, 2018: 28). Neste caminho o professor cria situações as quais os estudantes planejam, problematizam, interagem entre si, desenvolvendo a capacidade crítica e reflexiva através da práxis pedagógica. A postura dinâmica do professor em aula, “permite o exercício do protagonismo do estudante, ao mesmo tempo em que alivia, do professor, a responsabilidade de ser a única e exclusiva referência na aula, o que lhe dá mais possibilidades de realizar o trabalho de mediação” (Ganzella, 2018: 55-56). Para esta perspectiva, as aulas se tornam menos expositivas e dirigidas, provocando interação entre professor-estudante, estudante-estudante e estudante-mundo, aproximando o conteúdo do con-

texto dos estudantes como forma de incentivo estratégico para o ensino e para a aprendizagem. Para fortalecer o protagonismo, o professor pode utilizar-se de ferramentas que propiciem o seu desenvolvimento enquanto mediador, bem como o desenvolvimento do estudante que está no processo formativo.

Reafirma-se que implementar mecanismos inovadores à prática pedagógica, qualifica a categoria de protagonismo. O professor 2 expressa que é de suma importância na atualidade utilizar-se de ferramentas que contemplem a “aprendizagem baseada em problemas, aprendizagem baseada em projetos, gamificação, sala de aula invertida, estudo de caso, STEAM, cultura maker, seminários”. Nesta conjuntura de possibilidades inovadoras apresentadas pelo professor 2, destaca-se a metodologia STEAM que congrega os componentes curriculares de ciências, tecnologia, engenharia, artes e matemática, tendo como foco a construção de conhecimento de forma transversal e tendo o estudante como protagonista. “O modelo busca a formação integral dos alunos considerando aspectos acadêmicos, de habilidades e relacionais, pautado na colaboração, autonomia e criatividade” (Lorenzin; Assumpção; Bizerra, 2018: 217). A efetividade da inovação das práticas pedagógicas qualifica com eminência o movimento de formação integral dos sujeitos, possibilitando ao professor e ao estudante a apropriação das habilidades e competências que buscam desenvolver em determinada aula.

A inovação nas práticas pedagógica é uma categoria que vislumbra em si a criatividade, sendo esta a tônica que integra as diversas ferramentas que estão disponíveis ao ato pedagógico (não restringindo-se ao uso das tecnologias), tornando o ensino e a aprendizagem mais eficientes. A inovação exige mudança de comportamento e das ações em vistas da consolidação de novas experiências que tenham sentido, ou seja, o professor volta-se para as diversas formas de ensino e de aprendizagem, ressignificando assim, a sua prática pedagógica. Para que isso ocorra, a formação continuada docente é indispensável na conjuntura educacional.

A formação na atualidade, requer a consideração do contexto de vida dos sujeitos. Pode-se destacar que formar o professor continuamente tem que ser uma exigência do exercício profissional. A pedagogia freireana compreende a formação continuada a partir da existência de uma dinâmica político-pedagógica que compreende o ser humano enquanto sujeito histórico. Com a concepção de sujeito histórico, estabelece-se uma lógica processual de constante constituição de si mesmo com os outros através de um passado que é história, de um presente que é sonho, utopia, esperança e de um futuro que pode ser transformado. “A esperança é um condicionamento indispensável à experiência histórica. Sem ela não haveria história, mas puro determinismo” (Freire, 1996, p. 72). Diante da vocação ontológica do sujeito em vistas da transformação das realidades, constitui-se enquanto ser humano de ação e reflexão.

Contudo, pensa-se numa educação capaz de estabelecer conexões entre o sujeito-sujeito, sujeito-objeto e sujeito-mundo. Nesta relação problematizadora ocorre a superação da dualidade entre professor e estudante, ficando explícita a tese de que “ninguém educa ninguém, como tampouco ninguém se educa a si mesmo: os *seres humanos* se educam em comunhão, mediatizados pelo mundo” (Freire, 1987: 69, grifos nossos). Para tanto, a pedagogia tradicional torna-se uma contrariedade pedagógica para a formação continuada docente. Pauta-se por uma estrutura dicotômica de sujeito-objeto. Sendo que o sujeito é o professor sabedor,

pensador, atuante, entre outros e o estudante o objeto que não sabe, que é pensado, receptor do conhecimento do professor. Na pesquisa, o professor 3 relata que “a sala de aula estática já não consegue arcar com a responsabilidade de educar na atualidade”. Este elemento provoca o professor a vislumbrar a ressignificação da sua prática pedagógica.

A relação intersubjetiva entre o professor e o estudante, possibilita ao professor “no ato de conscientizar, conscientizar-se; no ato de educar, educar-se, no ato de transformar, transformar-se; no ato de libertar, libertar-se; no ato de investigar, investigar-se, no ato de construir cidadania, tornar-se cidadão” (Benincá, 2004:108). Neste contexto, o professor 5 expressa que as metodologias ativas de aprendizagem “ajudam muito no processo de desenvolvimento das competências de cada estudante, estimulam o raciocínio, a autonomia e revelam lideranças. As metodologias ativas fazem com que o estudante se torne mais participativo e investigativo. Também contribuem muito no aspecto que envolve administrar e solucionar conflitos. Saber ouvir a opinião/ideia do outro e juntos através do diálogo entrar em consenso buscando algo em comum”. Entende-se que a formação continuada docente é uma categoria determinante e que se não desenvolvida de forma adequada, implica nas categorias de protagonismo e de inovação nas práticas pedagógicas.

Para tanto, a relação intrínseca com o contexto e as situações-limite da cotidianidade vivenciadas pelo estudante e propriamente pelo professor, são promotoras de sentido e engajamento em vistas da construção de conhecimento. Neste caminho é necessário o exercício de alguns verbos, como por exemplo: escutar, ver, perguntar, fazer, experimentar e ensinar. A partir de uma analogia ao filósofo Confúcio, Barbosa e Moura refletem:

O que eu ouço, eu esqueço; O que eu ouço e vejo, eu me lembro; O que eu ouço, vejo e pergunto ou discuto, eu começo a compreender; O que eu ouço, vejo, discuto e faço, eu aprendo desenvolvendo conhecimento e habilidade; O que eu ensino para alguém, eu domino com maestria (Barbosa; Moura, 2013: 54).

Em outras palavras, o professor é aquele que provoca a reflexão, a criar e recriar o mundo, ele é formador de consciência crítica, bem como, através de metodologias que buscam despertar a curiosidade. Destaca-se aqui, a importância da escuta na essência, a valorização da posição dos estudantes, a criação de ambientes favoráveis para o ensino e a aprendizagem, entre outros aspectos que tornam a educação atenta a subjetividade e a intersubjetividade. Atentos a estas perspectivas, chega-se a um grau elevado de pertencimento tanto do professor como do estudante no desenvolvimento do conhecimento e das humanidades.

Na relação subjetiva e intersubjetiva entre o professor e o estudante desafia-se a ir além de si mesmos, compreendendo a sua realidade, conhecendo-a e, por conseguinte, transformando-a. Neste sentido, a prática pedagógica humanizadora estabelece uma interação permanente entre o professor e o estudante, fazendo-os compreender que “se encontram numa tarefa em que ambos são sujeitos no ato, não só de desvendá-la e, assim criticamente conhecê-la, mas também de recriar este conhecimento” (Freire, 1987: 56). Este movimento praxiológico no ato de educar aguça o engajamento no constante movimento ativo e consciente do estar sendo no mundo com os outros.

Por fim, as instituições de ensino que se utilizam das ferramentas disponíveis pelas metodologias ativas encontram-se alinhadas à organização das sociedades atuais, “a sociedade e o mundo do trabalho necessitam de profissionais abertos a novos aprendizados e que sejam capazes de agir na presença de situações inesperadas” (Benatti; Jung, 2022: 69). É de suma importância refletir sobre as formas de construção de conhecimento, para que estas, ao longo do tempo, possam ser aperfeiçoadas, tornando-se transversais no processo de ensino e de aprendizagem, bem como, colocando o estudante como protagonista na tônica da educação.

Considerações finais

A evolução do campo educacional provoca a implementação de metodologias ativas de aprendizagem, de forma especial exige da educação básica uma abordagem aprofundada, envolvendo todos os atores da escola (equipe diretiva e pedagógica, os professores, os estudantes e as famílias). Esta construção compartilhada permite maior assertividade nas possibilidades metodológicas adotadas por uma instituição de ensino.

Mobilizar os professores para uma ação orientadora e mediadora torna o ensino e a aprendizagem significativos. O estudante protagonista do conhecimento e da própria história demonstra que o tempo da escola é o tempo de criação, de problematização, de empreendimento, de dar sentido à vida, de deixar claro que o ser humano em formação é possibilidade, jamais determinismo. A compreensão de problematização a partir das metodologias ativas permite observar analiticamente o passado, analisar o presente e projetar o futuro, recusando a sua inexorabilidade. Porque o estudante como também o professor são história que se faz e refaz no mundo, por isso, estão em constante desenvolvimento.

O estudo deixa-nos explícita a importância das metodologias ativas na qualificação do ato pedagógico, apresentando ferramentas de inovação, empreendedorismo, personalização, cultura maker e design think, sendo os professores os mediadores na dinâmica de ensino e aprendizagem. O agir pedagógico inovador é uma forma elevada de práxis pedagógica que conduz à superação do quefazer pedagógico, repensando assim a estrutura organizacional do espaço educativo e das atuais formas de educar. Portanto, a tematização analítica e reflexiva deste estudo de caso é pertinente para a continuidade da reflexão em espaços acadêmicos e de educação básica, por professores e estudantes que acreditam na potência do espaço educativo, na eficácia das metodologias ativas como ferramentas de geração de conhecimento genuíno. A instituição pesquisada coloca-se a caminho sobre esta perspectiva de utilizar-se das diversas tecnologias existentes e disponíveis, sem perder de vista a rigorosidade acadêmica. Como estudos futuros, pensa-se que a percepção dos alunos em relação à aprendizagem significativa a partir de metodologias ativas pode contribuir para uma compreensão mais profunda sobre o tema.

Referencias bibliográficas

Andrade, Julia Pinheiro; Sartori, Juliana (2018). O professor autor e experiências significativas na educação do século XXI: estratégias ativas baseadas na metodologia de contextualização da aprendizagem. In. Bacich, Lilian; Moran, José

(Orgs.) *Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática*. Porto Alegre, Penso, pp. 175-198.

Bardin, Laurence (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo, Edições 70.

Barbosa, E. F.; de Moura, D. G (2013). Metodologias ativas de aprendizagem na educação profissional e tecnológica. *Boletim Técnico do Senac*, v.39, N°2, pp. 48-67.

Benatti, Remi Maria Zanatta; Jung, Hildegard Susana (2022). *Mediação pedagógica: formação e protagonismo em espaços de aprendizagem*. Canoas, RS. Ed. Unilasalle.

Benincá, Elli (2004). A formação continuada. Benincá, Elli; Caimi, Flávia Eloisa (org.). *Formação de professores: um diálogo entre a teoria e a prática*. Passo Fundo, Ed. Universidade de Passo Fundo, pp. 99-109.

Freire, Paulo (1987). *Pedagogia do Oprimido*. 19ª ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Freire, Paulo (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 39ª ed. São Paulo, Paz e Terra.

Feuerstein, Reuven (2014). Além da inteligência: aprendizagem mediada e a capacidade de mudança do cérebro. Tradução de Aline Kaehler.- Petrópolis, RJ. Vozes.

Ganzela, Marcelo (2018). O leitor como protagonista: reflexões sobre metodologias ativas nas aulas de literatura. In: Bacich, Lilian; Moran, José (orgs.). *Metodologias ativas para uma educação inovadora*. Porto Alegre, Penso, pp. 45-58.

Horn, M. B.; Staker, H. (2015). Blended usando a inovação disruptiva para aprimorar a educação. Porto Alegre, Penso.

Lima, Leandro Holanda Fernandes de; Moura, Flávia Ribeiro de (2015). O professor no ensino híbrido. In: Bacich, L.; Neto, A. T.; Trevisani, F. de M. *Ensino Híbrido: personalização e tecnologia na educação*. Porto Alegre: Penso, pp. 74-83.

Lorenzin, Mariana; Assumpção, Cristiana; Bizerra, Alessandra (2018). Desenvolvimento do currículo STEAM no ensino médio: a formação de professores em movimento. In: Bacich, Lilian; Moran, José (orgs.). *Metodologias ativas para uma educação inovadora*. Porto Alegre, Penso, pp. 199-2019.

Nóvoa, A (1997). Formação de professores e profissão docente. In: (Org.). *Os professores e sua formação*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1997. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/4758/1/FPPDA_Novoa.pdf

Mora, José (2018). Metodologias ativas para uma aprendizagem mais profunda. In: Bacich, Lilian; Mora, José (Orgs.). *Metodologias ativas para uma educação inovadora*, Porto Alegre: Penso, pp.2-25.

Valente, José Armando (2018). A sala de aula invertida e a possibilidade do ensino personalizado: uma experiência com a graduação em midialogia. In: Bacich, Lilian; Moran, José (orgs.): *Metodologias ativas para uma educação inovadora*. Porto Alegre: Penso, pp. 26-44.

Yin, Robert K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5ª ed. Porto Alegre, Bookman.

Lecciones de la política social en Argentina: el plan Jefes y después¹

Agustín Mario*

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 28 de abril de 2023

Introducción

En este artículo, analizamos la experiencia argentina en materia de política social desde el 2002 a la fecha. Luego, evaluamos los resultados en términos de indicadores económicos seleccionados. A continuación, intentamos derivar las principales lecciones de la experiencia analizada. Por último, planteamos una alternativa de política.

Breve repaso histórico: el Jefes y después

Luego de la crisis de diciembre de 2001, el PIB (Producto Interno Bruto) per cápita caía, en el primer trimestre de 2002, al 16% interanual, la deuda pública se encontraba en cesación de pagos, la inflación se aceleraba – y la moneda se depreciaba, en el tercer trimestre de dicho año, a una tasa interanual del 258% –, la tasa de empleo terminaba de desplomarse, y alrededor del 60% de la población se encontraba por debajo de la línea de pobreza.

En ese contexto, en abril de 2002, Argentina implementa el Plan Jefes y Jefas de Hogares Desocupados (en adelante, Jefes). El *Center for Full Employment and Price Stability* (CFEPS) asesora al Ministerio de Trabajo; de hecho, el Jefes es considerado un caso de estudio de la propuesta de colocar al estado como empleador de última instancia (Tcherneva y Wray, 2005).

El monto del programa era de \$150 por mes (75% del salario mínimo vital y móvil) al jefe de hogar a cambio de 4 horas de trabajo diario. Se encontraba destinado a hogares con menores de 18 años, discapacitados o embarazadas. En poco tiempo, hacia mayo de 2003, el Jefes alcanzó su pico de participantes: cerca de 2 millones, el 11% de la fuerza laboral y el 5% de la población.

El programa tuvo una gran afluencia de mujeres, ya que se encontraba limitado a una persona por hogar; la estrategia de muchos hogares consistió en que el varón continuaba activo – buscando o trabajando – en el sector informal. En la práctica, sin embargo, muchos no realizaban contraprestación laboral debido, al menos en parte, a la inesperada masividad del programa. Esto dio lugar a situaciones de arbitrariedad. Además, el límite a la entrada – un miembro por hogar –

¹ Este documento es producto de las actividades realizadas en el marco del Proyecto PIT CONUSUR “Análisis de los principales determinantes institucionales e históricos sobre desarrollo: un abordaje desde las condiciones regulatorias y organizacionales”, 2021. Colaboratorio Universidad Nacional del Oeste y Universidad Nacional de Moreno.

* Licenciado en Economía (UBA), Doctor en Ciencias Sociales, Magister de la UBA en Economía, Vicedecano Coordinador de la Licenciatura en Economía (UNM).

<https://orcid.org/0000-0002-6466-3247> - Correo electrónico: amario@unm.edu.ar

sumado a una fecha límite de inscripción abrió la puerta al clientelismo. Estos aspectos socavaron la popularidad del Jefes.

Desde mayo de 2003, el tamaño del programa se reduce; en parte, por la transición de titulares del programa al sector privado. Además, se crearon dos programas que pretendían reemplazar al Jefes. Por un lado, el Seguro de Capacitación y Empleo (SCE), que incluiría a los – explícitamente considerados – empleables, mayoritariamente varones; por el otro, el Familias por la Inclusión Social (Familias), que haría lo propio con los inempleables, principalmente mujeres (Decreto 1506/2004).

La reforma del Jefes se dio en el marco de una significativa expansión de la seguridad social, que permitió acceder a una jubilación con independencia de los aportes realizados, amplió las pensiones no contributivas y, prácticamente, completó la cobertura del sistema de asignaciones familiares mediante la Asignación Universal por Hijo (AUH), una transferencia monetaria para los hijos de los trabajadores desocupados e informales (Mario, 2014). Quedó configurado así, en la Argentina, al menos desde 2009, una red de seguridad social que garantiza un ingreso a quienes no pueden o no deben trabajar.

En tanto, para los que pueden trabajar (i.e., la población en edad y condiciones de trabajar) se planteaba una combinación de, por un lado, políticas “keynesianas” para promover el crecimiento económico y, por el otro, herramientas para mejorar la empleabilidad – como el mencionado SCE – se esperaba, de este modo, que la economía generase empleo para todos.

Si bien la creación del Programa de Ingreso Social con Trabajo, Argentina Trabaja (AT), en agosto de 2009, implicó, al menos en alguna medida, el reconocimiento de que por mucho que la economía creciera, el empleo no llegaría a todos, es posible afirmar que esta fue la estrategia general. Es posible, en este sentido, interpretar la política social en la Argentina, desde 2002, en el marco del debate entre las garantías universales de ingreso y de trabajo (Tcherneva y Wray, 2005).

Resultados: la foto y la película

Al segundo semestre de 2022, hay en la Argentina 18,2 millones de personas pobres y 3,8 millones de personas indigentes. No obstante, entre 2003 y 2015, la pobreza se redujo a menos de la mitad; la indigencia, en tanto, lo hizo más de un 75%. De hecho, las mejoras continuaron hasta el segundo semestre de 2017. Desde ese momento, la pobreza ha aumentado 13,5 puntos porcentuales (6,8 millones de personas); la indigencia, 3,5 puntos porcentuales (1,7 millones de personas).

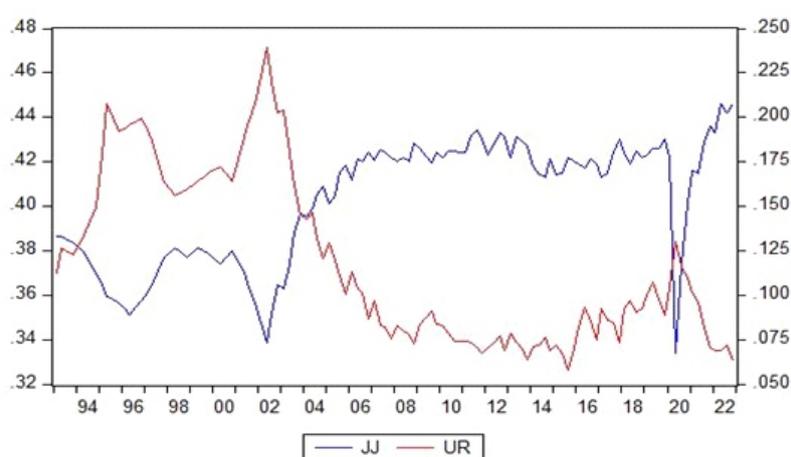
Gráfico 1: Tasa de indigencia y pobreza, Argentina



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

En tanto, al cuarto trimestre de 2022, hay en la Argentina, 1,4 millones de desocupados y 2,4 millones de subocupados, es decir, 3,8 millones de personas que trabajan menos tiempo del que desean – y esto sin contar a quienes se encuentran fuera de la fuerza laboral y podrían querer participar si les ofreciera una oportunidad laboral –. Entre 2003 y 2015, el desempleo se redujo significativamente y alcanzó, en 2015, su nivel más bajo en 30 años, con muchos economistas sosteniendo que la economía se encontraba en una situación de “pleno empleo” (Ferrer, 2014; Gerchunoff y Rapetti, 2016) (gráfico 2).

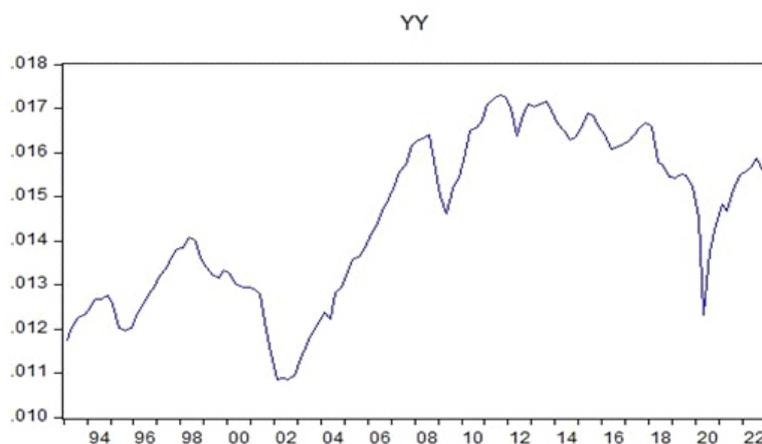
Gráfico 2: Tasa de empleo y desempleo, Argentina, 1993q1-2002q4.



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Las mejoras en términos sociales se han visto limitadas, sin embargo, por el estancamiento de la economía. De hecho, después de crecer 45% desde el tercer trimestre de 2003, la economía argentina dejó de crecer en el tercer trimestre de 2011 (gráfico 3).

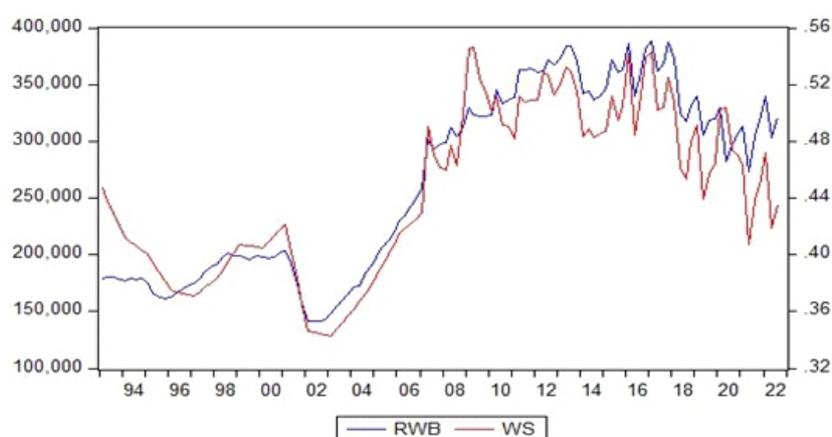
Gráfico 3: Producto interno bruto per cápita, Argentina (en millones de pesos de 2004), 1993q1-2022q4



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Por supuesto, si bien es técnicamente posible reducir la desigualdad y mejorar la distribución del ingreso para los trabajadores sin crecimiento, la viabilidad política es más complicada pues para mejorar la situación de alguien hay que empeorar la de algún otro, es decir, hay que repartir una torta que no crece (gráfico 4).

Gráfico 4: Masa salarial real (en millones de pesos de 2004) y participación de los salarios en el ingreso total (en proporción), Argentina, 1993q1-2022q4



Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

¿Qué podemos aprender?: algunas lecciones

La Argentina ha tenido – y tiene en la actualidad – programas similares al Jefes desde el Argentina Trabaja (2009-2015), Hacemos Futuro (2016-2019) y Potenciar Trabajo (desde 2020). Todos estos programas, como el Jefes, han limitado la entrada, ya sea estableciendo una fecha límite de inscripción, otorgando altas por bajas y, en general, estableciendo criterios de elegibilidad poco transparentes. Por supuesto, nadie quiere salir de un lugar al que es difícil entrar, por lo que se pierde el potencial rol contracíclico de los programas de este tipo. Al contrario de lo que suele afirmarse, no es su masividad, sino el hecho de que no hay lugar para todos los que desean participar – i.e., otorgar una cantidad insuficiente de soluciones –, lo cual se expresa, entre otras dificultades, en la discrecionalidad en las entradas y salidas al programa, dando lugar incluso a casos de corrupción.

Además, el Potenciar Trabajo, supuestamente para evitar el control por parte de las organizaciones no gubernamentales, ha centralizado en las unidades de gestión – muchas veces, gobiernos subnacionales – los gastos no salariales. Parece más simple limitar el gasto no salarial a una proporción del salarial (10%, 15% o 30%) y/o exigir una contraparte -siempre controlando la ejecución-.

