

dos modelos ELECTRE, PROMETEE e QUALIFEX, así como un apartado dedicado a estudar a utilización dos sistemas expertos como medio de aproximacións instrumentos de toma de decisións empresariais á complexidade da realidade.

Situando os métodos utilizados para unha análise multicriterio entre dúas posicións extremas —os modelos construídos a partir de hipóteses matemáticas necesariamente restrictivas e a información recollida dende o propio decisor—, a análise dos problemas que requiren a súa utilización constitúe un exemplo da evolución do papel científico nos problemas de decisión. Os problemas xa non son resoltos por un modelo matemático que substitúe ó decisor senón axudándolle a este a construí-la súa decisión e describindo as súas posibilidades de elección. En asumindo que toda decisión constitúe un compromiso entre diversas aspiracións imposibles de satisfacer en toda a súa plenitude, a análise multicriterio, que modela o problema sen ocultalo, ten, cando menos, o mérito da franqueza.

MARÍA ÁNGELES LÓPEZ CABARCOS

Departamento de Organización de Empresas e Comercialización
Sección Delegada do 2º Ciclo de Administración e Dirección de Empresas en Lugo
Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

ECONOMÍA DE LA EDUCACIÓN

JOSÉ LUIS MORENO BECERRA
Madrid: Pirámide. 1998
[171 páxinas]

ECONOMÍA DE LA EDUCACIÓN

ESTEVE OROVAL / J. ORIOL ESCARDÍBUL
Madrid: Encuentro. 1998
[117 páxinas]

Recibido: 21 abril 1999

Aceptado: 10 maio 1999

Economía de la educación son dous manuais básicos tanto para o alumno como para o investigador que pretenden introducirse no estudio deste campo da economía. Con este fin, ámbalas dúas obras estrutúranse en torno a tres grandes temas que centraron a atención dos especialistas en economía da educación nos últimos anos.

Así, no capítulo un e a través dun fío condutor lóxico, claro e esquemático, os autores expoñen as principais achegas das teorías que trataron de explicar o papel da educación no pensamento económico —a *teoría do capital humano*, o *credenzialismo* e a *interpretación institucionalista* e a teoría desenvolvida polos *economistas radicais*, entre outras—. Explican os supostos nos que se apoia cada unha delas, así como as súas conclusións e as críticas fundamentais que recibiron.

O papel da educación no desenvolvemento económico é obxecto dun capítulo en ámbolos dous libros, aínda que o seu enfoque se presente dun modo diferente. Moreno distingue as teorías do capital humano, por unha parte, e, por outra, o enfoque productivista, inclinándose polo enfoque do desenvolvemento humano, por entender que é máis completo e, en certa medida, leva implícito o enfoque productivista. Oroval e Oriol, sen embargo, analizan a contribución da educación ó desenvolvemento económico dende a idea do capital humano como un factor productivo que cómpre considerar na función de produción, distinguindo as diferentes etapas que se levaron a cabo no traballo empírico deste tema, dende os primeiros traballos enmarcados na teoría neoclásica ata os novos traballos de crecemento endóxeno ou o tema da converxencia.

Nunha última parte, que Moreno separará en dous capítulos, os autores abordan o problema do financiamento da educación superior. Así, ámbolos dous textos van responder á cuestión de quen debe financiar a educación superior e por qué —recollendo para isto as principais achegas realizadas dende o ámbito da Facenda Pública á economía da educación—, e responder tamén a cómo a forma de levar a cabo ese financiamento varía en función da estrutura do sistema de educación superior —son os achados obtidos no campo da organización os que incorporan neste apartado—.

Desta forma, estes manuais constituirían a porta de entrada básica para todo aquel que queira internarse no complexo mundo da educación e das súas interrelacións con distintos aspectos da economía. O feito de que sexan manuais básicos non impide o seu uso a aquelas persoas que xa dispoñen de amplos coñecementos no tema. É máis, dende o noso punto de vista, consideramos que se trata de textos imprescindibles para todos, para os profanos na materia, por permitir-lles unha visión global e completa dela, e para os non tan profanos, por proporcionar-lles unha ferramenta que resume de forma clarificadora as achegas anteriores e que contén unha bibliografía esencial para as súas investigacións.

