
RACIONALIDAD Y COOPERACIÓN ENTRE FIRMAS. EXAMEN DEL COMPORTAMIENTO HABITUAL DE LAS INDUSTRIAS GRIEGAS

*Michel S. Zouboulakis**

*John Kamarianos***

OBJETIVOS

El objetivo de esta investigación empírica es examinar la influencia de algunos factores sociales que restringen la estrategia empresarial. La toma de decisiones y las acciones no siguen hoy reglas simples de maximización dentro de un marco institucional determinado exógenamente. Los empresarios actúan en un sistema en marcha concreto de relaciones sociales y están muy influidos por factores sociales no comerciales como los hábitos y las reglas.

Nuestro principal objetivo es verificar si el comportamiento estratégico de las empresas griegas es el resultado no solamente de un cálculo racional estricto sino también del seguimiento de reglas. Para ello nos concentramos en el entorno social de la estrategia empresarial: arreglos informales y cooperación entre firmas, relaciones informales, vínculos de confianza, lazos familiares, etc. El empleo de técnicas sociológicas de investigación (entrevistas personales basadas en un cuestionario) produjo resultados empíricos interesantes. El análisis estadístico de los datos suministra sólidas evidencias del impacto de los hábitos y las reglas cooperativas sobre la estrategia empresarial. En conjunto, los datos referentes a una región desarrollada de Grecia

* Profesor asistente, Departamento de Economía, Universidad de Tesalia, Argonauton, Grecia, mzoub@econ.uth.gr.

** Catedrático de sociología, Universidad de Patras. Este documento se presentó en la Quinta Conferencia Anual de la Sociedad Internacional de Nueva Economía Institucional (ISNIE), Berkeley, California, 13-15/9/2001. Fecha de recepción: 18 de febrero de 2002, fecha de aceptación: 25 de abril de 2002. Traducción de Carolina Esguerra, revisión de Alberto Supelano.

parecen revelar una pauta cooperativa intencional de comportamiento de las firmas, basada en reglas sociales que favorecen el cumplimiento de los contratos y reducen los costos de transacción y los riesgos de oportunismo.

SIGNIFICADO DE LAS INSTITUCIONES Y LOS ARREGLOS INFORMALES

En la tradición de la economía política clásica, la producción de mercancías se consideraba un proceso social que se lleva a cabo en un contexto histórico específico¹. Esta visión fue aceptada no sólo por los viejos institucionalistas, como Veblen y Commons, sino también por los primeros autores neoclásicos, como Alfred Marshall². Entonces se creía que “la producción sólo se lleva a cabo en sociedad - únicamente mediante la cooperación de la comunidad industrial” (Veblen, citado en Tabb, 1999). El significado de esta afirmación obvia, aunque hoy menospreciada, es que todas las actividades económicas están enmarcadas institucionalmente. Quienes deciden actúan en entornos sociales e institucionales diferentes, y por ende toman decisiones diferentes (Loasby, 1993, 219). En consecuencia, como dijo Ronald Coase (1992, 718), “tiene poco sentido que los economistas discutan el proceso de intercambio sin especificar el ambiente institucional donde el comercio tiene lugar”.

De acuerdo con Douglass North (1993, 245), “las instituciones consisten en restricciones informales y reglas formales, y en las de características de su cumplimiento”. En ese sentido, las instituciones incluyen no sólo las *organizaciones* formales (empresas de negocios, bancos, corporaciones, autoridades locales, escuelas) y las *estructuras sociales* (sistema legal, asignación de derechos de propiedad, estructuras políticas), sino también todos los *valores sociales* informales (rutinas, hábitos, reglas, control y confianza mutuas) que afectan la interacción y el intercambio humanos (ver Hodgson, 1998, 179). Las instituciones formales e informales son de gran importancia para los economistas porque “dan regularidad y coherencia al comportamiento económico a través del tiempo” (Tabb, 1999, 195). Son entonces responsables de lo que se conoce como “marco institucional” de la economía: las instituciones económicas originadas mediante redes

¹ Ver el capítulo III del libro segundo de *La riqueza de las naciones* de Adam Smith (1776) o el capítulo VII del primer libro de los *Principios de economía política* de J. S. Mill (1848).

² Ver Marshall (1890), libro IV, capítulo X. Acerca del “viejo institucionalismo”, ver Perlman (1966, 227-2240). Sobre el significado de las diferentes formas de institucionalismo, ver Rutherford (1994).

sociales luego se enmarcan en una pauta institucional única dependiente de la trayectoria (ver Smelser y Swedbert, 1994, 19).

