



Vol 1, Nº 3 (agosto/agosto 2008)

ETNOGRAFIA DEL GASTO: El caso de una empresa turística

Maximiliano Korstanje

Resumen

Hasta el momento, las diferentes escuelas que han tratado de estudiar la correlación entre la personalidad psicológica y el gasto han fracasado. En parte, esto se debe a la naturaleza cultural y situacional que adquiere el fenómeno y en parte también al abordaje metodológico usado en este tipo de estudios. Considerando, al gasto como un fenómeno psicológico y antropológico, en el siguiente trabajo intentamos explicar etnográficamente la relación existente entre el gasto (como regulador) y la dinámica social dentro de una empresa dedicada al rubro turismo.

Palabras Claves: Erogación – Compensación – Trauma.

Abstract

At moment, the different theories which have tried to study the correlation between the psychological personality and the expense have failed. Partly, this is due to the cultural and situational nature that acquires the phenomenon and also to the methodological boarding used in this type of studies as well. Considering, to the expense as a psychological and anthropological phenomenon, in the following work we try to explain ethnologically the relationship between the expenses (like anxiety regulator) and the social dynamic inside a tourist organization.

Key Words: Expenses – Regulation – Trauma

ETNOGRAFIA DEL GASTO: El caso de una empresa turística¹

El siguiente trabajo (a diferencia de otros) intenta ser un abordaje innovador sobre el tema que denota la etno-psicología del gasto (erogación). Asimismo, su presentación (en forma de comentarios etnográficos o cuaderno de notas) es combinada con datos estadísticos de gran relevancia y comentarios personales del observador durante el trabajo de campo. En este caso, se ha combinado prácticas propias de la etnografía con metodología cuantitativa estadística.

El gasto habla de nosotros mismos, de la forma en la cual el ego se constituye como persona y comprende la otredad. Por tanto, es viable y legítimo hablar de una antropología del gasto; y en consecuencia estudiarlo usando sus métodos. El título lleva como nombre etnografía del gasto, precisamente por ese motivo, podría muy bien ser denominada etnografía del consumo. Si bien, por un tema ético en ningún momento se revelan los nombres reales de los involucrados, existe una correlación cronológica entre los temas tratados, las hipótesis que de ellos surgen y la performance de los actores.

Para una mejor comprensión de los hechos empíricos y la teoría, hemos decidido incluir la bibliografía mechada con la narración de los diferentes eventos que fueron registrados durante los meses que duró la investigación. De esta forma, no se pierde el hilo conductor (como muchas veces sucede) entre el análisis teórico y el desarrollo empírico. Una buena investigación debe explicar la realidad por medio de pruebas y no de una estéril discusión entre lo teórico y lo práctico -de un aburrido profesor de metodología. Sin embargo, cierta rigurosidad en cuanto a cómo se diagramó el trabajo se torna imprescindible para que sus resultados puedan ser validados y discutidos por otros colegas.

El rol del observador fue encubierto, con arreglo a entrevistas en profundidad y manejo estadístico de origen financiera-contable. Se ha decidido prescindir de cualquier material intrusivo para el registro de la información como ser grabadores o filmadoras. La exposición narrativa del trabajo se encuentra en primera o tercera persona del singular. En cierta forma, el modo desestructurado y subjetivo en el cual se ha organizado la investigación, es condensada de manera estructurada en la conclusión del mismo.

El tema principal de este abordaje, versa en la relación que existe entre la erogación como fenómeno social y las diferentes dinámicas psicosociales generadas dentro de una empresa como ser la autoridad, el prestigio, y la privación; como así también la exposición emocional de los diferentes “miedos” que encuentra un empresario cuando coexisten pasado, presente y futuro como escenarios simbólicos de relación con la otredad.

El gasto y sus diferentes escuelas

¹ Maximiliano Korstanje es candidato a Ph D. en Psicología Social por la Universidad John F. Kennedy (Argentina). Es profesor de la Facultad de Diseño y Publicidad de la Universidad de Palermo e investigador miembro de la AIEST (Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo, Saint Gallen, Suiza).

Existen diferentes motivos por cuales una persona puede gastar dinero y en contraprestación adquirir un determinado bien. Los estudios de la motivación han avanzado mucho en los últimos años combinando teorías psicológicas con verdaderos estudios económicos a escala. Uno de los primeros en abordar este tema, fue Lancaster quien sostuvo que los productos son elegidos por un atributo distintivo con respecto al resto. Hasta ese momento, la teoría sobre el consumo hacía referencia sólo a los factores estructurales (renta, precio, y utilidad) involucrados en los procesos de compra, sin tener en cuenta los atributos percibidos de cada uno de los bienes o servicios por consumir. (Lancaster, 1971)

El análisis freudiano trajo consigo un aporte antes desconocido, el rol del inconsciente como modelador de las actitudes y prácticas del individuo. El instinto de satisfacción es inherente al ser humano. La culpabilidad y el deseo (derivados de los sistemas represivos) desencadenan sentimientos de proyección el cual consiste en la admiración y/o la sublimación. Este último fue un término utilizado por el mismo Freud para denotar una derivación de energía (sexual) hacia un objeto. Sin embargo, Freud no estaba (específicamente) preocupado en construir una teoría del consumo pero sus aportes fueron útiles a tal sentido.

Fue así que, Dichter consideró conveniente dividir las motivaciones humanas según el producto. Las pieles, tienen un mayor valor simbólico para los cazadores; mientras que los spaghetti sugieren apego por las costumbres y la compañía de otros. (Dubois y Rovira, 1999)

Finalizando, la década del 30 el psicólogo Henry Murray sugirió una lista con 28 necesidades humanas básicas. Según su postura, la agresión y la destrucción debían ser tenidas en cuenta como pulsiones o necesidades propias del sujeto. El aporte de Murray significó un gran paso para los estudios de motivación en el consumo, ya que hasta ese entonces las prácticas agresivas eran consideradas patológicas y descartadas por los investigadores. (Murray, 1964)

Es cierto, que por una cuestión de espacio no se puede enumerar o explicar todas las corrientes que han analizado el apego del hombre por el consumo. Sin embargo, también es cierto que los aportes psicoanalíticos de Karen Horney, fueron usados satisfactoriamente por el sociólogo David Riesman para elaborar su modelo de la multitud solitaria, el cual sirvió de base para una infinidad de modelos teóricos (Dubois y Rovira, 1999)

Horney sostenía la idea de que Freud no tuvo en cuenta al respecto cultural lo suficientemente en cuenta. Según su propia posición, la ansiedad derivada de un estado de dependencia permite o restringe el grado de aprendizaje de un sujeto. Ante cualquier privación, el ego puede manejar la ansiedad de diferentes formas y por lo tanto reconducirla hacia diferentes objetos. Según el modelo del autor existen tres posibilidades válidas: a) *ir hacia los demás buscando afecto*, b) *ir en contra de los demás desarrollando un apetito por el poder y la dominación* y c) *separarse de los otros por medio de la autonomía*. (Horney, 1945)

