

# INCIDENCIA DE FACTORES SOCIOCULTURALES EN LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS DE ARGENTINA<sup>1</sup>

**Souchetti, Facundo**

*Facultad de Ciencias Económicas-UNL*

Director: Russo, Luciano Ángel<sup>2</sup>  
Codirectora: Vicentin Masaro, Jimena<sup>3</sup>

Área: Ciencias Sociales

Palabras claves: agroalimentos, rasgos socioculturales, barreras comerciales.

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas los intercambios comerciales entre países y bloques han experimentado un *boom*. Con la globalización, las nuevas tecnologías logísticas y de comunicación posibilitaron el aumento de la eficiencia y reducción de costos en el comercio (Ffrench-Davis, 2017). Sin embargo, aún persisten factores políticos, institucionales y hasta socioculturales que inciden en el comercio internacional. La inclusión de estos factores -no exclusivamente económicos-, brindan una perspectiva más amplia al tener en cuenta barreras socio-culturales e institucionales al comercio. Existen dos canales a través de los cuales la proximidad cultural influye en los flujos de comercio bilateral. Así, para poder caracterizar el marco cultural de una nación, y consecuentemente, definir su proximidad cultural con respecto a otros países, es necesario formalizar algunas variables que den cuenta de tal fenómeno. Estas son: (i) variables *dummies* de familiaridad cultural, como el compartir un idioma en común o un lazo histórico y/o religioso (Carrere y Masood, 2017; Egger y Lassmann, 2012); o (ii) variables de distancia psicológica, para lo cual se usarán indicadores específicos creados por el investigador Hofstede, que reflejan en qué medida los ciudadanos de cada país se sienten atraídos por la imagen que tienen de otros, y por ende, de sus productos (Ahern, Daminelli y Fracassi, 2015; Felbermayr y Toubal, 2006). Teniendo en cuenta el análisis anterior, y sabiendo que Argentina históricamente se ha insertado en el mundo a partir de sus ventajas comparativas en la oferta agroexportadora de bienes, el presente trabajo se propone evaluar si existe alguna incidencia de dichos factores socioculturales en las exportaciones argentinas de agroalimentos.

## OBJETIVOS

Objetivo general: Determinar el efecto de la distancia cultural en el comercio de agroalimentos de Argentina con los países del resto del mundo para el período 2014-2018.

Objetivos específicos:

---

<sup>1</sup> Trabajo realizado en el marco de Cientibeca-2019. Título Proyecto Cientibeca: "Incidencia de variables socio-culturales sobre el comercio internacional argentino de agroalimentos. Perteneciente a CAI+D: "Elasticidades de las Exportaciones Agroalimentarias Argentinas: Modelos y Métodos de Estimación desde un Enfoque Microeconómico (CAI+D 2016 – Tipo II – Proyecto Joven)"

<sup>2</sup> Lic. en Economía (FCE-UN). Doctorando en Ciencias Económicas con Mención Economía (FCE-UNC). JTP en Microeconomía (FCE-UNL). Becario en investigación del Instituto de Economía Aplicada del Litoral (IECAL-FCE-UNL). Contacto: luciano.russoa@gmail.com

<sup>3</sup> Dra. en Cs. Económicas, Mención Economía (UNC). Magister en Estadística Aplicada (UNC). JTP en Microeconomía Superior (FCE-UNL) e Integrante del Instituto de Economía Aplicada del Litoral (IECAL-FCE-UNL). Mail de contacto: jvicentin@fce.unl.edu.ar

- \*Describir el comercio argentino de agroalimentos con los países del resto del mundo.
- \*Identificar distintas variables culturales subyacentes en el comercio de Argentina con países del resto del mundo.
- \*Caracterizar la distancia cultural de Argentina con los distintos países/mercados con los que comercia agroalimentos.
- \*Determinar el efecto de las distintas variables culturales sobre el comercio argentino de agroalimentos con el resto del mundo.

## METODOLOGÍA

En un primer apartado, se seleccionan variables de familiaridad cultural<sup>4</sup> y se calculan estadísticos de participación relativa de las exportaciones agroalimentarias con respecto a los distintos destinos y rubros<sup>5</sup>, en función a estas variables. En un segundo apartado, se utilizan variables de distancia psicológica y se construye una base de datos para la totalidad de los rubros exportados por parte de Argentina. Aquí se sigue la línea teórica del investigador Gerard Hofstede, el cual creó un conjunto de dimensiones culturales para caracterizar a cada nación. Las seis dimensiones son: distancia al poder, individualismo, masculinidad, rechazo a la incertidumbre, orientación al largo plazo e indulgencia<sup>6</sup>. Se utilizan para posicionar culturalmente a Argentina con respecto al resto del mundo, y para calcular ratios de exportación en función a la cercanía cultural del resto de países. Para esto se calculan, por dimensión, las distancias relativas de cada país en valor absoluto, y se establecieron cuatro categorías según la cercanía cultural respecto de Argentina: países muy cercanos, países cercanos, países lejanos y países muy lejanos. Estos grupos se construyen calculando el intervalo entre el valor de distancia máxima y mínima de cada dimensión, y luego dividiendo el rango obtenido en cuatro porciones equitativas. Es decir, en cada uno de ellos queda incluido un número de países en función a la distancia relativa. En función de lo anterior, se calculan ratios de exportación de Argentina respecto a los distintos grupos, por dimensión cultural. De este modo, es posible calcular si existe relación entre los flujos de exportación y la cercanía cultural y/o psicológica, con respecto al resto de países. Adicionalmente, y con el objeto de profundizar el análisis realizado en ambas secciones, se calcula el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas (*IVCR*). El mismo es utilizado por distintos autores para el análisis del comercio internacional (Russo y Vicentin Masaro, 2018), con la finalidad de medir el grado de competitividad de las exportaciones.