Otra lección que podemos aprender al analizar la política social en la Argentina de las 2 últimas décadas se vincula con lo que podríamos denominar “la marca del desempleo” (Tcherneva, 2017). El desempleo, especialmente aquel de largo plazo, reproduce inempleabilidad, esto es, es más difícil de revertir cuanto mayor es su duración. Los empleadores contratan, en su mayoría, a quienes ya están trabajando (cuadro 1).

Cuadro 1: Condición de actividad del trimestre anterior de los ocupados en un empleo nuevo, tercer trimestre de 2022

Ocupado	76%
Desocupado	11%
-Corto plazo (menos de 1 año)	8%
-Largo plazo (más de 1 año)	3%
Inactivo	13%

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Si los desocupados no tienen valor (para el sector privado o el proceso de producción), el desempleo ya no podrá achicarse: los aumentos de la demanda agregada sólo incrementarán los salarios de los ocupados conforme los empleadores compiten por los escasos trabajadores capacitados. En pocas palabras, los desocupados y, en particular, aquellos de largo plazo, no constituyen, a partir de cierto nivel de desempleo, una alternativa para el sector privado (no son sustitutos). Por lo tanto, no cumplen un rol como buffer stock – i.e., ejército de reserva de desempleados – (Mario, 2016).

Esta es, al menos en parte, la razón por la que el desempleo es inefectivo como herramienta para estabilizar el valor de la moneda. Si fuéramos a implementar un buffer stock de oro (i.e., un patrón oro), nos aseguraríamos de mantenerlo en condiciones. En este sentido, es preciso que la política pública procure evitar que los desempleados se deprecien (“se echen a perder”).

¿Qué podemos hacer?: la alternativa del empleador de última instancia

La propuesta de colocar al estado como empleador de última instancia (Mosler, 1997-98; Wray, 1997; Mitchell, 1998) consiste en el financiamiento, por parte del gobierno (el emisor monopólico de pesos), de empleos para que organizaciones sin fines de lucro empleen a cualquiera que quiera y pueda trabajar a cambio de un salario mínimo.

El salario del programa se convierte, de facto, en el salario mínimo de la economía, sin necesidad de ningún tipo de legislación específica. Es posible eliminar otros programas como, en la actualidad, el Potenciar Trabajo, el seguro de desempleo, etc.

El programa funcionará como un estabilizador automático, actuando contra cíclicamente; en expansiones, los trabajadores del programa serían contratados por el sector privado – o público “regular” –, reduciéndose el gasto público, y viceversa. El pleno empleo se mantiene permanentemente, con la composición del empleo total cambiando a través del ciclo económico.

Si el programa empleara a 3,8 millones de trabajadores pagando un salario mensual igual a la línea de pobreza (\$46.604,20 en el cuarto trimestre de 2022), y asumiendo costos no salariales del 15%, implicaría un gasto anualizado de \$2.443.924 millones de pesos, lo que equivale al 2,3% del PIB. Debe notarse que

estos guarismos no consideran la eliminación de otros programas ni la de los gastos derivados del desempleo (salud física y mental, problemas familiares, etc.).

En cualquier caso, el costo financiero del programa es difícil de estimar e irá fluctuando contra-cíclicamente. Como enseña el enfoque de las finanzas funcionales (Lerner, 1943), el déficit (o superávit) no es bueno (ni malo) en sí mismo. El desempleo es un costo real o de oportunidad, igual a los bienes y servicios que dejan de estar disponibles como consecuencia de desaprovechar los recursos. Es, en este sentido, evidencia de que el déficit público es demasiado pequeño. Para dejar de limitar el tamaño de la torta (i.e., crecer), es preciso invertir el razonamiento más usual entre los economistas: en lugar de crecer para, luego, crear empleo, debemos crear empleo para crecer (crecimiento “tirado por el empleo”).

Referencias bibliográficas

Decreto 1506/2004: Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/100473/norma.html>

Ferrer, A. (2014). El pecado original de la economía argentina. *Le Monde Diplomatique*. Recuperado de <http://www.eldiplo.org/pdfs/el-diplo-1001760.pdf>

Gerchunoff, P. & Rapetti, M. (2016). La economía argentina y su conflicto distributivo estructural (1930-2015). *El trimestre económico*, 2(330), 225-272. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v83n330/2448-718X-ete-83-330-00225.pdf>

Lerner, A. (1943). Functional Finance and the Federal Debt. *Social Research*, 10(1), 38-51.

Mario, A. (2014). La Asignación Universal por Hijo en Argentina: Impacto de algunas Reformas sobre el Bienestar Social. *Estudios del Trabajo*, 47, 5-28.

Mario, A. 2016. ¿Puede una expansión económica generar empleo para todos?: evidencia de la era kirchnerista. *Realidad Económica*, 303, 139-162.

Mitchell, W. F. (1998). The Buffer Stock Employment Model and the NAIRU: The Path to Full Employment. *Journal of Economic Issues*, 32(2), 547-555. Recuperado de http://www.billmitchell.org/publications/journals/J30_1998.pdf

Mosler, W. (1997-8). Full Employment and Price Stability. *Journal of Post-Keynesian Economics*, 20(2), 167-182.

Tcherneva, P. 2017. Unemployment: The Silent Epidemic. Working Paper No. 895. Levy Economics Institute of Bard College. Recuperado de https://www.levyinstitute.org/pubs/wp_895.pdf

Tcherneva, P. & Wray, L. R. (2005a). Common Goals-Different Solutions: Can Basic Income and Job Guarantees Deliver Their Own Promises. *Rutgers Journal of Law and Urban Policy*, 2(1), 125-163. Recuperado de http://www.rutgerspolicyjournal.org/sites/jlpp/files/Tcherneva_0.pdf

Wray, L. R. (1997). Government as Employer of Last Resort: Full Employment Without Inflation. Working Paper No. 213. Levy Economics Institute of Bard College. Recuperado de <http://www.lwvyinstitute.org/pubs/wp213.pdf>

Determinantes institucionales e históricos del desarrollo. Una propuesta de ordenamiento teórico a partir de lecturas recientes¹

Pablo Tavilla*

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 28 de abril de 2023

La demanda y los motores del crecimiento económico

Tanto en el campo de la historia económica como en el de la teoría económica, ha habido una tendencia a exagerar el factor de la oferta. Precisamente como los economistas clásicos se inclinaban a aceptar la demanda como dada y constante, la mayoría de los historiadores económicos del siglo XIX se ocuparon de un análisis detallado de los cambios en la técnica de producción, la decadencia y expansión de ciertas industrias, los efectos de la maquinaria eléctrica sobre la producción, etc. Se ha prestado poca atención a los cambios en la naturaleza de la demanda, incluso a la indudable extensión de la demanda, y sobre todo es cierto que se ha pasado por alto el mecanismo por el cual se produjeron estos cambios. También se ha considerado al trabajo más como un factor de producción que como la mayor parte del público consumidor. Cuando se ha mencionado la demanda, se ha tratado generalmente en términos vagos y generales, con referencia a la teoría de la extensión del mercado de Adam Smith. Elizabeth Gilboy ([1932] 1967, p. 119), en Smith, M. (2011)

A partir de considerar los rasgos de una economía capitalista industrial, resulta necesario distinguir entre “capacidad productiva” y “producción efectiva”. “Capacidad productiva” significa producción *potencial* y para que pueda existir producción *efectiva*, tiene que existir demanda efectiva.

En un sistema productivo nacional con cierto grado de industrialización las fluctuaciones en la demanda ya no impactan necesariamente en cambios en los precios, dado un volumen de oferta o producción existente, como sería en el caso de una típica sociedad primitiva preindustrial o en ciertos mercados acotados, por ejemplo productos frescos. Esta es una visión que tiene como célebres nombres detrás a Keynes, Kalecki y Marx, y se conoce con el nombre de “principio de demanda efectiva”.

Este “principio de demanda efectiva” se refiere a que el nivel agregado del

¹ El presente ensayo es producto de las actividades realizadas en el marco del Proyecto PIT CONUSUR “Análisis de los principales determinantes institucionales e históricos sobre desarrollo: un abordaje desde las condiciones regulatorias y organizacionales”, 2021. Colaboratorio Universidad Nacional del Oeste y Universidad Nacional de Moreno.

* Profesor titular de “Estructura Económica Argentina y Mundial” (Depto. Cs. Económicas y Jurídicas), Director Académico del Centro de Estudios de Gobierno y Políticas Públicas (CEGOPP) - Universidad Nacional de Moreno.

<https://orcid.org/0009-0005-3194-0091> - Correo electrónico: ptavilla@unm.edu.ar

Este “principio de demanda efectiva” se refiere a que el nivel agregado del producto es determinado por la demanda monetaria de aquellos que pueden pagar los precios normales de oferta (tasa de ganancia normal).

Se puede decir también así: es tomar de Keynes la relevancia que tiene un elemento “autónomo” de la demanda, si bien no es el mismo que vio el gran economista inglés (la inversión) y también extender el principio para la explicación del dinamismo del nivel de actividad económica al mediano y largo plazo (p. ej. el llamado supermultiplicador clásico-keynesiano).

Ya no se trata solamente del manejo restringido a políticas anticíclicas de corto plazo (de manejo coyuntural del ciclo económico), sino de la demanda y sus componentes definidos como autónomos como los motores del crecimiento económico. Y, aclaramos, crecimiento es condición (necesaria) del desarrollo. Como antecedentes nacionales de la idea, en Argentina A. Monza ya planteaba la relación entre crecimiento y demanda en un artículo de 1976.

En el enfoque conocido como del “supermultiplicador” (clásico-keynesiano) se encuentra un marco teórico promisorio a partir de su pertinencia en la lectura de los datos de la experiencia histórica en materia de la dinámica de crecimiento de las economías capitalistas, incluyendo las periféricas. Crecimiento de tipo *demand led*, impulsado o inducido por la demanda y no, por ejemplo, *profit led* o *export led* (ni *wage led*).

Al respecto, están las estimaciones de los profesores de la UNM A. Fiorito (2015), Amico (2013) y F. Médici (2011) para Argentina y, entre los estudios económicos para otros países, Girardi y Pariboni (2016) que testean el supermultiplicador para EEUU, con fuerte ponderación del gasto estatal, y Pérez Montiel, J. y Manera Erbina, C. (2020), para un panel de 16 países europeos. Y no podemos dejar de citar el trabajo de Tesis doctoral en Cambridge de F. Serrano (1995).

Los **componentes autónomos de la demanda**, es decir, que no dependen del ingreso presente², son **Gasto del Estado, Componente autónomo del consumo (desahorro, crédito) y Exportaciones** que, junto con las “filtraciones” captadas por el coeficiente de importaciones, son jerarquizados como variables explicativas del crecimiento económico, dadas la tecnología y la distribución de ingresos.

De acuerdo a este enfoque, basado en la explicación de la acumulación de capital (inversión privada reproductiva en maquinaria y equipos) como **inducida** por el mismo crecimiento, el límite o techo ya no se sitúa como “producto potencial” (capacidad instalada), en tanto este depende también del producto corriente o efectivo y su efecto sobre la inversión (Amico, F. Fiorito, A. y Hang, G. 2011)

El proceso de crecimiento implica sucesivos efectos (no simultáneos) y el ahorro es un flujo que resulta del mismo proceso como resultado o residuo final: Ahorro = Ingreso agregado – Consumo agregado (se puede consultar Possas, 1999). Como corolario, la idea de “bajar consumo para aumentar el ahorro” es un planteo a todas luces equivocado, al menos al nivel agregado de toda la economía.

Es decir, las consecuencias prácticas son muchas. A título ilustrativo, muy lejos de la apología de la austeridad o ajuste como lo sensato, “natural” y “sano”, en cualquier economía capitalista caracterizada por una desigualdad fundante y es-

² Y, más estrictamente definidos, también la condición de que no aumenten capacidad productiva.

tructural, ningún automatismo ingreso-gasto (flujo circular del ingreso) está garantizado y la relación de causalidad no es de ahorro a inversión sino, como el mismo Keynes puntualizaba, de inversión (demanda) a PIB y luego a ahorro (ahorro depende, como el consumo, del ingreso nacional, por eso hablamos de propensión al consumo y propensión al ahorro).

En estos enfoques *demand side* el sistema de relaciones de causalidad asigna un papel relevante al rol macroeconómico positivo que puede y debe jugar el gasto “autónomo” del Estado respecto del nivel de actividad económica. Diferenciamos aquí conceptualmente un rol “keynesiano-kaleckiano” del Estado (macroeconómico, sobre demanda y no solo de corto plazo) y un decisivo rol “estructuralista”, de involucramiento decisivo en el cambio estructural o desarrollo.

El planteo del “acelerador”, es decir de inversión en equipo que es inducida por el crecimiento del PIB, cuenta en Argentina con estudios que evidencian empíricamente una fuerte conexión, de tipo procíclica, verificable en los trabajos citados anteriormente y también en otros estudios con fines más acotados y específicos, incluso desde otras perspectivas más convencionales o neoclásicas.

Al respecto, y como señala Amico (2013), un interesante trabajo no inspirado en este marco teórico como es el de Corenberg y otros (2006) hallaron en su investigación que ni las tasas de interés nominal y real, ni el volumen de crédito, resultan significativos en el largo plazo para explicar la inversión privada. La evidencia histórica sugiere que “...el comportamiento de la inversión privada en Argentina durante el período 1950-2000 habría sido pro-cíclico, asociado a las variaciones en la demanda agregada, similar al mecanismo del acelerador”.

También Frenkel, Fanelli y Bonvecchi (1997) en un análisis econométrico del desempeño de la economía argentina durante los años noventa, encontraban que: “...la dinámica de la inversión agregada está estrechamente asociada con las variaciones de la demanda doméstica”. En Canitrot (1980) se razona vinculando la relación positiva directa entre nivel de actividad económica e inversión privada. Asimismo, las estimaciones de Fiorito (2015) y Amico (2013), Médici (2011), Wen, Y. (2007) y UNCTAD (2019), citados estos últimos en Amico (2013). Obviamente opera para el alza y para la baja con una gran sensibilidad.

En un estudio sobre evolución de stock de capital realizado en UNM (2017), si se toma sólo la variación del “stock de maquinaria y equipo” entre 2001 y 2010, período de alto crecimiento económico, la evidencia es contundente: un 70,7% de incremento en el primero y un 93,5% en el segundo, respectivamente, entre 2010 y 2003 (estimaciones de Mario, Pereyra y Tavilla, 2017, en base a cuentas nacionales a precios 2004, INDEC). Datos que también corroboran la reacción importante de la inversión privada en un contexto de políticas públicas expansivas, es decir, en que aumentaban el gasto estatal (inversión pública, gasto social), los salarios, el consumo, el empleo y la inversión privada en forma conjunta en contraste con las más difundidas “relaciones teóricas inversas” del mainstream neoclásico.

En cuanto al rol clave de las exportaciones, es un componente autónomo de demanda, pero es más relevante en tanto proveedor de divisas para países periféricos semiindustrializados y sujetos a restricción externa, es decir, abastecedor del “combustible” o “base material” para el crecimiento (el abastecimiento “genuino” de divisas).

Sin embargo, nos alejamos aquí críticamente de los enfoques (por ejemplo

tipo "neo desarrollista" de C. Bresser Pereira) que proponen como estrategia de salida a los dilemas nacionales lo que sería una "estrategia exportadora", básicamente a partir de sostener lo que se llama "un tipo de cambio competitivo" en el tiempo; por ejemplo, Frenkel (2005) y Gerchunoff y Rapetti (2016)³.

Debilitar salarios (con sus efectos sobre la propensión al consumo) y descuidar los impulsores principales del crecimiento en una economía de tamaño intermedio (gasto público, consumo autónomo), no solo implica menores niveles de vida para gran parte de la población y, por eso, una segura mayor conflictividad social y política que debilita la democracia, sino que también se trata de otra convocatoria a esfuerzos inconducentes: las exportaciones típicas de países como Argentina dependen decisivamente del nivel de actividad económica y la demanda de otros países, los compradores y socios comerciales.

Basta con mirar las bajas elasticidades precio e ingreso⁴ de las exportaciones nacionales para entender que su expansión excede largamente la problemática de tener "correctos precios relativos" (dólar caro) y remite más bien a las cuestiones de desarrollo integral y aumento de la productividad media (competitividad genuina)⁵.

Experiencias como la del gobierno 2015-2019 son elocuentes acerca de la imposibilidad y el previsible fracaso, en términos de crecimiento, a partir del relato basado en la vana y costosa pretensión de "bajar el consumo y el gasto público y que la inversión privada y las exportaciones lideren el crecimiento" (Amico, F. 2020). Los resultados negativos no se debieron a "efectos imprevistos" o "mala suerte" sino las consecuencias lógicas del enfoque: la buena teoría importa y mucho.

Como síntesis, integrar el modelo del "supermultiplicador clásico-keynesiano" (ver apéndice al final), implica entonces romper con la conocida como Ley de Say y concebir desde *el lado de la demanda las causas del impulso al crecimiento económico y la acumulación de capital*. Dada la distribución de ingresos y riquezas, determinadas en forma "clásicamente exógena" al modelo⁶, el impulso depende de *los componentes autónomos y son amplificados y modificados (multiplicador y acelerador) por las variables cuyo comportamiento es inducido (consumo, inversión, importaciones)*.

Abandonar el "ofertismo" de la Ley de Say y sus supuestos tiene implican-

³ Una rica fundamentación y discusión al respecto se puede consultar en el libro de Médici, F. editora (2017): *Discusiones sobre tipo de cambio, El eterno retorno de lo mismo*, UNM editora, UNM, Moreno.

⁴ La referencia contundente en Raúl Prebisch y su conocido "pesimismo de las elasticidades" en relación con la especialización exportadora de América Latina.

⁵ Hoy por hoy, las posibilidades exportadoras remiten a las condiciones mundiales influenciadas por la revolución industrial asiática y su demanda de materias primas. Es decir, potencialidades en minería (metalífera y combustibles), y alimentos. Acá se propone ver esta oportunidad como medio o palanca para relajar la restricción externa, pero en el marco de una estrategia nacional de desarrollo industrial integral y no como mera repetición de la experiencia histórica de especialización en commodities y aceptación pasiva de la división internacional del trabajo y la difusión de tecnologías.

⁶ En línea con la perspectiva teórica clásica de economía política en que la distribución depende de factores políticos, institucionales y hasta culturales (consensos sociales sobre estándares de vida, poder relativo de negociación capital-trabajo, hábitos de consumo y tecnologías, etc.)

cias relevantes de política y construcción institucional en tanto quedan cuestionados ciertos razonamientos muy difundidos y ya hasta de sentido común. Como ejemplos, los razonamientos en términos de pleno empleo y equilibrios, como si hubiera una supuesta relación inversa “de hierro” entre nivel de empleos y de salarios⁷; el ahorro como si fuera determinante de la inversión y no más bien al revés; los tan enseñados pero difícilmente verificados efectos de tipo *crowding out* por expansión supuestamente “distorsiva” del gasto público con los efectos inflacionarios de este, etc.

Nos referimos a toda una serie de nociones que por el hecho de haberse constituido como “sentido común” académico en los últimos 40 años no implica que sean pertinentes científicamente, es decir, adecuadas como explicación de los fenómenos reales, además de sus claras consecuencias negativas en materia de crecimiento y también de distribución y bienestar⁸.

Las restricciones al crecimiento

A los efectos de síntesis y claridad expositiva, los límites al crecimiento que aquí se proponen jerarquizar y separar analítica y teóricamente son agrupables en dos tipologías, remitiendo a un necesario enfoque transdisciplinar (o de economía política):

- la conocida como *restricción externa* “económica”, expresada en la tendencia a la escasez estructural de divisas⁹. Ya no solo un problema de balanza comercial y cuenta corriente, sino con una mayor gravitación de los flujos de la cuenta capital y financiera (endeudamiento, *carry trade*, IED). La “base material” para la expansión y el desarrollo del mercado interno.
- y las que se pueden llamar *restricciones políticas*, internas y externas, que alimentan la necesidad de enfoques transdisciplinarios en ciencias sociales a la hora de dar cuenta de los límites y los procesos de inestabilidad nacional (péndulos, *stop and go*).
 - Restricciones políticas internas al crecimiento económico sostenido:
 - De tipo “kaleckiana”, por el marco inspirador que implica el ensayo de M. Kalecki de 1943, referido al conflicto sociopolítico y

⁷ En vez de concebir el nivel de empleo general como un problema macroeconómico y de crecimiento que trasciende largamente al foco en el mercado de trabajo y sus características.

⁸ La perspectiva neoclásica predominante tampoco cumple requisito de coherencia teórica (controversia sobre el capital o “Cambridge versus Cambridge”: inviabilidad principio de sustitución factorial)

⁹ Valga la aclaración a riesgo de redundancia, no se trata de la tan mentada restricción de tipo fiscal. La expansión del gasto genera crecimiento en las economías capitalistas y, si tiene límites económicos, es por la insuficiencia estructural de divisas y no por otras cuestiones en este enfoque que se propone. Desde ya, también reconoce límites políticos “kaleckianos”, por el Ensayo de M. Kalecki de 1943.

económico de clases sociales que resultan en resistencias y dificultan el sostenimiento de altos niveles de actividad económica y empleo en el tiempo (efectos de orden y disciplina social, preservar jerarquías de poder, etc.)

- Ya en el plano de la necesidad de desarrollo como cambio estructural o diversificación productiva (complejidad o densidad nacional, sustituir importaciones¹⁰ y aumentar exportaciones como se pueda¹¹) también pueden identificarse limitaciones políticas en torno a la conformación de intereses y coaliciones sociales diferentes sobre posibles proyectos nacionales de desarrollo, por ejemplo: modernización liberal adaptativa pasiva a los flujos internacionales de comercio y finanzas o estrategia de acumulación de capital desarrollista nacional democrática y popular; ámbitos de la construcción hegemónica y proyectos de regímenes de acumulación.
- Restricciones políticas externas: referida a los fundamentales condicionantes del contexto mundial de poder político y económico (geopolítica, relaciones internacionales de subordinación capitalista). Los proyectos de desarrollo son, antes que nada, proyectos políticos. Fiori, 2014:

No hay manera de que una economía nacional se expanda simplemente a través del juego de los intercambios, ni hay manera de que una economía capitalista se desarrolle de manera expandida y acelerada sin que esté asociada a su propio Estado y a su proyecto de acumulación de poder y transformación o modificación del orden internacional establecido.¹²

Desarrollo como cambio estructural y diversificación productiva

La generación de “complejidad nacional” o desarrollo del entramado productivo está fuertemente ligada al desarrollo tecnológico e industrial, y es un proceso que pocos países de tipo *late comers* lograron activar con éxito: solo los del Centro

¹⁰ Nada fácil como desafío atento a los múltiples y refinados requerimientos tecnológicos, de escala, de demanda sostenida, etc., pero siempre una opción a seguir explorando sin dubitaciones. La historia nacional muestra legados interesantes al respecto (energía atómica, química, metalmecánica, radarización, servicios de salud, software, etc.), al igual que la de México y Brasil (por ejemplo, EMBRAER).

¹¹ Actualmente, las oportunidades de comercio que el contexto regional y mundial, y la revolución industrial asiática en particular, definen (minerales metalíferos, gas, petróleo, producción de alimentos, etc.). Un “camino o medio” para relajar restricción externa (base material del crecimiento y desarrollo), si bien con la necesidad estratégica superadora de no repetir la experiencia histórica sudamericana de única especialización en *commodities* y pasividad en asimilación del cambio tecnológico.

¹² A título ilustrativo, experiencias de desarrollo capitalista como Corea del Sur o Taiwán son incomprendibles sin tomar en cuenta la influencia de la geopolítica de EEUU en contexto de Guerra Fría (“desarrollo por invitación”).

industrializado y unos muy pocos de la periferia como Corea del Sur, Taiwán, China o Israel.

Ello guarda relación con el esquivo “alineamiento” necesario y sintonía fina de distintos y complejos factores confluyentes que hacen tanto al fuerte involucramiento estatal e institucional como a los sujetos o actores “de desarrollo industrialistas” versión siglo XXI, a las condiciones políticas y de relaciones de hegemonía nacionales, al orden de las oportunidades y condicionantes de la economía mundial y la geopolítica en cada momento histórico, la integración de políticas públicas en un proyecto nacional (industrial, comercial, infraestructura, ciencia y técnica, relaciones internacionales como mínimo).