Nuestro interés se centra en las instituciones y arreglos informales. Estos últimos se definen como “acuerdos entre unidades económicas que rigen la forma como estas unidades pueden cooperar y/o competir” (Davis y North, citados en Williamson, 1992, 341). Las instituciones y arreglos institucionales constituyen una matriz de normas, reglas, hábitos y rutinas sociales y morales que restringen el comportamiento económico. Las *reglas* son “pautas condicionales o incondicionales de pensamiento o comportamiento que los agentes pueden adoptar en forma consciente o inconsciente” (Hodgson, 1997, 664). Los *hábitos* son reglas impersonales que se siguen inconscientemente y denotan la tendencia general a empeñarse en una forma repetitiva de acción. Las *rutinas* también se basan en la experiencia anterior, pero difieren de los hábitos en cuanto siempre involucran a un grupo y “buscan un fin que contribuye a la continuidad del proceso de la vida” (Waller, 1988, 119). Por último, la *confianza*, que aunque siempre se ha reconocido como un elemento fundamental de toda transacción (ver Arrow, 1974, 23; Williamson, 1985, 405), es una norma ética que la economía comúnmente trata en forma ad hoc, “como un accesorio que se añade al análisis ortodoxo” (Hodgson, 1998, 250).

Como se ha indicado en otras partes, “las instituciones informales efectivas influyen considerablemente en el desarrollo y el desempeño económicos, haciendo posible el cumplimiento de los contratos, lo que reduce los costos de transacción, y apoyando la supervisión eficiente de terceros por parte del Estado” (Raiser, 1997, 7; North, 1993; Keefer y Shirley, 2000). Nuestra investigación confirma que las empresas que han establecido relaciones informales de largo plazo con otras firmas competidoras o no competidoras se benefician de los menores costos del cumplimiento de las transacciones³. De ese modo, las firmas cooperan conscientemente adoptando pautas de comportamiento que superan ampliamente los arreglos de mercado (ver Ménard, 1995, 173).

Además, las reglas y los arreglos informales protegen las empresas de negocios de los riesgos de oportunismo. Por oportunismo se entiende aquí no solamente “la búsqueda del interés propio con dolo”, sino también las formas más escandalosas, “como la mentira, el robo y el fraude” (Williamson, 1985, 47; Alchian y Woodward, 1988, 66). John Stuart Mill advirtió el resultado “económico” derivado de “la

³ Para la definición de costos de transacción, ver Coase (1937, 1992), Williamson (1985, 1994), Ménard (1990) y Radner (1992).

ventaja para la humanidad de ser capaz de confiar en los demás” (Mill, 1848, 111). Mill tenía en mente los costos de supervisión –“vigilar que los trabajadores cumplan sus obligaciones”– y los costos de la falta de integridad en las relaciones comerciales, cuando subrayó “las ventajas sustanciales derivadas de las transacciones de negocios como consecuencia de la confiabilidad” (ibíd., 112). En términos similares, Alfred Marshall insistió en los efectos positivos provenientes del “progreso de la moralidad comercial”, en “el manejo general de los negocios” (Marshall, 1890, 253). Como se verá más adelante, para superar los riesgos de oportunismo y minimizar sus costos, las firmas cooperan estableciendo “contratos implícitos”, es decir, acuerdos no escritos cuyos términos sólo son conocidos por ambas partes, sin ningún compromiso contractual (ver Brousseau, 1996).

Antes de entrar en los detalles de la investigación, permítannos dar una definición que recapitula lo que se ha dicho hasta ahora.

Una institución se manifiesta en un conjunto históricamente duradero de reglas estables, abstractas e impersonales, cristalizado en tradiciones, costumbres o leyes que permiten poner en práctica y hacer cumplir las pautas de comportamiento que rigen las relaciones entre grupos sociales independientes (Ménard, 1995, 167).

LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

Nuestra investigación se limitó geográficamente a la región de Magnesia, cuya gran actividad industrial data más de un siglo, y muchos de cuyos indicadores económicos y sociales son representativos de toda Grecia (ingreso per cápita, distribución del producto entre diferentes sectores, estratificación social, etc.) (ver Maloutas, 1993; Petrakos, 1998). La investigación se limitó a las firmas industriales porque estas presentan en general una estructura organizacional mucho más completa que cubre todo el proceso productivo, incluidos proveedores, trabajadores y consumidores.