Para Riesman, el modelo por el cual el ego se adapta resulta según parámetros históricos y sociológicos: a) *con arreglo a la tradición*, b) *con arreglo hacia uno mismo*, y c) *con arreglo hacia los otros*. Cada una de estas tipologías, demuestra diferentes tipos de

consumos o propensiones a los gastos. En forma sumariada, se puede señalar que los tradicionalistas tienen mayor propensión a beber, comer y vestirse en conformidad con las pautas culturales; los extrovertidos se afianzan en los consumos orientados al prestigio y el reconocimiento social mientras que los introvertidos se ocupan en mayor medida de su propio bienestar. (Riesman y otros, 1960)

Sin embargo, como acertadamente sostienen Du Bois y Rovira (1999:39) *“en general, los que han estudiado los lazos existentes entre la personalidad y los comportamientos de compra y consumo han quedado decepcionados por la baja significación de las correlaciones encontradas en el caso de que existieran.”*

En efecto, como ya se ha mencionado, el gasto es un proceso reflexivo en donde entran en escena una gran variedad de elementos o variables, como las normas vigentes, las expectativas de los actores, las personalidades de los consumidores, el pensamiento o discurso de la época, y ciertas variables macro-económicas como el ingreso, el precio y otros. Por ese motivo, las correlaciones estadísticas exactas en temas de consumo son efímeras y sus resultados se tornan difusos o contradictorios. Más específicamente, los consumos (gastos) funcionan como verdaderos espejos culturales los cuales hablan de nuestras expectativas proyectadas en la imagen de otros sobre nosotros.

A continuación intentaremos narrar los diferentes datos recogidos luego de una extensa observación etnográfica en una empresa de rent a car dedicada al rubro turístico.

La presentación

Uno de mis días de menor caudal de trabajo, fui (sorpresivamente) convocado por el dueño de la Empresa (el SR X); quien me comentó su preocupación por los excesivos gastos que se estaban dando en la esfera operativa. Lamentablemente, me mostró algunos números y lo noté muy agobiado; aunque no me reveló los motivos en forma espontánea, sino que yo tuve que ir preguntando a lo largo de la conversación. El SR X tuvo una experiencia negativa en negocios anteriores, precisamente por tener ciertos excesos en los costos operativos diarios que no supo detener a tiempo.

Atemorizado porque esto se vuelva a repetir me sugirió la idea de recortar todos los gastos operativos en forma drástica de un día para otro. Considerando que esto podría traer consecuencias derivadas ya que toda supresión genera efecto psico-sociológicos sobre los empleados, se le propuso al SR X medidas de menor virulencia.

En la actualidad, la empresa ha crecido en el alquiler de autos en forma elevada en comparación a los últimos años; en el año 2001 facturaba promedio \$ 18.000 por día mientras para 2008 factura entre \$70.000 y \$120.000 por día. En este sentido, presente, pasado y futuro (dimensiones) se están cruzando en la mentalidad del Sr. X en forma desorganizada y caótica. El razonamiento parece claro a grandes rasgos, *“he crecido mucho como cuando quebré, y precisamente quebré por no haber podido ordenar los gastos, me va a pasar lo mismo ahora”*.

Antes de aplicar, una medida de tal magnitud como aquella sugerida por el Sr. X, me dispuse a realizar un circuito de autorización de gastos. En principio, la solución al problema específico radicaba en pedir por cada gasto operativo, tres presupuestos

diferentes y analizar el gasto en cada caso para luego tomar las medidas necesarias para reducirlo.

Mi propuesta fue enviada al dueño y finalmente fue aprobada... no obstante, a lo largo de mi experiencia y en un análisis pre-liminar encuentro que los gastos se elevan cuando los supervisores de cada sucursal se encuentran presentes, mientras que disminuyen cuando estos se van de vacaciones por períodos prolongados. Esto, en parte, habla de una decisión e intervención jerárquica en las erogaciones.

En pocas palabras, cuando los supervisores no están, los empleados gastan lo mínimo e indispensable. ¿Será miedo?. O ¿es el gasto una forma de concentrar poder y autoridad?. ¿Qué quieren expresar con el gasto?.

En épocas pasadas, se intentaron reducir los costos, y aun cuando se logró, los supervisores cuestionaron la medida por motivos vinculados a su performance de rol e imagen para con sus subalternos, argumentando que los gastos se realizaban por motivos necesarios y que debían hacerse. Recortarlos no sólo significa recortar su autoridad sino su función y su estar-ahí (cosmovisión). (Heidegger, 1951)

Hasta ayer, el procedimiento común a seguir, para con los gastos, era el siguiente: cada supervisor podía autorizar un gasto menor a \$ 200 bajo su responsabilidad, si el mismo era mayor (a ese importe) debía hacerlo con el gerente operativo; por motivos propios a la cultura de la empresa el procedimiento siempre se seguía pero de forma oral. Asimismo, cuando el saldo excedente de efectivo recaudado en el día sobrepasaba los \$ 2000, el supervisor estaba obligado a depositarlo en una cuenta intra-bancaria.

Para un mejor análisis mandé a pedir y recibí de la administración un detalle de los costos e ingresos por sucursal desde Febrero 07 a 08. Con los datos suministrados se elaboró un informe que no me convenció demasiado pero me dio nuevas ideas y pistas para continuar la investigación.

Se analizó de evolución histórica desde Enero 07 hasta enero 08 de gastos e ingresos por producción, porcentajes de rentabilidad y de costo. Como erogación se han tomado los gastos generales de toda la empresa, mientras que por ingreso se ha tomado el ingreso PRODUCIDO POR CADA SUCURSAL.

Resultados generales

Luego de traspasado todos los datos en una tabla de doble entrada y salida, pude observar que:

Desde enero 07 a enero 2008 se han registrado \$ 18.436.987 de gastos de las tres sucursales contra \$ 38.457.055 de ingresos de mostradores operativos. Dando como saldo relativo una ganancia de \$ 20.020.068 con un porcentaje de rentabilidad promedio de 54.6% y de costo 47.84%. Ambos índices (de rentabilidad y costo) fueron construidos por la relación entre gasto e ingreso.

Más específicamente, para Enero de 2007 el porcentaje de costo era de 32.9% mientras para mismo mes de 2008 es de 36.63%, con una leve diferencia en alza de +3.73%. Lo cual me predisponía para llevarle tranquilidad al empresario desde el momento en que

sus erogaciones parecían no fluctuar demasiado de un mes en 2007 con respecto al mismo mes en 2008. Sin embargo, también había asuntos que debían atenderse:

A su vez, el pico máximo con respecto al porcentaje de costos se dio en Junio de 2007 con 75.11%, para luego descender bruscamente a 47.95% en Julio de 2007, y posteriormente en Agosto a 45%.

