

2019-06-14

Notas sobre psicología económica y complejidad. La llegada de las AFJP

Selzer, Alberto E.

<http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/1030>

Descargado de RPsico, Repositorio de Psicología. Facultad de Psicología - Universidad Nacional de Mar del Plata. Inni

Notas sobre psicología económica y complejidad. La llegada de las AFJP

*Alberto E. Selzer**

Resumen

En el presente trabajo se ilustra como ejemplo y en la perspectiva de las categorías de George Katona, el proceso de transformación operado en el sistema previsional argentino con la llegada de las AFJP, respecto de la apreciación de los factores decisivos en psicología del consumidor, que permite inferir que, en los hechos, la realidad no se comportó según los cálculos y estimaciones previas. La Psicología Económica en tanto ciencia social aplicada se nutre de principios que tienen su vigencia, tributarios de los clásicos de la Psicología Social. Así sucede con K. Lewin y su énfasis por considerar la vida cotidiana como el origen de la estructura conceptual de las ciencias. Su ascendencia queda testimoniada en la posición innovadora de Katona, quien adopta su acepción de espacio vital, y un modelo de sujeto-ciudadano concebido desde lo relacional. La noción de expectativa, tan contraria a los enfoques mecanicistas ligados al linaje del homo economicus y sus modelos cuantitativos y fragmentarios de flujos de variables, así como una perspectiva que incluyera las categorías de la complejidad, pareciera no haberse tenido lo suficientemente en cuenta por todos aquellos involucrados en la planificación e implementación del nuevo sistema previsional.

Palabras clave: Ciencia Social Aplicada-Psicología Económica-Sistemas Complejos Adaptativos -AFJP.

Notes on economic psychology and complexity. The arrival of AFJP

Abstract

In the present work acquires knowledge like example and in the perspective of the categories of George Katona, the process of transformation operated in the Argentine previsional system with the arrival of the AFJP, respect to the appreciation of the decision-making factors in psychology of the consumer who allows to infer that in the facts the reality did not behave according to the calculations and previous estimations. Economic Psychology in as much applied social science is nourished of principles that have their use, tributary of the classic ones of Social Psychology. Thus K. Lewin happens and its emphasis to consider the daily life like the origin of the conceptual structure of sciences. Its ancestry is attested in the innovating position of Katona that adopts its meaning of vital space and a model of subject-citizen conceived from the relational thing. The quantitative and fragmentary notion of expectation, so opposite to the mechanist approaches related to lineage of homo economicus and its models of flows of variables, as well as a perspective that included the categories of the complexity sufficiently seemed not to have considered by all those involved in the planning and implementation of the new previsional system.

Key words: Social Science Apply-Psychology Economic- Adaptive Complex Systems -AFJP.

Introducción

El proceso de transformación operado en el sistema previsional argentino a partir de las actividades de las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJP), es un ejemplo para ilustrar, a través de sus vicisitudes, la importante función que puede cumplir la Psicología Económica, identificada a veces de manera sesgada con el marketing, la psicología del consumidor y los exclusivos intereses empresariales (Quintanilla, 1997). Sin embargo, desde su origen y consolidación en el tiempo, se ubica en una línea de convergencia de dos cuerpos teóricos diferenciados: la Economía y la Psicología. En ese sentido, es George Katona quien, con sus trabajos a partir de la segunda posguerra, marca su nacimiento como disciplina autónoma e imbuida de los cánones y requisitos metodológicos de la investigación científica. Con un enfoque abarcador y planteando la arbitrariedad de los límites habituales de cada una de las disciplinas, se pregunta:

¿Se ha trabajado tan poco con ambas disciplinas porque la investigación interdisciplinaria es por principio mucho más difícil que cualquier otra investigación? Con toda seguridad, la economía

psicológica debe hacer uso de los conocimientos que brindan tanto la economía como la psicología. (Katona, 1979, p. 7)

Coincide con el planteo de J. Piaget (1975, p. 280) en cuanto a que el verdadero alcance de las relaciones interdisciplinarias radica en someter las fronteras disciplinares a la discusión transversal en el sentido de una red para producir intercambios que en realidad son recombinaciones constructivas por hibridación. En esos dominios denominados "zonas de nadie", es donde se producen frecuentemente las innovaciones del saber, como ha sucedido no sólo con la Psicología Social sino también, entre otras, con la Etología, la Biología Molecular y la Psicolinguística. Tiene por ello un alcance mayor para investigar y comprender problemas sociales complejos derivados de las condiciones económicas y poder aspirar así a proporcionar modelos y procedimientos que incidan en un mayor bienestar. Desde una visión integral, aborda el comportamiento económico del hombre individual o colectivo, entendido como el conjunto de patrones conductuales que se manifiestan en ocasión de la administración onerosa del mundo exterior. Comprende así los aspectos vinculados con la producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servi-

* Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Mar del Plata. Acevedo 4864. (7600) Mar del Plata. Argentina. Teléfono: 0223- 479-0143 E-mail: eselzer@mdp.edu.ar

cios, y las decisiones económicas puestas en juego respecto del trabajo, el ahorro y las inversiones. (Descouvières, 1987)

Método

En el presente trabajo se realiza un estudio de caso con análisis de contenido desde fuentes secundarias en la perspectiva del modelo de G. Katona, (1963,1979) convergente con el enfoque de los sistemas complejos adaptativos (García, 1994, 2000, Gell-Mann,1998, Capra, 1998, 2003, Morin, 2003). Se plantea la situación del advenimiento de las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones al campo de la seguridad social argentina. Se utilizan como fuentes secundarias informes oficiales de la Superintendencia de Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (SAFJP), comunicaciones sectoriales de la Asociación de Empresas Privadas (ASAP) y datos e informes de coyuntura de la revista especializada Mercado.