El desarrollo de las fuerzas productivas es un proceso que trasciende largamente a la posibilidad de ciertos éxitos puntuales en materia de producción manufacturera o exportaciones (p. ej. maquilas o armaduras mexicana y centroamericana), en tanto corresponde hablar de “sistema social industrial”, algo que trasciende largamente al mero contar con algunas fábricas y talleres en un territorio (J. Schvarzer, 1996).

En particular, las conocidas como “revoluciones industriales” son fenómenos asociados a una fuerte implicación histórica del Estado en su rol “estructuralista”, mucho más allá del reduccionismo neoclásico liberal, para dar cuenta de la conducción de los procesos económicos y las fuerzas que lo impulsan en favor del bienestar material. Basta con citar los dos casos de China y EEUU: leyes de compras estatales, planificación y planes quinquenales, involucramiento directo en la producción (empresas estatales), desarrollo de poder infraestructural (M. Mann, 2005), capacidades regulatorias para compatibilizar acumulación y objetivos políticos de bien común, además de su ineludible responsabilidad macroeconómica en el manejo del gasto estatal (crucial componente autónomo de la demanda).

Autores como Mazzucatto (2011) y Aguiar de Medeiros (2011) son referencias para el encuadre de fenómenos de desarrollo tecnológico e industrialización como esencialmente “estatales”. Además de los muchos estudios de historia que suelen ser esenciales para la elaboración de teorías en ciencias sociales. A título ilustrativo, el concepto de “Estado Fiscal Militar” para dar cuenta del despegue industrial pionero de Gran Bretaña (C. Tilly, 1975 y J. Brewer, 1989) o la visión de F. Braudel (1985) acerca del nacimiento del capitalismo hacia el siglo XVI cuando se unen Estado y capital privado con su compulsión a la acumulación de poder y riquezas.

Desarrollo, Estado, poder y política

No obstante, aún desde la economía política se suele tener una pobre visión funcionalista o sólo de tipo técnico-instrumental acerca del papel y la naturaleza de los Estados. Amerita tener buena teoría al respecto, lo cual induce a un campo de indagación también para quienes nos interesamos por la economía y el desarrollo (p.ej. los interesantes trabajos de Bob Jessop y Michel Mann, entre otros y, en la tradición nacional, O’Donnell y Ozslak).

Asimismo, se ha recurrido a la lectura de autores como el brasileño José Luis Fiori que propone un marco teórico basado en la relevancia de pensar a los países como parte integrante de un sistema mundial capitalista e interestatal, en que las

guerras, la competencia entre estados y los poderes jerarquizados son factores decisivos en cuanto a las acotadas posibilidades de desarrollo capitalista (p.ej. “desarrollo por invitación” de Corea del Sur, etc.).

El debate desarrollista latinoamericano no tendría ninguna posibilidad si quedara reducido a una discusión macroeconómica entre “ortodoxos” neoclásicos o liberales y “heterodoxos” keynesianos o estructuralistas. La verdad es que ella no habría existido si no fuera por causa del Estado y de la discusión sobre eficacia o no de la intervención estatal para acelerar el crecimiento económico por encima de las “leyes del mercado” Fiori, J.L. (2013)

La siguiente frase de Max Weber es una buena síntesis representativa del enfoque de tipo interdisciplinar que en esta indagación se valora y aplica:

...los procesos de desarrollo económico son luchas de poder y dominación (y por eso) la ciencia de la política económica es una ciencia política y, como tal, no se conserva virgen en relación con la política cotidiana, la política de los gobiernos y de las clases en el poder y, por el contrario, depende de los intereses permanentes de la política de potencia de las naciones.¹³

H. Kurz (2018), considera al poder como “la bestia negra” de gran parte del pensamiento económico moderno:

A pesar de ser un fenómeno omnipresente en la economía y la sociedad, el poder ha sido y sigue siendo la bestia negra en gran parte de la economía moderna. En las partes principales de la corriente principal de la economía contemporánea, no se hace ningún intento por comprender qué significa el poder y cuáles son sus efectos. En este contexto, este artículo intenta traer a primer plano las ideas de economistas y filósofos sociales y políticos del pasado, quienes básicamente veían los asuntos y resultados socioeconómicos como impulsados y reflejados por las relaciones de poder. Comenzando con los escritos de los economistas mercantilistas tardíos y clásicos tempranos, el artículo analiza cómo la atención en economía se desvió del problema del poder a partir de la última parte del siglo XIX, con el ascenso al dominio de la economía marginalista.

Aquí aceptamos la propuesta teórica de C. Aguiar de Medeiros (2001), acerca de que: “...las dimensiones de 'poder' y 'riqueza' no pueden ser disueltas, sino que deben ser consideradas como polos en permanente tensión”.

De acuerdo con F. Braudel: “en Europa, la madurez política precedió a la madurez económica, y la formación de los Estados territoriales precedió la formación de las economías nacionales” (en Fiori, 2015)

Estados, poder sedentarizado territorialmente y unidades nacionales que devinieron “maquinarias europeas” de acumulación de poder y de riquezas, activadas a partir de luchas entre monarcas por conquista de territorios: guerras y compe-

¹³ Tomado de José Luis Fiori (2020), cita de Max Weber, *Escritos Políticos*, folio Ediciones S.A. México, 1982, p.18.

tencia como norma en que se da una articulación virtuosa entre expansión territorial (y defensa) y fortalecimiento económico de algunos pocos estados europeos que son los que construirán un sistema mundial. Es decir, las bases en que se formaron capitales y capitalismo europeo está *en el sistema interestatal*, poderes en conflicto que requirieron crecientes recursos materiales y humanos: sistemas de tributación internos y externos mediante conquista, expediciones de pillaje y generación de excedentes, etc.

Vale otra cita de J.L. Fiori (2013, Sin Permiso) sobre el desarrollo chino, en línea con la orientación conceptual que se está siguiendo:

Dado el caso del extraordinario desarrollo económico chino de las últimas décadas. La explicación de los economistas acostumbra subrayar la importancia demiúrgica de las reformas liberales o la eficacia de las políticas económicas heterodoxas, a pesar de que Deng Xiaoping – considerado el padre del “milagro económico” chino – siempre haya insistido en la **naturaleza política y estratégica, mucho más que económica, de su proyecto reformista**. Como si él estuviese apuntando para la luna mientras los economistas insisten en mirar solamente el dedo, debido a su gran dificultad de comprender racionalidades que no se sometan a la lógica utilitaria.

Apéndice

Una formalización de la expresión del Supermultiplicador

Partiendo de oferta y demanda globales o agregadas: $Y + M = C + I + X$

La demanda agregada, a los efectos de presentar este marco teórico sobre el crecimiento económico, se puede definir así:

Demanda agregada = gastos inducidos + gastos autónomos

Gasto autónomo = consumo autónomo + gasto público + exportaciones

Producción agregada = demanda agregada - importaciones

$$M + Y = Z + C_i + I + G + X$$

(OFERTA GLOBAL = DEMANDA GLOBAL)

Z, G y X son demandas autónomas (componente autónomo del consumo, gasto público y exportaciones)

C_i e I, consumo inducido e inversión privada, son demandas inducidas

$I_t = aV(Y_t - Y_{t-1})$, donde V es K/Y^* , la relación capital producto deseada

$M = mY$, donde m es la propensión a importar (variable inducida)

(“filtraciones” del gasto hacia el exterior, es decir $m = M/Y$)

C_i es el consumo inducido, que depende del nivel de empleo, y $C_i = wY$

($w = W/Y$ representa la participación de la masa salarial en el ingreso nacional).

Es decir, Demanda Agregada, también así:

$$D = G + Z + X + hY + wl(1 - t)Y - mY$$

$h=I/Y$ es la "propensión a invertir", es decir, $I = hY$, w/Y es la participación de los salarios en el ingreso antes de impuestos (donde w es el salario real, l es el nivel de empleo y t es la tasa impositiva), y finalmente m es la propensión a importar, tal que $m = M/Y$. El nivel de producto potencial de la economía seguirá la tendencia de la demanda efectiva y del producto efectivo ($Y^* \rightarrow Y \rightarrow D$). Atento al legado keynesiano de definición de "multiplicador" como relación, en este caso ya más amplio, de componentes autónomos e Ingreso (Y o PIB), nos queda la expresión del multiplicador como:

$$Y = (G + X + Z) \frac{1}{[1 - wl(1 - t) - h + m]}$$

El nivel de producto que las empresas desean producir es un múltiplo de los componentes autónomos de la demanda ($G+X+Z$) más la inversión inducida ($I=hY$), mientras que el multiplicador será mayor cuando la propensión marginal a consumir sea mayor (en este caso, dada por la participación de los asalariados en el ingreso).

Referencias bibliográficas

Amico, F. (2013). "Crecimiento, distribución y restricción externa en Argentina", Circus, Revista Argentina de Economía, N°5, otoño de 2013. (circusrevista.com.ar)

Amico, F., Fiorito, A. y Hang, G. (2011). "Producto potencial y demanda en el largo plazo: hechos estilizados y reflexiones sobre el caso argentino reciente", Documento de Trabajo N° 35, enero de 2011, CEFIDAR.

Braudel, F. (1985). *La dinámica del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid.

Brewer, J. (1989). "The Sinews of Power: War, Money and English State 1688-1783", London.

Canitrot, A. (1980). "La disciplina como objetivo de la política económica. Un ensayo sobre el programa económico del gobierno argentino desde 1976", Revista Desarrollo Económico, Vol. 19, N° 76, (ene-mar 1980), IDES, Bs. As.

Coremberg, A., Marotte, B., Rubini, H. y Tisocco, D. (2006). *Inversión privada en Argentina (1950-2000)*, Academia Nacional de Ciencias de la Empresa, Centro de Estudios Avanzados, UADE, Buenos Aires, julio de 2006.

Crespo, E. y Muñoz, M. (2017). "Una aproximación a las condiciones globales del desarrollo económico", Revista Estado y Políticas Públicas N° 8, FLACSO, mayo-septiembre 2017. ISSN 2310-550X pp. 21-39.

Fiori, J. L. (2014). *História, Estratégia e Desenvolvimento. Para uma geopolítica do capitalismo*, Editorial Boitempo.

Fiori, J.L. (2013). "Estados e Desenvolvimento: notas para um novo programa de pesquisa", Documentos de projetos, estudos e pesquisas, Escritório da Cepal, Brasília, 2013.

Fiorito, A. (2015). "Patrones de desarrollo y distribución del ingreso en Argentina", Documento de Trabajo N° 70, junio 2015, CEFIDAR.

Frenkel, R., Fanelli, J.M. y Bonvechi, C. (1998). "Movimiento de capitales y comportamiento de las inversiones en Argentina", en R. French Davis y H. Reisen (1998). *Flujos de capitales e inversión productiva. Lecciones para América Latina*, CEPAL, ed. Mc Graw Hill.

Frenkel, R. (2005). "Una política macroeconómica enfocada en el empleo y el crecimiento", en Revista de Trabajo 1, Buenos Aires, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Gerchunoff, P. y Rapetti, M. (2016). "La economía argentina y su conflicto distributivo estructural (1930-2015)". *El Trimestre Económico*, Vol. LXXXIII, N° 330, abril-junio.

Girardi, D. y Pariboni, R. (2016). "Long-Run Effective Demand in the US Economy: An Empirical Test of The Sraffian Supermultiplier Model", *Review of Political Economy*.

Kurz, H. (2018). "Power -The bête noire in much of modern economics".

Kalecki, Michal (1943). "Aspectos políticos de la ocupación plena", en *Ensayos escogidos sobre dinámica de la economía capitalista 1933-1970*, (1° ed. en español: 1977), FCE, México (1° edición en inglés: 1971).

Mann, M. (2005, reimpresión de la 1° de 1986): *The source of social power from de beginning tu a.d. 1760*, Ed. Cambridge University Press.

Mario, A., Pereyra, R. y Tavilla, P. (2017). "La acumulación de capital en Argentina: estimación y análisis de la evolución del stock de capital (1993-2015). La discusión sobre los determinantes", Informe de Investigación, Universidad Nacional de Moreno.

Mazzucatto, M. (2011). *The Entrepreneurial State*, Demos, The Open University, London.

Medeiros, C. A. (2011). "The Political Economy of the Rise and Decline of Developmental States", *Revista Panoeconomicus* N° 1, febrero.

Medeiros, C. A. (2001). "Institucoes, Estado e Mercado no processo do desenvolvimento economico", *Revista de Economia Contemporânea*, Río de Janeiro, 5(1): 49-76, jan-jun. 2001.

Médici, F. (2011). "Un análisis de Cointegración del Principio de la Demanda Efectiva en Argentina (1980-2007)", *BCRA Ensayos Económicos*, 61-62, pp. 103 a 137.

Monza, A. (1976). "Crecimiento y demanda", *El Trimestre Económico*, Vol.43, N° 169, publicado por FCE.

Possas, M. L. (1999). "Demanda efetiva, investimento e dinâmica. A atualidades de Kalecki para a Teoria Macroeconómica", Instituto de Economía, UFRJ, *Revista Economía Contemporânea*, Vol. 3, julio - diciembre, Río de Janeiro.

Smith, M. (2011). *Demand-Led Growth Theory: An Historical Approach*, University of Sidney

Schvarzer, J. (1996). *La industria que supimos conseguir. Una historia político social de la industria argentina*. Ed. Planeta.

Tilly, C. (1975). *The formation of the Nation States in Western Europe*, Princeton.

Unctad, (2019). *World Economic Situation and Prospects 2019*, United Nations, New York.

Oportunidades y desafíos para los vinos argentinos en el mercado chino

Opportunities and Challenges for Argentine Wines in the Chinese Market

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 28 de abril de 2023

Yiwen Zhang*

Resumen

Este estudio analiza el mercado del vino en China, enfocándose en las oportunidades para los vinos argentinos. Mediante una revisión bibliográfica, el análisis de datos estadísticos y un análisis FODA, se identifican tendencias, oportunidades y desafíos a los que se enfrentan los vinos argentinos en el mercado chino.

Este país asiático experimentó un crecimiento impresionante en el consumo de vino durante las últimas décadas, impulsado por el desarrollo económico, el aumento del poder adquisitivo y el ascenso de la clase media. A pesar de los contratiempos recientes: desaceleración económica, guerra comercial con EEUU y la pandemia de Covid-19, el potencial de crecimiento sigue siendo significativo.

El análisis FODA ofrece una perspectiva detallada de las fortalezas y debilidades de los vinos argentinos, así como de las oportunidades y amenazas a las que se enfrentan en el mercado chino. Las fortalezas incluyen la calidad del producto, la variedad emblemática y los premios internacionales obtenidos. Sin embargo, las debilidades incluyen la baja disponibilidad mental y física de la marca país y de las bodegas argentinas en el mercado chino, y la falta de un tratado de libre comercio. Las oportunidades residen en el crecimiento del mercado chino y en el aumento del interés por vinos de diferentes orígenes. Las amenazas provienen de países competidores como Francia, Chile, España y Nueva Zelanda, que tienen ventajas arancelarias y logísticas.

Para aprovechar las oportunidades en el mercado chino, se proponen las siguientes recomendaciones a las bodegas argentinas: 1) enfocarse en la calidad y diferenciación, resaltando las características únicas del Malbec y adaptando la propuesta de valor al mercado chino y al paladar de los consumidores locales; 2) invertir en marketing y promoción en el mercado chino, utilizando las redes sociales y plataformas de comercio electrónico populares en el país, y participando en ferias y eventos relacionados con el vino; 3) establecer alianzas estratégicas con importadores, distribuidores y minoristas locales en China para facilitar el acceso al mercado y mejorar la disponibilidad física de los vinos argentinos, además de buscar alianzas con empresas chinas relacionadas con el turismo, la gastronomía y la cul-

* Maestría en Gestión Empresarial de Negocios Internacionales, Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

<https://orcid.org/0009-0005-7278-9316> - Correo electrónico: susy Zhang1@gmail.com

tura; 4) mejorar la infraestructura logística para reducir costos y tiempos de tránsito en exportaciones; 5) implementar programas de capacitación y apoyo para las bodegas argentinas en exportación al mercado chino, incluyendo información sobre regulaciones y requisitos de etiquetado, conocimientos culturales y preferencias de consumo en China, y estrategias de marketing y distribución adecuadas; 6) participar en negociaciones comerciales para facilitar la exportación de vinos y reducir aranceles; y 7) diversificar la oferta de productos, explorando nuevos segmentos de mercado atractivos para consumidores chinos, como vinos orgánicos, biodinámicos o espumosos.

Este estudio proporciona una visión general del mercado de vino en China y ofrece estrategias concretas para las bodegas argentinas que buscan expandir sus exportaciones a este mercado prometedor. El enfoque en la calidad, la diferenciación y la adaptación al mercado local, junto con alianzas estratégicas y una mejora en la infraestructura logística, son elementos clave para el éxito en el competitivo mercado chino del vino.

Abstract

This study examines the wine market in China, focusing on the opportunities for Argentine wines. Through a literature review, the analysis of statistical data, and a SWOT analysis, trends, opportunities, and challenges faced by Argentine wines in the Chinese market are identified.

This Asian country experienced impressive growth in wine consumption over recent decades, driven by economic development, increased purchasing power, and the rise of the middle class. Despite recent setbacks, such as economic slowdown, trade war with the U.S., and the Covid-19 pandemic, growth potential remains significant.

The SWOT analysis provides a detailed insight into the strengths and weaknesses of Argentine wines, as well as the opportunities and threats they face in the Chinese market. Strengths include product quality, the emblematic variety, and the international awards received. However, weaknesses include low mental and physical availability of the country brand and Argentine wineries in the Chinese market, and the lack of a free trade agreement. Opportunities lie in the growth of the Chinese market and the increasing interest in wines from different origins. Threats come from competing countries such as France, Chile, Spain, and New Zealand, which have tariff and logistical advantages.

To seize opportunities in the Chinese market, the following recommendations are proposed for Argentine wineries: 1) focus on quality and differentiation, highlighting the unique characteristics of Malbec and adapting the value proposition to the Chinese market and the palate of local consumers; 2) invest in marketing and promotion in the Chinese market, using popular social networks and e-commerce platforms in the country, and participating in wine-related fairs and events; 3) establish strategic alliances with local importers, distributors, and retailers in China to facilitate market access and improve the physical availability of Argentine wines, in addition to seeking alliances with Chinese companies related to tourism, gastronomy, and culture; 4) improve logistics infrastructure to reduce costs and transit times in exports; 5) implement training and support programs for Argentine wineries

exporting to the Chinese market, including information on regulations and labeling requirements, cultural knowledge, and consumption preferences in China, and appropriate marketing and distribution strategies; 6) participate in trade negotiations to facilitate wine exports and reduce tariffs; and 7) diversify product offerings, exploring new attractive market segments for Chinese consumers, such as organic, biodynamic, or sparkling wines.

This study provides an overview of the wine market in China and offers concrete strategies for Argentine wineries seeking to expand their exports to this promising market. Focus on quality, differentiation, and adaptation to the local market, along with strategic alliances and improvements in logistics infrastructure, are key elements for success in the competitive Chinese wine market.

Palabras clave

Vino argentino, mercado de vino en China, consumidores chinos, exportación, análisis FODA.

Keywords

Argentine wine, wine market in China, Chinese consumers, export, SWOT analysis.

Introducción

Tras la muerte de Mao Zedong, Deng Xiaoping emergió como el líder más influyente del país. Este gobernante, conocido por su enfoque pragmático, implementó un programa económico denominado “Reforma y apertura”, que liberalizó la economía y favoreció el renacimiento del sector privado. Además, la incorporación de China a la OMC a finales de 2001 resultó en un incremento de la inversión extranjera directa y un impresionante crecimiento en las exportaciones (Boden, 2012).

Estos dos eventos permitieron a China lograr más de 40 años de crecimiento económico sostenido, aumentando el poder adquisitivo de su población. Hoy en día, China no solo es el segundo país más poblado del mundo, sino que también cuenta con un gran número de clase media. El rápido crecimiento económico ha llevado a los consumidores chinos a gastar más dinero en mantener su salud y calidad de vida (K. Lee, 2009). Este proceso de apertura ha impulsado el desarrollo de diversos sectores y áreas económicas en el gigante asiático, como el mercado del vino: en las últimas dos décadas, el consumo de vino en China ha experimentado un notable aumento, posicionándose en 2021 como el séptimo mayor consumidor de vino a nivel mundial (OIV, 2022).

Por su parte, Argentina se ha ubicado como el séptimo productor de vino y uno de los principales exportadores a escala global. Sus vinos, especialmente los Malbec, son reconocidos internacionalmente por su calidad y precios competitivos. Además, desde el comienzo de este siglo, el comercio entre ambos países ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por la economía china en expansión y la complementariedad entre las ofertas y demandas. Actualmente, China

es el segundo socio comercial más grande de Argentina, después de Brasil. Además, Argentina ha profundizado su cooperación comercial, económica y política con este país asiático al unirse a la Iniciativa de la Franja y la Ruta en febrero de 2022.

Por lo tanto, se considera importante realizar un estudio a analizar el mercado del vino en China y determinar las oportunidades que ofrece el mercado chino para los vinos argentinos.

Antecedentes de la industria de la vitivinicultura en China

Hace cinco décadas, Asia tenía escasa presencia en el mercado mundial del vino. Sin embargo, desde la década de 1990, varias economías de Asia oriental, incluida China, se convirtieron en importantes importadores y productores de vino.

La historia del vino en China se remonta a la dinastía Han Occidental (206 a. C. - 220 d. C.) (Huang, 2000), pero su industria vitivinícola moderna comenzó en 1892. En ese año, un funcionario del gobierno Qing llamado Zhang Bishi estableció la primera bodega moderna en Yantai, una ciudad en China (Robinson & Harding, 2015). No obstante, a causa de los efectos de guerras sucesivas, restricciones tecnológicas y un ambiente político, económico y social sumamente inestable, la industria experimentó un crecimiento lento hasta el inicio de la reforma económica china en 1979.

Esta transformación, conocida en el mundo occidental como la “apertura de China”, implicó una transición de una economía planificada al estilo soviético a una economía socialista de mercado. Entre las políticas implementadas en ese momento, la “Ley de la República Popular China sobre empresas conjuntas con inversión de capital chino y extranjero” tuvo el mayor impacto en el sector vitivinícola, ya que atrajo no solo inversión extranjera, sino también materias primas de mejor calidad, tecnología y *Know-How*. Gracias a esta ley, en 1980 se creó la primera bodega conjunta, Dynasty, por la Oficina de Agricultura de Tianjin y el renombrado productor francés Remy-Martin (Robinson & Harding, 2015), que sigue siendo una de las principales bodegas en China. Y posteriormente, fundaron varias empresas conjuntas, como *Huadong Winery* (chino-británica), *Marco Polo Winery* (chino-italiana) y *Beijing Friendship Winery* (chino-francesa).

En ese momento, el licor tradicional chino, Baijiu, era el más consumido en China. Es una bebida destilada de granos fermentados, principalmente de sorgo, clara y transparente, con un alto contenido de etanol que varía entre el 38% y el 65% (H. Liu & Sun, 2018). En la Conferencia Nacional de Vinos y Licores de 1987, el gobierno chino promovió el consumo de vino entre su población en lugar de Baijiu. En un esfuerzo por alimentar a su creciente población, las autoridades intentaron cambiar el consumo de bebidas alcohólicas a base de cereales a aquellas basadas en frutas y disminuir el contenido promedio de alcohol ingerido. En 1993, el impuesto al consumo de la bebida tradicional china aumentó al 25%. Desde entonces, las regulaciones fiscales para esta industria se han vuelto más estrictas. Aunque estos cambios no transformaron por completo los patrones de consumo, sí crearon oportunidades para la industria del vino (Noppé, 2012).

La afluencia de inversión extranjera y las políticas de incentivos gubernamentales impulsaron un rápido desarrollo de la industria vitivinícola. Entre 1980 y 2001, la producción de vino en China se cuadruplicó, pasando de 80 a 328 millones

de litros (Anderson & Pinilla, 2021), y el consumo aumentó en un 564%¹, de 45 a 299 millones de litros. A pesar de los elevados aranceles², las importaciones crecieron significativamente desde 1995; entre ese año y 2001, el valor aumentó un 981.1% y el volumen un 4008.7%³.

Las regiones vitivinícolas en China están distribuidas en distintas áreas, aunque la mayoría de las compañías se ubican en el este del país. Es importante mencionar a Shandong y Hebei, ya que juntas representan cerca del 50% de la producción de vino local (Linda Jiao & Ouyang, 2019). No obstante, las condiciones climáticas extremas y complicadas, especialmente en invierno, representan un desafío para esta industria. De 1980 a 1990, los viñedos chinos crecieron lentamente, ocupando unas 30,000 hectáreas y con una producción de uva inferior a 0.9 millones de toneladas (Li et al., 2009).