Existía (o por lo menos yo observaba) una tendencia muy clara a bajar la rentabilidad y subir el costo a medida que se pasaba de enero 07 a los meses sucesivos, tema que sugería costos fijos altos y una estacionalidad del negocio muy marcada. Julio se perfilaba como el mes en que se gastaba menos en referencia a lo recaudado.

Mas allá de lo que se aplique a un nivel individual y micro, se recomendaría que se encargue este tema a un analista de costos ya que el origen del mismo negocio sugiere que su fluctuación es inconstante dando como tendencia un mayor costo en épocas operativas de bajo nivel productivo. Pero había, un problema, ese analista era yo.

Desde los meses de temporada alta ene/feb/mar el costo es de 32.9, 37.37 y 40.58 respectivamente, en abril y mayo sube a 49.2 y 55.28, para tocar pico máximo en junio 75.11% y bajar en los meses sucesivos hasta enero de 2008.

En otras palabras, a menor volumen de producción mayor es el costo de la empresa tema que parece ser inherente a este negocio en forma específica. Un analista especializado, ayudaría a reducir los costos fijos que parecen ser los que están influyendo en la tendencia; así se me ocurrió y así se lo transmití al Sr X.

Luego de un análisis de los costos generales por item obtenemos que:

- 1- Los costos de Alquiler, Canon, sueldo y cargas se configuran como los de mayor peso dentro de la estructura de los costos. (Costos fijos)
- 2- Dentro de los gastos variables operativos de mayor incidencia tenemos comisiones, mantenimiento de la oficina, refrigerios, combustible, y lavadero.

Estos hallazgos confirmaban mi creencia de que los costos de mayor envergadura eran los fijos, y en consecuencia cuando no había volumen de trabajo en las temporadas bajas, estos aumentaban desproporcionalmente generando un desequilibrio en el porcentaje de ingreso / costo.

Miedo al cambio y resistencia (lo urgente y lo importante)

Durante uno de los días que duró la observación, me llama el supervisor de Córdoba muy angustiado, debido a los tiempos que maneja, él no puede seguir el procedimiento de autorización hasta fines de Marzo. Argumenta bajo su testimonio que maneja los mejores costos del mercado, y que le cuesta mucho seguir el procedimiento establecido para los gastos. El trabajo operativo en su sucursal exige una constante y rápida decisión para enviar a reparar los automóviles. Demorarse en esperar una decisión por parte de la Gerencia, no es un lujo que su locación puede darse.

Eleva, entonces, una nota al director de la Empresa explicando su situación y pidiendo que el circuito de autorización de gastos no aplique para su sucursal.

Los reclamos de Córdoba, son acompañados por los de otras locaciones o subsidiarias que presentan un discurso en semejanza y analogía. Todos ellos con un discurso similar, no es la intención entorpecer el circuito de trabajo, pero la extrema urgencia que amerita el trabajo operativo no permite presupuestar los gastos a realizar; si bien todos consideran como importante la necesidad de reducir los costos, anteponen la urgencia del trabajo diario a la misma. Se observa, entonces, una clara tensión entre importancia y urgencia; y sobre todo una dialéctica recursiva en base a los intereses propios de cada supervisor.

En efecto, el programa a implementar presupone una privación en primera instancia cuyo mecanismo de defensa arguye a un discurso de esta naturaleza. Este indicio, apunta a una pista que ya hemos mencionado la capacidad de gasto como forma simbólica de ejercer poder y autoridad de hecho. Las decisiones y expectativas, muchas veces se regulan mediante mecanismos defensivos los cuales en parte pueden llevar a afianzar la opción escogida. Un gasto, como práctica específica, sugiere la idea de una tensión previa o expectativa truncada. (Festinger, 1957) (Tarvis y Aronson, 2007)

En lo urgente, el individuo pospone su propio descanso. Este a su vez, implica un estado de reposo en el cual la ansiedad puede manifestarse en forma acentuada. Sigmund Freud, había sugerido al estado cinético como una forma de equilibrar los traumas recibidos del entorno. La movilidad permite una reducción de angustia y ansiedad (Freud, 1988). En otros términos, si las observaciones de Freud eran correctas la imposición de lo “urgente” como forma de generar movilidad obedecía a problemas “neuróticos” internos de la propia empresa que generarían emocionalmente ciertos desajustes.

Para graficarlo de manera clara, las diferentes tensiones internas entre los diferentes actores y las formas de autoridad provocan ciertos traumas en el ego de los involucrados. Estos defasajes son reprimidos por el inconsciente, sustituyendo el principio de realidad por el de movimiento. En este sentido, “lo importante” le es ajeno al supervisor el cual busca su centro de valoración por medio de “lo urgente”. Esto no significa, que el trabajo del supervisor no sea importante, sino que éste lo percibe de esa forma. En el trabajo alocado y los diferentes problemas (que esta forma de comportarse trae consigo) surgen mecanismos de compensación los cuales llevan al ego a reemplazar la “no importancia percibida” por medio de la “urgencia del trabajo”. Siendo urgente lo que hago y siendo el único que puede responder a ello, el yo se constituye valorando la capacidad de respuesta a la inestable dinámica que el medio impone. De persistir esa forma de trabajo, estructuralmente decaen los mecanismos de planificación a corto y largo plazo ya que la valoración del ego está puesta en resolver las cuestiones “urgentes” y posponer (sustituir) las importantes. El ego se considera incapaz de afrontar las cosas importantes, por lo tanto debe ocuparse de lo urgente. Como bien señaló Freud, los puntos subyacentes en esta clase de “neurosis” son el amor filial y el reconocimiento del otro. A medida que el individuo madura, en su edad biológica, reemplaza el lazo filial (subsistencia) por medio de su adaptabilidad al medio.

En este sentido, los diferentes reclamos llegados a mi atención tenían una razón de ser y una lógica acorde a situaciones previas, que no estaba contemplando. ¿Pero cuales son más específicamente esos traumas?, ¿Quién los genera?

La incomunicación

Uno de los días de trabajo de campo y en una amena conversación con el supervisor de Mar del plata, me di cuenta de que lamentablemente él no había sido copiado y notificado en forma efectiva sobre el nuevo procedimiento de autorización de gastos.

Me comenta (el supervisor), que debe comprar algunos repuestos en forma de urgencia, ya que tiene poca disponibilidad y requiere de una autorización muy rápida. Se le explica el sistema de procedimiento de gastos en forma detallada. Si bien se nota, que han empezado a gastar menos, existe aun se percibe cierta resistencia al cambio.

Durante el día, se observa un gasto de aproximadamente \$ 300 por convenios específicos de publicidad entre la sucursal de Córdoba y un privado. Cuando se le pregunta al supervisor, este responde que el gasto estaba previamente autorizado por el dueño de la empresa; si bien se insta al mismo a detallar en que consiste este convenio, lo cierto que se recibe como respuesta “el dueño está al tanto”.