Perspectiva conceptual

Como ciencia social aplicada, la Psicología Económica se nutre de principios fundantes que son tributarios en gran medida de los clásicos de la Psicología Social. Así sucede con K. Lewin, cuya ubicuidad deviene de su perspectiva no reduccionista y su énfasis por considerar las costumbres y la vida cotidiana como el origen de la estructura conceptual de la ciencias, noción que toma de uno de sus mentores, E. Cassirer. Considera Lewin que la realidad social no existe dividida en partes fragmentadas y, por lo tanto, plantea una jurisdicción disciplinar de los problemas y no de objetos, pues en definitiva se trata del mismo hombre en situación. De ahí su heterodoxia y pragmatismo al abordar problemas prácticos. Su influencia junto a la de M. Wertheimer queda testimoniada en los planteos innovadores de Katona, quien adopta la acepción de espacio vital como campo dinámico compuesto por un conjunto de fuerzas en continua tensión e interdependencia, y un modelo de sujeto comprometido con el medio. Esa visión gestáltica se amalgama con los postulados de la teoría general de los sistemas de L.V: Bertalanffy, en el sentido de concebir totalidades abiertas, y en movimiento libre frente al atomismo estático y determinista de la física y la termodinámica clásicas, que dieron origen a las categorías de la economía como ciencia. Dice uno de sus discípulos:

El antiguo modelo económico de compra y consumo engranado al nivel de ingresos representa un sistema cerrado. El enfoque de Katona es revolucionario en su concepción de la sociedad consumidora de masas como un sistema abierto dinámico. El modelo tradicional resulta estático en su conceptualización de los factores de la inversión, producción y consumo. Supone un tipo constante de relación: cuanto más elevado es el ingreso, mayor el consumo, o más consumo menor inversión en capital productivo. La tesis de Katona no sólo muestra lo inadecuado de estas distinciones sino que también apunta a un proceso de cambio a medida que el sistema se desarrolla. (Katz, 1979, p. 79)

Es decir que, con sus estudios, inaugura el campo de lo que hoy conocemos como poder del

consumidor y las organizaciones de su defensa, al no considerarlos receptores pasivos fuera del sistema, sino como parte activa de éste y donde su poder de decisión en las actividades económicas influye en los aspectos de la producción y el consumo. Katona aleja así sus esquemas de referencia y categorías conceptuales tanto del subjetivismo idealista y metafísico del vitalismo como del materialismo fiscalista ligado a la raigambre de la economía clásica, fundada por A. Smith. En efecto, esta última -y quizás como hilo de Ariadna indeleble común a algunos sectores neoclásicos y del neoliberalismo- es regida por la ley según la cual el hombre económico se comporta como ser racional, buscando el mínimo esfuerzo y el máximo beneficio y riqueza personal, que es al mismo tiempo el sumo del bien común.

La creencia de que la naturaleza humana posee ciertas propiedades fijas e inmutables que determinan su conducta social y económica, y el concepto de homo economicus como supuesto convertido en axioma que, por lo tanto, no necesita ser justificado, serán el fundamento de las primeras teorías sobre la conducta económica, vigente hasta bien entrado el siglo XX. Sin embargo, la validez de las hipótesis de ese reduccionismo psicológico comenzó a ponerse en duda desde fines del siglo XIX, así como la utilidad conceptual de los modelos lógico matemáticos de causalidad lineal para explicar y prever la conducta económica. Katona confronta con ellos y su persistente uso al incluir variables relacionales y grupales, y no aceptar el postulado individualista del cálculo de beneficios como único motivo.

En consecuencia, se produce el abandono progresivo del método apriorístico que establece condiciones ideales por un método de la psicología empírica que contempla las experiencias pasadas, los hábitos y costumbres, de manera que el interrogante sobre cómo deben comportarse los seres humanos para obtener el máximo beneficio con mínimo esfuerzo, debiera ser reemplazado por el de qué tipos de conducta aparecen, cuáles decisiones se toman, y por qué en diversas condiciones y por distintas personas.

Hasta mediados del siglo veinte, las ideas de J. Keynes tuvieron fuerte influencia al considerarse que el nivel de gastos del consumidor era un factor dependiente de la actividad económica de los hombre de negocios y las políticas del gobierno, y el aumento del consumo resultaba del incremento del nivel de ingresos; todo ello, regulado por la "mano invisible" del mercado y sus leyes económicas de la oferta y la demanda.

Katona discute y cuestiona esta perspectiva al dar un vuelco al modelo económico cuantitativo y abstracto de flujos de variables, cuando incorpora los recursos psicológicos como factores intervinientes, y demuestra que hay variantes diversas en las conductas económicas, ya que algunos consumidores gastan más de lo que ganan, otros optan por el ahorro, etc., puesto que la percepción subjetiva que se tenga de las condiciones económicas será determinante de la acción. Por lo tanto, los motivos, intenciones, aspiraciones, y valores se elevan a la categoría de esquemas mediadores entre los estímulos y las respuestas. Introduce así la noción de *expectativa* como la probabilidad subjetiva de éxito de alcanzar las metas propias, que vincula las actitudes, la experiencia y los sentimientos para explicar la conducta económica, neutralizando una visión simplista, pasiva y mecanicista. La fortaleza de la tendencia a actuar de determinada

manera, dependerá de la fortaleza de la expectativa de que dicho acto esté seguido por una consecuencia o meta dada, y también del valor que esa meta representa para el individuo. Supone que el comportamiento del consumidor parte de un propósito y evalúa la compra en función de cuán deseables son las consecuencias resultantes de la misma.

Esta noción de expectativa no figura en los supuestos de quienes sostienen el modelo de competencia perfecta, que no pretende explicar la forma en que operan los diferentes mercados, sino que utiliza una serie de supuestos para simplificar el esquema de análisis de la realidad, y demostrar que una gran cantidad de agentes económicos, tomando decisiones en forma descentralizada, llegan a un equilibrio entre oferta y demanda. Quizás esta noción, que caracteriza a Katona, que hará que no baste llamarle psicólogo “ni economista, ni psicólogo social. Llamémoslo sólo Señor Macro-Micro” (Newcomb, 1979, p. 122), no se haya tenido lo suficientemente en cuenta por todos los involucrados en la planificación e implementación del nuevo sistema previsional inaugurado en la Argentina a partir del surgimiento de las AFJP, y que vincula los procesos macroeconómicos con el análisis de los factores psicológicos de las conductas económicas.

Es un hecho incontrovertible concebir que el hombre se distingue del animal a partir del momento en que deja de ser un mero individuo recolector y se asocia colectivamente para producir sus medios de vida. Como planteaba C. Marx, ese modo de producción comienza

a configurarse como matriz de todas las actividades e interconexiones, constituyéndose en un modo de vida. En ese movimiento de transformación de la naturaleza, el hombre se transforma a sí mismo, y el trabajo se constituye en el factor que habrá de mediatizar las relaciones sociales para garantizar la supervivencia y alcanzar el bienestar. Fuente también de alienación y condicionamiento por la tensión con el régimen de apropiación vigente, convirtiéndose en expresión de la vida humana y en el común denominador, entonces, entre Psicología y Economía.

En ese sentido, las decisiones económicas no suponen sólo una racionalidad instrumental reducida a la eficacia de los medios en la consecución de ciertas metas, sino que también abarcan y contemplan valores y fines sensibles en sí mismos como aspectos irracionales o, si se quiere, subjetivos. Por lo tanto, esas decisiones tienen lugar en campos de relevancia que G. Bateson denomina pautas que conectan las historias, instituidos en los sistemas de creencias y modos de sentir y actuar en un determinado contexto social e histórico, que es el que signa todos los hechos económicos y les da significado, sea la oferta y la demanda, las modas, los precios, la cultura laboral y las innovaciones tecnológicas.