É destacable a metodoloxía empregada nos dous textos, xa que estes propoñen ó final de cada capítulo un conxunto de exercicios de análise e debate, constituíndo unha atractiva forma de asentir e consolidar os conceptos analizados ó longo dese capítulo. Neste sentido, Oroval e Oriol van un pouco máis lonxe realizando unha análise empírica das relacións entre o sistema educativo español e as variables económicas máis relevantes.

É importante destacar como elemento positivo nos dous libros a capacidade de resumo que manifestan. Nun reducido número de páxinas, os autores son capaces de sintetizar os conceptos básicos que calquera persoa que desexa introducirse neste campo debe dominar. Esta síntese complementase cunha completa revisión bibliográfica que comprende dende os primeiros traballos que se desenvolven sobre economía da educación nos seus diferentes aspectos ata os máis modernos traballos na liña das novas teorías do crecemento, etc. Por todo isto, nestes dous libros pódese atopar a bibliografía básica para afondar en calquera dos temas que aquí se tratan, estando, ademais, no caso do libro de Oroval e Oriol, estruturada por capítulos, polo que a súa consulta é moi sinxela e rápida.

A pesar das similitudes destas dúas obras, consideramos que son complementarias. Así, mentres Moreno adopta un enfoque, se cadra, máis pedagóxico e introductorio, a obra de Oroval e Oriol permítelle ó lector seguir afondando no estudo da economía da educación dende unha perspectiva máis aplicada.

Esperamos que coa publicación desta obra haxa máis economistas que saiban de educación e máis xestores educativos que saiban de economía.

*SARA FERNÁNDEZ LÓPEZ/ **ISABEL NEIRA GÓMEZ

*Departamento de Economía Financeira e Contabilidade

**Departamento de Métodos Cuantitativos para a Economía e a Empresa
Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

MERCHANDISING. TEORÍA Y PRÁCTICA

ENRIQUE CARLOS DíEZ DE CASTRO / FRANCISCO JAVIER LANDA BERCEBAL

Madrid: Pirámide. 1996

[399 páxinas]

Recibido: 6 maio 1999

Aceptado: 10 maio 1999

A importancia cada vez maior dos establecementos en libre servizo, fronte ós puntos de venda tradicionais (modernos), sobre todo no que respecta a produtos alimentarios, droguería, etc. —o cal que se reflicte no aumento do número de establecementos en libre servizo e na diminución progresiva das tendas tradicionais—, fai necesario o estudo de cales son as técnicas empregadas, sobre todo, polas grandes superficies de venda, tanto para atraer os clientes potenciais da súa área de influencia como dentro do propio establecemento para conseguir que se sinta interesado pola gran variedade de produtos que se atopan dispoñibles.

A obra *Merchandising. Teoría y práctica*, que poderíamos encadrar dentro do campo da distribución comercial, resalta a importancia que ten actualmente o *merchandising* nos establecementos retalistas, explicando de forma clara e concisa os principais aspectos que o integran. Para lograren isto, os autores apóianse en numerosas ilustracións que permiten comprender mellor as técnicas que están a disposición dos minoristas para rendibilizar os seus puntos de venda.

A presente obra no seu primeiro capítulo analiza a evolución seguida polo comercio tradicional comparándoo co comercio en libre servizo nos países europeos e máis concretamente en España. Ademais, tamén se relacionan de forma xenérica cales son os aspectos positivos e negativos das distintas formas comerciais existentes actualmente.

No segundo capítulo, os autores relacionan as distintas definicións que se deron ó longo dos últimos anos do termo *merchandising* (palabra anglosaxona sen fácil tradución no galego ou no castelán), así como a evolución (a pesar da súa xuventude) que tivo esta técnica de marketing ó longo da súa vida. Unha sección que, desde o noso punto de vista, merece ser destacada dentro deste tema é a investigación realizada pola empresa Du Pont, na que se pode apreciar a influencia que exerce o punto de venda nas compras realizadas polos consumidores e, polo tanto, de modo indirecto a importancia do *merchandising* nos mercados actuais.

Nos seguintes capítulos desenvólvense de forma detallada, empregando investigacións propias, tódolos compoñentes do *merchandising*. Así, nos capítulos 2 e 3 abórdanse os aspectos máis importantes que se deben ter en conta á hora de deseñar tanto o interior coma o exterior do establecemento. Con respecto ó deseño interno indícase o que deberían facer os responsables da empresa co obxecto de que os consumidores circulen sen apuros, atopen facilmente os produtos que desexan