EL CUESTIONARIO

Los gerentes de las empresas fueron entrevistados por personal calificado que utilizó un cuestionario detallado. La muestra final incluía 36 de las 104 firmas industriales de la región seleccionadas de acuerdo con los criterios de tamaño, antigüedad y nivel de organización, como se explica en detalle más adelante. Sólo hubo 32 cuestionarios válidos, que representan el 30,76% de la población total. El nivel de respuestas fue muy alto, casi del 98%. El cuestionario tenía 19 pre-

guntas de varios tipos (abiertas, cerradas o de elección múltiple), divididas en cuatro secciones. La sección A proporcionaba información sobre el tamaño y la producción de la firma. La sección B exploraba la relación específica entre firmas. La sección C buscaba entender la relación entre las firmas, la administración y las instituciones financieras. Por último, la sección D examinaba la organización interna de las firmas, tratando de identificar las influencias sociales relacionadas con los procesos de contratación de personal y los procedimientos de innovación tecnológica.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La primera característica de la clasificación industrial de las firmas fue su tamaño de acuerdo con los ingresos totales (volumen de ventas) y el número de empleados. En la primera categoría, el 31% de las firmas reportaron ingresos anuales (en 1998) menores de 1,3 millones de dólares; en la segunda categoría, el 48% tenían entre 1,3 millones de dólares y menos de 13 millones; 21% restante obtuvieron más de 13 millones (hasta 280 millones de dólares). Del total, el 75% de las firmas vieron incrementar sus ingresos en los últimos 5 años. En cuanto al número de empleados, el 26% tienen menos de 9; el 52%, entre 10 y 99 y el 22%, de 100 a 800.

La segunda característica se refería a la antigüedad de las firmas. El 11% fueron creadas antes de 1940; el 35%, entre 1945 y 1974, y el 54%, después de 1974, el año de la restauración de la democracia en Grecia.

La tercera y más importante característica era el nivel de organización interna. En la estructura de casi todas las firmas (91%) hay un departamento adicional al de producción. La mayoría tiene un departamento de ventas (71%) y un departamento financiero (72%). La mitad tiene un departamento de investigación y desarrollo (I&D), mientras que sólo una tercera parte tiene también un departamento de mercadeo (34%) y un departamento de capacitación (38%). Un elemento esencial de la organización interna es la existencia de fuertes vínculos familiares en el nivel gerencial. Casi el 55% de las firmas examinadas tienen al menos dos miembros de la familia en cargos de gerencia. Como se verá en la siguiente sección, la organización interna difiere significativamente entre firmas afiliadas (sucursales) y no afiliadas (independientes).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como se dijo en la introducción, el principal objetivo de nuestra investigación era identificar los factores sociales no comerciales. Dichos factores incluyen los patrones cooperativos de comportamiento no sólo entre firmas no rivales -es decir, firmas con relaciones de clientela habitual- sino también entre firmas rivales, es decir, firmas que producen bienes idénticos.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Intentamos detectar la presencia de arreglos informales derivados de normas o hábitos sociales de la actividad empresarial examinando las relaciones directas entre las firmas. Encontramos que las firmas están dispuestas a cooperar, pero no por medio de contratos formales. Los contratos implícitos, que indican la existencia de un alto nivel de confianza entre firmas que tienen relaciones de largo plazo, parecen ser lo normal. Los resultados se clasifican en los seis grupos siguientes.

Relaciones de cooperación entre firmas no rivales

La mayoría de las firmas se orientan al mercado local. El 60% de las firmas industriales tienen relaciones directas con otras firmas locales no rivales. El porcentaje se eleva al 81% en lo que se refiere a las relaciones con otras firmas localizadas en Atenas o Tesalónica (la segunda ciudad de Grecia, con más de un millón de habitantes). Más de la mitad de las firmas tienen también relaciones con otras firmas extranjeras, en su mayoría situadas en los países de la Unión Europea (53%). Lo más importante es el área y el rango de dichas relaciones, que se presenta en la tabla 1.

Tabla 1.

Respuestas positivas de la existencia de relaciones cooperativas

Área de relación	Porcentaje
I&D	37%
Ventas	37%
Subcontratación	31%
Capacitación	28%
Producción conjunta	25%
Mercadeo	19%
Información financiera	16%

Relaciones cooperativas con los proveedores

Más específicamente, en lo que se refiere a las relaciones entre firmas no rivales, intentamos detectar el tipo preciso de relación. Los resultados se presentan en la tabla 2.

Tabla 2.