Este hecho, que podría ser pasado por alto, pero hablabame a grandes rasgos de ciertos valores presentes en la cultura de esta organización con relación a los vínculos. Más específicamente, parecía haber una tendencia manifiesta en sostener una comunicación o vínculo de autorización de gastos entre el supervisor y el dueño, saltando a su vez los eslabones de mando intermedio. Esta clase de pacto, parecía equilibrar de alguna manera; desequilibrios o privaciones de otra índole.

Se podría suponer, que cada supervisor reemplazaba el sentimiento de impotencia (no tener poder) por medio del apego hacia quien si lo tenía (o por lo menos demostraba tenerlo). Si esto se daba así, entonces podría ser el lazo entre el supervisor y el SR X una forma de compensación; aunque también podría ser ese mismo lazo el que generara la descompensación; y en consecuencia recurrir al gasto como segunda opción.

¿Existe una relación entre el gasto desmedido y la Psicología o psicografía del Sr. X?

La Psicología del SR X

Luego de diversas entrevistas, se ha podido construir una psicografía del dueño de la empresa. Obviamente, esta construcción teórica no tiene validez de diagnostico ya que fue realizada acorde a la imagen que sus empleados manifiestan sobre él, y no a los factores estructurales de la propia personalidad. Sin embargo, creemos que en el trabajo es de suma utilidad poder recrear no sólo el lazo entre el dueño de la empresa y sus subalternos sino también que estos últimos poseen de él.

El Sr. X (el dueño), se constituye como un exitoso empresario a los ojos de sus empleados. Según sus propios términos “un tipo genial para los negocios, que se ha hecho millonario”. Este perfil, está relacionado con tres variables principales: el éxito, el dinero y los negocios como formas de obtención de los dos primeros (asenso social).

Los empleados consideran que el carisma del Sr. X, es uno de los factores que hacen a su personalidad.

En palabras de uno de los entrevistados *“El Sr. X es un tipo que siempre busca la suya, los máximos intereses, pero yo admiro de él que tiene un carisma impresionante, el tipo vos sabes que te esta cagando y encima le das las gracias. Es su forma de hablar, cuando el se quiere acercar a vos, lo hace, te motiva, te incentiva pero vos sabes que el único beneficiario de todo esto es el. Detrás de todo lo que él te propone siempre sale ganando, yo no se como hace pero eso la verdad lo admiro”*.

En su faceta positiva, el Sr. X también parece ser una persona comprensiva, accesible y generosa que en ocasiones ha ayudado económica o moralmente a todos sus empleados. Según otro de los entrevistados *“el busca la ayuda, cuando tuve mi hijo el me llamó a mi casa, me dio una semana más de asueto, también me prestó en otra ocasión dinero, es una persona que bajo esa cara y en determinados contextos es muy cálida; pero ojo tiene un lado oscuro, cuando algo no le gusta de vos siempre te hecha en cara esa ayuda, y en definitiva siempre te manipula porque siempre vos estas en deuda con él. Por otro lado, yo pienso como que se disocia de sí, hay dos Sr. X uno que ayuda otro que pide el doble de lo que da”*.

Esta particularidad en su personalidad es parte de lo que puede denominarse una faceta negativa del dueño o cabeza de la organización. Para otro de los entrevistados, el mayor problema del Sr. X es su inconformidad con respecto a todo. *“Te cuento siempre quiere más, no acepta perder aunque después gane. Siempre quiere todo. Además no da reglas claras, hoy te dice algo y mañana te dice todo lo contrario, cuando le haces notar que se contradice, él te responde que no te dijo aquello que vos escuchaste que te dijo. Así todo el tiempo es muy estresante, para mí, yo entiendo por otro lado que lo compensa con un buen sueldo pero el estrés que se genera con estas idas y vueltas yo creo que hace que tengamos una alta rotación de personal. Tampoco respeta las jerarquías él se mete en todo, te desautoriza cuando das una orden contraria a lo que el quiere y además de todo eso, quiere dar ordenes sobre temas específicos al trabajo que el no sabe ni maneja, imagínate las ordenes sin sentido que da. La otra vez, por un tema legal, me mando a apurar a un juez de la nación, entendes?. El piensa que porque tiene plata todo el mundo afuera tiene que obedecerlo, y afuera no es nadie es un empresario más. Lo que pasa, es que acá dentro tiene un grupo reducido de sus supervisores que se juntan todos los viernes a tomar y a comer en el bar que el tiene en su oficina, y le chupan las medias todo el tiempo. El tipo esta re – creído”*

Lo expuesto, parece indicar que el Sr. X posee un carácter cambiante o por lo menos así lo ven sus empleados, no da pautas claras y se mete en sectores que por línea jerárquica tienen autonomía propia. Esto parece entorpecer todo el trabajo operativo, ya que existen ciertos aspectos cognitivos que el dueño no conoce. Que sólo la experiencia de haber trabajado les da a los empleados y que éstos a su vez instrumentan en forma de negociación o política cuando se ven avasallados.

Otro entrevistado nos comentó lo siguiente con relación al SR X *“la verdad, es un paranoico, nada de lo que el dice es cierto, se lo inventa, se encapsula en su mundo de fantasía, dinero y poder y no dialoga con los empleados. No tiene autocrítica, no piensa bien, todo lo que el te propone es según su perspectiva, y si te gusta bien y sino estas*

fuera. Un ascenso es aceptarlo o quedarte sin trabajo, no acepta un no. Esto hace indudablemente, que si hay algún problema se lo ocultes.”

Estos mismos dichos coinciden con otro testimonio *“el Sr. X tiene un empresa que el cree, pero que no conoce. El da una orden y la gente que sabe el laburo no la cumple, el no se entera que nadie la cumple, la gente sabe su laburo, el se mete y hace macanas. Incluso, grita y tiene muy malas maneras de tratar al personal, él aparece y la gente se calla, le temen por su carácter.”*

Pero también se han recolectado entrevistas sobre la admiración que sienten algunos empleados por el SR X expuesto en los siguiente párrafos *“es un tipo re exitoso, se acaba de comprar una Ferrari, sabes lo que vale eso?, yo quisiera ser como él.”*

“Yo al Sr X le debo todo, el me hizo tengo 35 años trabajo aquí desde los 18, el me dio plata y gracias a eso a mi familia nunca le faltó nada”.

“Me parece que si bien es un tipo complicado, que a veces entiende lo que quiere entender, es una persona muy cálida me pago las vacaciones el año pasado y gracias a un préstamo me pude comprar la casa. Yo le debo mucho, y bueno eso es lo que pienso”.

