



La Escuela que construye el futuro

JOURNAL DE INVESTIGACION
Noviembre 007

TECNOLÓGICO DE MONTERREY CAMPUS PUEBLA



Puebla, Pue. México, Noviembre 007.

Estimados alumnos, profesores, investigadores invitados y compañeros de la Escuela de Graduados e Innovación "EGI", del Tec de Monterrey Campus Puebla:

Este mes lanzamos nuestro tercer volumen del "Journal de Investigación de la "EGI"; este espacio-laboratorio tiene como objetivo proporcionarles un lugar para que compartamos nuestras experiencias técnicas, académicas, de investigación y casos de éxito. Este será además un excelente vehículo para poder aportar contenidos ad-hoc para el boletín de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sistema TEC.

Como saben colegas, nuestro Journal no tiene fines de lucro, pero sí tiene como objetivo crear conocimiento, know how y networking.

Les invito a que se acerquen a este proyecto y nos ayuden a mejorarlo, para que cada trimestre podamos contar con más colaboradores y publicaciones, para poder influir positivamente en lo económico, político y social de nuestra comunidad.

Por esto, aprovecho la ocasión para agradecer su participación y apoyo a nuestra Escuela de Graduados e Innovación, y reiterarles nuestro gran aprecio por su labor.

Muchas Felicidades!

Atte.

Dr. Jaime Raúl Alejandro Romero Jiménez
Director de la Escuela de Graduados e Innovación
ITESM Campus Puebla
alejandro.romero@itesm.mx



El único y exclusivo titular del derecho patrimonial y moral son los autores. Prohibida la reproducción parcial o total de estas obras, por cualquier medio o método, sin autorización por escrito de los mismos.

El único responsable de cada publicación es el autor; y por ende, se deslinda de toda responsabilidad al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Puebla. Los autores pueden tener relaciones de consultoría u otros negocios con las empresas a que se refieran.

Si quieres publicar en este Journal por favor escríbenos a comiteditorial.pue@servicios.itesm.mx

Comité Editorial

DR. JUAN CARLOS GACHÚZ MAYA

MTRA. NAYELI DEL CARMEN ESCOBAR TAPIA

DR. JAIME RAUL ALEJANDRO ROMERO JIMÉNEZ

...



CUALIDADES ORGANIZACIONALES QUE INCENTIVAN LA INNOVACIÓN	5
<i>ING. SERGIO MARROQUIN ALAMO, PROFESOR INVITADO</i>	
CONSEJOS ARISTOTÉLICOS PARA EMPRESARIOS (1ª PARTE).....	9
<i>DR. FRANCISCO IRACHETA, PROFESOR INVITADO</i>	
LAS PYMES Y LA UNIÓN EUROPEA	12
<i>MTRA. NAYELI ESCOBAR TAPIA, COORDINADORA DEL EUROCENTRO TEC DE MONTERREY VENTANILLA PUEBLA E IAP</i>	
APUNTES INICIALES PARA EL ANÁLISIS DE LA REPRESENTATIVIDAD POLÍTICA	16
<i>MTRO. ALFREDO GARCÍA GALINDO, DIRECTOR DE GENERACIÓN 2006-2009, ESCUELA PREPARATORIA ITESM</i>	
¿EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE “TLCAN” ES UN TRATADO O ACUERDO?.....	20
<i>DR. JAIME RAÚL ALEJANDRO ROMERO JIMÉNEZ, DIRECTOR DE LA EGI</i>	
MODELO DE LA INDUSTRIA DE LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO, UN EJEMPLO DE LA PRESENCIA DE LAS FUERZAS DE RP.....	22
<i>DR. MANUEL CASTILLO SOTO, PROFESOR POSGRADOS</i>	
¿PERDIDAS ECONÓMICAS POR MIGRACIÓN? LA PERSPECTIVA DEL CAPITAL HUMANO.....	28
<i>DRA. NADIA ALMARAZ ARÉIZAGA, DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES</i>	
THE NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT (NAFTA), 13 YEARS AFTER ITS IMPLEMENTATIONS	33
<i>DR. JUAN CARLOS GACHÚZ MAYA, DIRECTOR DE POSGRADOS</i>	
DIRECTORIO.....	37
INVITACIÓN.....	38



Cualidades organizacionales que incentivan la innovación

Ing. Sergio Marroquín Alamo
sergmarr@itesm.mx

El presente documento propone una serie de cualidades que, de estar “vivas” o presentes, pueden ayudar a facilitar la innovación dentro de las organizaciones. Estos factores son identificables en empresas altamente innovadoras.

A pesar de que la innovación puede aportar enormes ventajas, existen sin embargo empresas que no solo frenan a la innovación sino que la consideran una amenaza que hay que combatir y eliminar.

En tres partes se trata de explicar cuáles son las cualidades organizacionales que incentivan a la innovación. La primera es un comparativo general de prácticas empresariales o corporativas de empresas que favorecen frente a las que la frenan o la combaten. La segunda parte explica la importancia del pensamiento gerencial en su relación con la innovación. La tercera parte resume cómo poder obtener las cualidades, que a juicio del autor, permiten acelerar las ventajas de la innovación.