Respuestas positivas de relaciones cooperativas con los proveedores

Tipo de relación	Porcentaje
Negociación de precios	78%
Facilidades de pago	78%
Reducción de precios	69%
Calidad de la materia prima	68%
Contratos de exclusividad	53%

Estos elevados porcentajes son significativos en el sentido de que dan una imagen clara de la existencia de pautas de comportamiento cooperativo deliberado entre las firmas y sus proveedores. También es muy significativo el hecho de que la mayoría de las firmas (54%) tardan más de 5 años en cambiar de proveedores.

Relaciones cooperativas con los clientes

Las relaciones directas con los clientes también indican una pauta de comportamiento cooperativo, como se aprecia en la tabla 3.

Tabla 3.

Respuestas positivas de relaciones cooperativas con los consumidores

Tipo de relación	Porcentaje
Facilidades de pago	81%
Calidad de los productos	75%
Negociación de precios	66%
Reducción de precios	66%

Se debe subrayar que ninguna firma negó tener alguna clase de cooperación directa con sus consumidores.

Cooperación entre firmas rivales

Aunque los resultados son menos importantes en números absolutos, su importancia teórica es mucho mayor. Si las firmas realmente

establecen arreglos informales con sus competidores, entonces rebasan el comportamiento racional estándar. Exactamente, la mitad de nuestras firmas industriales (16 de 32) ha establecido al menos un compromiso creíble con sus competidores para crear lo que se llama “una relación de beneficio mutuo” (Williamson, 1985, 190). Los resultados se presentan en la tabla 4.

Tabla 4.
Respuestas positivas de la existencia de acuerdos creíbles

Tipo de relación	Porcentaje
Intercambio de información	41%
Duplicación de proveedores	25%
Lista de precios	19%
Territorios exclusivos	16%
Asuntos financieros	9%

Relaciones de las firmas con instituciones formales

Este grupo de preguntas intentaba detectar los problemas eventuales que surgen en las relaciones cotidianas entre firmas de negocios y su ambiente institucional formal, así como su actitud positiva o negativa hacia éste. Mientras que las firmas con un 81% de opinión positiva tienen buena percepción de los bancos, eso no sucede con la administración central, cuyo apoyo sólo es bien percibido por el 34% de las firmas, mientras que otro 34% tienen una opinión neutral. La opinión mejora para las Cámaras de Comercio locales (56% de opiniones positivas) y la administración regional (44% de opiniones positivas). Los problemas detectados en estas relaciones se presentan en la tabla 5.

Tabla 5.
Problemas entre las firmas y las instituciones formales

Tipo de problema	Porcentaje
Burocracia	41%
Ineficiencia	35%
No cooperación	16%
Ineficacia	13%
Corrupción	3%

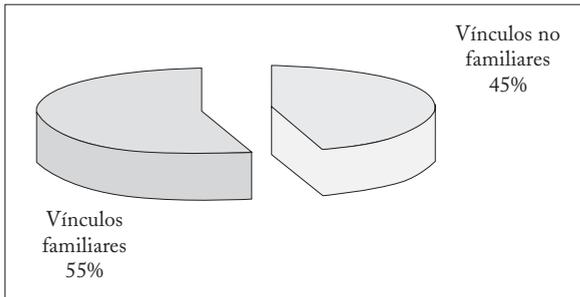
Aquí se debe subrayar que más de la mitad de esas firmas (53%) mantienen y tratan de establecer relaciones personales con servidores

de las instituciones formales para superar estos problemas. En otras palabras, cuando surgen conflictos con las organizaciones formales, las firmas eligen la “voz” y no la “salida”. “Voz involucra diálogo, persuasión y organización duradera” (Williamson, 1985, 257). Igual que en el caso de las relaciones entre firmas, los empresarios demuestran su disposición para superar los procedimientos formales y cooperar.

Procedimientos de contratación y vínculos familiares

Así como en el caso anterior, las preguntas acerca de los procedimientos de contratación de personal buscaban detectar cualquier desviación eventual de los procedimientos formales usuales. Las respuestas no revelaron ninguna anomalía. Las firmas industriales griegas prefieren contratar a su personal a través de “entrevistas” (59%), en vez de utilizar otros procedimientos formales como las “recomendaciones profesionales” (12,5%), las “convocatorias públicas” (9,5%) y las “recomendaciones personales” (9,4%). Lo más significativo es cuando se pregunta a los gerentes si en la administración de la firma hay o no personas con vínculos familiares. Casi el 55% de los gerentes respondieron que hay uno o dos miembros de la misma familia en la administración de su firma.

Gráfica 1



De nuevo, las normas habituales predominan sobre las formales, y los gerentes prefieren compartir las funciones gerenciales con miembros de su familia, en vez de asignarlas, eventualmente, a gerentes más calificados.