Existen indicios de que el SR X tiene una relación conflictiva con su Madre, si bien no se puede indagar más en este tema por un tema de ética; el último de los entrevistados sostiene *“el Sr. X tiene un pánico manifiesto al abandono, se mete en todo porque quiere ser la gallina que cuide a sus pollitos, como a él no lo han cuidado. Parece como una tendencia a querer llamar siempre la atención por medio de gritos, gastos ostentosos, aumentos de sueldo y otros. En el fondo, el quiere que lo quieran, todos los viernes organiza una reunión donde ofrece comida y cerveza, y se enoja mucho si alguien se lo desprecia, esos que están son los que mejor cobran pero a la vez son a los que más maltrata, insulta y humilla durante el día laboral. Asimismo, el a los que están fuera de ese círculo privado trata de captarlos y traerlos con halagos y cosas así hacia el centro, y los que están en el centro por la presión quieren irse. Entonces el siempre esta rodeado de gente que le trabaja, le cuenta lo que pasa por abajo y de todo eso que el no se entera por el miedo que genera... tiene muchos buchones. Pero eso genera un círculo vicioso, de humillación y presión en el centro y admiración en el alrededor. Lo que más me causó impresión es que Sr. X nunca ha despedido a nadie últimamente, el te basurea te amenaza te grita pero no te echa... y siempre se perjudica porque cuando los empleados renuncian le hacen demandas legales por maltrato laboral”.*

Todo lo expuesto, era un discurso extraído directamente de los empleados de la firma. Sin embargo, en la dinámica de la observación diaria había notado que existía una EVIDENTE FALTA DE COMUNICACIÓN, que lleva a los siguientes síntomas:

- 1- Repeticiones e incumplimientos de los circuitos pre-existentes de trabajo
- 2- Errores producto de falta de información.
- 3- Preguntas que son reiterativas.

La empresa manejaba un sistema informático llamado IT4555, el cual le administra todo el trabajo diario. Asimismo, existía a disposición de los empleados un departamento cuyo fin es asesorar a los empleados en temas técnicos con respecto al uso del sistema.

Entrevistado los integrantes de este departamento, había encontrado cierta frustración ya que muchas veces los empleados llamaban varias veces para preguntar lo mismo (acto neurótico).

Dentro de una misma sucursal, varios integrantes llamaban para preguntar algo similar. Esto hablaba a grandes rasgos que a pesar de las reuniones las cuales se hacían mensualmente, existían serios problemas de comunicación.

Por otro lado, se me sugirió la idea de que la pregunta tenga simbólicamente un significado bien específico. *Un vínculo social.*

Los Gerentes de línea alta reclaman que los supervisores (como línea media) no mostraban poder de decisión o de resolución; y acudían a ellos para pedir autorización por cosas o asuntos que deberían resolver o saber hacerlo por sus propios medios. Estas llamadas se hacían varias veces al día, por temas, que los gerentes consideran baladíes.

Incluso esta práctica continuaba después del horario de oficina, tema que desgastaba de gran manera a los gerentes de línea alta. *“imagínate, estoy en mi casa, cenando con mi mujer, y me llama el operador de Córdoba porque un cliente se quejó, no hay un supervisor para arreglar ese problema?, porque me tienen que llamar a mí?, yo soy gerente de Ventas no babyseater. Eso es porque no quieren tomar responsabilidades no quieren jugarse por miedo al castigo.”*

¿Es esto una forma de vínculo social o de apego a la autoridad?. Particularmente, ¿por qué los supervisores no pueden tomar decisiones con respecto a temas operativos y si deciden en que gastar?.

Por otro lado, los empleados diariamente acostumbran a enviar correo de email interno poniendo diferentes frases, por lo general de pensadores o personajes celebres como una forma de comunicación y expresión ritual onírica. Uno de los últimos envíos, registrados el 26-03 llamó poderosísimamente la atención: El mensaje original viene del departamento de Reservas y dice,

A veces en la vida hay que saber luchar no sólo sin miedo, sino también sin esperanza."
Alessandro Pertini

A lo cual uno de los integrantes de la locación Aeroparque le responde *“Estimado xxx LA VERDAD ES QUE HOY NO COMPARTO PARA NADA LA FRASE DEL DIA, YA QUE CONSIDERO QUE SI PERDEMOS LA ESPERANZA, ES PORQUE ESTAMOS MUERTOS, EN LA LEY DE LA VIDA ,LA ESPERANZA ES NUESTRO ESCUDO DE BATALLA, IGUAL TE DIGO, QUE YO NO COMPARTO NO QUIERE DECIR QUE ESTE MAL, TAL VEZ MIS COMPAÑEROS ESTEN DE ACUERDO CON VOS.*

Para lo cual, el emisor responde *“ME GUSTA QUE DES TU PUNTO DE VISTA Y TU OPINIÓN, ME HALAGA. LA FRASE DE HOY A LO MEJOR SE PUEDE MAL INTERPRETAR O COMO PASA MUCHAS VECES, LAS FRASES CADA UNO LAS LEE Y LE DA EL SENTIDO QUE LE QUIERA DAR, MUCHAS VECES LEEMOS MAS ALLÁ DE LA FRASE. LO TUYO EN ESTE CASO FUE MÁS PROFUNDO. PERO VOLVIENDO A LA FRASE, CREO QUE POR MÁS QUE UNO PIERDA A VECES LAS ESPERANZAS TIENE QUE SEGUIR LUCHANDO, SEGUIR REMÁNDOLA, ESO NO*

QUIERE DECIR QUE SE TENGA QUE RESIGNAR, SINO SEGUIR AVANZANDO, EL NO ESTANCARSE, EL SIEMPRE QUERER MÁS, EL DEJAR DE PREOCUPARNOS PARA EMPEZAR A OCUPARNOS.
TE MANDO UN ABRAZO GIGANTE, Y NUEVAMENTE ME HALAGA EL QUE DES TU OPINIÓN Y TU PUNTO DE VISTA DE LAS FRASES.”

A lo cual el SR X (dueño) responde dando un corte final al diálogo entre los involucrados:

“No pierdan tanto tiempo en estas cosas sin sentido y dedíquense más a trabajar. Una frase está bien pero un dialogo intenso y debate esta fuera de lugar en horario de trabajo.”

Automáticamente, se cortó la cadena y la comunicación.

El cambio como mecanismo de control social

Al día siguiente, uno de los empleados involucrados envió el siguiente mensaje a toda la red:

“Los años arrugan la piel, pero solo el abandono del entusiasmo arruga el alma; uno es tan viejo como su desesperación. Franz Grillparzeer”.

En el mensaje pueden condensarse ciertos sentidos específicos que hacen al tema tratado. El abandono, como forma de indefensión, lo cual a su vez implica una contraposición ideológica con respecto al entusiasmo. Una connotación personal a la desesperación como forma de sentimiento asociada al paso del tiempo. Habrá que invertir la frase de la siguiente manera: trabajar mucho tiempo en esta empresa trae consigo desesperación.

Los cambios bruscos inducidos por el SR X hacia las prácticas de sus empleados hablan por un lado, de una falta de control evidente exteriorizada por medio de una actitud coercitiva; por el otro, de un miedo personal a la falta de control social y la pérdida del tiempo como mecanismo plausible de ese proceso. Sobre todo cuando afirma “el *debate está fuera de lugar en horario de trabajo.*”

Si se analiza la frase por partes, puede llegarse a las siguientes inferencias. El debate, se comprende como una discusión en donde priman diversos intereses; tema quizás aceptado por el Sr X en ciertos contextos. El horario de trabajo obedece a los compartimentos temporales dedicados por el sujeto al trabajo. “Estar fuera de lugar”, hace referencia a una intromisión, una inmiscusión o una forma de apropiación indebida. En este sentido, la frase se traduciría como “*no usen mis recursos como les place sino como es debido*”.