Empresas que promueven vs. Empresas que frenan la innovación

En cuestión de innovación, podemos clasificar a las empresas en dos grandes rubros: las que promueven e incentivan la innovación como parte importante de su ecuación de éxito y las que no solo la frenan sino que la consideran como una amenaza que hay que combatir y eliminar ¿Y cómo no eliminarla y atacarla? ya que finalmente la innovación no es útil ni sirve a este tipo de empresas, sino solo para aquellas que pretenden ser protagonistas y dictar la agenda del sector en que compiten solo para ganar.

Innovar es darle la bienvenida al riesgo, reza un slogan en 3M, la empresa líder mundial en innovación. Es abrir la puerta a establecer nuevas reglas de negocio, siempre y cuando esto lleve a la empresa a encontrar mejoras posibilidades y opciones de éxito.

Innovar es arriesgarse a crear alternativas (nunca antes vistas) para dominar el mercado logrando un equilibrio entre el desempeño del negocio, la satisfacción del cliente, el respeto y reconocimiento a los colaboradores y el cuidado del medio ambiente.

Quienes optan por la innovación buscan ser protagonistas y ganadores en el sector en que compiten. Las empresas que frenan la innovación se conforman con ser uno más en el mercado.

Una característica de las empresas que combaten la innovación es el miedo a buscar nuevos horizontes. Empresas que incluso pueden tener eficiencia operativa se muestran reacias a modificar las causas de su rentabilidad actual por miedo a perder lo ganado. Sin embargo, ese mismo miedo, es un riesgo enorme, ya que siempre habrá competidores dispuestos a encontrar ventajas que permita arrebatárselas a los demás la fuente de sus ingresos. Las empresas que por miedo no buscan mejores opciones de cara al futuro tienen cada vez menos posibilidades de sobrevivir.

Las empresas que evitan y combaten la innovación pueden tener incluso una operación sana, pero no tienen una visión de largo plazo porque piensan y discuten poco sobre el futuro. Estas últimas son empresas que se plantean metas fácilmente alcanzables.

Quienes promueven la innovación son empresas que están dispuestas a “pagar el precio” de ganar; son organizaciones que buscan permanentemente nuevas alternativas para crear nuevas y mejores prácticas de negocio. Estas empresas altamente innovadoras se toman muy en serio el escuchar y vivir muy de



cerca las necesidades de sus clientes para descubrir qué nuevos productos o servicios deben ser desarrollados para satisfacer sus exigencias presentes y futuras.

El estilo y pensamiento innovador del management

Además del pensamiento y ejecución estratégica, algunas cualidades que debe tener un directivo para hacer a una empresa realmente innovadora son: la humildad, la flexibilidad, la apertura al cambio y la capacidad de motivar y premiar el esfuerzo en equipo.

La humildad se refiere a la capacidad de reconocer que la empresa mantiene su ventaja competitiva gracias al esfuerzo colectivo y no a la capacidad individualista de unos cuantos.

Esta cualidad o valor se refleja también en la aceptación y reconocimiento de que siempre hay cosas por mejorar y por descubrir. Un directivo humilde es aquél que no se vanagloria con el éxito presente sino que está en una búsqueda permanente por llevar a la empresa en su conjunto a mejores escenarios, sobre todo con miras hacia el futuro.

La cualidad denominada flexibilidad, se refiere a la capacidad de escuchar siempre con atención a las nuevas ideas propuestas o descubiertas a partir de necesidades presentes y futuras de sus clientes. Se requiere ser flexible para adaptar, siempre que sea necesario, los procesos y servicios internos y externos de la organización a fin de satisfacer de manera eficiente a las exigencias de sus clientes. La dificultad y reto más importante que enfrenta la flexibilidad radica en cómo lograr que el resto de la organización sepa adaptarse con permanente agilidad a los retos que se irán descubriendo cada vez más rápidamente. Parte de esta respuesta está en la capacidad de motivar y premiar el esfuerzo en equipo, condición clave para convertir a una empresa común y corriente en una que sea altamente innovadora.

Motivar y premiar el trabajo en equipo pareciera un tema agotado. Sin embargo, para lograr conformar equipos multidisciplinarios y poco homogéneos, especialmente en modelos de innovación abiertos, es absolutamente necesario motivar la cooperación en equipo. Esta cualidad no pretende masificar el pensamiento, sino facilitar el esfuerzo para que todas las ideas puedan ser analizadas sin prejuicio alguno para buscar su máximo beneficio.

En lo que se refiere a la figura del manager como autoridad quisiera explicar el concepto del alemán, el cual permite diferenciar mejor lo que es una persona impuesta o superior en la estructura de una organización y una que es líder. Esta diferencia es muy importante, porque lo que se requiere para obtener mejores beneficios de la innovación es liderazgo.

La palabra *Vorgesetzte*, proviene del verbo *vorsetzen*, su traducción al español es poner algo al frente. En español y en el lenguaje empresarial, la palabra que puede ser su equivalente es "superior". Este término describe que quien esta en una posición "superior" en la organización ha sido puesto ahí. Esto es muy significativo ya que en la realidad, pocos colaboradores perciben a sus superiores como verdaderos líderes o guías. Esto es un fenómeno mundialmente esparcido. En alemán la palabra que mejor describe a un líder o guía proviene del verbo *führen*, que es también sinónimo de conducir.

Un líder, no es puesto por alguien; se gana el reconocimiento de los demás con ejemplo y resultados que destacan sobre los demás. Un líder busca innovar permitiendo a los demás tomar riesgos e inspira la búsqueda del éxito.