La jubilación forma parte de este conjunto, y por lo tanto no escapa a sus invariantes estructurales. Concebida como punto final en el devenir del trabajo, sintetiza las ideas de ahorro y seguridad en un momento de transición y crisis por la propia declinación vital de la vejez.

Modelo de Katona. Paradigma: Estímulo - Organismo - Respuesta

Estímulo Económico Exógeno	Variables Psicológicas Intervinientes de la Situación y del Contexto	Respuestas Conductuales
Condiciones objetivas existentes, acontecimientos en las noticias, experiencia personal, información.	<p><i>Actitudes previas:</i> Experiencias pasadas en determinadas circunstancias. Contexto percibido, serie existente de actitudes, expectativas, hábitos, motivos, creencias y papeles que desempeñan los consumidores.</p> <p><i>Actitudes modificadas:</i> serie de actitudes, expectativas tal como han cambiado por el efecto y las condiciones económicas del estímulo percibido. Retroalimentación E- R</p> <p><i>Ambiente y su percepción:</i> situación económica del individuo, sus condiciones de intercambio en el mercado.</p>	Manifiestas de compra venta, gastos, ahorro e inversión, compromisos de deuda. Cambios implicados en ellas. Utilización de bienes y servicios.

Katona considera al cambio de la conducta como resultado de la interacción recíproca entre un estímulo exógeno que es un cambio en el entorno y la respuesta conductual. Esa relación se ve influenciada y modificada por variables intervinientes de la situación y del contexto. Denomina ambiente percibido a la percepción de los aspectos particulares dentro de los cuales ocurre el estímulo, y puede explicarse aplicando la teoría psicológica del aprendizaje y la de la información, ya que la percepción depende de la experiencia previa (Katona reconoce entre sus mentores a J. Bruner y H. Simon). El ambiente se refiere a los atributos únicos de la persona que se enfrenta al estímulo, a su actitud actual que depende en parte de su papel y función, y aquí puede aplicarse la teoría de la Gestalt.

El aporte de Katona ha consistido en explicar el cambio agregado a corto plazo en las actitudes, a partir

de recoger información de aspectos subjetivos -que influyen en las fluctuaciones económicas- conforme a dos categorías: por un lado, como preferencias o valores (gustos y aspiraciones de lo que la gente quiere), y por otro, percepciones y expectativas (en qué medida creen que podrán alcanzar sus metas), con la idea de registrar y catalogar regularmente las respuestas verbales a preguntas concretas sobre los qué y por qué de las elecciones y decisiones. Pero la idea de “medición” no se basa en los supuestos de la *reificación* en entes cosificados propios del determinismo, sino en convertir los factores emocionales en evidencia empírica cualitativa que brinda datos por adelantado para comparar y predecir tendencias de cambios en las conductas económicas (gasto, ahorro, inversión), antes de que se manifiesten en las estadísticas. Por ejemplo, la recesión de 1970 en EEUU pudo ser evaluada previamente, al detectarse una

disminución de las actitudes del consumidor en 1969, así como el registro del deterioro en la predisposición de la demanda permitió vaticinar en 1970 el aumento del desempleo.

El cambio a corto plazo depende de la información y las experiencias tanto por procesos de grupo como cuestiones particulares y únicas. Así, buenas noticias generan confianza y ayudan a gastar y participar de procesos económicos. La incertidumbre induce a controlar el gasto y hacerse de activos líquidos. Noticias desfavorables sobre guerras, inflación, tasas de interés o huelgas pueden generar temor y actitudes desfavorables. Esas preferencias individuales sobre las que se basan las tendencias se mantienen y no cambian abruptamente, porque se desarrollan por cambios en el entorno y en las oportunidades de la situación, así como por predisposiciones psicológicas.

Sus principios pueden resumirse en los siguientes aspectos básicos:

- 1.- Consideración de la psicología como disciplina empírica y, por lo tanto, la investigación se guía por hipótesis obtenidas por observación controlada. Su objeto es identificar y separar factores prevaletentes en muchas situaciones, para el posterior estudio de sus interrelaciones. Los datos obtenidos mediante métodos rigurosos constituyen evidencia empírica y no juicios de valor especulativos.
- 2.- La economía no es la consideración del crecimiento como resultado de magnitudes estadísticas que operan anónimamente como si existieran conductas de dinero, conductas de precios, etc., independientes de la conducta humana de un sujeto en situación.
- 3.- Esas conductas no son repetitivas, sino plásticas y susceptibles de maduración y aprendizaje, bajo la influencia de experiencias y acciones previas; por lo tanto, es central la noción de 'cambio de conducta'. En términos de roles y funciones sociales se dan variaciones de acuerdo con el grupo de pertenencia.
- 4.- Relación indisoluble macro-micro nivel en el análisis económico. Estableció el enlace entre los individuos y el sistema. Las variables macroeconómicas aportan datos estadísticos que se igualan, por ej. montos ahorrados equivalentes a invertidos, pero individualmente la igualdad no se mantiene. La microeconomía aporta datos sobre distribución del ingreso y consumo individual, familiar o empresarial, que pueden vincularse con variables psicológicas para elucidar qué y por qué de motivos y decisiones.
- 5.- Utiliza la encuesta por sondeo controlada como instrumento, en muestras bien delimitadas para el estudio de la conducta social (survey), preguntando por la experiencia concreta.

Perspectiva histórica. El sistema previsional argentino

El régimen de jubilaciones y pensiones se desarrolló desde 1904 a través de fondos sectoriales que abarcaron en una primera etapa a los trabajadores públicos y luego, desde 1920, se hizo extensivo a diversos sectores privados. En esas décadas, el Estado argentino generó un modelo de previsión social con cajas que funcionaban en forma independiente, estableciendo distintos niveles de aportes, contribuciones y beneficios, para brindar cobertura a una clase obrera combativa y politizada, en un intento de ampliar las bases de apoyo

político y reducir el conflicto social. En su devenir se convirtió en un sistema altamente generador de insatisfacciones y descrédito (Isuani, 1994). Hacia 1950 la cobertura se generalizó, iniciándose una tendencia hacia la igualación de los niveles de aportes y beneficios, y requisitos de las prestaciones.