Prueba de la existencia de arreglos institucionales

Para comprobar la importancia de las influencias institucionales en la estrategia empresarial utilizamos el criterio de afiliación (depen-

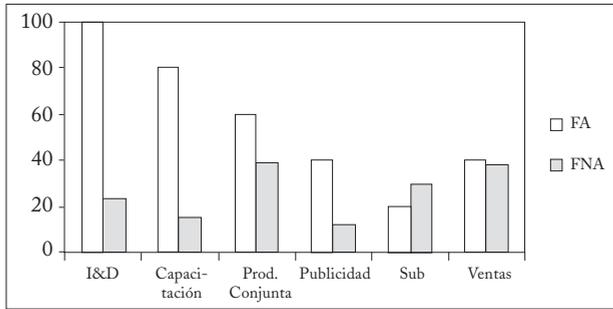
dencia) de las firmas por medio del método de tabulación cruzada (prueba Chi-cuadrado). Las firmas no afiliadas (FNA) parecen ser menos organizadas y por ende menos burocráticas y más flexibles que las firmas afiliadas (FA). Además, las firmas no afiliadas están orientadas al mercado local y son entonces más sensibles a las influencias del entorno social local. Se probó la hipótesis de que las firmas no afiliadas son más sensibles a las influencias del entorno institucional y están más dispuestas a establecer arreglos informales y compromisos creíbles. La falta de organización muy estructurada de las firmas no afiliadas se puede demostrar fácilmente si examinamos el grado de especialización interna. Aunque en ambos tipos de firmas hay departamentos de producción y ventas, una proporción muy pequeña de firmas no afiliadas tiene también un departamento de mercadeo (FNA: 23%, FA: 80%). Lo mismo sucede con el departamento de capacitación (FNA: 27%, FA: 100%).

Relaciones de cooperación entre firmas no rivales

Ambos tipos de firmas, FNA y FA, han orientado geográficamente su comercio hacia las áreas metropolitanas de Atenas y Tesalónica (FNA: 88%, FA: 75%, χ^2 : 5,72, g. l.: 1, p: 0,016). Esto obedece a que esos dos centros económicos concentran la mayor parte de la actividad económica nacional (Maloutas, 2000). El bajo porcentaje de relaciones cooperativas entre firmas no rivales de la tabla 1 explica los bajos resultados de la tabulación cruzada. Tan sólo el 23% de las FNA tienen relaciones cooperativas en el área de I&D (χ^2 : 10,86, g. l.: 1, p: 0,00); el 15% de las FNA cooperan en el campo de la capacitación de personal (χ^2 : 9,14, g. l.: 1, p: 0,002); el 39% de las FNA promueven proyectos comunes de producción conjunta frente al 60 % de las FA (χ^2 : 3,64, g. l.: 1, p: 0,05). Los porcentajes referentes a la cooperación en las áreas de mercadeo, subcontratación y promoción de ventas son comparativamente bajos (11,5%, 31% y 39%, respectivamente).

Esos mismos resultados se presentan en la gráfica 2, que muestra las áreas de cooperación de las FA y las FNA (por ejemplo, el 60% de las FA participan en proyectos de producción conjunta, mientras que sólo lo hacen 39% de las FNA). Lo que aquí se demuestra es que las firmas no afiliadas parecen menos inclinadas a cooperar oficialmente. Sin embargo, el hecho de que en realidad cooperen, como se mostrará de aquí en adelante, comprueba que prefieren cooperar extraoficialmente, es decir, por medio de contratos implícitos.

Gráfica 2



Cooperación entre firmas no rivales

El análisis de tabulación cruzada referente al comportamiento cooperativo entre firmas no afiliadas antagónicas revela un resultado elevado del 54% (y de sólo el 40% para las FA). Aunque menos importante, los resultados de la tabla 6 son significativos. Y muestran una clara tendencia de las FNA a cooperar más con sus competidores que con firmas no rivales.

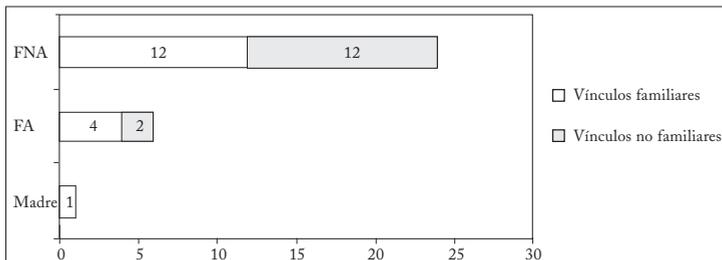
Tabla 6.
Acuerdos creíbles entre FNA

Tipo de relación	Porcentaje
Intercambio de información	46,2%
Duplicación de proveedores	26,9%
Lista de precios	19,2%
Territorios exclusivos	19,2%
Asuntos financieros	7,7%

Afiliación y empresas familiares

Se puede obtener una asociación interesante si combinamos los datos de vínculos de afiliación con los vínculos familiares. La gráfica 3 muestra los resultados.