## RESULTADOS/CONCLUSIONES

Primero se calculan las ratios de exportación agroalimentarias argentinas en función de las variables socioculturales consideradas en el trabajo. Se puede observar una mayor relevancia por parte de las siguientes variables: “alfabeto común”, “comunidades locales” y “cristianos”. Las exportaciones agroalimentarias con destino a países que posean estas características, superan en todos los casos, el 45% del total. Sin embargo, como se puede ver en la Tabla 1, al calcular el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas (*IVCR*\*), se obtienen valores que pueden resultar contradictorios con respecto a los obtenidos en

---

<sup>4</sup> Los datos sobre religión, comunidades extranjeras asentadas en el país, raíces culturales, idioma común y uso alfabético (variables escogidas de familiaridad cultural), son obtenidos de bases de datos como la de la CIA-EEUU e INDEC-Argentina.

<sup>5</sup> Los datos de comercio de Argentina han sido obtenidos de la base de datos UN-Comtrade.

<sup>6</sup> Cada una se mide en una escala del 1 al 100 (según el grado en que en una sociedad se cumple o no con dicho rasgo) y sus respectivos valores se basan en estudios de campo a nivel internacional, realizados por la organización Hofstede Insights (ver página web).

función de los niveles de participación de las exportaciones agroalimentarias. Al aplicar este índice, el compartir el mismo alfabeto y el pertenecer al cristianismo en sus distintas variantes no arrojan resultados mayores a la unidad, es decir, no habría ventaja en compartir estos rasgos. Lo que sucede es que el *IVCR\** tiene en cuenta la proporción de países que comparten cada uno de estos rasgos culturales; y en el caso de las dos variables mencionadas anteriormente, el porcentaje de países incluidos es relativamente elevado con respecto al peso relativo de las exportaciones, con lo cual, se neutraliza la relación positiva entre compartir dichas características y el monto de transacciones realizadas con Argentina. Por el contrario, variables que antes parecían tener poca relevancia, cobran mayor peso aquí. Estas son: poseer comunidades extranjeras asentadas localmente e idioma en común. Por otro lado, el compartir raíces culturales sigue representando un estímulo positivo para el flujo comercial.

**Tabla 1.** *IVCR\** de exportaciones agroalimentarias con respecto a países con cualidad cultural común durante el período 2014-2018.

Idioma	<b>1.44</b>	Raíces culturales	<b>1.33</b>
Alfabeto común	0.92	Cristianos	0.76
Comunidades locales	<b>3.35</b>		

Fuente: elaboración propia de Comtrade.

Al utilizar las dimensiones de Hofstede como herramienta de análisis, en primer lugar, se describe la posición relativa de Argentina, en cada una de las dimensiones, con respecto al promedio internacional.<sup>7</sup> Luego, se describen los países más cercanos a Argentina respecto de las dimensiones bajo análisis. De este modo, se obtiene una visión general de cuáles podrían ser los “socios culturales” de Argentina, esto es, los países que comparten características similares en términos de las dimensiones de Hofstede<sup>8</sup>. Al realizar estos cálculos, se observa que están presentes casi la totalidad de los países latinoamericanos, lo cual reafirma el conjunto de lazos históricos y culturales presentes en la región, y que se manifiestan a través de distintas dimensiones e indicadores que describen tal fenómeno. Además, al calcularse los socios comerciales más importantes para la Argentina durante el período en cuestión, se obtiene que están presentes, una vez más, todos los países de la región, con excepción de Colombia. Es decir, en este caso, la cercanía cultural de Argentina con respecto a los países latinoamericanos se corresponde con altos niveles de intercambio comercial. Ampliando el análisis para el resto del mundo, se halla que casi el 40% de los socios comerciales más importantes del país forman parte del grupo de países culturalmente más cercanos en términos agregados. Adicionalmente, el valor de las exportaciones a dichas naciones representa el 44% del total de exportaciones a los principales socios comerciales. En base a todo lo anterior, es posible deducir que la cercanía cultural, se corresponde con mayores exportaciones argentinas.