Políticas públicas desacertadas causaron la profundización de la crisis, mayor evasión y una tendencia declinante del régimen previsional. Distintos gobiernos perpetuaron un modelo que en la práctica no hizo más que distribuir escasos recursos para cubrir necesidades básicas. Hasta mediados de la década del sesenta, el sistema se basaba en la capitalización de aportes, pero evidenciaba desequilibrios financieros en sus flujos, generados por causas demográficas, institucionales y socioeconómicas que llevaban al tesoro nacional a cubrir las brechas. En 1968, el sistema quebrado de capitalización fue reemplazado por uno de reparto. Sin embargo, el sistema previsional se fue deteriorando, hasta que en 1980 se hallaba en virtual situación de colapso, pues el valor del beneficio era inferior al valor capitalizado de los aportes, la inequidad producía elevados litigios, y la falta de fiscalización y controles generaba fraudes en los beneficios y prestaciones, menguando la confiabilidad del sistema (Urbiztondo et al., 1998).

El discurso privatista de la época y la imposibilidad de financiarse con aportes propios, fue preparando el clima social que llevó a generar propuestas de reforma. En el año 1992, el gobierno coloca en primer plano al tema jubilatorio, acelerando los tiempos en un contexto de movilización social de las organizaciones de jubilados y creciente pugna entre los involucrados, que culmina en 1993 con la sanción de la ley 24.241, que estableció un nuevo sistema previsional. Sobre la base de tres valores centrales, como son equidad, solidaridad y racionalidad, se constituye el denominado Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones (SIJP), para cubrir a la población frente a los riesgos de la vejez, la invalidez y la muerte. Entra en plena vigencia a partir del 15 de julio de 1994.

El SIJP se compone de un régimen de reparto basado en el esquema de solidaridad intergeneracional, y administrado por el Estado a través de la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSeS), y un régimen de capitalización individual dividido en dos esquemas, uno obligatorio y otro voluntario, gestionado por Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJP), supervisadas por un nuevo organismo dependiente del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, denominado Superintendencia de AFJP (SAFJP).

Situación y Contexto

Todo proceso de cambio afecta intereses de personas y organizaciones, y en consecuencia genera actitudes que pueden oscilar entre la aceptación incondicional de las transformaciones y su rechazo absoluto. El estado de situación en febrero de 1994 indicaba que no menos de 5 millones de personas se enfrentarían a la alternativa de decidir por la jubilación privada o estatal. Estudios marcaban que más del 80% se inclinarían por el sistema privado, quedando como una masa cautiva de las AFJP. No obstante las proyecciones más entusiastas, el número de adherentes resultó menor al esperado, por

la gran cantidad de indecisos, y se llegó a 3 millones y medio de personas a fines de 1994. (Fuente: Revista Mercado N° 918, mayo 1994)

La etapa inicial de lanzamiento reunió a un conjunto de 20.000 promotores de ventas de 24 administradoras, con alrededor de 600 sucursales. Al final del primer año, los vendedores se habían reducido a un poco menos de 12.000. Abultados presupuestos publicitarios que rondaron los \$116 millones entre junio y diciembre de 1994, y todas las técnicas de marketing directo y campañas de publicidad se pusieron al servicio de disputarse, en el breve plazo fijado por ley de dos meses, el mercado de la jubilación privada (Fuente: Revista Mercado N° 927, febrero 1995).

La magnitud de los guarismos en juego, y las controversias del debate político que precedieron a la puesta en movimiento del nuevo sistema, facilitaron enormes expectativas de los operadores económicos respecto del negocio en ciernes. Un enfoque realista y menos ambicioso tendría que haber exhibido una perspectiva más modesta para la primera etapa. En efecto, las administradoras debieron asumir el riesgo de que, si la campaña de captación de afiliados no resultaba exitosa, la operación podría generar grandes pérdidas, considerando la fuerte inversión inicial en organización y publicidad, sin subsidio estatal.

En términos de comercialización, la cuestión competitiva entre empresas implicaba, al menos: Desplegar todo el potencial de captación de clientes consumidores.

Ofrecer una imagen confiable y de solidez patrimonial con eficiencia y capacidad operativa.

Generar la necesidad del nuevo producto con el cuidado de no ofrecer algo mejor porque eso era y es prácticamente imposible.

Producir una especialización orientada por nichos de mercado en razón de la obligación de ofrecer los mismos precios.

Las normas emitidas por la autoridad reguladora prohibían a las administradoras, antes del lanzamiento oficial, cualquier comunicación que pudiera interpretarse como actividad publicitaria de una empresa todavía no autorizada, incluida la búsqueda de personal. En ese sentido, el hermetismo fue total. La batalla promocional para alcanzar un buen posicionamiento se fue intensificando progresivamente.

Las campañas se orientaron a demostrar antecedentes e idoneidad de los socios de la empresa (fundamentalmente bancos y aseguradoras) y la capacidad para administrar y afrontar riesgos que no afectarían la cobertura de rentabilidad y la liquidez de los pagos. Luego, a evidenciar el soporte de la comunidad financiera en caso de dificultades, no obstante contar el sistema con una red de garantía y seguridad de las inversiones ante una eventual quiebra, pues los fondos acumulados pasarían a otra empresa.

La cuestión radicaba en el grado de confianza que se lograra inspirar en la comunidad respecto a maniobras especulativas que pusieran en peligro los aportes. En ese sentido, y para diluir temores, el gobierno mediante el decreto 816/94 dispuso que hasta junio de 1996, quienes adoptaren la jubilación privada podrían volver al régimen de reparto. Además, se puso en marcha una campaña de difusión acerca de las bondades del sistema y, en rigor de verdad, la posibilidad de fraude

del nuevo escenario era remota, tanto por las severas normas como por los poderes otorgados al organismo de superintendencia que, sobre la base de dar informaciones claras y precisas sobre el funcionamiento, se esperaba operara rigurosamente en el control y regulación del sistema. Pese a las vicisitudes técnicas y políticas y a los avatares económicos, es posible afirmar que, de todos los procesos de privatización efectuados en el país, el de la seguridad social resultó ser uno de los más genuinos (Fuente: Revista Mercado N° 927, febrero 1995). El contexto social estuvo delimitado sobre tres pilares:

Dimensión del negocio

Perentoriedad de los plazos

Novedad y multiplicidad del sistema.

Un fenómeno notable desde la perspectiva de los responsables de planificar, promover y ejecutar el proceso de mercadeo lo constituyó la escasa claridad y confusión de los pronósticos acerca de las intenciones de los afiliados. Resulta sorprendente que en una época en que las técnicas muy refinadas de medición permiten vaticinar, con creciente precisión, el destino electoral de un candidato o el éxito en el lanzamiento de un nuevo jabón, las predicciones sobre la dirección del nuevo régimen previsional recorrieran una extensa y variada gama de posibilidades.