Como bien sugirió, Richard Sennett, el nuevo capitalismo se caracteriza por una mayor concentración y control del tiempo acaecido durante el trabajo. Ya hoy en día, el tiempo cuenta como un recurso tan importan en el proceso capitalista post-moderno, que incluso en las medidas de Work at Home, se encuentra implícito un fuerte control con respecto al tiempo utilizado y empleado en la tarea. (Sennett, 2000)

Esto trae consigo otra pregunta que debe ser investigada. ¿Qué relación existe entre el gasto simbólico y los rituales expiatorios?.

El gasto conspicuo y los rituales de expiación

En los últimos cuatro meses se han inaugurado tres sucursales nuevas, la plata, Neuquen centro y la última ubicada en cercanías de la calle florida. En todas ellas existía un patrón común: no había un estudio de factibilidad previo y las dimensiones espaciales de los respectivos locales eran grandes en comparación a la cantidad de público y clientes que recibían. Los locales, estaban equipados con los mejores recursos de la firma, incluso en uno de ellos se gastó un total de \$ 15.000 en una central telefónica que recibe diariamente solo 3 llamadas.

En otras palabras, en la inmensidad y lujo de estas oficinas no se condice con la cantidad y tipo de clientes que hacen su aparición en ella. En relación al mismo local de la Plata, el dueño admite haberla montado simplemente porque embellece la cuadra y por una petición expresa de los vecinos.

Asimismo, la central de Ventas (en ocasiones la destinada de generar reservas para todo el país) tenía prohibido enviarles nuevos alquileres o clientes. La misión de esta nueva sucursal, era sólo generar alquileres en agencias de viajes y turistas extranjeros para si misma y para el resto de la red; pero no recibir potenciales rentadores desde el resto de la red.

Sin embargo, y al igual que en la Plata, en Florida la cantidad de clientes no era significativa. De cierta manera, ambas sucursales generaban un efecto inverso, ya que por un lado al ser tan grandes e ingresar tan poco público creaban un sentimiento de desconfianza en aquellos que pasaban por la zona; por el otro, sus costos excesivos no reflejaban el motivo inicial de su inversión. ¿Mala inversión o un acto neurótico?

En este hecho, observé obviamente un gasto conspicuo en el sentido de Veblen, una especie de erogación simbólica cuyo fin es la consolidación de prestigio y status en detrimento de cuestiones más pragmáticas y comerciales. En este sentido, existe una correlación entre esta clase de gastos “rituales” y la concreción de la famosa “picada” de los viernes en donde los supervisores junto al dueño beben, y comen hasta altas horas de la madrugada. Según testimonios recogidos de los asistentes, faltar a este tipo de rituales o retirarse antes de tiempo, es seriamente penalizado por el dueño. La sanción obviamente es moral y no legal. Esta va desde la exclusión de este grupo selecto hasta el insulto o el desprecio público en la esfera laboral.

A diferencia, de la alta jerarquización que se encuentra presente en la empresa analizada, donde los dueños exigen devoción y manejan los tiempos de todos los empleados, exigiéndoles en algunos casos quedarse hasta después de dos horas de la salida obligatoria, en la picada de los viernes los roles se invertían. Los dueños servían a los empleados por medio de la confección de diversos manjares a disposición de todos los presentes. En ocasiones, según se ha observado tanto el dueño como su pareja servían a los comensales con la máxima delicadeza y dulzura.

Este ritual de expiación, sumado a los diferentes créditos aplicados por los dueños a sus empleados, funcionaba (de alguna u otra manera) como formas sociales de equilibrio y control social. Por un lado, fomentaban y revitalizaban la cohesión del grupo por medio de la confianza y la estabilidad; mientras que por el otro, invertían los roles entre dueño

y empleado para evitar procesos de conflicto de mayor envergadura o intensidad. La reunión era la excusa, o su característica más evidente, el servicio su función y atributo esencial. Luego, se podría relacionar el tema del servicio a la naturaleza propia de la empresa turística pero eso es material para otro trabajo.

Para confirmar lo expuesto, se ha construido un cuadro comparativo en el cual se detalla la locación u oficina, el alquiler mensual, el ingreso durante el mes de enero de 2008 (como máximo punto de temporadas) y el coeficiente de relación entre costo de alquiler e ingreso.

El objetivo, es medir la capacidad de la sucursal para generar ingreso sobre parte del costo que ésta tiene en cuanto a alquiler. Se parte del supuesto que a mayor importe en el alquiler del inmueble mayor es la extensión del local con respecto a los precios de mercado. Por ende, cuanto mayor sea el coeficiente de relación mayor será la propensión al gasto simbólico. Las altas erogaciones parecen verse reflejadas por bajas cuotas de ingreso.

La hipótesis, de haber una, es que a menor capacidad espacial de la oficina, mayor es la producción en cuanto a ingreso mientras que por el contrario, a mayor dimensión espacial de la sucursal menor es la producción en cuanto a ingreso.

Como se observa en el cuadro número 1, de mayor a menor, las locaciones cuyo gasto por alquiler es mayor son: Buenos Aires Centro con \$ 11.776, seguido de Bariloche centro \$ 10.000, Neuquen centro con \$ 10.000, Buenos Aires Administrativa \$ 7.900, y Bahía Blanca \$ 4500.

Sucursales ordenadas por alquiler – N 1

Ítem	LOCACION - ENERO 2008	ALQUILER
1	Buenos Aires centro	11,776 \$
2	Bariloche Centro	10,000 \$
3	Neuquen Centro	10,000 \$
4	Buenos Aires administrativa	7,900 \$
5	Bahía Blanca	4,500 \$
6	Pilar	4,100 \$
7	Rosario Centro	4,000 \$
8	La plata	4,000 \$
9	Florida	4,000 \$
10	Mar del plata centro 1	3,000 \$
11	San martín de los andes	2,572 \$
12	Villa Angostura	2,000 \$
13	Mendoza Centro	1,900 \$
14	Esquel Centro	1,800 \$
15	Calafate centro	1,500 \$
16	Córdoba centro	1,070 \$
17	Mar del plata centro 2	1,050 \$
18	Santa Fe centro	1,022 \$
19	San Juan Centro	1,000 \$
20	Río gallegos	700 \$
21	Pinamar	100 \$

Fuente: Buenos Aires, 2008 – Elaboración propia.

Si se re-agrupan los datos por nivel de ingreso, ¿se mantiene la misma jerarquía de locaciones?.