¿Cómo obtener las cualidades para la innovación?

Tres pilares son fundamentales para la innovación:

- El enfoque adecuado
- Las personas adecuadas
- Los incentivos adecuados

Contar estos pilares es favorecer y simplificar el esfuerzo para obtener las cualidades organizacionales que promueven a la innovación.

El enfoque adecuado.-

Se refiere a la claridad que todos y cada uno de los colaboradores, managers, accionistas, proveedores y clientes tienen sobre lo que busca la empresa. Usualmente es una definición del éxito que desea obtener la empresa: "ser la empresa más rentable del mundo" como define General Electric a su estrategia. Ese enfoque permite que todos en la organización comprendan mejor hacia dónde encausar su talento, su esfuerzo y los recursos que les han sido asignados.

Contar con un enfoque adecuado es comprender con claridad cuál es el éxito que se persigue como organización. Es una definición que no deja nada implícito, indefinido o a criterio de la interpretación de quién lo lee.

El enfoque adecuado requiere por tanto una comunicación clara de esta declaración de éxito.

Por supuesto que esta definición, es coherente con los recursos que se asignan para lograrla, con las posibilidades para lograrla y con el reto e inspiración que motivan.

Las personas adecuadas.-

La innovación no es útil ni sirve a cualquier empresa porque no toda empresa cuenta con el talento humano para aprovecharla eficientemente. Ese talento se encuentra en personas creativas, con iniciativa propia, capaces de trabajar en equipos multidisciplinarios, flexibles y que nunca dejan de buscar y de encontrar nuevas opciones de éxito.

Para lograr comunidades con tales características, se debe trabajar desde las bases de la educación en las escuelas y en el hogar, para favorecer la inventiva y la creatividad responsable. Esta es una tarea que la pedagogía moderna debe explorar y explotar como una posibilidad de mayor lograr mayores beneficios para la humanidad, por ejemplo en el ejercicio del gobierno o en el desarrollo de nuevas tecnologías.

Ante las posibilidades que puede brindar la innovación, los criterios de reclutamiento y selección de personal, deben de ir en una búsqueda mucho más allá de las habilidades manuales o psicométricas. Tratar de encontrar el talento humano requerido para crear una empresa altamente innovadora, exige también criterios y medios de evaluación innovadores.



Los incentivos adecuados.-

Si una empresa ha encontrado el talento adecuado y tiene el enfoque que mejor le favorece en su búsqueda de éxito, falta entonces lograr cómo conservar el talento hallado y cómo motivar a que este ímpetu proveniente del motor de la innovación se mantenga siempre en marcha.

Un modelo de innovación, abierto o cerrado, según sea necesario, es la primera prioridad que se debe establecer y definir. El modelo de innovación permite:

- Establecer el “mecanismo” para obtener una fuente rica de nuevas ideas
- Evaluar la factibilidad y potencial de las ideas
- Simplificar su desarrollo e implementación
- Hacer realidad las ideas

El reconocimiento a la innovación no puede darse como un hecho aislado, ya que el fruto del esfuerzo para crear nuevas y mejores respuestas para el mercado, no son fruto de la casualidad o de un chispazo de inventiva. No reconocer el esfuerzo que demanda “crear el futuro” es cerrarle la puerta al éxito. Algunas empresas han optado por reconocer a sus colaboradores con incentivos económicos, en especie e incluso promoviéndolos a posiciones más importantes dentro de la estructura organizacional.

Permitir la toma de riesgos (responsablemente) es un criterio necesario que han remarcado muchos líderes de empresas de clase mundial que son campeonas en innovación. Esta cualidad se obtiene estableciendo reglas claras para facilitar esfuerzos que puedan significar errores o fracasos pero que sean causados por la búsqueda de obtener ventaja competitiva para la empresa.



Consejos Aristotélicos para Empresarios (1ª Parte)

Francisco Iracheta¹

firacheta@itesm.mx

No hay duda alguna de que Aristóteles es el pensador que mejor ha discutido y tratado el carácter y las disposiciones desiderativas, emotivas y cognitivas que una persona debe tener para que pueda lograr la prosperidad o el florecimiento en su vida. Esto se debe a la profundidad con la que este filósofo, principalmente en su *Ética Nicomáquea*², aborda y desarrolla los temas y conceptos centrales que requieren ser tomados en cuenta para responder adecuadamente a la pregunta socrática que da inicio a la reflexión de la filosofía moral occidental hace poco más de 2,400 años, a saber, “¿cómo debe uno de vivir?”

Para la filosofía griega, esta pregunta no sólo requiere ser contestada reflexionando en torno a la forma de vida que es la mejor o más completa entre todas las vidas posibles. Más todavía, la respuesta tiene que involucrarse con la psicología de las personas para sembrar en ellas las motivaciones adecuadas para actuar en conformidad con la virtud. Dicho con otras palabras: la respuesta a la pregunta “¿cómo debe uno de vivir?” tiene que incluir, en conformidad con los padres de la filosofía occidental, no sólo un argumento racional respecto a bienes y fines que pueda contestar a la pregunta general alterna, i.e., “¿qué bienes o fines son los mejores o más perfectos?” La respuesta también tiene que incluir razones internas, esto es, razones que tienen el poder de convencer individualmente a cada persona de la importancia de tener un carácter ético.³ La respuesta debe al mismo tiempo poder responder a la pregunta en primera persona “¿por qué razón o razones tengo yo que actuar de manera ética?” La respuesta tiene que mostrar, en suma, que a las personas les conviene ser éticas.