Quizás sea certero y aplicable a nuestra realidad el juicio de D. Katz cuando plantea que “una razón de por qué la investigación de mercados ha hecho tan poco por explorar las necesidades, los deseos y valores de la gente, ha sido la confianza en el poder de la corporación para imponer su voluntad sobre el público desorganizado”. (Katz, 1979, p. 76)

El desafío consistía en imponer el cambio en las actitudes y creencias de los consumidores, promoviendo un producto que el mercado no esperaba con avidez, por estar relacionado con el mundo de la vejez y la declinación, y encontrarse muy lejana la posibilidad de probar sus méritos. En consecuencia, era primordial el afianzamiento de la imagen corporativa de las organizaciones que neutralizara la sensación de incertidumbre. El medio convincente y adecuado sería la persuasión (Strumpel, 1979) que pone en juego dos tipos de procesos cognitivos:

- persuasión centrada en la atención del consumidor sobre el mensaje, a fin de que luego de interpretarlo, se haga una composición de los atributos del bien o servicio ofrecido, integrando esos significados para configurar sus intenciones respecto a la marca.

- persuasión no centrada en el mensaje que ofrece el aviso sino en estímulos sustitutos, por ejemplo, personajes de renombre o música de moda. Esos estímulos pueden cambiar sustancialmente las actitudes frente al producto.

Las estrategias de captación a desplegarse en el nuevo negocio constituyeron un secreto hasta su lanzamiento. No obstante, era obvio que habrían de incluirse a todos los medios en la pauta publicitaria y evitar un riesgo común: el fantasma de la saturación, consecuencia de un bombardeo de mensajes, folletos y charlas explicativas. En efecto, la imperiosa necesidad de posicionar una marca, explicar las bondades del sistema y vender un producto en un plazo breve llevaba inexorablemente a la multiplicación y superposición de comunicaciones.

Se tenía la certeza de que, dado el producto, ninguna pieza publicitaria podía reemplazar la tarea de

esclarecimiento a desplegar por los vendedores. Ahora bien, a pesar del extraordinario despliegue y esfuerzo en inversión, no se consiguió adherir la cantidad de personas que los cálculos iniciales hicieron prever: ¡El escenario de los hechos no funcionó tal como estaba previsto!

En efecto, después de dos meses, no se superaban las doscientas mil fichas de afiliación, cifra muy alejada a las estimaciones anteriores al lanzamiento.

Como consecuencia de la confusión y el desconcierto que impuso la realidad, se revisaron plazos, procedimientos y estrategias en los ambientes del sector de promoción, girando la polémica sobre la función, el contenido de las campañas y los medios para difundirlas. Del análisis fue surgiendo la idea de adecuar la publicidad convencional, imponiéndose conceptos como los de marketing multifunción o integrado para unificar las comunicaciones, y diseñado para asegurar que todos los contactos del servicio, marca o producto que recibe el cliente efectivo o potencial, sean relevantes y consistentes en el tiempo. Alejados de las expectativas iniciales, los primeros efectos llevaron a reordenamientos internos en las AFJP, a fin de adecuarse a logros tangibles, ya que el foco de atención de la primera etapa se desplazó de la captación de adherentes a su retención, y luego a la continuidad de los aportes. Aparece un nuevo desafío con la rotación de afiliados entre entidades. (Fuente: Revista Mercado N° 974, enero 1999)

Previo a realizar una aproximación descriptiva a las variables del SIJP, en el apartado siguiente se plantean algunas consideraciones sobre la complejidad con vista a la intelección de los hechos.

Nota sobre complejidad

Desde una perspectiva interdisciplinaria de abordaje e investigación de problemas complejos (García, 1994, 2000), el análisis no se centra en las disciplinas, sino en las interconexiones que tienen lugar entre los fenómenos y procesos del objeto-modelo de estudio, que configuran una unidad integrada denominada sistema complejo. Éste se define como una representación de un recorte de la realidad analizable como totalidad organizada, y cuyos componentes se determinan e interactúan como subsistemas (a su vez complejos) de una red de relaciones. La complejidad, que significa lo que está tejido junto y tiene varios pliegues, se auto-eco-organiza (Morin, 2003) y por lo tanto las propiedades del sistema no resultan del agregado de las cualidades de sus elementos aislados y heterogéneos, sino por la recíproca dependencia de las funciones que cumplen dentro del sistema total. La evolución responde entonces a una dinámica propia que no es la de sus componentes y, en consecuencia, rige el principio básico de que toda alteración en un sector se propaga de diversas maneras a través de la red que caracteriza la estructura del sistema. Esta descripción se ajusta a los sistemas vivientes y ecológicos, las sociedades y las culturas –incluido obviamente el caso de los sistemas integrados de jubilaciones– que responden a lo que podríamos llamar metáfora del mundo con historia y evolución. Su trama vital (Capra, 2003) puede caracterizarse por ciertos principios generales de organización y evolución:

- 1.- Patrón de vida que opera en red como auto-organización: auto-regulación y auto-reproducción.
- 2.- Sistema dinámico cerrado en sus ciclos internos y

abierto a las fluctuaciones del entorno en términos de intercambio de materia, energía e información.

- 3.- Proceso vital como cognición en sentido amplio: aspectos sensoriales y percepción, recepción, registro y proceso de diferencias (información). El nivel de integración humano incluye, además, lenguaje y pensamiento conceptual, así como producción simbólica relativa a las vicisitudes del deseo y la subjetividad.
- 4.- Ordenamiento estratificado por jerarquías o niveles de integración. Constitutivo en orden ascendente y regulativo en orden descendente.
- 5.- Causalidad recíproca o por bucles recursivos de retroalimentación.
- 6.- Evolución por reorganizaciones sucesivas.
- 7.- Condiciones de continuidad funcional del sistema como un todo relacional organizado y discontinuidad de las estructuras como partes.

En resumen, para una ontología de la complejidad, la realidad es un proceso evolutivo y constructivo en el que los entes se reúnen y ordenan, constituyendo un universo estratigráfico cuyos diferentes niveles exhiben, en las zonas de transición o interfaces jerárquicas, mecanismos de regulación y ligaduras funcionales que, para operar, no tienen más recurso que representarse la totalidad en la que operan. De ahí que los significados y valores constituyen esquemas mediadores (Samaja, 2003).

Katona, con su enfoque, se inscribe en una línea convergente con estas categorías conceptuales, cuando plantea su esquema básico para los estudios psicológicos y afirma:

Los motivos, las actitudes y los esquemas de referencia influyen en la organización de las percepciones del medio ambiente, como así también sobre las reacciones al mismo. La actividad humana significa respuesta dentro de un determinado campo, y no una reacción mecánica o automática frente al estímulo. La letra O en el esquema E-O-R significa no sólo organismo, sino también organización.