Observando el cuadro número 2, las sucursales que mayor ingreso registran son: Buenos Aires Centro con \$ 1.507.719, seguido de Bariloche centro \$ 385.241, Mendoza centro \$ 183.111, Calafate Centro \$ 168.313, Mar del plata Centro \$ 108.797 y Córdoba Centro \$ 98.207 entre otros. En efecto, el orden (en importancia) de sucursales por nivel de ingreso no se condice con el cuadro jerarquizado de sucursales por alquiler.

Sucursales ordenadas por ingreso enero 2008. – N 2

Item	LOCACION - ENERO 2008	ALQUILER	INGRESO
1	Buenos Aires centro	11,776 \$	1,507,719 \$
2	Bariloche Centro	10,000 \$	385,241 \$
3	Mendoza Centro	1,900 \$	183,111 \$
4	Calafate centro	1,500 \$	168,313 \$
5	Rosario Centro	4,000 \$	113,849 \$
6	Mar del plata centro 1	3,000 \$	108,797 \$
7	Cordoba centro	1,070 \$	98,207 \$
8	San martín de los andes	2,572 \$	79,101 \$
9	Pilar	4,100 \$	79,101 \$
10	Pinamar	100 \$	61,146 \$
11	Neuquen Centro	10,000 \$	58,429 \$
12	Bahía Blanca	4,500 \$	41,804 \$
13	Santa Fe centro	1,022 \$	37,312 \$
14	Río gallegos	700 \$	29,835 \$
15	Mar del plata centro 2	1,050 \$	28,751 \$
16	La plata	4,000 \$	25,289 \$
17	Florida	4,000 \$	23,294 \$
18	Villa Angostura	2,000 \$	17,570 \$
19	San Juan Centro	1,000 \$	6,735 \$
20	Buenos Aires administrativa	7,900 \$	- \$
21	Esquel Centro	1,800 \$	- \$

Fuente: Buenos Aires, 2008 – Elaboración propia.

En lo que respecta a cantidad de cierres, los datos parecen no variar si se los compara con el total de ingreso por sucursal. Vease, abajo el cuadro número 3. Aunque se detecta una diferencia leve entre Mendoza y Bariloche centro.

Sucursales ordenadas por cantidad de contratos cerrados – N 3

Item	LOCACION - ENERO 2008	ALQUILER	INGRESO	CANT CIERRES
1	Buenos Aires centro	11,776 \$	1,507,719 \$	645
2	Bariloche Centro	10,000 \$	385,241 \$	200
3	Mendoza Centro	1,900 \$	183,111 \$	139
4	Calafate centro	1,500 \$	168,313 \$	111
5	Mar del plata centro 1	3,000 \$	108,797 \$	77
6	Pinamar	100 \$	61,146 \$	64
7	Cordoba centro	1,070 \$	98,207 \$	61
8	Rosario Centro	4,000 \$	113,849 \$	50
9	San martín de los andes	2,572 \$	79,101 \$	32
10	Pilar	4,100 \$	79,101 \$	32
11	Santa Fe centro	1,022 \$	37,312 \$	29

12	Bahía Blanca	4,500 \$	41,804 \$	26
13	Neuquen Centro	10,000 \$	58,429 \$	24
14	Mar del plata centro 2	1,050 \$	28,751 \$	20
15	Villa Angostura	2,000 \$	17,570 \$	17
16	La plata	4,000 \$	25,289 \$	17
17	San Juan Centro	1,000 \$	6,735 \$	13
18	Florida	4,000 \$	23,294 \$	13
19	Río gallegos	700 \$	29,835 \$	9
20	Buenos Aires administrativa	7,900 \$	- \$	0
21	Esquel Centro	1,800 \$	- \$	0

Fuente: Buenos Aires, 2008 – Elaboración propia.

Finalmente, si los datos se agrupan por coeficiente de relación entre alquiler e ingreso, se confirma la hipótesis planteada.

Con excepción de la sucursal Buenos Aires administrativa, destinada sólo para los cuerpos administrativos de la empresa sin una producción operativa cierta; y Esquel centro sucursal que directamente no estaba operativa a Enero de 2008, las sucursales que mayor coeficiente registran son Florida con 0.172, Neuquen Centro con .171, La plata con 0.158, San Juan Centro 0.148, Villa Angostura con 0.114, Bahía Blanca con 0.108 y Pilar con 0.052.

Sucursales ordenadas por coef. Ingreso Alquiler – N 3

Item	LOCACION – ENERO 2008	ALQUILER	INGRESO	CANT CIERRES	Coef
1	Buenos Aires administrativa	7,900 \$	- \$	0	#####
2	Esquel Centro	1,800 \$	- \$	0	#####
3	Florida	4,000 \$	23,294 \$	13	0.172
4	Neuquen Centro	10,000 \$	58,429 \$	24	0.171
5	La plata	4,000 \$	25,289 \$	17	0.158
6	San Juan Centro	1,000 \$	6,735 \$	13	0.148
7	Villa Angostura	2,000 \$	17,570 \$	17	0.114
8	Bahía Blanca	4,500 \$	41,804 \$	26	0.108
9	Pilar	4,100 \$	79,101 \$	32	0.052
10	Mar del plata centro 2	1,050 \$	28,751 \$	20	0.037
11	Rosario Centro	4,000 \$	113,849 \$	50	0.035
12	San Martín de los Andes	2,572 \$	79,101 \$	32	0.033
13	Mar del plata centro 1	3,000 \$	108,797 \$	77	0.028
14	Santa Fe centro	1,022 \$	37,312 \$	29	0.027
15	Bariloche Centro	10,000 \$	385,241 \$	200	0.026
16	Río gallegos	700 \$	29,835 \$	9	0.023
17	Cordoba centro	1,070 \$	98,207 \$	61	0.011
18	Mendoza Centro	1,900 \$	183,111 \$	139	0.01
19	Calafate centro	1,500 \$	168,313 \$	111	0.009
20	Buenos Aires centro	11,776 \$	1,507,719 \$	645	0.008
21	Pinamar	100 \$	61,146 \$	64	0.002

Fuente: Buenos Aires, 2008 – Elaboración propia.

Esta relación dialéctica planteada prueba de forma cuantitativa, lo expuesto por medio del análisis etno-psicográfico.

Las tres últimas sucursales inauguradas (Florida, La plata, Neuquen Centro) tienen un excesivo costo en referencia al ingreso que recibieron en enero de 2008. A grandes rasgos, parecen magnificas sucursales cuya función se aleja manifiestamente de la rentabilidad para abrazar el consumo conspicuo (Veblen, 1974).

La tesis del economista noruego, se orientaba a apuntar que dentro de una sociedad existían dos clases: una productiva, cuya practicidad y austeridad de costumbres tenía como única función la tecnificación industrial; y una ociosa, cuyas costumbres oscilaban entre el consumo desmedido y el simbólico; para esta última clase Veblen sostenía que imperaba una necesidad de prestigio y estatus como formas de distinción de la clase técnica. A diferencia de otros estamentos o clases, *la ociosa*, fundamenta su poder y autoridad por mecanismos relacionados al gasto y al consumo; pero más específicamente a su “ostentación” (Veblen, 1974).