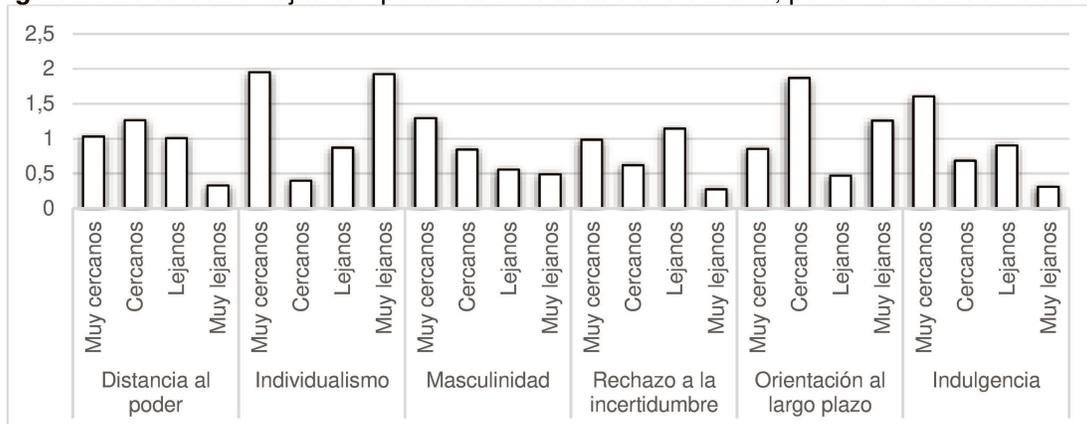
Finalmente, se procede a analizar si existe alguna relación entre la cercanía cultural de Argentina con respecto a las distintas naciones, y el porcentaje exportado a las mismas. Para esto, se utiliza el *IVCR\**, el cual permite condensar en un mismo índice, la relación entre el porcentaje de exportaciones destinadas a cada uno de los grupos de países en función a su cercanía cultural (por dimensión de Hofstede), y el porcentaje de países involucrados en cada uno de estos grupos. En Figura 1 muestra los resultados del estudio.

<sup>7</sup> Para observar los resultados desagregados y el gráfico correspondiente, consultar la versión extendida del presente trabajo de investigación.

<sup>8</sup> Para observar los resultados desagregados y el gráfico correspondiente, consultar la versión extendida del presente trabajo de investigación.

Se puede ver que no todas las dimensiones presentan un comportamiento “ideal” esperado (es decir, mayores exportaciones a mayor cercanía relativa). Por otro lado, se hallan valores no esperados para dos dimensiones en particular, las cuales son “individualismo” y “orientación al largo plazo”. Aquí se observa un comportamiento no esperado del indicador, ya que asigna valores significativos a alguno de los grupos con mayor cercanía, pero también asigna valores significativos a alguno de los grupos con lejanía respecto a nuestro país. Es decir, tomando como base solo este estudio, no se puede asegurar si el compartir niveles similares de individualismo y de orientación al largo plazo, representa una ventaja comparativa en términos de comercio exterior, y si es útil o no para explicar el flujo exportaciones de Argentina. Posiblemente, esto se deba a que en dichos grupos de países quedan incluidos socios comerciales importantes para la nación, con lo cual tienen un gran impacto sobre los montos exportados, y consecuentemente, sobre el *IVCR\**, lo cual puede generar cierto sesgo en términos estadísticos. Sin embargo, a pesar de los resultados presentados anteriormente, y a pesar de la excepción que representa la dimensión “rechazo a la incertidumbre”, en el resto de las cinco dimensiones se verifica que el mayor valor del *IVCR\** siempre pertenece a alguno de los dos primeros grupos. Esto representa un hallazgo positivo para la hipótesis del presente trabajo, y significa que los países con características culturales similares son los que reciben mayores montos relativos de exportaciones, lo cual es un indicio favorable para, en una instancia posterior, corroborar una posible correlación entre el flujo de exportaciones argentinas y el nivel de cercanía cultural con respecto a otros países, a través de un modelo econométrico.

**Figura 1.** Índice de ventajas comparativas reveladas transformado, por dimensión de Hofstede.



Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Hofstede Insights.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ahern, K.; Daminelli, D. y Fracassi C. 2015. Lost in translation? The effect of cultural values and mergers around the world. *Journal of Financial Economics*, volume 117, pp165-189.
- Carrere, C. y Masood, M. 2017. Cultural proximity: a source of trade flow resilience? *The World Economy*, volumen41, pp. 1812-1832.
- Egger, P. y Lassmann A. 2012. The language effect in international trade: A meta-analysis. *Economics Letters*, volumen 116, pp. 221-234.
- Felbermayr, G.J. y Toubal, F. 2007. Cultural proximity and trade. *European Economic Review*, volumen 54, pp. 279-293.
- Ffrench-Davis, R. 2017. Globalización económica y desarrollo nacional: evolución y algunos desafíos actuales. *Estudios económicos*, volumen 49, pp. 89-112.