Y más adelante agrega:

La organización de las percepciones, como la organización de la conducta, resulta de la unificación. Todos los ítem y partes están influidos por la totalidad a la cual pertenecen y ese total es diferente de la suma de las partes. El cambio en un ítem o una parte puede afectar o no la totalidad o los otros ítem o partes, según el rol y la función de la parte dentro del contexto total. Una organización tiene una estructura que a menudo es un foco o característica central con una o muchas partes periféricas. (Katona, 1979, pp. 34-35)

Como expresa uno de los fundadores del Instituto de Santa Fe (Nuevo México), centro de avanzada en el estudio de sistemas complejos y escenarios evolutivos a largo plazo:

Una gran parte de la economía teórica de las últimas décadas se ha caracterizado por una preocupación por una especie de equilibrio ideal basado en mercados perfectos, información perfecta y agentes perfectamente racionales, a pesar de los esfuerzos de algunos de los mejores economistas para incorporar imperfecciones en estas tres categorías dentro de la síntesis neoclási-

ca posterior a la segunda guerra mundial. (Gell-Mann, 1998, p. 339)

En efecto, a partir de los estudios de Katona, entre otros, comienza a producirse una innovación matemática (favorecida luego por el uso de potentes computadoras), ya que las actividades económicas no sólo involucran cuestiones formalizables en modelos cuantitativos y lineales según los principios de un mercado competitivo de “gravitación newtoniana ideal” de oferta y demanda (Capra, 1978), sino que existe una naturaleza cualitativa y diferenciada de los problemas, vinculada a las complejas condiciones jurídico-políticas, sociales y ambientales que influyen decididamente en las conductas económicas, y que hoy se manifiestan en el poder de los formadores de precios, en el capital concentrado multinacional que controla la demanda e influye en las decisiones de los gobiernos, etc.; y que requieren nuevos modelos matemáticos, denominados sistemas dinámicos no lineales o de la complejidad.

En el proceso que involucra al sistema previsional argentino, pueden esgrimirse diversas hipótesis por los desajustes, pero el común denominador pareciera ser la presencia del persistente modelo “de la mano invisible” de la teoría neoclásica, que se resiste a la incorporación de factores objetivos considerándolos como intangibles. Dice Gell-Mann:

La aparentemente insensible práctica de ignorar lo que es difícil de cuantificar suele atribuirse a una falta de valores. Pero en realidad es todo lo contrario, pues, representa la imposición sobre cualquier análisis de un rígido sistema de valores que favorece aquellos que son fácilmente cuantificables sobre otros que son más delicados, pero que en cambio, quizás sean más importantes. Las decisiones basadas en esta manera de pensar empobrecen nuestras vidas. (Gell-Mann, 1998, p. 342)

Los nuevos abordajes simulados estudian las economías como sistemas complejos adaptativos económicos considerando a los agentes dotados de racionalidad limitada por precisamente la incorporación de variables subjetivas, información deficiente y actuando al azar. Estos modelos matemáticos admiten fluctuaciones evolutivas y discontinuidades (catástrofes de R. Thom), bifurcaciones (I. Prigogine) y estimaciones del desorden (caos de E. Lorenz) respecto a las predicciones y por ello resultan más acordes con el movimiento real de las variables en los mercados.

Sistema de matrices

La siguiente es una aproximación al planteo, a título descriptivo, de los subsistemas componentes del SIJP considerado como sistema complejo, y a algunas de sus variables relevantes, que configuran un sistema de matrices útil para entender las fluctuaciones y cambios recursivos de funcionamiento, así como para obtener datos e indicadores sobre el cuadro de situación de la época, que permitan profundizar su investigación. Se entiende que la clasificación es convencional y, lejos de ser exhaustiva, no agota la descripción.

Del sector estatal

Existencia/inexistencia de información adecuada y

oportuna sobre las características del SIJP y sus componentes.

Eficiencia/ineficiencia en la acción para difundir los beneficios del nuevo sistema como factor de aumento, consolidación y garantía del ahorro personal, y del hecho de que cada afiliado es el único dueño de los aportes de su cuenta de capitalización.

Calidad/cantidad de la información descriptiva y desagregada de los diversos tipos de ahorro: obligatorio / voluntario; público / privado; externo / nacional.

Rapidez/lentitud para crear nuevas normas y /o flexibilizar las existentes para optimizar el funcionamiento del sistema.

Ajuste/desajuste en las proyecciones sobre la evolución temporal de indicadores de los regímenes de reparto y capitalización: afiliados y aportantes, proporciones de participación, volúmenes del negocio en general.

Presencia/ausencia de información sobre los riesgos y beneficios eventuales del nuevo sistema: impacto en el crecimiento económico, en la inversión de capital y la producción.

Presencia/ausencia de planificación y evaluación estratégica de los factores jurídico políticos y técnicos en oportunidad del lanzamiento.

Presencia/ausencia de un cronograma adecuado de plazos de promoción, afiliación y traspasos atento la magnitud del cambio propuesto y el respeto de los tiempos sociales reales.

Flexibilidad/rigidez en las normas sobre inversiones.

Celeridad/demora en la implementación y regulación de un mercado de capitales autorizado y con el monitoreo de calificadoras de riesgo.

Abundancia/escasez de herramientas de una cartera diversificada de inversiones de los aportes.

Adecuación/inadecuación en la articulación interna y externa de los organismos de supervisión y control: SAFJP, ANSeS, DGI, Banco Central.

Adecuación/inadecuación de los porcentajes máximos de inversión en el menú al efecto y sus cambios coyunturales, así como del encaje que inmoviliza los fondos.

Previsión/imprevisión respecto de la cobertura por fallecimiento e invalidez habida cuenta de la falta de experiencia sobre esos siniestros en el país.

Eficiencia /ineficiencia administrativa y operativa de la DGI para hacer las imputaciones de los aportes y depurar afiliados fantasmas de los padrones.

De las AFJP

Interés/desinterés por estimar los efectos y alcances del vértigo del lanzamiento, atento que el proceso de dos o tres meses en otros ámbitos de los negocios, se desarrolla en varios años.

Acierto/error en la apreciación de las dimensiones del mercado local y la fijación de objetivos respecto de captación de afiliados.

Mesura/desmesura en la consideración de plazos de amortización de las inversiones y patrimonio iniciales, así como en la fijación de metas de rentabilidad por cantidad de afiliados, comisiones y volumen de aportes.