Tratándose no sólo de un clásico de la filosofía sino de uno de los más brillantes hijos de la humanidad, no resulta sorprendente que volvamos constantemente a las enseñanzas de Aristóteles cuando reflexionamos, entre otras cosas, sobre el significado de una vida completa y nos preguntamos acerca de la naturaleza de las acciones virtuosas. Sin embargo, lo que tal vez sí represente un hecho sorprendente, y quizá más todavía para personas ajenas al ejercicio profesional de la filosofía dedicadas a los negocios, es que un *filósofo antiguo* ajeno a toda productividad empresarial pueda decirnos tanto sobre el carácter y propiedades que debe tener una *empresa u organización moderna* para ser exitosa y florecer. Así, si bien es cierto que Aristóteles nunca escribió una ética dedicada de manera exclusiva a la actividad empresarial, también lo es que sus enseñanzas sobre la virtud pueden aplicarse de manera excelente a la vida empresarial y de los negocios. Este pequeño ensayo representa la primera de tres partes que tienen la intención conjunta de proporcionar consejos aristotélicos a futuros y actuales empresarios. Para comenzar, y a manera de introducción, quiero exponer aquí algunas concepciones básicas de las cuales es necesario partir para convencer a mis lectores de que hay que leer a Aristóteles y aprender de él. Quiero mostrar, a lo largo de estos ensayos, que un filósofo antiguo que viste túnica blanca y calza sandalias es el mejor consejero que puede presidir una reunión de directivos contemporáneos de

¹ Doctor en Filosofía por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM y la Universidad de Bielefeld, Alemania. Profesor de la Escuela de Negocios del ITESM Campus Puebla.

² Aristóteles. *Ética Nicomáquea*. Madrid: Gredos, 1985.

³ Para este tema de las “razones internas”, y su contraste con las “razones externas”, véase el ya clásico ensayo de Bernard Williams, “Razones internas y externas”, en *La Fortuna Moral*. IIF-UNAM: México, 1985.



empresas que, calzando Gucci y vistiendo Hugo Boss, están dispuestos a reflexionar sobre el tema “las empresas sólo prosperan exitosamente cuando piensan en grande, se sacuden de lo pequeño y se proyectan hacia el porvenir”.¹

He dicho que la pregunta central que da nacimiento a la reflexión ética “¿cómo debe uno de vivir?” puede desmenuzarse en dos preguntas distintas, esto es, “¿qué bienes o fines son los mejores o más perfectos?”, y “¿por qué razón tengo yo que actuar de manera ética?” Siendo esto así, tenemos que ambas preguntas, a pesar de que la primera se halla en el orden de lo universal y la segunda en el de lo particular, son mutuamente dependientes. En efecto, no podemos reflexionar de manera adecuada sobre los bienes o fines que son los mejores o más perfectos si no consideramos el tipo de seres de los cuales se predicen estos bienes (pues el bien de un pez no es igual al bien de una planta o de un hombre, como bien nos dice el sentido común); y del mismo modo, no podemos ofrecer argumentos basados en razones internas que convencen a las personas a tener un carácter ético si no consideramos que, dejando a un lado estructuras biológicas y genéticas idénticas entre los seres humanos, los bienes a los que nos referimos son bienes humanos y por tanto válidos para el universo de las personas. Aristóteles sostiene que una persona actúa de manera virtuosa cuando está convencida, como ser racional, que el fin que justifica su existencia consiste en florecer o alcanzar, en la mayor medida posible, la excelencia de sus propias funciones y actividades.

Aristóteles concibe al hombre prudente o poseedor de sabiduría práctica (la famosa *phrónesis*) como un claro líder que es capaz de crear el ambiente adecuado para que todos los miembros de una comunidad o sociedad alcancen su mayor potencial, trabajando todos ellos en pos de un bien común: florecer como personas, alcanzar la prosperidad y con ello lograr el fin de la *eudaimonía*.² Por ello no es difícil proyectar el liderazgo distintivo del hombre prudente que dirige comunidades o sociedades políticas a negocios, corporaciones, industrias o empresas. En tanto que todas estas tienen un dirigente y conforman una comunidad, “apuntan hacia algún bien”.³ De este modo, cuando invitamos a Aristóteles a dialogar con nosotros y traducimos su lenguaje a una terminología moderna, sobresalen una serie de cuestiones que proveen un clima benéfico para el crecimiento y desarrollo de una organización empresarial. Basta incluso considerar lo que significa una empresa para convencernos de que Aristóteles tiene mucho que enseñarnos. La primera definición de empresa que se encuentra en el Diccionario de la Real Academia Española reza así: “Acción o tarea que entraña dificultad y cuya *ejecución* requiere *decisión* y *esfuerzo*”.⁴ La definición es clara en señalar que la palabra requiere asociarse con conceptos propios de la acción, tales como “ejecución”, “decisión” y “esfuerzo”. Y ya que toda acción deliberada se lleva a cabo por un fin (dar razón de la acción es recurrir al fin por el cual se hizo la acción misma), entonces es claro que toda empresa tiene un fin. Aristóteles logra capturar de manera precisa la idea de que una empresa, en cuanto comunidad, requiere hacerse de hábitos éticos tanto en sus acciones internas como en sus transacciones externas si pretende florecer. Nuestro filósofo ha utilizado parte considerable de su gran potencia intelectual para mostrar que existe una fuerte relación entre el logro de fines y acciones virtuosas; y que estas acciones tienen que estar orquestadas y promovidas por líderes inteligentes y prudentes. De

¹ Esta es una paráfrasis del filósofo español Ortega y Gasset. La frase original reza así: “A la República sólo ha de salvarla pensar en grande, sacudirse de lo pequeño y proyectar hacia el porvenir”.