Debido a la escasez de materia prima y a la falta de regulaciones en ese período, el "vino de medio mosto" era el principal producto vitivinícola en el mercado, lo que generó problemas de calidad alimentaria. La situación mejoró con la implementación de normas nacionales (GB/T15037-94) e industriales (QB/T1980-94) en 1994, las cuales promovieron vinos hechos con 100% mosto y prohibieron aquellos con menos del 50% de mosto. En 2004, este tipo de "vino" fue completamente prohibido. Además, la producción de uva aumentó de menos de 0.9 millones a 3.7 millones de toneladas entre 1990 y 2001 (Li et al., 2009), lo que llevó a una mejora en la calidad del vino local.

En definitiva, aunque la industria vitivinícola china cuenta con una extensa trayectoria, su crecimiento significativo comenzó con la Reforma Económica China en 1979. Por lo tanto, aún enfrenta diversos desafíos, como el bajo rendimiento de los viñedos, la calidad deficiente de los vinos locales y la falta de uniformidad en los estándares.

La industria de la vitivinicultura en Argentina

Argentina es el principal productor de vino en América del Sur y, desde la década de 1990, se ha convertido en uno de los más dinámicos a nivel mundial (Robinson & Harding, 2015). El vino ocupa un lugar estratégico en este país sudamericano, al ser declarado como la bebida nacional por el gobierno. De hecho, desde mediados de la década de 1960, Argentina se posiciona entre el cuarto y sexto lugar en producción mundial de vino en términos de volumen (MacNeil, 2015). Los principales destinos de exportación incluyen EE.UU., Reino Unido, Canadá y China. A diferencia de Chile, Argentina posee un extenso mercado interno, siendo uno de los diez principales consumidores de vino a nivel global.

La industria del vino de Argentina inició en la época colonizada y fue promovida por la llegada de inmigrantes europeos (MacNeil, 2015; Stein & Mateu, 2018). Sin embargo, en ese período, los vinos se caracterizaban por su bajo precio y cali-

¹ Cálculo propio según datos de (Anderson & Pinilla, 2021).

² Antes de adherirse a la OMC, los aranceles de importación para vinos eran muy altos. A saber, entre 1996-1997, los aranceles para todas las categorías de vino eran 70%. Aunque esta tasa bajó hasta 65% en 1998, siguió siendo muy elevado (Tang, 2017).

³ Cálculo propio según datos de (UN Comtrade, 2022).

dad deficiente, debido a que el modelo de producción se ajustaba al público objetivo, compuesto mayoritariamente por inmigrantes de Italia y España. Aunque provenían de países con tradiciones vitivinícolas, estos individuos, en su mayoría hombres rurales de escasos recursos, buscaban vinos abundantes y económicos en lugar de alta calidad (Stein, 2007).

En 1980, la industria vitivinícola argentina sufrió un colapso debido a factores como la sobreproducción y el estancamiento del mercado interno. La crisis llevó a la necesidad de cambios fundamentales (Stein, 2007). Un grupo de empresarios, liderado por Nicolás Catena Zapata, implementó una reforma radical denominada "reconversión" de la vitivinicultura argentina, con el objetivo de mejorar la calidad del vino mediante la reestructuración de prácticas en bodegas y viñedos, y así aumentar las exportaciones (Stein & Mateu, 2018). A partir de entonces, la calidad de vinos argentinos mejoró dramáticamente y empezó a desarrollar productos con carácter propio y estableció Malbec como la variedad emblemática (MacNeil, 2015). Asimismo, con la devaluación de moneda local a partir de 2001, se despegaron las exportaciones.

Es importante destacar que Mendoza es la región más grande e importante en términos de producción vinícola y comercio internacional, representando más del 90% de las exportaciones de vino argentino en 2020, tanto en volumen (90.8%) como en valor (92%) (INV, 2021b). Otras áreas vinícolas notables incluyen La Rioja, Salta, Catamarca, Neuquén y Río Negro. Además, la mayoría de las variedades de uva cultivadas en Argentina son tintas, representando el 59% del área total de cultivo en 2020 (INV, 2021a). Entre estas, el Malbec es la variedad más cultivada y reconocida internacionalmente.

La evolución del mercado del vino en China durante 2002-2021

Como resultado del acelerado crecimiento económico, el poder adquisitivo de los consumidores chinos experimentó un incremento sustancial, conduciendo a una expansión considerable de la clase media. Adicionalmente, la apertura de mercados y la globalización propiciaron transformaciones en ciertos patrones alimentarios, como el aumento en el consumo de café, vino y carne bovina. Consecuentemente, entre 2002 y 2012, el mercado vinícola en China vivió un auge exponencial en todos los indicadores. Además, tal como se muestra en la ilustración 1, el consumo creció a un ritmo más acelerado que la producción local, generando una creciente demanda insatisfecha. Paralelamente, las importaciones se incrementaron en un 6686.6% en valor y en un 3154.9% en volumen a lo largo de estos once años⁴ (ver la ilustración 2 y 3). Con el ascenso de las importaciones, se percibió un cambio en las categorías importadas: el vino embotellado⁵ experimentó un aumento mayor, desplazando al vino a granel⁶ y convirtiéndose en el principal tipo de vino importado. Dado que, en general, el vino embotellado posee una calidad y precio superiores al vino a granel (Robinson & Harding, 2015), durante este período,

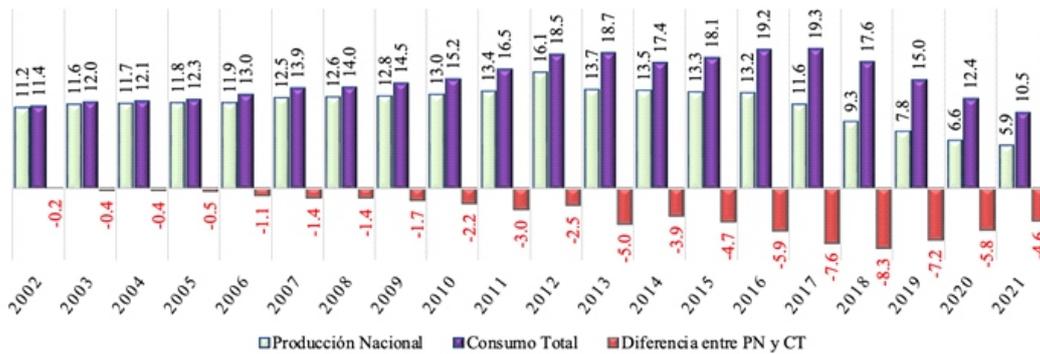
⁴ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022).

⁵ Se refiere a la clasificación arancelaria 2204.21: (vino) en recipientes con capacidad inferior o igual a 2L. Generalmente se refiere a vino en envases de menos de 2 L y, a menudo, en botellas de 750 ml.

⁶ Se refiere a la clasificación arancelaria 2204.29: los demás (vinos). Se refiere a vino que se vende en gran volumen (mayor que 10 L) sin envasar ni embotellar previamente.

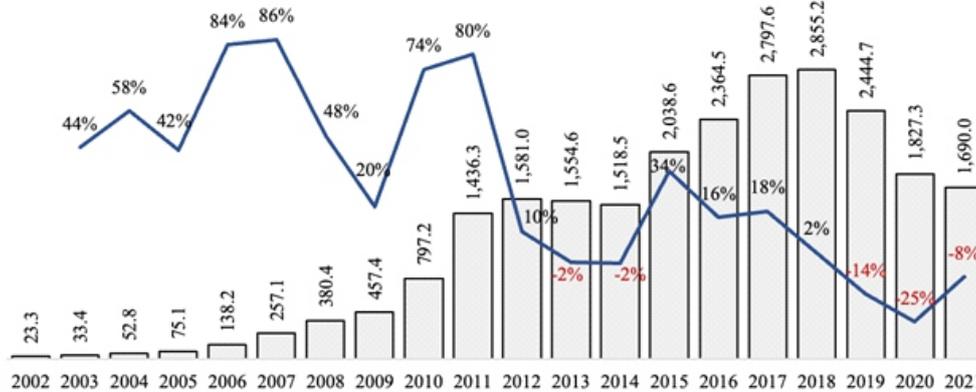
China no solo importó una mayor cantidad de vino, sino también vino de mejor calidad y con mayor valor agregado.

Ilustración 1: Evolución de producción y consumo del vino en China durante 2002-2021



Fuente: Elaboración propia según (OIV, 2021))

Ilustración 2: Evolución de importación del vino en China durante 2002-2021 (millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022))

Ilustración 3: Evolución de importación del vino en China durante 2002-2021 (millones de hl)



Fuente: Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022))

Sin embargo, a partir de 2012, la economía china experimentó una desaceleración y, aunque el mercado siguió en crecimiento, la tasa de aumento fue inferior a la de años previos. La situación se agravó en 2013, cuando la expansión del mercado vinícola en China, que se había extendido por una década, fue interrumpida por la campaña anticorrupción más audaz y rigurosa en el país, dado que los obsequios a funcionarios y los banquetes ostentosos representaban un canal de venta sumamente relevante, especialmente para los vinos de lujo. En consecuencia, durante 2013-2014, el mercado sufrió un duro revés y se vio forzado a ingresar en una etapa intensiva de reestructuración.

Dos años después, el mercado comenzó a recuperarse y la mayoría de los indicadores mostraron crecimiento. No obstante, en 2018, a causa de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, se intensificó la desaceleración de la economía china, lo que impactó aún más en el mercado del vino. Para agravar la situación, en 2020 tuvo lugar una pandemia sin precedentes en un siglo. Debido al efecto económico, social y comercial ocasionado por la pandemia y las rigurosas medidas implementadas por el gobierno chino, el mercado vinícola experimentó una fuerte disminución, como se puede observar en las ilustraciones 1, 2 y 3.

Tras esta serie de contratiempos desde 2013, en comparación con las cifras de 2012, las importaciones en 2021 experimentaron un ligero aumento tanto en valor como en volumen. Además, el resto de los indicadores mostró reducciones, entre las cuales, el aspecto más preocupante para los exportadores de vinos es la disminución del consumo: el nivel de 2021 fue un 43% inferior al de 2012⁷.

A pesar de todos los contratiempos experimentados en la última década, este mercado no ha perdido sus principales motores de crecimiento. Según McKinsey (2019), la economía de China aún posee un amplio potencial de expansión. Euromonitor Internacional (2021) proyecta un considerable incremento de la clase media durante el período 2021-2040. Estos factores continuarán impulsando el crecimiento del mercado vinícola en China. Asimismo, especialistas del sector sostienen que el futuro es alentador y reconocen el enorme potencial de este mercado. Entre ellos se encuentra el CEO de la prestigiosa institución IWSR, Mark Meek, quien afirmó que China sigue teniendo como destino convertirse en el segundo mercado vinícola más grande del mundo, después de Estados Unidos, aunque la recuperación será gradual (daxueconsulting, 2021).

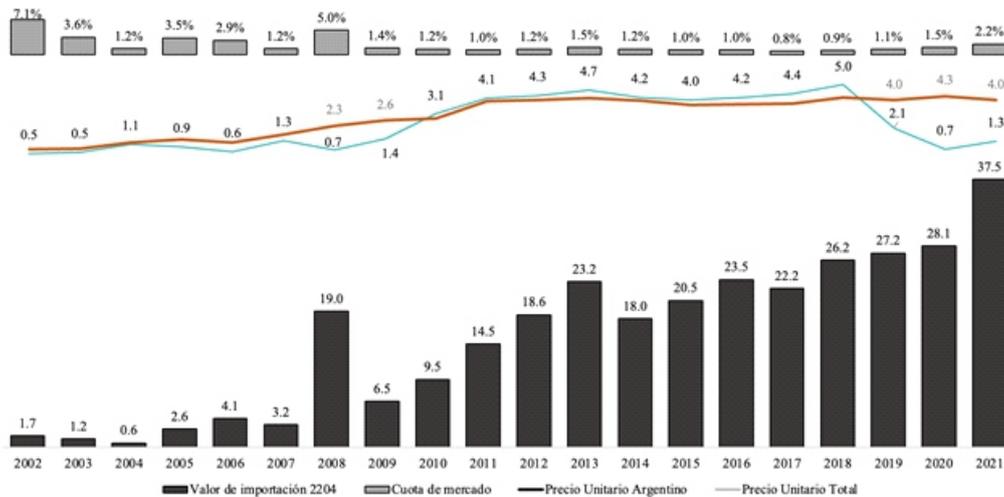
Evolución del vino argentino en China

A lo largo de las últimas dos décadas, el valor de las importaciones de vino argentino en China ha experimentado un aumento considerable, como se visualiza en la ilustración 4. Sin embargo, su cuota de mercado disminuyó del 7.1% en 2002 al 2.2% en 2021, debido al crecimiento extraordinario de otros proveedores internacionales (ver la ilustración 10). En contraste con los principales proveedores extranjeros en el mercado, el incremento en las importaciones de vinos argentinos parece menos impresionante. Por otro lado, el volumen de importaciones experimentó un crecimiento lento antes de 2019, con la excepción de 2008, cuando el volumen de vino a granel procedente de Argentina aumentó drásticamente, lo cual se

⁷ Cálculo propio según (OIV, 2021).

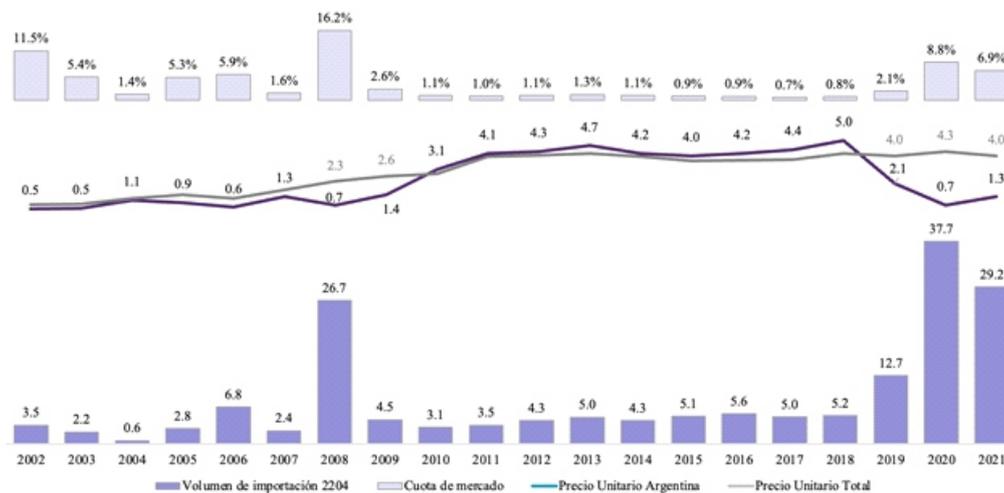
relaciona con la reducción de inventario y oferta por parte de Chile (Piazza, 2008, 2009).

Ilustración 4: Evolución del vino argentino en China 2002-2021 (millones de dólares, %, dólar/L)



Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022)

Ilustración 5: Evolución del vino argentino en China 2002-2021 (millones de litros, %, dólar/L)



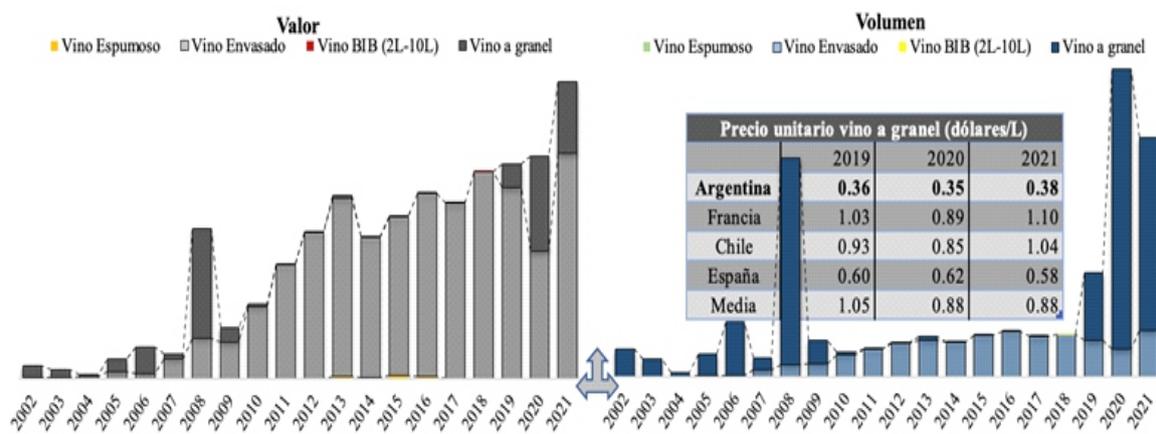
Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022)

Sin embargo, a partir de 2019, el volumen de importaciones mostró un aumento significativo, especialmente en 2020, pasando de 5.2 millones de litros en 2018 a 37.7 millones de litros en 2020 (ver ilustración 5), con una tasa de crecimiento del 620.3%⁸. Además, la cuota de mercado se incrementó del 0.8% al 8.8%. No obstante, este aumento ocurrió con un precio unitario considerablemente más bajo que el promedio. Tal como se observa

⁸ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022).

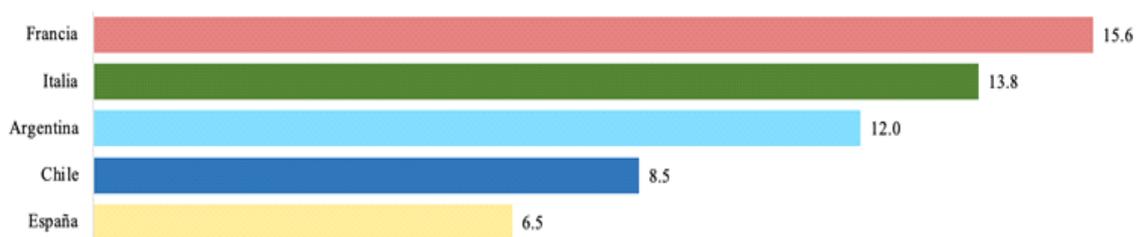
en el gráfico 6, este incremento fue impulsado por el vino a granel a un precio muy económico. Sin embargo, de acuerdo con el Centro de Estudios Económicos de Bodegas de Argentina (2021b, 2021a), este precio competitivo se atribuye principalmente a dos factores temporales que ya no están presentes: el excedente de stock, algo inusual en Argentina, y un tipo de cambio favorable. Por esta razón, se puede apreciar que el volumen de importación disminuyó en comparación con el excepcional año anterior. Por lo tanto, las ventajas en el precio del vino a granel no son sostenibles, y resulta necesario centrarse en el vino embotellado. A través de la reconstrucción, el precio minorista del vino embotellado argentino fue de 12 dólares/750ml en 2021, lo que indica una orientación hacia los consumidores de gama media. Como se puede apreciar en la ilustración 7, en comparación con los principales proveedores extranjeros, Argentina posee ciertas ventajas en cuanto a precio, pero no tanto como Chile y España.

Ilustración 6: Evolución de importación del vino argentino por categoría



(Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022))

Ilustración 7: Comparación de precios de venta minorista del vino embotellado (dólares/750ml)



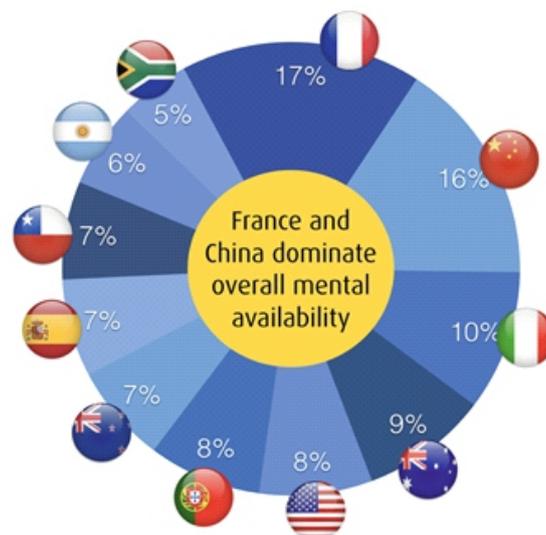
Elaboración propia según (Aduana China, 2022)

Análisis de competencia

En cuanto al panorama competitivo, los actores locales dominan el mercado vitivinícola. A pesar de que múltiples investigaciones indican que los consumidores chinos perciben a los vinos extranjeros como superiores en calidad a los locales (Agnoli et al., 2014; Bouzdine-Chameeva et al., 2017; HKTDC Research, 2020b), la limitada promoción y comercialización (IBISWorld, 2021), y por ende, la escasa dis-

ponibilidad mental y física⁹, llevan a los consumidores a preferir marcas nacionales en lugar de extranjeras. Como se observa en la Ilustración 8, a excepción de Francia, los demás países productores de vino tienen una disponibilidad mental significativamente menor en comparación con China. Esto se debe a la falta de estrategias de promoción y comercialización adecuadas, ya sea por desconocimiento de las normas habituales del sector o por la renuencia a invertir en ellas, dado que frecuentemente conllevan gastos económicos, como el pago a minoristas, restaurantes y bares para la presentación de productos y la promoción de ventas. Por el contrario, las empresas chinas entienden y se ajustan a estas normas, asegurando de esta manera la visibilidad y disponibilidad de sus productos.

Ilustración 8: Disponibilidad mental de vino por país de origen en China ¹⁰



Fuente: encuesta realizada en julio 2019 por (Lockshin & Cohen, 2020)

Principales proveedores locales

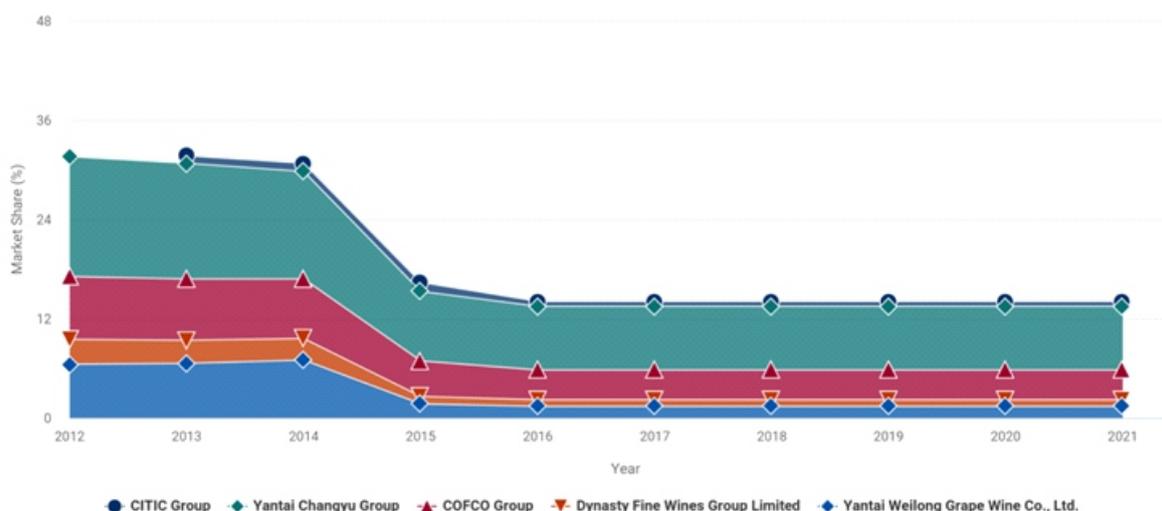
En relación con los principales actores locales, como se muestra en la Ilustración 9, el Yantai Changyu Group es el mayor proveedor, con una cuota de mercado notablemente superior a la de otros competidores chinos. Según IBISWorld (2021), se estima que las

⁹ De acuerdo con Sharp (2010), La función principal del marketing radica en asegurar que una marca esté al alcance de todos los consumidores en cualquier momento. Para lograr esto, es esencial fomentar tanto la disponibilidad mental como la física. La disponibilidad mental se refiere a la propensión de una marca a ser percibida y contemplada en situaciones de compra. Para potenciarla, se requiere amplitud, singularidad (identidad de marca bien definida) y coherencia. Por otro lado, la disponibilidad física implica que una marca sea fácilmente visible y obtenible para la mayor cantidad de consumidores en un amplio abanico de escenarios de compra posibles. Para conseguirla, es necesario contar con una distribución extensa y profunda en términos espaciales y temporales.