Adecuación/inadecuación en la estimación de probabilidades de ocurrencia de riesgos económicos cíclicos y respecto de factores de posicionamiento.

Flexibilidad/rigidez para resolver con prontitud problemas operativos y administrativos por la rotación de

afiliados entre entidades.

Correcta/incorrecta orientación y dirección planteadas como estrategia institucional de comunicación. Adecuación/inadecuación de número de sucursales, cantidad de empleados, promotores, pautas publicitarias. Rapidez/lentitud para adaptarse a los cambios de legislación y su implementación. Aumento/disminución de participación en la plaza. Ponderación de estrategias, fusiones y grado de concentración empresarial.

Correcta/incorrecta difusión del servicio por aportes voluntarios de coberturas adicionales de retiro, atención médica y seguridad por invalidez y fallecimiento.

Rotación/permanencia de afiliados y relación con accionar de agentes asesores.

De las agencias publicitarias

Conocimiento/desconocimiento de factores que operan como mediadores sobre impacto en las respuestas del individuo, sobre todo en situaciones de incertidumbre, fuerte estimulación y presión del entorno.

Adecuación/inadecuación en el uso de estrategias de comunicación y promoción: medios masivos gráficos y audiovisuales, Internet, folletos, regalos, patrocinio de espectáculos y deportes.

Planificación/improvisación en la formulación y canalización de los mensajes: cantidad y calidad, superficialidad y profundidad.

Flexibilidad/rigidez en el manejo y control de la demanda.

Consideración/no consideración de la influencia del poder discrecional y decisorio del consumidor sobre las variables económicas. Opción por modelo lineal o modelo dinámico para predecir tendencias.

De los beneficiarios, sindicatos, organizaciones empresariales y de jubilados

Interés/desinterés por proyectos alternativos viables de previsión social generados por los propios actores del campo de la seguridad social.

Ausencia/presencia de estudios con datos para prever la transición y amortiguar los efectos en una fuerza de trabajo presionada por la desocupación, el subempleo y la exclusión.

Conocimiento/desconocimiento del poder activo del consumidor en su nuevo rol de inversor y no mero usuario.

Información/desinformación de las fluctuaciones y riesgos del mercado globalizado que afectan la cartera de inversiones, la cotización de la cuota parte y la cuenta de capitalización individual.

Certidumbre/incertidumbre sobre el futuro del sistema previsional en base a historia previa y sistema de creencias que conlleva actitudes de optimismo-pesimismo.

Los desafíos hacia el futuro consistían en lograr y mantener la captación de adherentes ganando la confianza del afiliado, a fin de que percibiera que sus aportes constituían una inversión a largo plazo en un contexto de economías globales, con riesgo restringido y calculado.

Otra situación sobrevino en el año 2001, con la crisis económica sin precedentes y la debacle institucional que determinó la caída del gobierno constitucional. Signaron ese tiempo, la incautación de depósitos banca-

rios, a pesar de la ley de intangibilidad de los mismos, efectos a la baja de toda la actividad comercial e industrial por la recesión económica, y el achicamiento del mercado que lleva al colapso o la fusión de empresas, escaso desarrollo de instrumentos financieros viables y, sobre todo, la cuestión de los fondos atrapados en la deuda pública pesificada tras la devaluación de un Estado en cesación de pagos. Pero ese es otro capítulo del devenir histórico argentino que amerita un particular estudio y futuros desarrollos conceptuales.

A título ilustrativo se presentan en la Tabla 1 algunos datos estadísticos de la evolución de las AFJP, pero es menester precisar que un análisis completo y pormenorizado de los mismos excede los objetivos y límites del presente trabajo. No obstante, se pueden puntualizar los siguientes aspectos relevantes:

- fusiones y concentración progresiva de empresas
- fluctuaciones en la rentabilidad y la cantidad de personal, promotores y sucursales

- aumento de la brecha entre afiliados nominales y contribuyentes efectivos. La hipótesis que adjudicaba el bajo nivel de aportes al régimen previo por las pocas *expectativas* que generaba y debía revertirse con la llegada de las AFJP, no logró validarse. Esto remite al progresivo aumento del empleo informal y el desempleo, al aumento de la evasión y la morosidad por caída de la actividad económica, y por las dificultades de los autónomos para pagar las cuotas, más que deberse a sus expectativas. (Fuente: Verónica Rímuli, Revista Mercado N° 1000, marzo 2001). Esto demuestra que el concepto mismo de expectativa es relativo al contexto, y no debe ser hipostasiado, sino sometido a la crítica, tal como plantea Katona en la cita transcripta anteriormente sobre la relación del todo y las partes que vale recordar: “ El cambio en un ítem o una parte *puede afectar o no* la totalidad o los otros ítem o partes, según el rol y la función de la parte dentro del contexto total”. (El subrayado es mío)

- desajustes en los montos expresados en pesos entre 2001 y 2002 por la crisis económica y la devaluación.

Un ejemplo a modo de resumen. Los determinantes del crecimiento de afiliados y de los traspasos y rotaciones entre empresas AFJP

Partiendo de la premisa de que toda empresa privada aspira a maximizar sus beneficios, y en el caso de las AFJP, en que la competencia se basa en lograr el aumento del número de afiliados, la asociación de empresas del sector realizó un estudio para establecer las variables y sus relaciones que afectan el traspaso de afiliados entre empresas. El análisis concluye que “la información disponible sugiere que la competencia por medio del incremento en el gasto promocional es más efectiva que por medio de la reducción de las comisiones” (ASAP-FIEL, 1998, p.212). Es decir, los traspasos de afiliados dependen positivamente del gasto promocional, pero negativamente del nivel de las comisiones y las bonificaciones ofrecidas por permanencia, cuestión a la cual se agrega en este estudio la escasa o nula significación del tamaño de las empresas como variable de confiabilidad.

Un estudio similar efectuado por la SAFJP (2003) sobre datos del primer semestre 2003 arroja resultados equivalentes. Para analizar los factores que inciden en los componentes del crecimiento de afiliados

se consideran dos grupos de variables:

- *Variables relacionadas con la imagen de la AFJP.* Se consideran los conceptos que construyen la imagen de la empresa en el contexto, como promedio de promotores y sucursales, gastos de comercialización en el semestre previo y participación en el mercado contabilizando el número de afiliados al inicio del período.
- *Variables relacionadas en forma directa con el saldo de la cuenta de capitalización individual del afiliado (CCI).* Comisión promedio y rentabilidad anual a inicios del semestre.