² Para Aristóteles, la *eudaimonía* es el fin más perfecto de la vida humana. El concepto generalmente se traduce como “felicidad”. Sin embargo, es importante considerar que, por tratarse de una noción no psicologista (pues no tiene que ver tanto con estados de ánimo), el sentido de felicidad que la palabra *eudaimonía* expresa consiste más en tener una vida buena, completa y próspera que en el sentimiento perpetuo de alegría (sentimiento que, si se me permite decir, considero verdaderamente ilusorio en esta vida terrenal).

³ Esto es lo que Aristóteles afirma al inicio del Libro I de su *Política*.

⁴ Las cursivas son mías.



manera que si es verdad que, como nuevamente queda definido por el Diccionario de la Real Academia, un empresario es aquel que es el "titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa", entonces un empresario es aquel que sabe emprender acciones prudentes para hacer real el fin que da sentido o razón a su propio actuar, esto es, la prosperidad de su industria, negocio o empresa.

La racionalidad que se halla a la base del argumento expuesto con anterioridad es relativamente simple. Si una persona o un grupo de personas afirma realizar alguna actividad o empresa con la intención de fracasar en el fin por el cual realiza lo que hace (excluyendo el caso extraño pero posible en el que lo que se hace se hace por alguna razón ulterior), entonces podemos concluir indudablemente que, o bien la persona o el grupo de personas en cuestión sufre un grave trastorno de irracionalidad o bien ninguna de ellas es competente con el uso del lenguaje. Por lo tanto, ninguna persona o grupo de personas racional y competente puede prescindir de llevar a cabo actividades o empresas que promuevan o realicen un determinado fin una vez que una persona o un grupo de personas se han propuesto intencionalmente un fin y por tanto cometer una empresa. De aquí que crear una empresa significa, en su sentido más primitivo, poner en marcha una serie de acciones justificadas por una meta. Toda empresa se crea con la expectativa de realizar ciertos fines precisos y determinados (como ofrecer servicios y generar ganancias). Y Aristóteles nos enseña que para ello se requiere de habilidades prácticas, emprender acciones virtuosas precisas.

En la segunda parte nos detendremos a considerar algunos tipos de acciones virtuosas que, en conformidad con nuestro sabio consejero, un empresario debe de realizar y promover para que su propia empresa florezca y prospere.

Las PYMES y la Unión Europea

Mtra. Nayeli Escobar ¹

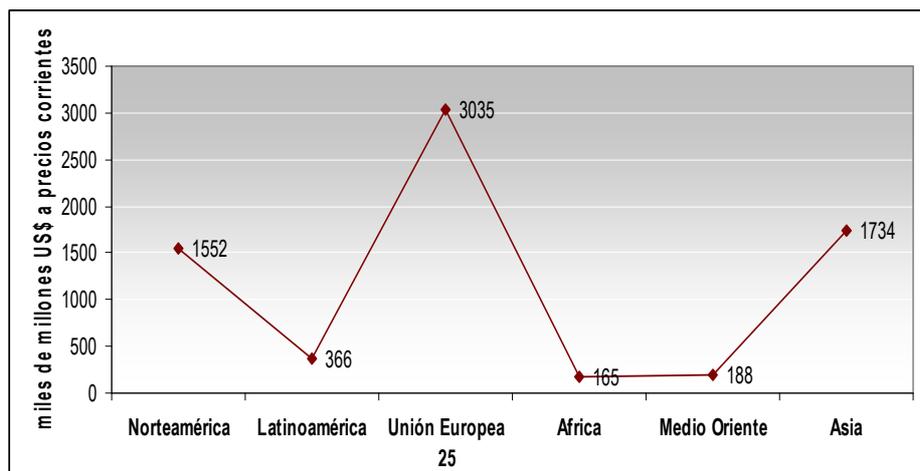
nescobar@itesm.mx

El Eurocentro en nuestro Campus, surge como una ventanilla del Eurocentro Tec de Monterrey que tiene su sede en Guadalajara. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey es un operador acreditado ante el Centro Empresarial México-Unión Europea (CEMUE), que presenta los proyectos de las empresas elegibles de la entidad o región que deseen acceder a los apoyos del PIAPYME (Programa Integral de Apoyo para la Pequeña y Mediana Empresa).

El PIAPYME es un programa que existe gracias a dos unidades de gestión, la Secretaría de Economía y la Comisión Europea y fue creado con la finalidad de fortalecer la competitividad y la capacidad exportadora de la pequeña y mediana empresa mexicana para incrementar el flujo comercial y económico entre la Unión Europea y México.