Gráfica 3



De 17 firmas que tienen personas con vínculos familiares en el nivel gerencial hay 12 FNA de 24, 4 FA de 6 y una “compañía matriz” de la región. El hecho de que los vínculos familiares estén difundidos en cada forma de afiliación comprueba la fuerza de esos vínculos y explica en parte su sensibilidad a las normas sociales. Esto último también lo confirma el hecho de que las firmas con vínculos familiares en el nivel gerencial demuestran ser mucho más cooperativas con los proveedores y otras firmas rivales en dos aspectos: la negociación de precios y las facilidades de pago. El 87,5% de las firmas con vínculos familiares cooperan con los proveedores para negociar los precios de las materias primas o los materiales intermedios, mientras que casi todas, el 92,9%, cooperan para obtener facilidades de pago (χ^2 : 3,480, g. l.: 1, p. 0,062). Los resultados son igualmente reveladores en lo que concierne a la cooperación con otros competidores: todas -el 100%- las firmas con vínculos familiares en el nivel gerencial cooperan directamente con los competidores para obtener un “precio justo” y algún tipo de facilidad de pago. Los resultados difieren notoriamente en el caso de las firmas que no tienen vínculos familiares: sólo el 64,5% cooperan en estos aspectos (χ^2 : 6,127, g. l.: 1, p. 0,013).

CONCLUSIONES

El supuesto neoclásico de comportamiento económico racional ha recibido en los últimos 60 o más años diversas críticas metodológicas que indican su falta de relevancia empírica⁴. La idea de maximizadores racionales independientes que buscan su propio interés ha recibido también fuertes contraargumentos desde la perspectiva sociológica (Smelser y Swedberg, 1994). Recientemente también se han añadido agudas críticas desde el campo de la psicología evolutiva, que indican que la mente humana a menudo “se desempeña de una forma que es mejor que la racional”, que es más poderosa e inteligente de lo que los economistas han postulado hasta ahora (Cosmides y Tooby, 1994, 329).

Algunos nuevos economistas institucionales, como Coase, North y Williamson, fortalecieron el carácter realista de los supuestos de comportamiento del análisis económico ampliando la noción de racionalidad y teniendo en cuenta diversos factores sociales e institucionales que habían sido excluidos en la teoría neoclásica. Nuestros resultados constituyen una evidencia sólida de los supuestos fundamentales de comportamiento de la economía de los costos de transacción. Como vimos, las firmas griegas están dispuestas a cooperar y

⁴ Ver algunas críticas recientes en Conlisk (1996) y Vriend (1996).

a establecer contratos implícitos estables, para reducir los costos de transacción y del oportunismo. Esto es cierto para las firmas no rivales (proveedores o consumidores), que en esta dirección han desarrollado un nexo de estrategias de largo plazo (negociación de precios, facilidades de pago, reducción de precios, contratos de exclusividad, etc.). Pero eso también sucede entre las firmas competitivas. Hay pruebas significativas de compromisos creíbles entre competidores que buscan reducir los riesgos del oportunismo (listas de precios, territorios exclusivos, duplicación de proveedores, etc.). Los resultados de otras investigaciones empíricas (Goldberg y Erickson, 1987; Lyons, 1994; Saussier, 2000) confirman la función de los contratos de largo plazo en la minimización de los costos de transacción originados por la racionalidad limitada y el oportunismo, en los casos donde un tercero no puede observar muchas de las variables.

En todos los casos, los arreglos informales de largo plazo entre las firmas rebasan el comportamiento de maximización racional estándar. La evidencia empírica muestra no sólo que las reglas informales importan sino que “las reglas informales son con frecuencia más duraderas que las reglas formales”⁵. Se detectó esa misma pauta de comportamiento durante la medición de la actitud de las firmas frente al entorno institucional formal, en particular en lo referente a su estrategia de sobrevivencia y a dialogar cuando surgen problemas. La existencia de arreglos informales y la disposición de las firmas a cooperar mediante contratos implícitos confirma la influencia de las normas y hábitos sociales, y la existencia de altos niveles de confianza entre las firmas. Debido a su carácter no reflexivo, no racional, es correcto afirmar que “el comportamiento habitual es un golpe fatal al supuesto de agentes maximizadores” (Waller, 1988, 118).