¹⁰ Portugal aparece constantemente en las investigaciones realizadas en China utilizando la memoria retrospectiva. Es probable que esto se deba a que el término para uva y la raíz de la palabra para Portugal en chino coinciden. (Lockshin & Cohen, 2020).

cuatro empresas líderes en la industria, incluyendo Yantai Changyu Group (en lo sucesivo: Changyu), COFCO Group (en lo sucesivo: COFCO), Yantai Weilong Grape Wine Co., Ltd. (en lo sucesivo: Weilong) y Dynasty Fine Wines Group Limited (en lo sucesivo: Dynasty), representan el 13,5% de los ingresos totales del sector. Esto sugiere que el mercado vitivinícola en China presenta una baja concentración industrial, aunque también se nota una disminución pronunciada de este indicador en 2015. Tal fenómeno se debe a que, tras enfrentar los efectos de la campaña anticorrupción, estas empresas reorientaron su enfoque y ajustaron sus productos hacia la gama media, lo que disminuyó su cuota de mercado en términos de valor. No obstante, el mercado continúa siendo altamente concentrado en términos de volumen; se prevé que, en 2021, Changyu, Dynasty, COFCO y Tonghua Grape Wine Co. Ltd. (en lo sucesivo: Tonghua) representen conjuntamente aproximadamente el 51,0% del volumen total de ventas (IBISWorld, 2021). Dentro de ellos, Changyu, COFCO y Dynasty son las tres empresas nacionales más relevantes en el mercado vitivinícola de China.

Ilustración 9: Los principales proveedores locales del vino y sus cuotas del mercado



Fuente: IBISWorld (2021).

I. Changyu:

La fundación de Changyu en 1892 marcó el inicio de la industria vitivinícola china (Song, 2020). No solo fue la primera bodega industrial de China, sino que también es actualmente el mayor productor nacional. Posee una extensa área de viñedos en seis zonas vinícolas a lo largo del país, con una extensión cercana a los 300.000 mu, y ocho bodegas ubicadas en diversas áreas del territorio. Además, adquirió seis bodegas en Chile, España y Australia, incluyendo la famosa bodega *Kilikanoon Wines*, que recibió el premio a la "Mejor bodega australiana" en el prestigioso concurso *Internacional Wine and Spirits Championship* en 2018. Esta compañía centenaria ofrece un catálogo muy diverso, que abarca no solo varios tipos de vinos, como tinto seco, blanco seco y vino de hielo, sino también de distintos tamaños (187,5 ml, 375 ml, 750 ml, etc.) y de amplia gama. Además de los vinos producidos localmente, comercializa los importados de sus bodegas ubicadas en el extranjero.

Es importante mencionar que la mayoría de los productos ofrecidos son vinos tintos, lo cual se ajusta a las preferencias de los consumidores chinos (Muhammad et al., 2014). Según su tienda oficial en los principales sitios de comercio electrónico, los precios de venta en línea oscilan entre 19,9 yuanes ($\approx 3,03$ dólares) y 8780 yuanes ($\approx 1336,4$ dólares) por 750ml¹¹. Sin embargo, en el rango de 50-100 yuanes/750 ml ($\approx 7,6$ -15,2 dólares/750 ml) se encuentran más productos. Cabe destacar que también ofrece numerosos vinos en el rango de 100-200 yuanes/750 ml ($\approx 15,2$ -30,4 dólares/750 ml) y 200-500 yuanes/750 ml ($\approx 30,4$ -76,1 dólares/750 ml). A partir de los precios, se observa que Changyu abarca todos los niveles de vinos desde gama muy baja hasta *super premium* y se enfoca principalmente en consumidores de nivel medio bajo a alto.

II. COFCO:

COFCO es una empresa estatal china dedicada al procesamiento de alimentos, que no solo es el actor más grande en la industria agrícola del país, sino que también participa en otros sectores como finanzas, logística y construcción. En 2022, ocupó el puesto 91 en el ranking *Fortune Global 500*¹². Dentro de este grupo, se encuentra la subsidiaria Great Wall Wine Company Ltd. (en adelante: Great Wall), encargada de la producción y venta de vinos. Esta compañía, fundada en 1983, desempeña un papel relevante en el sector vitivinícola chino, siendo la primera empresa nacional en adoptar estándares internacionales para la elaboración de vinos. La primera botella de vino blanco seco, vino tinto seco y vino espumoso desarrollada localmente nació en Great Wall (Xue & Liang, 2018). Además, ha obtenido varias medallas de oro en importantes competencias internacionales como Concours Mondial de Bruxelles, DWWA (*Decanter World Wine Awards*) e IWC (*International Wine Challenge*). Es importante destacar que Great Wall cuenta con un sólido respaldo político y el apoyo gubernamental que ha recibido no puede ser replicado por otras empresas locales (Fan, 2019).

Los productos de Great Wall presentan características tradicionales chinas, evidentes en sus anuncios y empaques, e incluso, el nombre de la marca *Great Wall* deriva de la Gran Muralla China. Al igual que Changyu, ofrece un amplio catálogo, pero enfocado en el vino tinto seco. Los precios de venta en línea oscilan entre 48-2580 yuanes/750 ml¹³ ($\approx 7,3$ -392,7 dólares/750 ml) y una gran parte de los productos se encuentran en el rango de 50-100 yuanes/750 ml ($\approx 7,6$ -15,2 dólares/750 ml). También ofrece varios vinos entre 200-500 yuanes/750 ml ($\approx 30,4$ -76,1 dólares/750 ml). Por lo tanto, se observa que el posicionamiento de esta marca es bastante similar al de Changyu, ambos cuentan con productos de todos los niveles, pero se concentran más en los clientes de gama media y en satisfacer la demanda de los consumidores adinerados.

¹¹ Precios de vinos productos en la tienda oficial de Changyu en plataformas online: Tmall, JD, Suning, Para los productos que no están embotellados en 750ml, se convirtió su precio por 750ml. El tipo de cambio USDCNY del día fue 6.57 [Consultado el 2 de abril de 2021].

¹² Para más información, revisen: <https://fortune.com/ranking/global500/2022>.

¹³ Precios de productos en la tienda oficial de Great Wall en Tmall, el tipo de cambio USDCNY del día fue 6.57 [Consultado el 2 de abril de 2021]. Cabe mencionar que Great Wall vende principalmente por los canales On-trade, que los precios suelen ser mucho más elevados que los Off-trade.

III. Dynasty:

Dynasty, por su parte, es una empresa conjunta chino-francesa establecida por la Oficina de Agricultura de Tianjin y el prestigioso productor francés Remy-Martin en 1980 (Robinson & Harding, 2015). La fundación de esta compañía también es significativa en la historia vitivinícola china, ya que fue la primera bodega conjunta en el país tras la Reforma Económica de China iniciada en 1978. Gracias a esta colaboración, Dynasty se especializó en la producción de vinos premium desde sus inicios (Jenster & Cheng, 2008). La calidad de sus productos ha sido reconocida con 8 medallas de oro nacionales y 14 internacionales, así como el premio a la más alta calidad internacional en el importante concurso *Concours Mondial de Bruxelles*. Además, la empresa cuenta con un moderno mecanismo de gestión y operación, siendo la primera organización vitivinícola en el país en obtener la certificación dual del sistema de gestión de calidad ISO9002 y el sistema de gestión ambiental ISO14001 (Tian, 2012). Con su imagen profesional y productos de alta calidad, Dynasty Wine mantuvo una posición sólida entre los tres principales proveedores locales (junto con Changyu y COFCO) en el mercado del vino de China durante muchos años. Sin embargo, en los últimos años, la situación de dicha entidad pasó de la prosperidad a la decadencia debido a una acumulación de problemas internos a largo plazo (Xue & Liang, 2018).

La cartera de productos de Dynasty es relativamente reducida en comparación con la de Changyu y COFCO. Los tipos de vinos ofrecidos son similares a los de las otras dos compañías: tinto seco y blanco seco; no obstante, el posicionamiento de la marca es más alto. Los precios oscilan entre 58-3588 yuanes/750 ml¹⁴ (\approx 8,8-546,1 dólares/750 ml), enfocándose principalmente en productos de alta gama dentro del rango de precios 200-500 yuanes/750 ml (\approx 30,4-76,1 dólares/750 ml). Aunque no ofrece vinos económicos con precios inferiores a 50 yuanes/750 ml (\approx 7,6 dólares/750 ml), vende varios productos de nivel medio entre 50-100 yuanes/750 ml (\approx 7,6-15,2 dólares/750 ml). Esto sugiere que, aunque Dynasty no abandonó su posicionamiento alto, ajustó el catálogo para satisfacer un mercado más orientado a la gama media.

Principales proveedores extranjeros

Con la adhesión de China a la Organización Mundial del Comercio, el mercado vinícola en este país experimentó una expansión. Los principales productores de vino a nivel mundial, tanto del Viejo Mundo como del Nuevo Mundo, comenzaron a aumentar sus ventas en esta nación emergente (ver ilustración 10). A diferencia de la situación general del mercado chino, que presenta una baja concentración en términos de valor, el segmento de vinos importados está dominado por unos pocos proveedores en ambos aspectos. Específicamente, en 2021, Francia y Chile en conjunto representaron el 64,2% del valor y el 57,1% del volumen en la importación total de este país asiático¹⁵. Estos porcentajes se elevaron al 82,6% y 79,8¹⁶% al in-

¹⁴ Precios de productos en la tienda oficial de Dynasty en Tmall, el tipo de cambio USDCNY del día fue 6.57 [Consultado el 2 de abril de 2021].

¹⁵ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022).

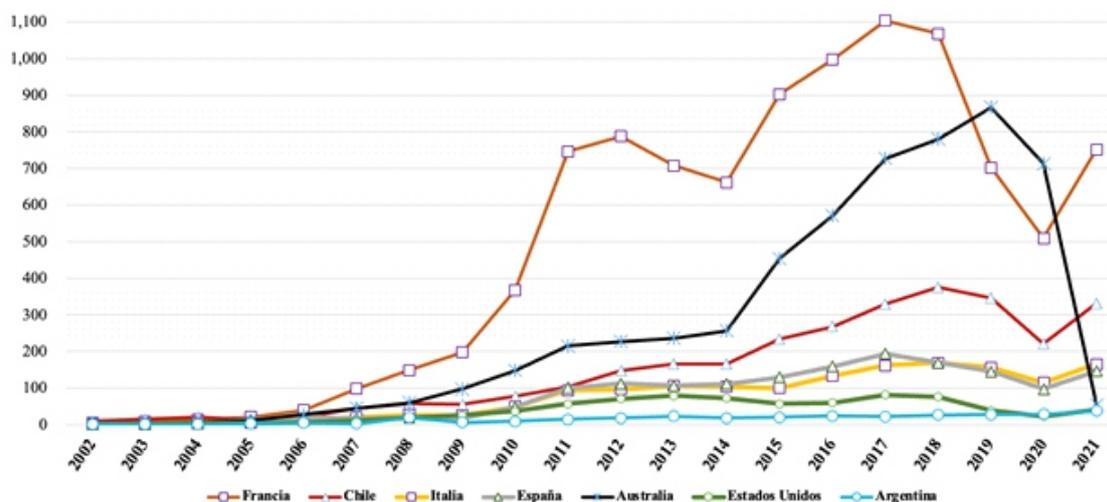
¹⁶ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022).

cluir a los otros dos mayores actores: Italia y España.

Cabe destacar que el riesgo al que se enfrentan los vendedores extranjeros es mayor que el de las compañías locales, dado que el contexto y el ambiente son más complicados. Además, los factores de relaciones políticas internacionales son extremadamente significativos, tanto positiva como negativamente. En el peor de los casos, pueden desaparecer prácticamente todos los negocios establecidos en un corto período de tiempo. Australia es un claro ejemplo de ello, siendo uno de los principales proveedores extranjeros en el mercado, pero perdió la mayoría de su cuota el 28 de noviembre de 2020 cuando China impuso derechos antidumping de hasta 212% con una duración de 5 años a los vinos provenientes de este país.

La situación de Australia en el mercado chino difícilmente mejorará pronto, teniendo en cuenta su postura antagónica hacia este país asiático. Por lo tanto, en este trabajo, se enfoca en Francia, Chile, Italia y España. Estos cuatro países son los competidores a los que se enfrentará Argentina, además de las empresas locales. Para comprender mejor el posicionamiento de los productos de cada país, se reconstruye el precio minorista promedio del vino embotellado y espumoso¹⁷ basándose en los precios CIF, convertidos a la medida de 750 ml, los impuestos¹⁸ y los márgenes que aplican los distribuidores y minoristas¹⁹.

Ilustración 10: Evolución de importación de los principales proveedores (millones de dólares)



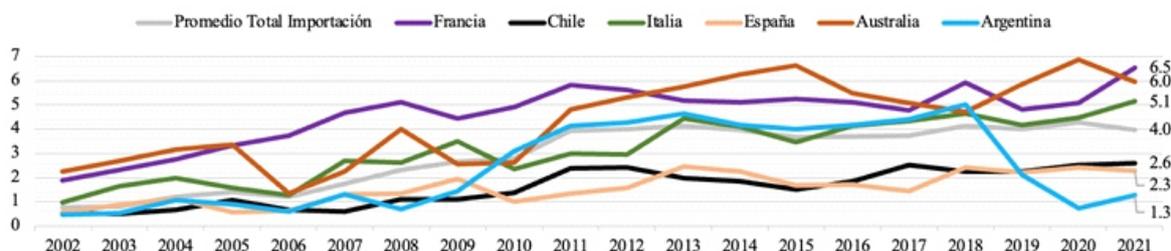
Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022)

¹⁷ Se descartan el vino a granel, porque esto suele ser utilizado como insumo para mezclar con los vinos locales para mejorar la calidad y el sabor. Además, se calcula el vino tranquilo y el espumoso separadamente, porque estas dos categorías tienden a ser diferentes.

¹⁸ Se aplica derechos de importación, impuesto al consumo e IVA a los vinos importados en base del precio CIF, que, en total, son 43.13%. Los países con un tratado de libre comercio con China están exentos de derechos de importación, por eso, los impuestos totales son 25.56%.

¹⁹ Según (ICEX, 2015), los márgenes que carga el distribuidor y minorista son 40% y 60%, respectivamente.

Ilustración 11: Evolución de precios de importación de los principales proveedores extranjeros



Elaboración propia según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022)

I. Francia:

Francia fue el primer país en ingresar a este mercado emergente. Poco después de la reforma económica china, la gigantesca empresa francesa Rémy Martin llegó y estableció la primera bodega conjunta (Dynasty) en este país. Además, mediante un enfoque similar, el Castel Group colaboró con uno de los más importantes productores locales, Changyu, en 2001 y 2002. La ambición de los comerciantes franceses no se detuvo allí, ya que grandes compañías como LVMH, Pernod Ricard y Castel Group fundaron empresas individuales para llevar a cabo la venta y promoción de manera directa.

Después de tantos años en el mercado y enormes inversiones, los vinos franceses cuentan con una gran ventaja en términos de conocimiento y percepción del consumidor (H. Lee et al., 2009; F. Liu & Murphy, 2007; Masson et al., 2017). La alta disponibilidad mental y física de la marca país permitió que, pocos años después de la adhesión de China a la OMC, este estado europeo se convirtiera en líder indiscutible en este segmento, especialmente en términos de valor de importación. En 2021, Francia fue el mayor proveedor extranjero en cuanto a valor, ocupando una cuota enorme del 44,5%²⁰, y el segundo mayor en volumen, con 752,2 millones de dólares y 115 millones de litros, a un precio promedio (6,5 dólares/L) superior al promedio de importación total (4 dólares/L) (Aduana China, 2022).

Asimismo, el 87,8% del vino que China importó desde Francia fue del tipo tranquilo embotellado, que representó el 87% del valor importado. Cabe mencionar que aunque el vino espumoso constituyó solo el 2,2% de la cantidad importada, ocupó una proporción importante del valor (11%) gracias a un precio promedio (32,45 dólares/L) más de tres veces superior al promedio (10 dólares/L). Esto permitió que Francia dominara el segmento del vino espumoso con 82,5 millones de dólares, ocupando el 72,8% del valor importado total de este producto, siendo mucho más alto que el segundo mayor vendedor, Italia (20,3 millones de dólares)²¹.

Con el precio medio CIF más elevado (ver ilustración 11), el posicionamiento de los productos franceses es, sin lugar a dudas, superior al de los demás proveedores. Este país cuenta con varias marcas prestigiosas, entre las cuales *Lafite* es la

²⁰ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022).

²¹ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022).

más conocida. Además, algunas de sus regiones vitivinícolas han ganado gran popularidad, como *Bordeaux*, *Bourgogne* y *Champagne*.

A través de la reconstrucción, el precio promedio de venta del vino tranquilo es de 15,6 dólares/750 ml, orientado a la gama media-alta. Por lo tanto, se puede observar que, además de vinos de alto nivel, también ofrecen productos accesibles para los consumidores de gama media, que son el principal segmento de mercado (IBISWorld, 2021). Sin embargo, siendo el origen de Champagne, los vinos espumosos tienen una orientación claramente hacia un segmento de mercado de lujo, con un precio medio reconstruido de 78 dólares/750 ml²².

II. Chile:

Chile fue el segundo mayor proveedor en valor (331.9 millones de dólares) y el primero en volumen (127.2 millones de litros) en 2021, con un precio medio (2.6 dólares/litro) muy inferior a la media (4 dólares/L) (Aduana China, 2022). A diferencia de la imagen prestigiosa de Francia, Chile fue durante mucho tiempo una fuente de vino económico para el mercado chino. De hecho, hasta 2010, más del 80% del producto proveniente de esta nación fue vino a granel. Sin embargo, esta situación está cambiando, y en los últimos años, la institución gremial Wines of Chile (WoC) ha estado promoviendo activamente en China para consolidar el crecimiento del vino embotellado y construir una imagen de vinos Premium.

Los esfuerzos promocionales a lo largo del tiempo trajeron resultados. A pesar de que Chile sigue siendo uno de los proveedores más importantes del vino a granel, el embotellado ha reemplazado a este a ser el principal tipo del producto. A saber, en 2021, el 52.1% del vino proveniente del país sudamericano fue el embotellado, que representó el 80.6% de su valor total. Aunque la marca país tuvo una disponibilidad mental baja en 2019 entre los consumidores chinos (ver ilustración 8), Casillero del Diablo fue bastante influyente en el mercado (Wine Intelligence, 2019). Además, según Nicolai Samsing, que es Asia Director de WoC, el segmento de vinos premium (el precio FOB > 60 dólares por caja) está creciendo, alcanzando el 30% de las exportaciones totales a este país asiático, lo que supone un incremento del 7% con respecto a la cifra anterior a la Covid en 2019 (Fiorio, 2021).

Gracias a tener un tratado de libre comercio con China, los vinos chilenos están exentos del derecho de importación y, por ende, obtienen precios más competitivos. A través de reconstrucción, el precio minorista del vino embotellado es 8.5 dólares/750ml y el del vino espumoso es 10.5 dólares/750ml²³. Esto muestra que los vinos chilenos tienen una orientación hacia el nivel medio bajo. Casillero del Diablo, siendo la marca chilena más influyente en China, ofrece principalmente vinos en rango de precios 50-100 yuanes/750ml (≈ 7.6 -15.1 dólares/750ml) pero también oferta varios productos entre 200-300 yuanes/750ml (≈ 30.3 -45.4 dólares/750ml)²⁴. A partir de eso, se observa que, si bien está enfocada a los clientes de gama media y media baja, tiene la intención de elevar la imagen y atraer a los clientes del nivel alto, algo alineado con la estrategia del WoC.

²² Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022), (Aduana China, 2022) y (ICEX, 2015).

²³ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022), (Aduana China, 2022) y (ICEX, 2015).

²⁴ Precios de productos en la tienda oficial de Casillero del Diablo en Tmail, el tipo de cambio USDCNY del día fue 6.61 [Consultado el 2 de mayo de 2022].

III. Italia:

De acuerdo con Aduana China (2022), Italia fue el tercer proveedor en valor (165.3 millones de dólares) y el cuarto en volumen (32.1 millones de litros) en 2021, a un precio medio (5.1 dólares/L) superior a la media (4 dólares/L) (Aduana China, 2022). Cabe destacar que es el mayor vendedor del vino espumoso en cuanto a la cantidad, que tuvo una representación del 50.5% del volumen total de importación de China en este año. Sin embargo, se caracteriza por vender masivamente este producto del nivel bajo, que tuvo un precio medio (3.58 dólares/L) mucho menor que la media (10.1 dólares/L), por lo que, con tan gran cantidad, solo representó el 17.9% del valor total²⁵. Por otra parte, también ofrece vinos embotellados, pero no ocupa una cuota tan importante en el mercado.

A través de reconstrucción, el precio minorista del vino embotellado fue 13.8 dólares/750ml, el del vino espumoso se ubicó en 8.6 dólares/750ml²⁶. Esto implica que este país tiene distintos posicionamientos en cuanto a estos dos tipos del producto. Por un lado, se enfoca en satisfacer la necesidad del vino embotellado de consumidores del nivel medio y medio bajo. Por otro lado, orienta a los clientes de vinos espumosos de gama baja.

IV. España:

España fue el cuarto proveedor en valor (146 millones de dólares) y el tercero en volumen (64.3 millones de litros) en 2021, a un precio medio (2.27 dólares/L) más bajo dentro de los principales jugadores, que es muy inferior a la media (4 dólares/L) (Aduana China, 2022). Ofrece principalmente el vino embotellado económico, que tuvo un precio medio bajísimo del 2.7 dólares/L en comparación con el de otros proveedores (Francia 6.5 dólares/L, Chile 4 dólares/L, Italia 5.7 dólares/L). También es uno de los principales orígenes del vino a granel, que en 2017 fue el mayor proveedor de este tipo de vino, pero cada vez lo vende menos.

A través de reconstrucción, el precio minorista del vino embotellado y espumoso fue 6.5 dólares/750ml y 7.3 dólares/750ml²⁷, respectivamente. Estos precios muestran que los vinos españoles tienen una clara inclinación al segmento del consumidor de gama baja. Cabe mencionar que la imagen de los vinos españoles está cambiando del producto barato al producto de calidad gracias a los esfuerzos de promoción (ICEX, 2021). Esto también se refleja en la marca española más influyente de vino en China: Torres (Wine Intelligence, 2019). Aunque está orientada más a los consumidores de nivel medio bajo ofreciendo más productos entre 50-100 yuanes/750ml (\approx 7.6-15.1 dólares/750ml), ofertan varios vinos en el rango de precios 100-150 yuanes/750ml (\approx 15.1-22.7 dólares/750ml) y 150-200 yuanes/750ml (\approx 22.7-30.3 dólares/750ml)²⁸ con el fin de satisfacer a clientes de gama media y media alta.

²⁵ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022) y (Aduana China, 2022).

²⁶ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022), (Aduana China, 2022) y (ICEX, 2015).

²⁷ Cálculo propio según (UN Comtrade, 2022), (Aduana China, 2022) y (ICEX, 2015).

²⁸ Precios de productos en la tienda oficial de Torres en Tmall, el tipo de cambio USDCNY del día fue 6.61 [Consultado el 3 de mayo de 2022].

Análisis de consumidor

Conforme a Wine Intelligence (2021), el mercado vinícola chino presenta dos segmentos distintos. Uno de ellos es el consumidor regular de vino, cuyo patrón de compra abarca diversas ocasiones dentro y fuera del hogar. Estos consumidores suelen ser urbanos, educados, acaudalados y con una perspectiva internacional, con un comportamiento similar al de mercados altamente desarrollados: beber vino es un hábito mensual o incluso semanal para ellos. Este segmento incluye aproximadamente a 28 millones de personas (cerca del 6.5% de la población urbana china de 18 a 54 años), y alrededor de la mitad consume vino semanalmente. El otro segmento es más grande y difícil de medir, y se compone de aquellos que compran vino tal vez una vez al año como obsequio o para una ocasión especial, coincidiendo con eventos importantes del calendario chino, como festivales tradicionales y comerciales.

Esta institución también estima que en 2021, más de 52 millones de ciudadanos chinos urbanos con ingresos medios a altos consumían vinos importados al menos dos veces al año, siendo más de la mitad de ellos consumidores habituales (Wine Intelligence, 2021a). La mayoría de estos consumidores residía en ciudades de primer nivel como Shanghai, Beijing y Guangdong, pero cada vez más se encuentran en ciudades de segundo y tercer nivel como Chengdu, Shenyang y Guiyang. En cuanto a género, los hombres representaron el 53%, pero la proporción de mujeres en 2021 (47%) fue mucho más alta que en 2011, cuando solo constituían el 34% (Wine Intelligence, 2018, 2021a). Con respecto a la edad, los jóvenes de 25 a 29 años conformaron el grupo más numeroso con un 24%, seguido por el grupo de 30 a 34 años con un 18% (Wine Intelligence, 2021b, 2021a). Además, el 73% de estos 52 millones de clientes ganaban más de 9.000 yuanes (\approx 1.382 dólares) al mes, siendo más de la mitad de ellos los que tenían ingresos mensuales superiores a 12.000 yuanes (\approx 1.843,3 dólares) (Wine Intelligence, 2021a).