Recordemos que desde el año 2000, el tratado de libre comercio México – UE que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 26 de Junio y que entró en vigor el 1 Julio del mismo año, busca fomentar el crecimiento de la economía mexicana a través de la internacionalización de las empresas y la diversificación de sus mercados objetivo. Así, este tratado otorga acceso preferencial a los productos mexicanos eliminando los aranceles que limitaban la entrada a esta economía abierta y de gran poder adquisitivo.

El bloque europeo es actualmente un mercado que maneja 3,035 miles de millones de dólares, a precios corrientes, de importaciones según la Organización Mundial del Comercio, haciéndolo el mercado más importante a nivel mundial.



Importancia de la Unión Europea como Mercado y Bloque Económico, datos referidos al año 2003
[Fuente: Organización Mundial del Comercio]

¹ Actualmente la Mtra. Nayeli Escobar es Coordinadora del Eurocentro Ventanilla Puebla y del Centro Asociado Asia Pacífico de la Escuela de Graduados e Innovación



Este gran mercado está integrado por todos los **25 Estados miembros** que representan el 7.2% de la población mundial pero que su PIB equivale al 31% del mismo indicador a nivel global... se trata de un mercado continental de poco más de **453 millones de consumidores** cuyos nichos principales son el sector automotriz, el sector electrónico y eléctrico, el sector de agronegocios, el de muebles y el textil.

Así, en este contexto comercial de gran relevancia, el PIAPYME es una fuente de información que maneja dos vertientes de apoyo: la capacitación y la asistencia técnica con soluciones a la medida de las empresas y en toda la cadena de valor a través de diagnósticos empresariales, mejoras a los procesos de gestión y organizacionales, mejoras a los procesos productivos, diseño e implementación de procesos de internacionalización, y otorgamiento de apoyos integrales sectoriales.

En todos los casos es necesario un trabajo previo de la PYME para determinar su capacidad exportadora y definir su estrategia de comercialización. Los parámetros básicos de decisión son: conocimiento del mercado, selección del mismo, obtención de información, adecuación del producto, revisión de política de precios, análisis de procesos logísticos y de distribución, y definición de formas de pago ¹.

El programa integral de apoyo que ofrece el CEMUE a través del Tec de Monterrey busca fortalecer a las PYMES en todos estos rubros para propiciar así los estándares de calidad, servicio y productividad que se requieren para ser una empresa de clase mundial.

Algunos de los proyectos que se han llevado a cabo en nuestro campus Puebla:

Nombre del Proyecto	Nombre de la empresa	Duración	Sector
Productos de Madera con Alto Valor Añadido. Seminarios de comercialización y producción, visitas técnicas y diagnósticos empresariales.	Forjado y Tubulares S.A de C.V, Vetas Mobil SA de CV, Timber, Muebles San Rafael, De Marco Muebles, Maderas Decorativas de Puebla, Orland Mobile, K16 Tradición mexicana en madera en mueble y forja S.A. de C.V., Arte Mixtico, Muebles Rivemar, Rafael Orlanzino Précoma.	1 mes	mueblero
Transferencia de metodologías europeas para el manejo sostenible de la cadena agroforestal en el sureste de México y Centroamérica	Empresas del ramo forestal, aserraderos, Secretaría de Medio Ambiente.	2 semanas	forestal/ medioambiental
Curso de capacitación: "Seminario de moda y tendencias 2007" y " Seminario producción y colecciones", visitas técnicas y diagnóstico de empresas	Cámara nacional de la industria de la confección y del vestido de Puebla y Tlaxcala	2 semanas	textil y confección

¹ Albizu Soriano, Begoña



Nombre del Proyecto	Nombre de la empresa	Duración	Sector
Seminario de capacitación para empresas que se están certificando en Mercado CE "AUDITOR INTERNO DE SISTEMAS DE CALIDAD ISO 13485:2003"	En este importante seminario, participaron diversas empresas del sector médico que están en proceso de certificación para el mercado CE, requisito indispensable para expandir su mercado a Europa; con la participación del instructor argentino Carlos Guillén, experto de la empresa TÜV Rheinland	3 días	3 empresas del sector médico HEMOST Esigar Quirúrgica Industrias Plásticas Médicas
Certificación para Mercado CE de empresas del ramo médico, se consiguió un subsidio de 35,000 euros para la empresa	Hemost, S.A. de C.V.	un año	Médico

Por otro lado, en el marco de la reciente creación de nuestra Escuela de Graduados e Innovación en el ITESM Campus Puebla, el Eurocentro Ventanilla Puebla toma un nuevo giro de gran empuje y alta iniciativa para el trabajo con las PYMES de la región siendo más que nunca un centro de cooperación empresarial comprometido con el desarrollo y fortalecimiento de la industria mexicana.

De esta manera, me gustaría mencionar algunos de los proyectos que actualmente el Campus Puebla promueve; algunos de ellos nacieron en el Eurocentro Tec de Monterrey Guadalajara y en el CEMUE, otros más se están gestando en este nuestro Campus que está ubicado en una zona estratégica del país con gran potencial para el mercado europeo.