Como se desprende del análisis de correlación de los componentes del crecimiento con las variables propuestas, se observa que los principales factores de la variación del número de afiliados (altas, traspasos y cambios de régimen) se explican mejor por el comportamiento de los promotores y los afiliados al inicio, que son variables de la imagen, y tienen que ver con la

política comercial y la publicidad de cada empresa, que por las variables relacionadas con la acumulación del capital que son fundamentales para el saldo de la cuenta personal del afiliado, como son rentabilidad y comisiones, que resultaron no significativas, contrariamente a la “lógica” de lo esperable. Por ejemplo, un informe da cuenta que la empresa Arauca Bit recibió la mayor cantidad de traspasos en un año sin tener la más elevada rentabilidad ni ofrecer baja comisión pero, por el contrario, dispone de la mayor cantidad de sucursales y es tercera en el número promotores. (Fuente: Revista Mercado-Córdoba N° 73, julio 2000)

Así se corrobora la eficacia del enfoque de cambios de conducta a corto plazo de Katona, al considerar que los motivos y las preferencias que determinan las elecciones y decisiones no son exclusivamente racionales.

Referencias

- Asociación de Administradoras Privadas. (1998). *La Reforma Previsional en Argentina. Impacto macroeconómico y organización del mercado de las AFJP.* - Fundación FIEL. Buenos Aires: Urbiztondo, S., Iglesias Palau, A., Bour, J. & Susmel, N.
- Argentina, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Superintendencia de Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (2003). *El régimen de capitalización a 9 años de la reforma previsional.* Buenos Aires.
- Bateson, G. (1990). *Espíritu y Naturaleza.* Buenos Aires: Amorrortu.
- Capra, F. (1998). *El punto crucial.* Buenos Aires: Troquel.
- Capra, F. (2003). *La trama de la vida.* (5° ed.). Barcelona: Anagrama.
- Descouvières, C. (1987). *Psicología Económica. Temas Escogidos.* Chile.
- García, R. (1994). *La investigación interdisciplinaria de sistemas complejos.* En E. Leff (Comp.). Ciencias sociales y formación ambiental (pp.85-124). Barcelona: Gedisa.
- García, R. (2000). *El conocimiento en construcción.* Barcelona: Gedisa.
- Gell-Mann, M. (1998). *El Quark y el Jaguar. Aventuras en lo simple y lo complejo.* (4° ed.) Barcelona: Tusquets Metatemas.
- Isuani, E. y San Martino, J. (1994). *La Reforma Previsional Argentina.* Buenos Aires: Niño y Dávila.
- Katona, G. (1963). *Análisis psicológico del comportamiento económico.* Madrid: Rialp.
- Katona, G. (1979). *Psicología de la Economía.* Buenos Aires: El Ateneo.
- Katz, D. (1979). *Psicología y conducta económica.* En Strumpel, B., Morgan, J. & Zahn, E. La conducta humana en las relaciones económicas (pp.67-90). México: Trillas.
- Kotler, P. (1992). *Marketing social.* Madrid: Díaz de Santos.
- Lewin, K. (1978). *La teoría del campo en la ciencia social.* Buenos Aires: Paidós.
- Lewin, K. (1991). *Epistemología comparada.* Madrid: Tecnos.
- Marx, C. y Engels, F. (1985). *La ideología alemana.* Buenos Aires: Pueblos Unidos / Cartago.
- Morin, E. (2003). *Introducción al pensamiento complejo.* (6° Reimp.). Barcelona: Gedisa.
- Newcomb, T. (1979). *Las expectativas como concepto psicológico-social.* En Strumpel, B., Morgan, J. & Zahn, E. La conducta humana en las relaciones económicas (pp.115-122). México: Trillas.
- Piaget, J. (1975). *Problemas generales de la investigación interdisciplinaria y mecanismos comunes.* En J. Piaget, P. Lazarsfeld & W. Mackenzie. Tendencias de la Investigación en Ciencias Sociales (pp.199-282). Madrid: Alianza/Unesco.
- Quintanilla Pardo, I. (1997). *Psicología Económica.* Madrid: McGraw Hill.
- Samaja, J. (2000). *Semiótica y Dialéctica.* Buenos Aires. JVE edic. Episteme
- Seglin, J.L. (1996). *Curso de Marketing.* Barcelona: McGraw Hill.
- Simon, H. (1978). *Las ciencias de lo artificial.* Barcelona: ATE.
- Strumpel, B. (1979). *Conducta y bienestar económicos: modelos y enfoques interdisciplinarios.* En Strumpel, B., Morgan, J. & Zahn, E. La conducta humana en las relaciones económicas (pp. 91-114). México: Trillas.

Tabla 1: Evolución de indicadores de las AFJP hasta el 8vo. año de funcionamiento

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Cantidad empresas	24	26	23	21	17	15	13	13	12
Promotores	20000	11764	14809	20012	17398	12884	11984	11852	10236
Sucursales	600	967	601	558	1851	1402	1238	1108	1025
Afiliados en millones	-----	3843	5245	5820	6696	7425	8103	8624	8977
Aportantes en millones	-----	2033	2586	2986	3275	3366	3349	3332	2859
Rentabilidad%	-----	22,97	22,40	-0,08	5,95	12,46	5,21	9,48	10,47
Personal empleado	-----	14094	18588	22749	18517	14156	13410	12592	11685
Resultados financ. mill.de \$	-----	-9,2	58,6	101,1	20,9	63,5	157,1	117,2	-198,8
Resultados netos mill. de \$	-----	-478,5	-27,7	52,2	76,8	423,7	432,9	223,7	-333,3

Fuente: Superintendencia de AFJP (SAFJP), extracto del informe anual 2003. Anexo Estadístico.

Tabla 2: Determinantes del crecimiento de afiliados y de los traspasos entre empresas AFJP

VARIABLES RELACIONADAS CON LA IMAGEN DE LA AFJP: ALTAS + CAMBIOS DE RÉGIMEN TRASPASOS POSITIVOS

Afiliados al inicio	0,790**	0,67
Gastos comerciales	0,384	0,501
Promotores	0,728**	0,894**
Sucursales	0,297	0,449

VARIABLES RELACIONADAS CON EL SALDO DE LA CUENTA DE CAPITALIZACIÓN INDIVIDUAL (CCI) DEL AFILIADO:

ALTAS + CAMBIOS DE RÉGIMEN TRASPASOS POSITIVOS

Rentabilidad	0,277	-0,061
Comisión promedio	0,185	-0,262

Nota: ** coeficientes estadísticamente significativos al 99%.

Fuente: Superintendencia de AFJP (SAFJP), Informe anual 2003. Cuadro 5.5: Determinantes de los movimientos. Coeficiente de correlación lineal. Primer semestre de 2003. p. 39.