HKTDC Research (2020) llevó a cabo un estudio que coincidía bastante con el perfil de consumidores presentado por Wine Intelligence. Se realizó una encuesta en línea en mayo de 2020 en 8 ciudades de primer y segundo nivel a 1.440 residentes chinos de entre 26 y 55 años, pertenecientes a la clase media y alta, que compraron y consumieron vinos importados en los últimos seis meses. Además, se realizaron seis grupos focales en línea en Guangzhou, Shanghai y Xi'an. Según los resultados, el vino tinto fue el tipo de vino más comprado y consumido en el último año, siendo elegido por el 94% de los encuestados. Le siguieron a distancia el vino blanco (35%) y el champán/vino espumoso (25%). El rosado ocupó el último lugar con solo el 13%.

Casi todos los estudios sobre este mercado mencionan la preferencia por el vino tinto. Hay varias razones detrás de este fenómeno. En primer lugar, existe una falta de conocimiento, ya que muchos consumidores chinos asumen que todo vino es tinto (F. Liu & Murphy, 2007). Sin embargo, esta situación está cambiando entre los jóvenes educados, que a diferencia de las generaciones anteriores, consideran que centrarse en el vino tinto demuestra una falta de comprensión sobre el producto y prefieren el blanco y rosado (Fountain & Zhu, 2017). En segundo lugar, el rojo es el color de la suerte en la cultura tradicional china, por lo que el vino tinto se percibe con connotaciones de prosperidad y buena fortuna (F. Liu & Murphy, 2007; Somo-

gyi et al., 2011). Como resultado, este producto aparece a menudo en ocasiones importantes como bodas, celebraciones de festivales y banquetes estatales. En tercer lugar, existen creencias generalizadas sobre los beneficios para la salud del vino en China, en particular, los del tinto (Somogyi et al., 2011).

Tabla 1: Motivos de compra y consumo de vino, por sexo y edad (%)

	Total	Sexo		Edad		
		Masculino	Femenino	26-35	36-45	46-55
<i>Número de encuestados</i>	1440	1008	432	480	480	480
Bueno para la salud	54	54	53	47	59	55
Expresión de una vida de buen gusto	39	40	39	42	39	37
Preferencia de sabor	37	39	34	38	39	35
Aliviar el estrés	37	36	37	38	34	37
Etiqueta social	30	34	22	29	29	32
Emparejamiento con comida	27	28	25	28	29	24
Belleza	20	10	43	18	21	20
Menor contenido de alcohol, no se emborracha fácilmente	20	21	16	17	19	22
De moda	13	14	12	15	12	14
Probar cosas novedosas	11	12	8	13	8	10
Comprender las culturas extranjeras	8	9	7	10	7	8
Colección e inversión	2	2	2	2	1	2

Nota: Se pidió a los encuestados que eligieran no más de tres razones.

Fuente: elaboración propia según (HKTDC Research, 2020a)

En relación a los motivos de compra y consumo, como se observa en la Tabla 1, el principal motivo es la salud, seleccionado por el 54% de los participantes. Como se mencionó previamente, la creencia de que el vino tiene efectos positivos en la salud está profundamente arraigada en la mentalidad de la población china. De acuerdo con Somogyi et al (2011), se atribuyen dos beneficios principales a esta bebida alcohólica, relacionados tanto con la medicina china (mejorar la circulación sanguínea) como con la occidental (contener antioxidantes que reducen el colesterol). Es importante destacar que, aunque es la razón más elegida en todos los grupos de edad, se observa una proporción mayor en personas mayores de 36 años, lo que indica que a los consumidores de mayor edad les preocupa más su salud que a los jóvenes. El segundo motivo es la expresión de un estilo de vida sofisticado, con un 39%. Un participante del grupo focal comentó: "Para mí, disfrutar del sol en una terraza en una tarde soleada con una copa de vino en la mano y un hermoso paisaje frente a mí es disfrutar de la vida con buen gusto". Esto demuestra que el consumo de vino es visto como un gesto de elegancia y refinamiento.

El tercer motivo es la preferencia por el sabor. En relación a este aspecto, diversos estudios previos destacan que los consumidores chinos prefieren vinos de sabor dulce (H. Lee et al., 2009; Somogyi et al., 2007; Williamson et al., 2012). Chu et al. (2019) también señalan que los sabores astringentes (taninos) y ácidos son

menos apreciados. En cuanto a otros aspectos sensoriales, el mismo autor indica que los aromas moderados, suaves y florales, así como la sensación refrescante y suave en boca, son más populares. Curiosamente, aunque la dulzura es un atributo preferido, el vino tinto seco es más común en el mercado, y la venta de vino con un sabor dulce pronunciado es limitada. Según una investigación sobre comportamiento del consumidor realizada por la Universidad de Agricultura de Beijing, esto se debe a que el problema del sobrepeso es una preocupación general en la población china (Wu, 2018). También se señala que los vinos con cierta dulzura y sin acidez ni taninos evidentes son más populares. Es comprensible el bajo rendimiento del vino dulce, ya que el azúcar no es saludable, lo que contradice el motivo principal de consumo. Ante este dilema, parece que los consumidores chinos eligen el bienestar, sacrificando parte del sabor.

Por lo tanto, las empresas exportadoras deben tener en cuenta este matiz y no cometer errores al exportar productos que no se ajusten a las necesidades reales de los consumidores chinos. Otras motivaciones que vale la pena destacar son la etiqueta social y la belleza²⁹. Ambas presentan una gran diferencia entre los consumidores masculinos y femeninos. Esto revela que el patrón de consumo también está influenciado por las diferentes expectativas sociales de género.

En el momento de la compra, los factores decisivos principales para los vinos importados son el sabor (42%), la marca (32%) y la región de producción (31%) (HKTDC Research, 2020b). Por lo tanto, para captar a los consumidores chinos, es fundamental adaptar los productos a sus gustos, teniendo en cuenta las preferencias sensoriales mencionadas anteriormente. En cuanto al segundo factor, Wine Intelligence (2019) publicó un ranking de las 15 marcas de vino más influyentes en este país asiático, de las cuales tres son chinas y el resto extranjeras (cuatro australianas, tres francesas, dos chilenas, dos estadounidenses y una española). Sin embargo, las tres marcas chinas tuvieron más influencia en el mercado, es decir, Changyu, Great Wall y Dynasty ocuparon el primer, segundo y cuarto lugar, respectivamente. Por otro lado, Lafite (Francia), Yellow Tail (Australia) y Casillero del Diablo (Chile) fueron las marcas extranjeras más destacadas. Ninguna marca argentina apareció en la selección.

En cuanto a la región de producción, Francia y China fueron las más elegidas, con el 39% y el 32% de los encuestados consumiendo vinos de estos dos orígenes con frecuencia (HKTDC Research, 2020b). Les siguieron Australia, España, Chile e Italia con un 19%, 12%, 10% y 10%, respectivamente. Es importante mencionar que, a medida que los consumidores adquieren un conocimiento más profundo sobre el vino, su deseo de probar nuevos productos de diferentes partes del mundo se hace más fuerte. Solo el 4% de los participantes había comprado o bebido vino de Nueva Zelanda, pero el 11% de ellos dijo que estaba interesado en comprar este vino en el futuro. También mostraron interés en probar vinos de Hungría, Alemania y Sudáfrica.

Con respecto a la región de producción, no se deben pasar por alto las identificaciones geográficas. En este aspecto, las regiones francesas predominan en el

²⁹ Se cree que los vinos son una buena fuente de antioxidantes que pueden retardar el proceso de envejecimiento.

conocimiento de los consumidores chinos. Según una encuesta realizada por Wine Intelligence en 2018 (Morrison, 2018), dentro de las diez áreas vinícolas con mayor reconocimiento, siete fueron de Francia. Además, Burdeos fue la única región reconocida por más de la mitad de los encuestados (52%). Solo una zona local, Ningxia, entró en la lista y se ubicó en el segundo lugar con un alto reconocimiento (43%). Las dos regiones restantes pertenecen a Italia y España. Cabe mencionar que Mendoza de Argentina ocupó la duodécima posición y fue recordada por el 25% de los participantes. Este resultado fue mucho mejor en comparación con su vecino Chile, donde ninguna área vitivinícola chilena alcanzó la misma fama en China. Las denominaciones de origen suelen ser atributos importantes para los vinos de alta gama y Francia es el principal jugador en este segmento, lo que explica la gran diferencia.

El otro aspecto importante en la compra es la variedad de uva, seleccionada por el 30% de los encuestados. Entre las tintas, Cabernet Sauvignon es la más conocida y consumida. Según Wine Intelligence (2021), el 55% de los encuestados la reconocieron y el 42% la consumieron en los últimos seis meses. Pinot Noir le sigue con un 39% y 17%, respectivamente. A continuación, están Merlot, Zinfandel y Carmenere, con aproximadamente el 35% de reconocimiento y cerca del 15% de consumo en medio año. Malbec se ubicó en el duodécimo lugar con un 23% de reconocimiento y un 11% de consumo. Es importante mencionar que esta variedad argentina fue menos conocida en 2021 que en 2015, cuando el 30% de los encuestados la recordaron. En cuanto a las uvas blancas, Chardonnay es la más popular, seguida por Sauvignon Blanc y Riesling (ICEX, 2015).

En relación con los canales de venta, en 2020, el 47.1% del vino se consumió en canales On-trade y el 52.9% en canales Off-trade³⁰. Sin embargo, los primeros representaron el 68.4% del valor de venta debido a un precio unitario más alto. Según Wine Intelligence, en 2020, el canal en línea fue el más utilizado con un 56%, aumentando desde el 46% del año anterior (Zeng, 2020). Las tiendas de licor le siguieron con un 54%, un 5% menos que en 2019. Después, se ubicaron los supermercados (41%, 2% menos que 2019) y los grandes almacenes (37%, sin cambio). Estas cifras muestran que, durante la pandemia, el canal en línea experimentó un crecimiento significativo, alcanzando el primer lugar. Aunque esto se debió a circunstancias excepcionales, los hábitos adquiridos podrían mantenerse a largo plazo.

Por último, es importante mencionar los efectos de la pandemia de Covid-19 y las medidas estrictas tomadas por el gobierno. Según HKTDC Research (2020a), gran parte de los encuestados (42%) indicó que la frecuencia de consumo se mantuvo casi igual y el 47% mostró un cambio ligero. Solo el 5% experimentó una caída significativa, posiblemente compensada por el 6% que aumentó considerablemen-

³⁰ Los canales "On-trade" y "Off-trade" son términos ampliamente utilizados en la industria de bebidas alcohólicas para describir los diferentes canales de distribución y venta. On-trade: se refiere a las ventas de bebidas alcohólicas en establecimientos donde las bebidas se consumen en el mismo lugar de compra, como bares, restaurantes, clubes y hoteles. Off-trade: Se refiere a las ventas de bebidas alcohólicas a través de canales minoristas donde los productos se compran para ser consumidos fuera del lugar de compra. Estos canales incluyen tiendas de comestibles, supermercados, licorerías, tiendas de conveniencia y tiendas en línea, entre otros.

te. Además, la mayoría no esperaba cambiar sus hábitos de consumo en el próximo año. A pesar de ello, se puede notar la tendencia de consumir vinos de mejor calidad, aunque con menor frecuencia entre algunos participantes. Asimismo, el 31% anticipó un aumento en las compras en línea, mientras que el 52% consideraría tanto canales en línea como fuera de línea. Por lo tanto, los canales digitales podrían ganar más importancia en el futuro.

Estos resultados pueden parecer ilógicos, ya que en 2020 y 2021 se registraron caídas considerables en el consumo, del 17.4% y 15.4%, respectivamente (OIV, 2022). Sin embargo, otro estudio realizado por Wine Intelligence (2021a) también encontró hallazgos similares. Según este estudio, el comportamiento recordado de estos 52 millones de consumidores mostró un cambio relativamente pequeño. El consumo en canales On-trade disminuyó en 2020 pero se recuperó en 2021, y en Off-trade parece haberse mantenido.

Wine Intelligence (2021a) ofreció una explicación para aclarar estas discrepancias. Según el estudio, aunque el consumo del grupo estudiado se mantuvo estable, el de los compradores casuales, que representan un grupo enorme e impredecible (ver primer párrafo), cayó significativamente, afectando el consumo total. Esto es razonable, ya que la cancelación de eventos y la reducción de actividades sociales eliminaron las principales ocasiones de consumo y la motivación esencial de compra para este grupo.

Por lo tanto, Argentina debería centrarse en los 52 millones de consumidores identificados por Wine Intelligence. Por un lado, su consumo es constante, regular y no se limita a pocas ocasiones como los compradores casuales, lo que los hace menos susceptibles a cambios en el entorno. Además, a medida que aumenta su conocimiento sobre el vino, su interés en probar productos de nuevos orígenes crece. Por otro lado, hay más información disponible sobre este grupo, lo que permite una comprensión más profunda de los tipos de productos que compran, los motivos y factores de compra, y, en base a eso, desarrollar y aplicar estrategias específicamente dirigidas a ellos.

Análisis FODA

Para identificar las oportunidades en el mercado chino para los vinos argentinos, fue esencial realizar un diagnóstico situacional de la industria vitivinícola en el país sudamericano. Según Bracho, este análisis busca "determinar de manera objetiva, en qué aspectos la empresa tiene ventajas con respecto a su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para ser competitiva" (2009: 2).

Esta herramienta de gestión empresarial proporciona información sobre los factores que favorecerán los modelos de negocios, así como los elementos que pueden representar vulnerabilidades para alcanzar posibilidades de éxito en el mercado del vino en la potencia asiática. La intención es minimizar las amenazas y aprovechar las oportunidades. Para cumplir con este objetivo, a continuación, se presentan primero los resultados del análisis FODA (ver tabla 2) y, en base a ellos, se formulan estrategias específicas.

Tabla 2. La matriz FODA

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
<p>F1. Productos de alta calidad gracias a no solo condiciones climáticas y geográficas ideales sino también la adopción de técnicas avanzadas de cultivo, enología y manejo de viñedos.</p> <p>F2. Precios muy competitivos para vinos a granel.</p> <p>F3. Precios relativamente ventajosos para vinos embotellados.</p> <p>F4. El vino argentino cuenta con su propia variedad de uva emblemática bien establecida y carácter distintivo.</p> <p>F5. Apoyo gubernamental en este sector.</p> <p>F6. La región productora de Mendoza goza de cierto reconocimiento en China.</p> <p>F7. El vino argentino ha obtenido numerosos premios internacionales.</p>	<p>D1. Baja disponibilidad mental, no solo de la marca país sino también de las bodegas y de la variedad emblemática, el Malbec, en los consumidores chinos. Esto dificulta un mejor posicionamiento.</p> <p>D2. Escasa disponibilidad física debido a la baja inversión en canales de comercialización.</p> <p>D3. Ausencia de un tratado de libre comercio para obtener precios más favorables.</p> <p>D4. Las bodegas están más orientadas al mercado interno que a los externos debido al alto consumo doméstico.</p> <p>D5. Inestabilidades macroeconómicas y políticas que complican y desmotivan las exportaciones.</p> <p>D6. Gran distancia logística para llegar a China en comparación con otros proveedores principales, excepto Chile.</p> <p>D7. Los precios altamente competitivos del vino a granel son temporales, resultado del tipo de cambio favorable y del exceso de stock.</p>
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<p>O1. El enorme potencial de crecimiento del mercado chino de vino debido a la gran población, el constante desarrollo económico y el ascenso de la clase media.</p> <p>O2. La producción local de vinos no puede satisfacer la demanda interna debido a problemas estructurales y ha experimentado una tendencia descendente en los últimos años. Además, se vio fuertemente afectada por la pandemia.</p> <p>O3. Con el aumento del conocimiento sobre el vino, los consumidores están cada vez más interesados en probar vinos de diferentes orígenes de producción.</p> <p>O4. La profundización de la cooperación comercial, económica y política con China al unirse a la iniciativa de la Franja y la Ruta.</p>	<p>A1. Francia y China tienen una alta disponibilidad mental y física en el mercado.</p> <p>A2. Chile tiene un tratado de libre comercio con China, lo que le permite ofrecer precios ventajosos.</p> <p>A3. La marca Casillero del Diablo ha ganado influencia en el mercado.</p> <p>A4. España tiene precios muy competitivos para vinos embotellados.</p> <p>A5. Nueva Zelanda tiene un tratado de libre comercio con China.</p> <p>A6. Aunque la cuota de mercado de vinos neozelandeses no es grande, muchos consumidores están interesados en probar sus vinos.</p>

Fuente: elaboración propia

Estrategias

A partir del análisis FODA, se pueden determinar las siguientes estrategias:

Estrategia 1: Aprovechar las fortalezas y oportunidades (F1, F4, F7, O1, O3)

- Destacar la calidad, la variedad emblemática y los premios internacionales de los vinos argentinos en campañas de marketing y promoción dirigidas al mercado chino.

- Establecer alianzas comerciales y de distribución con empresas chinas para incrementar la disponibilidad física de los vinos argentinos en el país.

- Participar en eventos y ferias de vinos en China para aumentar la visibilidad y reconocimiento de la marca y fortalecer las relaciones comerciales.

Estrategia 2: Mitigar las debilidades y aprovechar las oportunidades (D3, D6, O2, O4)

- Negociar acuerdos comerciales con China para reducir aranceles y facilitar las exportaciones de vinos argentinos.

- Diversificar la producción y oferta de vinos argentinos para satisfacer las preferencias de los consumidores chinos y competir con otros países productores.

- Invertir en mejorar la infraestructura logística para reducir costos y tiempos de tránsito de las exportaciones a China.

Estrategia 3: Aprovechar las fortalezas y enfrentar las amenazas (F1, F4-5, A1-6)

- Diferenciar los vinos argentinos en función de su calidad, variedad emblemática y carácter distintivo, para competir con los vinos de otros países que tienen ventajas arancelarias y logísticas.

- Establecer alianzas estratégicas con importadores, distribuidores y minoristas en China, para mejorar la presencia en el mercado y enfrentar la competencia de otros países productores.

Estrategia 4: Mitigar las debilidades y enfrentar las amenazas (D1, D4, A1, A3-4, A6)

- Implementar estrategias de marketing digital y publicidad para aumentar la disponibilidad mental de la marca país y de las bodegas argentinas en el mercado chino.

- Establecer programas de capacitación y apoyo para las bodegas argentinas, con el fin de impulsar su orientación hacia los mercados externos y mejorar sus habilidades de exportación.

Conclusión y recomendación

En conclusión, el mercado de vino en China experimentó un crecimiento impresionante a partir del inicio de este siglo, impulsado por el robusto desarrollo económico, el aumento del poder adquisitivo y el ascenso de la clase media. Ade-

más, gracias a la reducción arancelaria y la incapacidad de autoabastecimiento, las importaciones se dispararon. Sin embargo, durante la última década, una serie de contratiempos macroeconómicos y políticos golpearon fuertemente al sector, tales como la audaz campaña anticorrupción, la desaceleración económica y la guerra comercial entre EE.UU. y este país asiático. Para empeorar la situación, la pandemia del Covid-19 provocó una pésima decaída en todos los indicadores. No obstante, el mal desempeño durante los últimos años no supone la limitación del mercado. Los analistas siguen siendo optimistas acerca del potencial de desarrollo económico de China y el continuo aumento de la clase media (McKinsey, 2019; Euromonitor Internacional, 2021). Por lo tanto, este país asiático sigue siendo un destino de exportación con mucho potencial y es necesario entenderlo para aprovecharse de las oportunidades que generen un alto valor económico.

Para aprovechar las oportunidades de dicho mercado, se proponen las siguientes recomendaciones a las bodegas argentinas:

1. Enfocarse en calidad y diferenciación, resaltando las características únicas del Malbec. Además, desarrollar una propuesta de valor que se adapte al mercado chino y al paladar de los consumidores locales.

2. Invertir en marketing y promoción en el mercado chino con el fin de aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca país y de las bodegas argentinas. Esto incluye la participación en ferias y eventos relacionados con el vino, así como la utilización de las redes sociales y plataformas de comercio electrónico populares en China.

3. Establecer alianzas estratégicas con importadores, distribuidores y minoristas locales en China para facilitar el acceso al mercado y mejorar la disponibilidad física de los vinos argentinos. Además, buscar alianzas con empresas chinas relacionadas con el turismo, la gastronomía y la cultura para promover el vino argentino como parte de la experiencia argentina en general.

4. Mejorar la infraestructura logística para reducir costos y tiempos de tránsito en exportaciones.

5. Implementar programas de capacitación y apoyo para las bodegas argentinas en exportación al mercado chino, con el fin de mejorar sus habilidades de exportación y orientación hacia el mercado chino. Estos programas podrían incluir información sobre regulaciones y requisitos de etiquetado, conocimientos culturales y preferencias de consumo en China, y estrategias de marketing y distribución adecuadas.

6. Participar en negociaciones comerciales para facilitar la exportación de vinos y reducir aranceles.

7. Diversificar la oferta de productos, explorando nuevos segmentos de mercado atractivos para consumidores chinos, como vinos orgánicos, biodinámicos o espumosos, que puedan resultar atractivos para los consumidores chinos y diferenciar a las bodegas argentinas de la competencia.

Referencias bibliográficas

- Aduana China. (2022). Customs statistics. <http://43.248.49.97/indexEn>
- Agnoli, L., Capitello, R. & Begalli, D.(2014). Geographical brand and country-of-origin effects in the Chinese wine import market. *Journal of Brand Management*, 21(7), 541-558. <https://doi.org/10.1057/bm.2014.27>

Anderson, K. & Pinilla, V. (2021). Annual Database of Global Wine Markets, 1835 to 2019, freely available in Excel at the University of Adelaide's Wine Economics Research Centre.

Boden, G. (2012). China's Accession to the WTO: Economic Benefits. *The Park Place Economist*, 20.

Bouzdine-Chameeva, T. Hanf, J. & Zhang, W. (2017). The Chinese Wine Market - An Analysis of Wine Distribution Channels in a Highly Competitive Market. In *The Wine Value Chain in China: Global Dynamics, Marketing and Communication in the Contemporary Chinese Wine Market* (pp. 145-161). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100754-9.00010-6>

Bracho, V. (2009). Matriz FODA. Evaluación de Proyectos. <https://vicentebracho.files.wordpress.com/2013/08/matrizfoda.pdf>

Centro de Estudios Económicos de Bodegas de Argentina. (2021a). Informe de Actividad de la industria primeros meses de 2021. https://www.bodegasdeargentina.org/wp-content/uploads/2021/10/Informe-de-Actividad_CEEBA_Abril_2021.pdf

Centro de Estudios Económicos de Bodegas de Argentina. (2021b). La presencia argentina en las exportaciones mundiales con énfasis en Canadá. <https://www.bodegasdeargentina.org/wp-content/uploads/2021/05/informe-de-actividad-vitivinicola-mayo-2021-2-.pdf>

Chu, X., Li, Y., Xie, Y., Tian, D. & Mu, W. (2019). Regional difference analyzing and prediction model building for Chinese wine consumers' sensory preference. *British Food Journal*, 122(8), 2587-2602. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2019-0465>

daxueconsulting. (2021). Chinese wine market 2.0: how COVID-19 and politics have reshaped the landscape. <https://daxueconsulting.com/chinese-wine-market/>

Euromonitor International. (2021). Income and Expenditure: China. <https://doi.org/10.1017/S0068245400011400>

Fan, L. (2019). Research on Wine Marketing Strategies in the Network: A Case Study of Zhangyu (en chino) [Nanjing University of Posts and Telecommunications]. <https://doi.org/10.27251/d.cnki.gnjdc.2019.000836>

Fiorio, E. (2021). Vino premium chileno: impresionante ascenso en China (en italiano). https://www.winemeridian.com/export/vino_premium_cileno_impresionante_ascesa_in_cina.html

Fountain, J. & Zhu, M. (2017). Young Chinese consumers' wine socialization, current wine behavior and perceptions of wine. In *The Wine Value Chain in China* (pp. 63-79). Elsevier.

HKTDC Research. (2020a). China's Wine and Spirits Market (1): Wine Consumption Trends and Habits. <https://research.hktdc.com/en/article/NTgzNTI4NDg3>

HKTDC Research. (2020b). China's Wine and Spirits Market (2): Imported Wine Selection Criteria. <https://research.hktdc.com/en/article/NTk4MTYzNzUx>

Huang, H. T. (2000). Biology and Biological Technology, Part 5: Fermentations and Food Science. In Volume 6 in the series of books on Science and Civilization in China. Cambridge University Press. <https://books.google.com.ar/books?id=FgtFxedkgbcC>

IBISWorld. (2021). Wine Production in China.