Proyecto	Duración	Sector de impacto
Elaboración de estudio para proyecto de capacitación Fondo PIAPYME: Plan de exportación para empresas que desarrollan software	8 meses	software
Elaboración de estudio para proyecto de capacitación Fondo PIAPYME: Plan de exportación para productos artesanales, estrategias de comercialización.	8 meses	artesanal, decoración
Elaboración de estudio para proyecto de capacitación Fondo PIAPYME: Plan de exportación para confitería, estrategias de comercialización.	8 meses	confitería
Elaboración de estudio para proyecto de capacitación Fondo PIAPYME: Plan de exportación para equipo médico, estrategias de comercialización.	8 meses	Equipo médico



Proyecto	Duración	Sector de impacto
Organización de misiones comerciales: agenda de negocios y participación en ferias internacionales	5 meses	Sectores de la construcción, textil y alimentos y bebidas.
Desarrollo de agenda de capacitación con la participación de COMPITE, PYMEXPORTA y BANCOMEXT	Continuo	Varios sectores

Fuente:

1. Centro Empresarial México Unión Europea en <http://www.cemue.com.mx/>
2. BOUCARD, Jean-Michel. EL MERCADO EUROPEO Y SU ACCESO, Mayo 2005 en <http://www.cemue.com.mx/>
3. Lanz Zabalza, Teresa. POR QUÉ EUROPA: QUE ME OFRECE Y QUE REQUIERE. EL POTENCIAL DE MERCADO CONSIDERANDO A LOS NUEVOS MIEMBROS, en <http://www.cemue.com.mx/>
4. Albizu Soriano, Begoña. CÓMO ACCEDER Y VENDER AL MECADO EUROPEO, Octubre 2006 en <http://www.cemue.com.mx/>



Apuntes iniciales para el análisis de la representatividad política

Mtro. Alfredo García Galindo
alfredo.gg@itesm.mx

El año 2006 se presenta como un hito en la política mexicana, no tanto por lo que puede representar en cuanto a la evolución de la naturaleza de la toma de decisiones sino en el sentido de la puesta en evidencia de las debilidades en el proceso de transferencia del poder ya que dichos comicios se mostraron vulnerables ante la lógica de una competencia mediática que soterró por completo las plataformas políticas ante el hecho de que el traslado de la preferencia electoral de uno a otro de los dos principales contendientes estuvo determinada por una agresividad sin precedentes basada en buena parte en la mentira y el insulto los cuales se sumaron además a la propia incapacidad de respuesta del afectado.

Pero la radiografía del momento nos permite además considerar que aquella jornada manifestó una dimensión más de las contradicciones inherentes al subdesarrollo del país incluido el de sus instituciones puesto que se hizo clara la sempiterna heterogeneidad social en donde las disparidades económicas han sido el crisol por excelencia para exacerbarla. Así, incorrecta apreciación era la de críticos al decir que uno de los candidatos estaba dividiendo al país; el país ya estaba dividido pero en una múltiple fragmentación.

Si asistimos entonces a un proceso de selección de cuadros políticos que históricamente ha pasado de la alquimia electoral a una lógica de victoria para el competidor más desleal, la dificultad política se profundiza con la falta de correspondencia entre los integrantes de los poderes y sus representados en el sentido de que la estructura operacional de los asuntos públicos no cuenta con los mecanismos que permitan verificar que los intereses de la población están siendo defendidos. Desde luego que el interés público resulta bastante complejo en su especificación más esencial puesto que las prioridades que un gobierno debe atender si bien a menudo pueden coincidir en lo general por quienes al respecto se pronuncian (pobreza, redistribución, seguridad, industria, recursos naturales, cultura, contaminación, etc.) la forma en que se deberán atender se vuelve el foco de las principales tensiones. Así, mientras un grupo de políticos podrá aducir que lo indispensable es promover la total libertad comercial y de fronteras para generar los empleos necesarios, sus contrapartes dirán que eso no resulta conveniente por la naturaleza excluyente del juego de mercado lo cual, por lo mismo, profundizará la ya de por sí grave inequidad económica.

Pero bajo ese conflicto aún subyacen aspectos mucho más complejos puesto que la cosa pública de ninguna manera puede reducirse sólo a qué tan eficientemente las sociedades atienden sus necesidades materiales. Es indispensable reconocer que los grupos humanos también están definidos por la personalidad que su propia historia y cultura se han encargado de esculpir, por lo cual, y más para países tan diversos como México, habrá que pensar en que existen identidades y agregados sociales que pugnan por objetivos que pueden estar en contraposición a otros o incluso a los que el mismo gobierno nacional se ha impuesto.¹

En un escenario de semejantes peculiaridades, el asunto de la representatividad política brilla por su complejidad ya que se presenta el reto múltiple de solucionar la actual distancia entre gobernantes

¹ Recordemos que una de las mayores dificultades para el reconocimiento de las autonomías regionales se basa en que no sólo algunas de las comunidades que a ello apuntan tienen usos y costumbres incompatibles con una estructura jurídica formal sino que también a veces la tenencia de la tierra y la explotación de otros recursos naturales obedece a una lógica comunitaria y pública y no a la individual y privada que caracteriza a los Estados-nación modernos, por sólo mencionar la disyuntiva más conocida.



y gobernados, exorcizar los usos discrecionales de la función pública y atender las demandas o al menos mediar en las exigencias de las numerosas comunidades y grupos de interés.