Paradójicamente, la decisión en los costos de tipo fijos como los alquileres no depende del supervisor de locación sino que vienen directamente del Sr. X. Por tanto, su preocupación inicial si bien (en algunos casos pueda ser fundada) parece tener más relación a un mecanismo invertido de auto-imagen del self que a un hecho científicamente comprobable (Winnicott, 1996) (Mead, 1999) (Schutz, 1974).

Posiblemente, la relación conflictiva de apego del Sr. X con su madre influya en la exacerbación de ciertos sentimientos relacionados con la angustia, la ansiedad y la culpa. La posibilidad, impunidad y poder que implícitamente da el dinero regula estos sentimientos de temor y desconfianza generados por los primeros lazos de solidaridad entre el niño y su cuidador. (Bowlby, 1986) (Luhmann, 1996)

En cada costo, en cada erogación lo que se encuentra detrás es una necesidad imperiosa de no perder la cohesión grupal; y de recordar los miedos más profundos e inconscientes, por lo menos con la intención de no hacerlos realidad: el temor al abandono. El gasto, al igual que el altar para la religión, conduce a un sacrificio con un fin específico: evitar el efecto disgregador del cambio y la inestabilidad; ora “la ira de los dioses” o “ser realmente abandonado”. (Malinowski, 1994) (Eliade, 2006)

Con cierta felicidad intelectual, por haber respondido (según mi opinión) los interrogantes planteados me predispuse a redactar el informe final de mi trabajo y entregárselo al SR X.

Conclusión (a modo de ensayo)

Los aspectos estructurales de la personalidad de los dueños o líderes de una organización parecen copiables o imitables por medio de dos mecanismos bien claros: la coacción y la admiración (Korstanje, 2007). Sin embargo, tanto el carisma como otras formas de dominación poseen cierta segmentación en los lazos de poder. En principio, debido a que los subalternos se acomodan a las situaciones según sus propios intereses, o también porque los líderes pierden el control de los recursos los cuales otorgan ese poder.

Lo cierto, es que para la empresa en estudio se ha podido comprobar o mejor dicho se han podido obtener los siguientes resultados:

- 1- El gasto debe ser estudiado teniendo en cuenta tanto los factores intra-psíquicos como los culturales en los que el sujeto se encuentra inserto.
- 2- En la empresa estudiada, existe una relación de autoridad jerárquica concentrada en la figura del Sr. X, quien a su vez posee una personalidad cambiante la cual genera en los empleados frustración, ansiedad y sentimientos ambivalentes.
- 3- Los empleados por medio de la admiración hacia los atributos positivos del SR X imitan parte de su comportamiento, ora por la ostentación o por el uso de la autoridad.
- 4- La inestabilidad institucional y normativa trae como resultado mayor angustia y ansiedad en sus miembros.
- 5- En la empresa estudiada, existe una clara y comprobada tendencia al gasto ostentoso o simbólico.
- 6- La forma de organización centrípeta que demuestra la empresa genera frustración en los empleados de línea media; los cuales a su vez buscan mecanismos de sustitución para reducirla. Aquí, surgen mecanismos los cuales se van dando progresivamente: en primer lugar, la búsqueda de relación directa con el SR X (dejando a un lado a los Gerentes), la sustitución de lo importante por lo urgente, el deseo de alejarse o quebrar la relación con el SR X, y la concreción del gasto “simbólico” como última opción.
- 7- A su vez, el SR X en su carácter autoritario tiene una imperiosa necesidad de servir por medio de la confección de rituales expiatorios específicos como lo son la organización de banquetes y otros menesteres. Este ritual, le ayuda psicológicamente a reducir la culpa y la ansiedad, garantizando la correcta concreción de sus negocios futuros.
- 8- El gasto simbólico (como forma expiatoria) garantiza la cohesión del grupo, la ostentación de autoridad, evita enfrentar la idea de una posible quiebra, y genera en el ego una imagen (compensada y valorada) de sí mismo. No obstante, paradójicamente al proceso de una neurosis (en el sentido freudiano clásico) trae consigo consecuencias no deseadas, tales como: una excesiva tendencia al gasto aún en épocas de temporada baja, un aumento compulsivo del costo a medida que baja el trabajo (para compensar el sentimiento de impotencia), una disminución en la rentabilidad empresarial y una disminución de la competitividad en el mercado externo.

Todos los puntos analizados hasta el momento, no deberían ser proyectados o aplicados fuera del contexto de la empresa en cuestión. La validez y confiabilidad de los resultados obtenidos sólo se dan dentro de la unidad de análisis mencionada. Siquiera es lícito, hablar de un gasto simbólico para las empresas turísticas en general sin un trabajo de investigación previo.

Por último, si todas las observaciones precedentes son correctas, entonces supondríamos que a mayor inestabilidad institucional y normativa mayor es la propensión al gasto simbólico mientras que en contextos de estabilidad (sea por exceso de trabajo u otras causas) menor es la tendencia a esta clase de erogaciones. Sin embargo, para confirmar esta (interesante) hipótesis es necesario realizar varios trabajos en extensión los cuales puedan servir como modelos comparativos y validados o refutados según corresponda.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Bowlby J. (1986). Vínculos Afectivos: formación, desarrollo y pérdida. Editorial Morata, Madrid.

- Eliade, M. (2006). *El mito del eterno retorno*. Buenos Aires: Emece Editores
- Festinger, L (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Freud, S. (1988). *Freud: obras completas*. Volumen XIII. “Más allá del principio del placer”. Pp.: 2507-2541. Buenos Aires: Editorial Hyspamerica.
- Heidegger, M. (1951). *El Ser y el Tiempo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Horney, K. (1945). *Our inner Conflicts*. Londres: Ed. Norton.
- Korstanje, M. (2007). “Confianza, coacción y autoridad: un ensayo sobre el papel de la imitación en las relaciones laborales”. Revista A parte Rei. Número 50. Marzo. Universitat Ramon Llull, España. Material disponible en www.ethos.url.edu/articles.
- Malinowski, B. (1994). *Magia, ciencia, y religión*. Barcelona: Editorial Planeta Agostini.
- Mead, G. (1999). *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Murray, H. (1964). *Motivation and Emotion*. Londres: Prentice Hall.
- Lancaster, K. (1971). *Consumer Demand: a new approach*. Columbia: Columbia University Press.
- Luhmann, N. (1996). *Confianza*. Barcelona: Editorial Anthropos.
- Riesman D. y otros. (1960). *La Foule Solitaire*. París: Editorial Senil.
- Sennett, R. (2000). *La Corrosión del Carácter. Consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Schutz A. (1974). *El Problema de la Realidad Social*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Tavis, C y Aronson, E. (2007). *Mistakes were made (but not by me): why we justify foolish beliefs, bad decision, and hurtful acts*. Harcourt Books.
- Veblen, T. (1974). *La Clase Ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Winnicott D. W. (1996). *Realidad y Juego*. Editorial Gedisa, Barcelona.