ICEX. (2015). El mercado del vino en China.

ICEX. (2021). El mercado de vino en China (Resumen ejecutivo).

INV. (2021a). Informe anual de superficie cultivada de vid 2020. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/datos-relevantes-del-informe-anual-de-superficie-cultivada-de-vid-2020-elaborado-por-el-inv>

INV. (2021b). Mercado Externo de Productos Vitivinícolas 2020. <https://goo.gl/dDMDGb>

Jenster, P. & Cheng, Y. (2008). Dragon wine: Developments in the Chinese wine industry. *International Journal of Wine Business Research*, 20(3), 244-259. <https://doi.org/10.1108/17511060810901055>

Lee, H., Huang, J., Rozelle, S. & Sumner, D. (2009). Wine Markets in China: Asses-

sing the Potential with Supermarket Survey Data. *Journal of Wine Economics*, 4(1), 94-113. <https://doi.org/10.1017/s1931436100000705>

Lee, K. (2009). Is a glass of Merlot the symbol of globalization? An examination of the impacts of globalization on wine consumption in Asia. *International Journal of Wine Business Research*.

Li, H., Li, J. & Yang, H. (2009). Revisión del desarrollo de la industria de la uva y el vino en los últimos 30 años de reforma y apertura de China (en chino). *Mod Food Sci Technol*, 25(4), 341-347.

Linda Jiao & Ouyang, S. (2019). The Chinese Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics*, 225-246. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-98633-3>

Liu, F., & Murphy, J. (2007). A qualitative study of Chinese wine consumption and purchasing: Implications for Australian wines. *International Journal of Wine Business Research*, 19(2), 98-113. <https://doi.org/10.1108/17511060710758669>

Liu, H. & Sun, B. (2018). Effect of fermentation processing on the flavor of Baijiu. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 66(22), 5425-5432.

Lockshin, L. & Cohen, J. (2020). Wine Trends in China. *Handbook of Eating and Drinking: Interdisciplinary Perspectives*, 575-592.

MacNeil, K. (2015). *The wine bible*. Workman Publishing.

Masson, J., Sánchez, C. R. S. & Celhay, F. (2017). Is mianzi the only face of chinese consumers of wine? A typology of chinese consumers of imported wine. *International Journal of Market Research*, 59(5), 625-654. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2017-044>

Mckinsey Global Institute. (2019). China and the World (Issue July). https://doi.org/10.1142/9789813200289_0018

Morrison, D. (2018). The Wine Gourd: How aware are wine drinkers of wine regions? <http://winegourd.blogspot.com/2018/10/how-aware-are-wine-drinkers-of-wine.html>

Muhammad, A., Leister, A. M., Mcphail, L. & Chen, W. (2014). The evolution of foreign wine demand in China. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 58(3), 392-408. <https://doi.org/10.1111/1467-8489.12029>

Noppé, R. P. (2012). Rise of the Dragon : The Chinese Wine Market. March, 97.

OIV. (2021). Organización Internacional de la Viña y el Vino. <https://www.oiv.int/es/statistiques/recherche>

OIV. (2022). STATE OF THE WORLD VINE AND WINE SECTOR 2021. <https://www.oiv.int/js/lib/pdfjs/web/viewer.html?file=/public/medias/8778/eng-state-of-the-world-vine-and-wine-sector-april-2022-v6.pdf>

Piazza, S. B. (2008). Temporada Vitivinícola 2007-2008. <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2125.pdf>

Piazza, S. B. (2009). Temporada vitivinícola 2008/09 y proyecciones. <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2209.pdf>

Robinson, J. & Harding, J. (2015). *The Oxford companion to wine*. American Chemical Society.

Sharp, B. (2010). *How Brands Grow: What Marketers Don't Know*. OUP Australia & New Zealand. <https://books.google.com.ar/books?id=hXVjQgAACAAJ>

Somogyi, S., Li, E., Johnson, T., Bruwer, J. & Bastian, S. (2007). Australian wines in China. Wine with lemonade : is the myth a reality? *Australian and New Zealand Grape grower and Winemaker*, 84-87.

Somogyi, S., Li, E., Johnson, T., Bruwer, J. & Bastian, S. (2011). The underlying motivations of Chinese wine consumer behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 473-485. <https://doi.org/10.1108/13555851111165039>

Song, Y. (2020). Analysis of the Chinese wine market and sales of Spanish wine to China: the case of Torres China. *ESIC MARKET Economic and Business Journal*, 50(Volume 50, Issue 3), 561-579. <https://doi.org/10.7200/esicm.164.0503.3>

Stein, S. (2007). Grape Wars: Quality in the History of Argentine Wine. In G. Camp-

bell & N. Guibert (Eds.), *Wine, society, and globalization: Multidisciplinary perspectives on the wine industry* (pp. 99-117). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230609907>

Stein, S. & Mateu, A. M. (2018). Argentina. In K. Anderson & V. Pinilla (Eds.), *Wine Globalization: A New Comparative History* (pp. 291-322). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108131766>

Tang, W. (2017). Estrategia competitiva de la industria vitivinícola de China (en chino). Xinhua Publishing House. <https://books.google.com.ar/books?id=L9mWDwAAQBAJ>

Tian, F. (2012). The Research on Marketing Strategy and Marketing Mode of Sino-French Joint-Venture Dynasty Winery Ltd [Tianjin University]. <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?FileName=1013041953.nh&DbName=CMFD2014%0A>

UN Comtrade. (2022). International Trade Statistics.

Williamson, P. O., Robichaud, J. & Francis, I. L. (2012). Comparison of chinese and australian consumers' liking responses for red wines. *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 18(3), 256-267. <https://doi.org/10.1111/j.1755-0238.2012.00201.x>

Wine Intelligence. (2018). Wine Consumption and Gender : Do women and men approach wine differently? (Issue October).

Wine Intelligence. (2019). GLOBAL WINE BRAND POWER INDEX 2019.

Wine Intelligence. (2021a). China wine landscapes.

Wine Intelligence. (2021b). Recruitment shortfall among wine drinkers in the US and China [infographic]. <https://www.wineintelligence.com/recruitment-shortfall-among-wine-drinkers-in-the-us-and-china-infographic/>

Wu, S. (2018). The consumption behaviour of Chinese wine consumers - part one | Decanter China 醇鉴中国. <https://www.decanterchina.com/en/news/understanding-the-consumption-behaviour-of-chinese-wine-consumers-part-one>

Xue, J. & Liang, T. (2018). Chinese Top Players in Wine Industry During the Last 40 Years (en chino). *Wine*, 11, 52–59. <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?FileName=PUTJ201811014&DbName=CJFN2018>

Zeng, F. (2020). 2020 Wine Outlook Trends and Insights in China. <https://www.nzwine.com/media/18314/2020-wine-outlook.pdf>

Juan Bautista Alberdi: Liberalismo, igualdad y crecimiento económico en la Argentina del siglo XIX

Miguel Francisco Gutiérrez

Buenos Aires, Imago Mundi, 324 páginas

ISBN: 978-950-793-406-3

*Maximiliano Molina D'Orio**

El libro *Juan Bautista Alberdi: Liberalismo, igualdad y crecimiento económico en la Argentina del siglo XIX* es una obra de Miguel Francisco Gutiérrez, que se enfoca en el pensamiento y la influencia de Juan Bautista Alberdi en la Argentina del siglo XIX. La figura de Alberdi, en tanto que muchas veces ha sido rescatada y puesta en el centro de la escena, no ha sido la excepción al caer en la oscuridad una buena parte importante de su obra gracias a un sesgo intencionado. El creador de *Bases* guarda en su producción intelectual y literaria mucho más de lo que se suele mencionar y relevar. Pero en este caso, Gutiérrez presenta una rigurosa investigación histórica que explora las ideas de Alberdi como mucho más que uno de los principales exponentes del liberalismo argentino. El autor expone una gran cantidad de información y análisis detallado, respaldado por una amplia investigación que destaca la propia pluma de Alberdi a través de las citas textuales de su obra, lo que permite al lector conocer de primera mano sus ideas y su estilo literario.

Gutiérrez comienza diciendo “El pensamiento de Juan Bautista Alberdi (1810-1884) en el campo de las ciencias económicas, en especial respecto de las instituciones y medidas necesarias para generar condiciones que promuevan la inversión y el desarrollo, es el objeto de esta obra”. El libro brinda un aporte significativo e innovador en relación al estudio de la figura de Alberdi ya que no se posiciona en el ya clásico enfoque de las ciencias jurídicas sino que lo hace desde las ciencias económicas. Se plantea contrastar el aporte del pensamiento de Alberdi a las ciencias económicas identificando los condicionantes del crecimiento basado en las características institucionales, el rol de los empresarios/emprendedores y la estructura productiva de la Argentina del siglo XIX.

En general, el interés sobre Alberdi se ha centrado en su aporte al estudio del derecho (Blanquer, 2012; Zaffaroni, 2012). En segundo plano, existen trabajos relacionados con su contribución a la ciencia económica, como el de (Villanueva, 2009), referido al estudio del crecimiento económico en la obra de Alberdi y su pensamiento, o estudios como el de (Girbal Blacha, 2012) sobre el sistema económico y rentístico de la Confederación. En ambas, la característica central remite al recorte de análisis, en cuanto a la selección de una serie de publicaciones del autor en un período determinado. El objetivo del libro se centra en el estudio de su pensamiento respecto de las crisis, del rol del emprendedor/empresario en las dinámicas

* Contador público (UBA), Maestrando en Desarrollo y Políticas Públicas (Flacso), Docente e investigador en la UBA y en la UNO.

<https://orcid.org/0009-0002-9794-2852> - Correo electrónico: maxi.dorio@gmail.com

de generación de valor y de las instituciones como síntesis de las condiciones necesarias para los procesos de crecimiento. Por lo tanto, el objeto será su producción intelectual dedicada al estudio de estas tres dimensiones (crisis, actores, instituciones) a lo largo de toda su carrera.

El presente libro retoma aportes efectuados por intelectuales argentinos referidos al pensamiento nacional, en su estudio sobre las contribuciones de Alberdi como intelectual, y se diferencia de ellos en su objeto de estudio y en sus objetivos. Estas corrientes de trabajo, por momentos, han resaltado la figura de Alberdi como contrapunto de Sarmiento en las definiciones sobre el modelo institucional de país (Halperín Donghi, 2005), desde un enfoque principalmente político y normativo. Los debates e intercambios que realizó con Sarmiento en las *Cartas quillotanas* y *Las ciento y una* corresponden a un momento y circunstancia de la vida institucional de la Argentina en que el sistema de gobierno y la unificación del territorio ocuparon la centralidad del debate. Este debate y el compromiso genuino de los autores fueron sustanciales respecto de sus influencias en las posteriores aplicaciones a la organización del funcionamiento del Estado durante la segunda mitad del siglo XIX. Las figuras de Sarmiento, Mitre y Alberdi representan las principales visiones de esta etapa del país relativas a la construcción de sentido y de regulación pública. En *Una nación para el desierto argentino*, Halperín Donghi estudia las vicisitudes que signaron la elaboración y trayectoria de los proyectos de nación a lo largo del siglo XIX, aportando elementos comparativos de las propuestas de Alberdi que serán de utilidad por su enfoque histórico respecto de los procesos y las posibilidades de la época para la implementación de transformaciones institucionales y sobre el juego de los intereses particulares.

El artículo "La teoría alberdiana de las crisis" (1977), de Julio Olivera, destaca la importancia de realizar un estudio exhaustivo de Alberdi en relación a su estudio de las crisis económicas, el crecimiento económico y los ciclos. Señala que

La contribución de Juan Bautista Alberdi a la teoría de las crisis es un capítulo indebidamente omitido en la historia del pensamiento económico. La causa de tal omisión reside en que Alberdi no hizo nunca una exposición compacta y coherente de sus ideas sobre las crisis. Los elementos esenciales de lo que (sin exageración) puede llamarse la teoría alberdiana de las crisis se hallan dispersos en forma desordenada a lo largo de sus reflexiones acerca de este asunto. Se requiere un trabajo de análisis para identificar esos elementos y para amalgamarlos en una estructura teórica apropiada. (p. 51)

El artículo de Olivera se centra en el análisis de los tomos I y XII de los *Escritos póstumos* para el estudio de las crisis. Este trabajo abordó el pensamiento del autor de forma comprehensiva, cuestión que fue identificada por Olivera como necesaria y relevante. Además, el artículo remite su análisis a la relación que planteó Alberdi entre ciclo económico, crisis y crecimiento, al que la presente investigación incorpora el rol del emprendedor/empresario como actor dinamizador del proceso económico.

El presente libro se diferencia de los trabajos hasta aquí presentados en que aborda el estudio de las ideas de Alberdi desde las ciencias económicas. Estudiamos sus referencias a autores clásicos y lo caracterizamos en el marco del pensa-

miento clásico desde una configuración sudamericana con influencias románticas. Desde el argumento de las causas de las crisis, el rol de los emprendedores y el estado natural de pobreza en que vive el país que presenta Alberdi abordaremos sus ideas y propuestas analizando sus postulados en contexto histórico. Los incentivos, los arreglos institucionales y los comportamientos culturales demuestran (justifican) para Alberdi los resultados regulares de crisis y pobreza que caracterizan el funcionamiento socioeconómico de la Argentina del siglo XIX. Estudiar la posibilidad de exposición de su teoría completa el análisis del pensamiento de Juan Bautista Alberdi tomando conciencia de la complejidad de sus escritos, de su formación y de los temas por él abordados.

Este trabajo realiza un aporte significativo, centrando la atención sobre las políticas públicas de regulación que promueven la construcción de procesos de crecimiento económico y de mejoras en la distribución de la riqueza (mediante el estudio del rol de los “empresarios/emprendedores”). En este sentido, el tipo y tamaño de las acciones públicas sobre el mercado han sido parte del debate desde la creación del Estado argentino, y este recorrido pretende arrojar luz sobre algunas de las cuestiones sobre las que se debería prestar atención. Alberdi emprendió un debate complejo y definitorio de los procesos de acumulación de valor en el largo plazo desde la particularidad del territorio argentino del siglo XIX. Halperín Donghi (2005) llamó la atención sobre el tamaño y el funcionamiento del Estado argentino de finales del siglo XIX y estudió la capacidad del Estado (en tanto institución) de ser independiente de los diferentes grupos de poder y las posibilidades (por parte de esos grupos) de cooptarlo.

En este punto es importante destacar que el estudio de las ideas de Alberdi se inscribe en un período que coincide con el surgimiento de la ciencia de la administración. Los pensadores clásicos de la administración (Taylor, Mayo y Fayol) desarrollaron sus aportes a la ciencia entre fines del siglo XIX y comienzos del XX. Por esto, si bien Alberdi no coincide con su período histórico (y por tanto no ha compartido un intercambio intelectual) sus aportes se encuentran en línea con las preocupaciones respecto de un avance hacia una organización de la producción y el trabajo, en línea con el incremento del valor y la riqueza. Estos aportes se inscriben en la matriz de la modernidad, entendida como una época marcada por la racionalidad, por un cambio epistémico que transita de la religión a la ciencia, de la fe a la razón, desde el conocimiento revelado al conocimiento empírico y objetivo y al dominio de la naturaleza. Este abordaje moderno y liberal será el mismo que impulse el estudio de la eficiencia productiva como espacio científico. Así, Alberdi y los autores clásicos de la ciencia de la administración se encuentran relacionados, y desde allí podemos extraer los pensamientos de Alberdi en este sentido (Alberdi, 1887).

Este movimiento moderno se concibe liberal y universal como proceso; no obstante, lo distintivo en Alberdi estará presente desde sus influencias románticas. Así, la particularidad del autor como pensador de las ciencias económicas en un momento histórico de fuertes transformaciones sociales, en donde los intelectuales se reconocían como parte de un proceso de cambio cualitativo, “alimenta un imaginario político secularizado y teleológico que inventa la historia como progreso y que tiene como utopía final una República soberana, idealizada y feliz” (Subercaseaux, 2016: 2).

Esta publicación analiza el pensamiento de Juan Bautista Alberdi respecto

de la teoría económica de la época y cómo sus ideas se expresan en propuestas en el campo de la administración. Su pensamiento representa la base del estudio de las condiciones institucionales necesarias para lograr incentivos favorables a la organización del trabajo productivo como articulador social. En Alberdi se plantean las figuras del mercado y el emprendedor/empresario como expresiones del tipo de instituciones necesarias para reformar las condiciones de pobreza natural que caracterizaron al territorio argentino del siglo XIX. Es mediante las decisiones de ahorro e inversión de los emprendedores/empresarios que se realiza un progreso material sustentable que potencia el crecimiento y por tanto el desarrollo económico, y todo esto depende de las condiciones institucionales de paz, seguridad, estabilidad y propiedad. Las instituciones representan el origen y el resultado de este proceso y se constituyen como los instrumentos de cambio (medios) que Juan Bautista Alberdi articuló en su teoría del ciclo y analizó en las crisis de pobreza para el alcance de ciclos de valor basados en la innovación y el trabajo productivo.

En los cuatro capítulos que presenta la obra, Gutiérrez desarrolla:

1- La perspectiva que Alberdi guarda sobre los conflictos de su tiempo y los obstáculos para constituir una nueva nación en el territorio argentino en el siglo XIX. Él consideraba que en tanto se mantuvieran la beligerancia entre los distintos sectores, se postergarían las posibilidades de comenzar un sendero de paz, estabilidad y crecimiento. El antagonismo político y la diferencia de intereses económicos como generadores de la guerra no solo genera un derroche de recursos, sino que limita la potencialidad del desarrollo de las capacidades locales de producción. Serían entonces necesarias la paz y la estabilidad como factores complementarios para el avance del progreso, la libertad y el desarrollo de una nación por medio de sus facultades productivas.

2- Como Alberdi considera que la especialización y la profesionalización del sistema productivo y del sistema regulatorio estatal eran los eslabones necesarios para alcanzar la superación de las recurrentes crisis económicas que se sufrían en este territorio. Tras analizar los principales determinantes de crisis sufridas, él destaca que gran parte de la misma se basa en las características de la estructura productiva local orientada a la elaboración de productos primarios que condicionan el crecimiento en el largo plazo.

3- Que los valores y los objetivos que constituyen a las instituciones determinan el rol que las mismas cumplen en el desempeño de sus funciones. Contemporáneo de una época de profundas transformaciones sociales, Alberdi visualiza que la nueva nación argentina necesita instituciones propias de su tiempo, con aspiraciones de progresos en términos sociales, políticos y económicos. Las instituciones heredadas de la época colonial solo reproducían lógicas extractivistas que limitaban los potenciales de desarrollo local.

4- Que el empresario emprendedor es considerado por Alberdi el agente económico que genera mediante el desarrollo de su actividad una dinamización del ahorro, la inversión y el trabajo, que con la presencia de un sistema institucional consolidado, permite la acumulación de capital. El mercado es el medio de mayor eficacia para la realización del valor y el Estado debe brindar bienes comunes de calidad. Este es el camino para la superación de las llamadas "crisis de pobreza" ya que las condiciones propias del territorio argentino representan las oportunidades y los límites para el desarrollo del mismo.

Alberdi fue un defensor de la igualdad de oportunidades y la libertad indivi-

dual, así como de la importancia de la educación y el progreso tecnológico, y por sobre todo, una de las personas que pensó Argentina como una nación visualizando cuáles eran y serían los principales obstáculos que encontraría en su desarrollo económico. El análisis de las crisis económicas como expresión de las condiciones de pobreza depende del orden institucional y del papel de la iniciativa privada en la organización social.

Estudiar el rol del empresario/emprendedor en el modelo institucional planteado por Alberdi y su visión de las crisis económicas producto de las condiciones institucionales que condicionan los incentivos privados es una tarea pendiente y un aporte significativo a las ciencias económicas. Llevar a cabo el estudio del sistema institucional que Alberdi considera necesario para superar la condición de pobreza que caracteriza a la economía argentina es un aporte novedoso para el estudio del pensamiento de las ciencias económicas.

Concluyendo, *Juan Bautista Alberdi: Liberalismo, igualdad y crecimiento económico en la Argentina del siglo XIX* de Miguel Francisco Gutiérrez es una obra valiosa para aquellos interesados en la historia económica y política de la Argentina, así como para aquellos que quieran profundizar en el pensamiento de uno de los principales defensores del liberalismo en América Latina. Anómala para estas épocas, pero acorde al tratamiento que esta gran figura, la obra de Gutiérrez no juzga, sino que elige analizar el pensamiento de Alberdi bajo el lente de las ciencias económicas en búsqueda de opciones para encontrar soluciones a problemáticas del siglo XIX y a la vez actuales porque si hay algo que caracteriza al pensamiento de Alberdi es su vigente contemporaneidad con los problemas de Argentina.

Referencias bibliográficas

Alberdi, J. B. (1887). La vida y los trabajos industriales de William Wheelwright en América del Sud. En *Obras completas de J. B. Alberdi*, tomo VIII. La Tribuna Nacional.

Blanquer, J.M. (2012). Del mestizaje jurídico en Alberdi. En *Juan Bautista Alberdi y la independencia argentina*. La fuerza del pensamiento y de la escritura. (pp. 31-39). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Girbal Blacha, N. (2012). El sistema económico y rentístico de la confederación Argentina en clave Alberdiana. En *Juan Bautista Alberdi y la Independencia Argentina*. (pp. 77-91) Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Halperín Donghi, T. (2005). *Guerra y finanzas en los orígenes del Estado argentino (1791-1850)*. Prometeo Libros.

Halperín Donghi, T. (2005). *Una nación para el desierto argentino* (1° ed. definitiva rev.). Prometeo Libros.

Olivera, J. H. G. (1977). *Economía Clásica Actual*. Ediciones Macchi.

Subercaseaux, B. (2016). *Juan Bautista Alberdi: Modernidad y modernizaciones en el siglo XIX*. Universidad de Santiago de Chile.

Villanueva, J. (2009). El desarrollo económico en Juan Bautista Alberdi. Documentos de Trabajo, 30(30): <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/investigacion/el-desarrollo-economico-en-juan-bautista-alberdi>

Zaffaroni, E. R. (2012). Alberdi y la vigencia de la Constitución de 1853. En *Juan Bautista Alberdi y la independencia argentina*. La fuerza del pensamiento y de la escritura (pp. 59-77). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Desafíos de salida. **Los condicionantes al desarrollo**

Miguel Francisco Gutiérrez y Gimena Lorenzi (compiladores)

Buenos Aires, Imago Mundi, 124 páginas

ISBN: 978-950-793-408-7

Karina Gutiérrez *

El libro es una compilación del equipo de investigación liderado por los doctores Gutiérrez, M. y Lorenzi, G. en el marco del Proyecto de Desarrollo Estratégico de la Universidad de Buenos Aires. En esta ocasión presentan una serie de artículos relacionados con la salida de la crisis pos COVID 19 en correspondencia y en relación con el desarrollo de los territorios, eje central que trabaja este equipo de investigadores.

En el capítulo 1, se recuperan resultados y análisis sobre procesos de los últimos años. El Doctor Miguel Gutiérrez analiza “respecto de las dinámicas de generación de valor y capacidades en el ámbito cultural en el contexto de pandemia” (p. 1). Expone los cambios producidos en la economía y en las políticas gubernamentales para enfrentar las diversas crisis suscitadas en medio de un contexto de incertidumbre. El autor plantea que “El contexto mundial pos COVID invita a la reflexión sobre los modelos de desarrollo y sobre las estrategias de regulación en materia económica y social” (p. 5), dando cuenta de las transformaciones en los patrones de consumo de la sociedad actual. Asimismo, la necesidad de pensar en nuevas definiciones para enfrentar las desigualdades sociales y económicas del mundo, siendo imprescindibles las políticas públicas como parte del contexto de regulación territorial, para llegar a la construcción de procesos de cohesión social y acuerdo colectivos.

El capítulo cierra con los desafíos específicos de Argentina en este contexto.

Para el segundo capítulo, “El impacto de la educación de emergencia en la FCE-UBA. Reflexiones sobre la pospandemia.” la Doctora Gimena Lorenzi presenta su investigación en relación con los cambios ocasionados en el sistema de educación superior para enfrentar la crisis del COVID 19 y lo que se aprendió de cara a la pos pandemia. La autora trabaja sobre el concepto de educación de emergencia y destaca sus diferencias con la educación a distancia, en términos de objetivos y desafíos específicos. Dentro de la educación de emergencia se tomaron una serie de medidas que implicaron cambios en el proceso de enseñanza y aprendizaje solo por motivos de confinamiento.