No obstante, hay que reconocer que la influencia inversa también es verdadera. Como señaló Mark Granovetter (1985, 486), la suma de las normas sociales que caracterizan a una cultura particular “no sólo moldea a sus miembros sino que también es moldeada por ellos, en parte por razones estratégicas”. En otras palabras, los mercados dan marco a los valores individuales puesto que “inducen un comportamiento egoísta... los mercados afectan los ‘tratos amables’, es decir, los comportamientos que en la interacción social confieren beneficios sobre otros” (Bowles, 1998, 92). Aunque se considera que normas y valores sociales como la confiabilidad, la honestidad, la lealtad, la generosidad y la reputación son una condición necesaria para

⁵ Ver Pejovich (1995, 32) para evidencia histórica adicional acerca de la validez de reglas informales. Para profundizar en el concepto de “comportamiento según las reglas”, ver Vanberg (1993).

toda transacción económica, en cierto modo compiten con el cálculo económico estricto del comportamiento oportunista maximizador⁶. A medida que el mercado se extiende a nuevos campos sociales y territorios geográficos, “el campo del comportamiento egoísta también se extiende” puesto que también se refuerza el estatus de los individuos como sujetos maximizadores (Tsakalotos, 1999, 116). Nuestra investigación tiende a confirmar este antagonismo entre valores de mercado y no comerciales. Además, la influencia de los hábitos y las reglas aquí identificada indica claramente la presencia continua del “elemento social que no se puede erradicar de la economía” (Arrow, 1994, 2). En todo marco institucional hay valores sociales que abarcan motivaciones y estrategias individuales, lo que hace apremiante, en nuestra opinión, la reconsideración de todo el programa individualista de la Nueva Economía Institucional (NEI), como indican algunas críticas sociológicas (Granovetter, 1985; Smelser y Swedberg, 1994; Ingham, 1996).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alchian, A. y Woodward, S. 1988. “The Firm is Dead. Long Live the firm”, *Journal of Economic Literature* 26, 1, pp. 65-79.
- Arrow, K. 1974. *The Limits of Organization*, New York, W. W. Norton.
- Arrow, K. 1994. “Methodological Individualism and Social Knowledge”, *American Economic Review, AEA Papers & Proceedings* 84, pp. 1-9.
- Bowles, S. 1998. “Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions”, *Journal of Economic Literature* 36, 1, pp. 75-111.
- Brousseau, E. 1996. “Contrats et comportements coopératifs: Le cas des relations interentreprises”, Ravix, J. L., pp. 23-50.
- Casson, M. 1993. “Cultural Determinants of Economic Performance” *Journal of Comparative Economics* 17, pp. 418-442.
- Coase, R. 1937. “The Nature of the Firm”, *Economica* 4, pp. 386-405.
- Coase, R. 1988. *The Firm, The Market and The Law*, Chicago, Chicago University Press.
- Coase, R. 1991. “The Nature of The Firm: Origin, Meaning and Influence”, Williamson, O. y Winter, S., editores, *The Nature of The Firm*, Oxford University Press.
- Coase, R. 1992. “The Institutional Structure of Production”, Nobel Memorial Prize Lecture, *American Economic Review* 82, 4, pp. 713-719.
- Conlisk, J. 1996. “Why Bounded Rationality”, *Journal of Economic Literature* 34, pp. 669-700.
- Cosmides, L. y Tooby, J. 1994. “Better Than Rational: Evolutionary

⁶ Sin embargo, Casson (1993) define la cultura de tal forma que es compatible con la optimización individual.