La autora presenta una serie de encuestas realizadas a estudiantes, que re-

* Licenciada en Administración Hotelera, Licenciada en Gestión de Recursos Humanos y relaciones labores, Especialista en Diseño de la Enseñanza con Tecnologías. Se desempeña como docente e investigadora en la Universidad de Buenos Aires. Correo electrónico: kalegt@gmail.com

flejan narrativas tanto positivas como negativas con relación a las medidas adoptadas. Se hace evidente la importancia de las trayectorias educativas previas y de las acciones propedéuticas inclusivas, por parte de las instituciones educativas como fundamentales para el normal desarrollo de las actividades. Además, se destaca que la posibilidad de contar con dispositivos tecnológicos, conectividad y capacidades digitales fue un factor diferencial en el rendimiento de los estudiantes, lo cual cuestiona la idea de igualdad de oportunidades, al afirmar que “La igualdad de oportunidades arma una ficción y redundante en apoyar la idea de la responsabilidad individual, la interiorización de una dominación legítima, el aval de la violencia simbólica” (p. 36).

Mariano Anconetani y Victoria Villalobo, en el tercer capítulo, “La experiencia del CEGEPyN en los barrios vulnerables de CABA y su potencial para el establecimiento de procesos de desarrollo económico, cultural y social en clave de desafíos para las políticas públicas en el contexto de pospandemia (COVID-19)”. Analizan la experiencia realizada en el marco de UBA en acción. Para ello dan cuenta del contexto económico de la región y de las problemáticas relacionadas con el empleo y la inestabilidad económica, la informalización del trabajo y algunas de sus consecuencias.

Asimismo, se destaca el papel fundamental de la universidad como un actor clave en el desarrollo de los territorios, mediante sus acciones de extensión, y en particular del modelo de aprendizaje servicio. La experiencia da cuenta de los asesoramientos brindados por el cuerpo de voluntarios en los barrios.

El cuarto capítulo denominado “Una cultura para un país dependiente. El intercambio cultural entre China y Argentina”, cuyo autor es Sebastián Chiarini, aborda algunas de las cuestiones con relación a la expansión de China desde la perspectiva cultural, dando cuenta de las relaciones establecidas entre China y Argentina. En primer lugar, el autor contextualiza la situación, destacando que, al tratarse de un país foráneo, su análisis resulta de gran interés. Luego se ocupa de cómo fueron establecidas las relaciones entre ambos países a lo largo de la historia reciente y cómo la cultura ha sido tratada como política en la transferencia entre las naciones. El capítulo también se enfoca en los cambios y las modificaciones en el consumo cultural en Argentina, con relación a la pospandemia, y de cómo China exporta sus producciones culturales a la región.

En el penúltimo capítulo, Maximiliano Molina D’Orio, “La creatividad y la identidad cultural en procesos de generación de valor. Experiencias de la Zona Oeste del Gran Buenos Aires”. Se propone

... revisar la relevancia de la creatividad en la economía, las problemáticas de los emprendimientos culturales en la región, el valor generado por los mismos y las ventajas comparativas asociadas, el rol de la cultura frente a las problemáticas sociales, la identidad cultural territorial (p. 82).

Para abordar estos temas, describe las fuentes de financiamiento de los proyectos culturales, y las dificultades que enfrentan los emprendedores culturales en comparación con otros. Además, analiza los cambios en el consumo cultural local luego de la pandemia y las particularidades en relación con los territorios menos favorecidos. Por último, caracteriza algunos de los territorios de la zona oeste, identi-

ficando sus cualidades, sus desafíos y obstáculos, a fin de dar cuenta de la identidad cultural propia de la región.

El último capítulo, escrito por Mauro Sartori, denominado “Los desafíos de la extensión universitaria en pospandemia.” Describe cómo las actividades llevadas adelante en su gestión como funcionario, en la Secretaría de Extensión Universitaria de la FCE se modificaron luego de la crisis y el confinamiento debido al COVID 19. Y argumenta que “La mediación del capitalismo de plataformas ha contribuido a la desigualdad de los procesos sociales y económicos a nivel territorial” (p. 104). El autor presenta un recorrido de diversas actividades de la secretaría, así como los desafíos que debieron afrontar para realizarlas en el contexto de incertidumbre de la pandemia. Según el autor:

La relevancia de las actividades de extensión se corresponde con los objetivos de promover acciones de inclusión e integración de los procesos de construcción de conocimiento que se dan al interior de la Universidad al conjunto social. Los procesos de desarrollo de capacidades basadas en la construcción de valor simbólico, conforman parte central de las acciones de intervención llevadas adelante desde las políticas de extensión de la Universidad de Buenos Aires. (p. 113).

Policy Analysis in Argentina

Nelson Cardozo y Pablo Bulcourf (editores)

Policy Press, Bristol, 2023, 355 páginas.

ISBN: 978-144-736-490-0

Agustín Bruno*

A diez años de su inicio bajo la dirección de los profesores canadienses Iris Geva-May y Michael Howlett, la *International Library de Policy Analysis*, colección de la *Policy Press* del Reino Unido lanza su volumen número 20. Esta serie realiza un balance detallado de la teoría y la práctica de del análisis de políticas a distintos niveles de los gobiernos y por parte de agentes no gubernamentales en diferentes países del mundo, siguiendo un marco teórico común. Esta obra dedicada al análisis de políticas públicas en el extremo sur del continente americano explora el estado del arte del análisis de políticas públicas. Este libro, compilado por los profesores Nelson Cardozo y Pablo Bulcourf, quienes han venido desarrollando estudios disciplinares en ciencia política y la administración pública, intenta mostrar la diversidad temática, geográfica e institucional del campo de *Estado administración y políticas públicas* en la Argentina. Luego del volumen inicial de 2013 dedicado a Brasil, y los trabajos sobre México (2017) y Colombia (2020) se sigue el camino del estudio disciplinar de las políticas públicas como área en la región en el extremo austral de Sudamérica.

Argentina, un país de amplio territorio regido por un sistema federal, presenta notables disparidades en la distribución de su población, actividades y recursos. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, capital de la nación, junto con su área metropolitana, albergan aproximadamente 15 millones de personas (en una población total de 46 millones), convirtiéndose así en el punto neurálgico de la toma de decisiones y en un importante polo de universidades, instituciones de investigación y organizaciones del sector no lucrativo. Sin embargo, a lo largo del tiempo, han surgido otros centros relevantes, como las ciudades de Rosario, Córdoba y Mendoza. Esta diversidad se refleja claramente en la selección de autores y en sus afiliaciones institucionales, dimensión central en el análisis de políticas en Argentina. Además, otro aspecto destacado es la variada gama de enfoques teóricos y estrategias metodológicas que los autores han desarrollado a lo largo de sus trayectorias intelectuales, como se evidencia en cada uno de los capítulos de *Policy Analysis in Argentina*.

La pregunta central que intenta responder la obra es, ¿qué se produjo sobre políticas públicas en los distintos niveles de gobiernos, las universidades y la sociedad civil? ¿Qué marcos analíticos, problemas y agendas predominan en el análisis de políticas públicas argentino? ¿Qué rol han jugado los diferentes centros en el

* Estudiante de la licenciatura en Ciencia Política de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Correo electrónico: agustinbrunolopez@gmail.com

desarrollo disciplinar y qué características le han impreso a la sub-disciplina? Para responder estos interrogantes, se articulan 21 trabajos de más de 30 autores de los principales espacios de investigación y enseñanza en políticas públicas del país, haciendo puentes entre los referentes consagrados en el campo, autores en puntos intermedios de su carrera y jóvenes académicos, a la vez que se muestra la diversidad geográfica, de género y teórica en los trabajos presentados en el volumen.

El libro está articulado en cinco secciones: La primera “The theories, styles, and methods of policy analysis”, reúne cuatro trabajos que reflexionan sobre las creaciones conceptuales que existen en los estudios de políticas en nuestro país. La segunda sección “Policy analysis by governments”, incluye cinco capítulos que indagan cómo se produce conocimiento en los diferentes niveles de gobierno en la Argentina (nacional, provincial y local). El tercer apartado, “Internal policy advisory councils, consultants, and committees” recorre tres trabajos sobre la producción de saberes para el análisis de políticas en los diferentes comités y cuerpos de asesores del Estado. Las últimas dos secciones ponen el foco “afuera” del Estado y cómo se elaboran evidencias en la sociedad civil y la academia. “Parties, private research centers, and interest group-based policy analysis” condensa cuatro secciones sobre la elaboración de saberes dentro de las asociaciones del tercer sector; y finalmente “Academics, teaching and policy analysis in universities” recupera el *policy analysis* desarrollado por los académicos e investigadores de nuestro país.

Más allá de esta plantilla común a todos los libros existe una mirada particular de cada uno de los capítulos que es necesario rastrear para hacer una lectura más detenida del volumen. Un análisis más minucioso nos da la pista para ordenar los capítulos desde un criterio temático y metodológico. Un primer grupo de trabajos se focalizan en las teorías y trabajos producidos en el campo. Estos capítulos analizan los fundamentos, teorías e ideas en el análisis de políticas en Argentina. Aquí podemos ubicar a los aportes de García Delgado “Public policies in complex societies: Argentina, a case of a cyclical society” (capítulo 1) que recupera la producción sobre la relación entre Estado y Sociedad desarrollada en el área de Estado y Políticas Públicas de FLACSO; “The styles of policy analysis in Argentina: analytical frameworks in debate” the Mabel Thwaites Rey y Vanesa Ciolli indagan en los primeros trabajos sobre el ciclo de políticas públicas desarrollados hace más de cuarenta años en la Argentina; “Prospective policy analysis: its development and application” de Horacio Cao y Gustavo Blutman emplea el modelo prospectivo al análisis de políticas para el caso argentino. Luego, “Policy analysis in Argentine local governments: a growing, heterogeneous, and controversial field of study” de Rita Grandinetti (cap. 9) da cuenta del sub-área de estudios sobre desarrollo local a lo largo de las últimas décadas; mientras que “Academic policy analysis: the development of production in public administration and policy studies in Argentina (2001-2019)” de Exequiel Rodríguez y Anabela Rosconi (cap. 18) hace una evaluación de la producción en políticas públicas en los congresos nacionales de ciencia política y los encuentros argentinos de estudios de administración pública. Finalmente, el trabajo que cierra el libro es la reflexión del reconocido profesor Oscar Oszlak “Policy analysis at the universities: teaching comparative public administration with a Latin American perspective”, el cual hace un puente en la producción comparada sobre administraciones públicas y su transposición en los procesos enseñanza-aprendizaje.

El segundo grupo de trabajo incluye las revisiones de trayectorias institucionales y personales. Estas miradas tienen una perspectiva más narrativa y cronológica de los actores y organizaciones que desarrollaron el análisis de políticas públicas en la Argentina, recuperando su historia, particularidades, temáticas que abordaron y su relación con el contexto argentino. Aquí podemos ubicar el capítulo 3 “Policy analysis as a profession: the interaction between knowledge production and policy making” de Cristina Díaz, Silvio Crudo y María Del Mar Monti, quienes recuperan las biografías de referentes del campo, resaltando su obra y derrotero académico-profesional. Luego, “Policy analysis by the federal government: the contribution of the National Institute of Public Administration” (sección 6) de Juan Ignacio Doberti, Dante Sabatto y Melina J. Levy, realizan un recorrido organizacional del Instituto Nacional de la Administración Pública de Argentina, apartado que marca un gran paralelismo con el capítulo 11 “Government Administrators Corps in Argentina: a transformative initiative of internal consultants for public administration” narrado por Gerardo Izzo y Luz Piraino Martínez, centrado el cuerpo de Administradores Gubernamentales. Luego, se recuperan dos organizaciones de la sociedad civil como la Asociación Argentina de Estudios de la Administración Pública en el capítulo 14 “Policy analysis in professional organizations: the contribution of the Argentine Association of Public Administration Studies” Diego Pando (actual presidente de dicha asociación) en colaboración con Adrián Darmohraj, y el editor Pablo Bulcourf relata el derrotero del Centro de Estudios de Estado y Sociedad y sus aportes al análisis de políticas públicas en el capítulo 17. En este grupo de trabajos también podemos situar los capítulos 19 “Emergence and development of public policies training tracks in Argentine universities” de Natalia Galano y Guillermina Curti, y la vigésima sección “Postgraduate university training in public administration, management, and public policy in Argentina: structure and distribution in the period 1990–2017” del reconocido equipo integrado por Karina Montes, Gabriela Mansilla y Sergio L. Agoff. Estos dos capítulos hacen una evaluación de la enseñanza del análisis de políticas públicas en los ciclos de grado y posgrado, respectivamente.

El último grupo de trabajos se centran en la producción de conocimientos en espacios y procesos de diseño, elaboración e implementación de políticas públicas. Aquí podemos ubicar los estudios de Maximiliano Campos Ríos “Policy analysis in the bureaucracy: the production of knowledge for professional public management training” (cap. 7) y “Policy analysis at different levels of government: the managerial skills in leaders of policy networks in Argentina” (cap. 10) de Alejandro M. Estévez, ambos evaluando la función gerencial en la alta dirección pública y la cuestión de los saberes vinculados a la gestión pública. En este grupo de trabajo podemos situar los aportes de Natalia Staiano y Pablo Lozada Castro “The Argentine Congress as an environment for public policy formulation: an analysis of its technical áreas” (cap. 12), el cual estudia el rol del congreso y la producción de conocimiento en el proceso de políticas; y “Policy analysis by national government advisory councils: knowledge production and its role in policy design and implementation” de Nelson Cardozo y Paola Ferrari, que problematiza cuál es el rol de los consejos federal en torno a generación de saberes o la concertación federal de políticas públicas. Finalmente, Melina Guardamagna “Policy analysis by parties: political cadres formation and training for the public management in Argentina” (cap. 15) se hace la pregunta por la construcción y formación de cuadros políticos en una perspectiva histórica; mien-

tras que el exhaustivo trabajo de Gonzalo Diéguez y Demian González Chmielewski “Democratic governance and the role of think tanks in the public policy cycle in Argentina” enlaza la relación que ha tenido la democratización ocurrida en 1983 con el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil (y específicamente los “think thank”) en el proceso de elaboración de políticas públicas.

Cerrando esta breve reseña, es importante señalar algunos rasgos comunes que presentan los trabajos. En primer lugar, el impacto que ha tenido la democratización iniciada en 1983 (que ya lleva 40 años) en el desarrollo institucional en las universidades y las organizaciones del tercer sector del campo. Segundo, el vínculo entre las articulaciones entre Estado y sociedad que ha experimentado la Argentina con los temas, problemas y teorías que ha tomado el análisis de políticas en Argentina. Tercero, podemos mencionar la problemática y poco clara vinculación entre el conocimiento experto con el diseño de políticas en el país. Si bien existe una gran proliferación de centros de investigación, crecimiento de los saberes sobre las políticas y el surgimiento de académicos referentes en áreas temáticas, estos patrones coexisten con una baja institucionalización de la utilización de evidencia, discusión y asesorías en el proceso de políticas.

Como hemos señalado al comienzo de esta reseña, Pablo Bulcourf y Nelson Cardozo, editores de la obra han desarrollado un perfil muy especial desde comienzos del presente siglo, que articula los dos aspectos más relevantes de la colección en su conjunto. Por un lado, la investigación y enseñanza en el campo específico de la administración y las políticas públicas, siendo productores de gran parte de las publicaciones vinculadas a su historia y enseñanza. En segundo término y en sentido más amplio, han abordado la historia, desarrollo y enseñanza de la ciencia política y las relaciones internacionales tanto en la Argentina como en América Latina con un enfoque interdisciplinario que articula varias tradiciones como la sociología del conocimiento y la ciencia, la historia de la ciencia, la epistemología; junto a la propia reflexión que los cultores del campo han venido realizando durante los últimos años. Esto se expresa en el *Manifiesto de Popayán* que sistematiza la riqueza de este enfoque. El estudio introductorio realizado por los editores da cuenta de la riqueza conceptual y la originalidad que encontramos posteriormente en el resto de los trabajos.

La idea final para recuperar es que esta obra colectiva ha aceptado un desafío poco usual para el campo en la Argentina, que es realizar un estado del arte para presentar a la comunidad internacional de las políticas públicas en lengua inglesa. Esto muestra una nueva etapa del área, a cuarenta años de análisis de políticas públicas en democracia, muy en sintonía con las nuevas tendencias de internacionalización disciplinar que se han profundizado luego de la explosión de las redes colaborativas durante la pandemia del COVID-19. Sin embargo, esta obra no deja de estar hecha por académicos y expertos en y desde Argentina, mostrando la heterogeneidad, diversidad y particularidades del análisis de políticas públicas en el Sur Global.

Colaboraciones

Desafíos del Desarrollo es una revista científico-académica sobre el análisis de los territorios y las dinámicas institucionales desde el conjunto de las ciencias sociales y humanas. Se toman en cuenta enfoques históricos de los procesos político-económicos, estudios de las políticas públicas, de las capacidades institucionales y territoriales, de la administración pública y de los procesos que contribuyen al crecimiento y desarrollo de los territorios. Los trabajos con pedido de publicación deben remitirse a la Revista por correo electrónico a desafiosdeldesarrollo@uno.edu.ar. Deben ser trabajos originales e inéditos, es decir que no hayan sido publicados en otras revistas. Se podrán presentar reseñas y artículos en español y portugués e inglés. Preliminarmente, la dirección y la redacción de la Revista recibirán los trabajos, que se clasificarán acorde a la pertinencia temática y los requisitos formales; con posterioridad, se evaluarán por réferis anónimos en proceso de doble ciego. Este proceso puede durar entre uno y seis meses. Una vez finalizado, se le comunicará la decisión de publicación a los autores quienes, en caso de sugerencias o correcciones, tendrán que dar cuenta de estas. El envío de un artículo a la revista Desafíos del Desarrollo implica la cesión de la propiedad de los derechos de autor para que este pueda ser editado, reproducido o transmitido de manera pública para fines exclusivamente científicos, culturales o de difusión, sin fines de lucro. Para la presentación de los trabajos, deberán observarse los siguientes criterios:

Normas editoriales

Lista de comprobación para la preparación de envíos

Como parte del proceso de envío, los autores/as están obligados a comprobar que su envío cumpla todos los elementos que se muestran a continuación. No serán considerados los artículos que no cuenten con las normas editoriales solicitadas a continuación.

El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista.

- El archivo de envío está en formato OpenOffice o Microsoft Word.

- El texto tiene interlineado sencillo; 11 puntos de tamaño de fuente; se utiliza cursiva solo para expresiones en idioma extranjero; no se emplea la negrita ni subrayado; se utiliza la comilla para hacer énfasis en palabras o ideas, para distinguir conceptos o hacer citas textuales. Direcciones URL se encuentran debidamente citadas. Todas las ilustraciones, figuras y tablas se encuentran colocadas en los lugares del texto apropiados, con título y fuente correspondientes.

- El texto se adhiere a los requisitos estilísticos y bibliográficos resumidos a continuación.

- No se utilizan palabras en mayúsculas, salvo en la letra inicial si corresponde o para las siglas.

Formato estándar de los artículos

(requisitos estilísticos y bibliográficos)

- Se aceptarán artículos escritos en formato: *.doc, *.docx de extensión no mayor a 28 páginas estándar (1.800 signos por página), escritos en español, inglés o portugués.

- Los materiales propuestos deben contener los elementos siguientes:

- Papel: Tamaño A4 con márgenes izquierdo y derecho de 3 cm y superior e inferior de 2,5 cm.

- Tipo de letra: Arial; Tamaño: 11; Interlineado: Sencillo.

- Espaciado del texto: anterior de 0 puntos y posterior de 0 puntos; Sangría: 1cm margen izquierdo, primera línea. Alineación: Justificado.

- Título en idioma original: Tamaño 22, negrita, alineación centrada (sin punto final). El título, en inglés y español/portugués en caso del artículo en inglés; en español/portugués y en inglés, en caso del artículo en español/portugués,

- Título en inglés/español/portugués: Tamaño 14, sin negrita, alineación centrada

- Autor/a: Nombre completo, debajo de los títulos. Tamaño 14, sin negrita, en cursiva. Alineado a la derecha. Sin punto final. Espaciado sencillo.

- Afiliación institucional y breve CV de los autores: Como nota al pie, el autor/a indicará unas breves líneas biográficas: grado/cargo, pertenencia institucional con su abreviación correspondiente. Ciudad y país de la institución, correo electrónico, Identificador ORCID. (En caso de no contar con afiliación, debe indicarse como "investigador independiente"). Rogamos no omitir ningún ítem. Tamaño 10, justificado. Espaciado sencillo. Ejemplo: Licenciado/a en Economía. Universidad Nacional del Oeste (UNO), San Antonio de Padua, Buenos Aires, Argentina,

- Correo electrónico de los autores; este aparecerá a pie de página del artículo.

- Dos resúmenes, uno en inglés y español/portugués, en caso del artículo en inglés; en español/portugués e inglés, en caso del artículo en español/portugués.

- Las palabras clave (5-7 palabras, separadas por comas).

El uso de las itálicas se reservará para los títulos de las obras citadas, así como para los términos en idioma extranjero. Para resaltar algún concepto o idea, se usarán las comillas.

- Sistema de referencias: para las citas y referencias bibliográficas se usarán las normas APA. Las referencias bibliográficas deben ser citadas en el cuerpo del trabajo, entre paréntesis, con el/los apellido/s de/los autor/es, seguido del año de publicación, por ejemplo: (Bacon, 1959). En el caso de las citas textuales, después del año de publicación se indicarán las páginas citadas, por ejemplo: (Rojas, 1992: 5-6).

- Las referencias bibliográficas: solo las que se citarán en el texto, deben ser listadas al final de trabajo. En las referencias deben incluir todos los datos requeridos por las normas APA, por ejemplo: Monographs: Zea, L. (1978). Filosofía de la historia latinoamericana. México, FCE. Articles: Calvo Buezas, T. (1978). Hispanos en Estados Unidos y cultura. En: Las culturas hispánicas en los Estados Unidos de América. Madrid, Asociación Hispano Cultural Norteamericana, pp. 34-45.

- Internet: se cita similar a un artículo de revista: el autor y el título y denominación de la página de internet con el link exacto.

- Diagramas y tablas (solo en blanco y negro) deben presentarse en el formato gráfico compatible con MS Windows o en el formato *.jpg.

Pautas para la presentación de abstracts

- La extensión deberá ser entre 400 y 600 palabras, letra Arial, cuerpo 11, papel A4, interlineado sencillo (incluyendo 5 palabras claves).

- Presentación institucional del autor: Apellido y nombre del autor o los autores; dirección de correo electrónico e Institución a la que pertenece. Agregar una presentación curricular de no más de tres renglones.

- Los abstracts presentados serán evaluados por el Consejo Editorial, en cuanto a su pertinencia temática y contenido académico.

Pautas para la presentación de los trabajos

- Deben incluir el abstract con presentación institucional del autor.

- Tendrán una extensión entre 10.000 y 18.000 palabras, letra Arial, cuerpo 11, tamaño de papel A4, interlineado sencillo.

- Se enviarán por correo electrónico: desafiosdeldesarrollo@uno.edu.ar

Directrices para autores/as

1. Solo serán considerados para su publicación trabajos de investigación inéditos, artículos de opinión y reseñas sobre cuestiones dentro del Gran Área de Conocimiento de las Ciencias Sociales.

2. Se establece el límite de 1 (un) trabajo por autor/a, ya sea de manera individual o colectiva, por número de la Revista. Una vez publicado un artículo, el/la /les autores no podrá/n postular otro trabajo por dos publicaciones consecutivas.

3. Trabajos colectivos: se permite hasta un máximo de 2(dos) integrantes por paper.

4. Las presentaciones pueden ser enviadas en español, portugués e inglés. Declaración de privacidad Los nombres y las direcciones de correo electrónico introducidos en esta revista se usarán exclusivamente para los fines establecidos en ella y no se proporcionarán a terceros o para su uso con otros fines.

Revista virtual que pretende facilitar la difusión de conocimientos, producto de las investigaciones del ámbito universitario, pero también generar un espacio de publicación y debate sobre las problemáticas económicas, sociales y políticas que conciernen al desarrollo de las capacidades de los actores territoriales.

Desafíos del Desarrollo adopta un enfoque amplio que promueve la discusión y el intercambio entre profesionales y áreas de trabajo fomentando la diversidad y la inclusión.

ISSN 2796-9967

DDD



Editorial de la Universidad Nacional del Oeste