- Psychology and the invisible hand”, *American Economic Review* 84, 2, pp. 327-332.
- Goldberg, V. P. y Erickson, J. R. 1987. “Quantity and Price Adjustment in Long Term Contracts: A Case Study of Petroleum Coke”, *Journal of Law and Economics* 30, pp. 369-398.
- Granovetter, M. 1985. “Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology* 91, pp. 481-510.
- Hodgson, G. M. 1997. “The Ubiquity of Habits and Rules”, *Cambridge Journal of Economics* 21, pp. 663-684.
- Hodgson, G.M. 1998. “The Approach of Institutional Economics”, *Journal of Economic Literature*, 36, 1, pp. 166-192.
- Hodgson, G. M. 1999. *Evolution and Institutions*, Cheltenham, U. K., E. Elgar.
- Ingham, G. 1996. “Some Recent Changes in the Relationship Between Economics and Sociology”, *Cambridge Journal of Economics* 20, 2, pp. 243-275.
- Keefer, P. y Shirley, M. 2000. “Formal Versus Informal Institutions in Economic Development”, Ménard, C., editores, *Institutions, Contracts and Organizations*, Cheltenham, E. Elgar, pp. 88-107.
- Loasby, B. 1993. “Institutional Stability and Change in Science and the Economy”, Maki, U.; Gustafsson, B. y Knudsen, C., editores, *Rationality, Institutions and Economic Methodology*, London, Routledge.
- Lyons, B. 1994. “Contracts and Specific Investments: An Empirical Test of Transaction Cost Theory”, *Journal of Economics and Management Strategy* 3, 2, pp. 257-278.
- Maloutas, T. 2000. *Economic and Social Atlas of Greece*, University of Thessaly Press.
- Marshall, A. 1890. *Principles of Economics*, 8th edition 1920, Cambridge University Press, 1985.
- Ménard, C. 1990. *L'économie des organisations*, Paris, La Découverte.
- Ménard, C. 1995. “Markets as Institutions versus Organizations as Markets. Disentangling Some Fundamental Concepts”, *Journal of Economic Behavior and Organization* 28, pp. 161-182.
- Mill, J. S. 1848. *Principles of Political Economy*, E. Cannan edition, 1909, New York, A. Kelley, 1965.
- North, D. C. 1986. “The New Institutional Economics”, *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 142, 1, p. 230-237.
- North, D. C. 1990. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press.
- North, D. C. 1993. “Institutions and Economic Performance”, Maki, U.; Gustafsson, B. y Knudsen, C., editores, *Rationality, Institutions and Economic Methodology*, London, Routledge.
- Pejovich, S. 1995. *Economic Analysis of Institutions and Systems*, Dordrecht, Kluwer Academic Publications.
- Perlman, M. 1996. *Economic Thought, Economic Characters, and Economic Institutions*, University of Michigan Press.
- Petrakos, G., editores, 1998. *Recent Developments in the Economy of the Region of Magnesia*, Greece, Volos, University of Thessaly, Department of Planning & Regional Development.

- Raiser, M. 1997. "Informal Institutions, Social Capital and Economic Transition: Reflections on a Neglected Dimension", *EBRD Working Paper Series* 25.
- Radner, R. 1992. "Hierarchy. The Economics of Managing", *Journal of Economic Literature* 30, 3, pp. 1382-1415.
- Rutherford, M. 1994. *The Old and the New Institutionalism*, Cambridge University Press.
- Samuels, W. J. 1995. "The Present State of Institutional Economics", *Cambridge Journal of Economics* 19, pp. 569-590.
- Saussier, S. 2000. "When Incomplete Contract Theory Meets Transaction Costs Economics: a Test", Ménard, C., editores, *Institutions, Contracts and Organizations*, Cheltenham, E. Elgar, pp. 376-398.
- Smelser, N. J. y Swedberg, R. 1994 "The Sociological Perspective on the Economy", *Handbook of Economic Sociology*, Princeton, Princeton University Press.
- Tabb, W. 1999. *Reconstructing Political Economy*, London, Routledge.
- Tsakalotos, E. 1999. "On the Discourse of Efficiency: Endogenous Preferences and the Scope of the Market", *Isopoliteia* 3, pp. 96-128 (en griego).
- Vanberg, V. 1993. "Rational Choice, Rule-Following and Institutions", Maki, U.; Gustafsson B. y Knudsen, C., editores, *Rationality, Institutions and Economic Methodology*, London, Routledge.
- Vriend, N. J. 1996. "Rational Behavior and Economic Theory", *Journal of Economic Behaviour and Organization* 29, 2, pp. 263-285.
- Waller, W. T. 1988. "The Concept of Habit in Economic Analysis", *Journal of Economic Issues*, 22, 1, pp. 113-126.
- Williamson, O. E. 1985. *The Economic Institutions of Capitalism*, Nueva York, The Free Press.
- Williamson, O. E. 1992. "Markets, Hierarchies and the Modern Corporation: An Unfolding Perspective", *Journal of Economic Behavior and Organization* 17, 3, pp. 335-352.
- Williamson, O. E. 1994. "Transaction Cost Economics and Organization Theory", Smelser y Swedberg, editores, *Handbook of Economic Sociology*, Princeton, Princeton University Press.
- Zouboulakis, M. S. 1996. "The Neoclassical Principle of Rationality and its Connection to Reality", *Social Science Tribune* 18, pp. 105-132 (en griego).