Si miramos en retrospectiva histórica tenemos que en la génesis de la práctica parlamentaria -la Roma republicana-, la esencia de la representación tenía como intención primordial el hacer transigir los intereses contrapuestos de los patricios y la plebe. No muy diferente se mostró la lógica de esa práctica durante la Edad Media siendo los diversos estamentos quienes pugnaban por medio de sus representantes a obtener ciertas concesiones ante el poder del rey o de los señores feudales. No obstante, la Edad Moderna definió una cada vez más abstracta representación ya que el poder fue centralizándose más en el ámbito de las instituciones estatales y burocráticas ante el creciente peso moral de los gobiernos como autoridades máximas de naciones consolidadas. Ambas dimensiones de la función política terminaron por fundirse en las sociedades contemporáneas puesto que, idealmente, los congresos en particular serían el escenario en el que se buscaría desahogar los conflictos de intereses además de ser la síntesis del componente cultural y humano de una sociedad particular.¹

No obstante, en México las instituciones políticas propias del modelo liberal-republicano se establecieron de manera tan particular que desde un principio estuvo definida la solución de los asuntos públicos a partir de consideraciones personales lejanas muchas veces de los lineamientos procedimentales fijados por la normatividad jurídica, lo cual, evidentemente, también incluyó la forma en que los individuos accederían a los puestos de poder.² De este modo, resultó natural que la discrecionalidad y el clientelismo se instauraran como reglas comunes de la cultura política nacional en donde lo central de la función pública se convirtió el garantizar para el grupo de pertenencia la conquista del poder como botín con el que se amasarían las riquezas personales. De esta manera se observa que las urgencias sociales se caracterizaron por estar en función de un erario insuficiente por lo mal administrado y restringido por las prioridades del control político en manos del grupo hegemónico. Todo ello se haría parte de la cosmovisión política en donde el factor aglutinador en un principio era un líder fuerte y posteriormente por un partido único que por medio del corporativismo supo administrar el conflicto por décadas vistiéndose de una legitimidad basada en la propia identificación con los valores respaldados por el movimiento armado al que en su propio nombre hacía referencia.

¿Cómo podemos, bajo estas condiciones, tratar el caso de la participación política y la representatividad? Dice Ángel Rivero que la primera "está ligada al ejercicio de la ciudadanía".³ Pero si dejáramos esta sentencia como la resolución de las posibilidades de la acción política estaríamos omitiendo de antemano la discusión de si la ciudadanía como categoría da salida por su propia normatividad legal y su funcionamiento a las demandas populares que la práctica gubernamental se supone debe resolver. La experiencia nos dice que las cosas no han ocurrido de ese modo puesto que en nuestro país resulta claro que si bien existe un marco legal que sentencia la igualdad de todo los mexicanos, también es cierto que los canales para la participación no se encuentran a disposición de todo aquel bienintencionado que deseara ocuparse de los asuntos públicos sino por el contrario, están en manos de los institutos políticos que curiosamente, la misma constitución define como los únicos capacitados para postular posibles representantes, es decir, los partidos. Si pensamos además que dichas agrupaciones optan por integrar candidaturas a partir de las élites socioeconómicas y/o políticos

¹ Rivero, Ángel (2003): "Representación política y participación", en R. del Águila, *Ciencia Política*, Trotta, Madrid, pp. 206 - 207.

² Señala Rafael del Águila que "para apreciar cómo se ordena, se concentra o se dispersa el poder en un sistema político concreto no es suficiente el estudio de sus leyes. Aún cuando éstas son, por decirlo así, el retrato de los circuitos de poder, éste desborda en su funcionamiento la estructura legal, no porque la transgreda, sino porque funciona de forma más general y dispersa de lo que puede recogerse en cualquier texto legal" Del Águila Rafael (2003): "La Política: el poder y la legitimidad", en R. del Águila, *Ciencia Política*, Trotta, Madrid, p. 23.

³ Rivero, *Ibid*, p. 208.



de “carrera” la sentencia de igualdad de oportunidades de participación política para todos los ciudadanos se vuelve demasiado relativa.

Ante semejantes dificultades, no falta quien propone el referendum como una opción que expresaría de la mejor manera la esencia democrática al tratarse de una forma directa de participación ante un asunto particular. Sin embargo, la principal debilidad de dicho mecanismo es que su naturaleza favorece que lo que se busca resolver por medio de él sea votado por los participantes en función de una perspectiva caracterizada por su inmediatez política y económica, esto es, que la población califique el asunto del que se trate en función de la conveniencia personal en ese momento particular y no por medio de una lógica de interés común y de largo plazo. Es en esto en lo que se basan aquellos que consideran a la democracia directa como una forma no conveniente de toma de decisiones, por lo cual reivindican a los partidos políticos como los proveedores más adecuados de servidores públicos que habrán de tratar, particularmente por medio del congreso, los más delicados temas nacionales, sin embargo, la historia política mexicana está llena de ejemplos en que pareció que el tamiz utilizado para un asunto de fuerte trascendencia fue la precipitación o el dolo más evidente.¹

La constancia en la marginación política de las mayorías es así, el principal factor por el que la ciudadanía tiende a abstenerse de intervenir en los asuntos políticos o de participar en los procesos de transferencia del poder. No obstante que esto puede tener su origen en una especie de apatía generada por la percepción de la inutilidad del ejercicio de los propios derechos políticos también es cierto que existen ciudadanos indispuestos a intervenir pero por la percepción de que los cuadros políticos no cuentan con la representatividad o legitimidad que ellos desearían en una figura pública. Resulta entonces conveniente considerar que aquí ocurriría un tipo de actividad política muy particular que estaría determinada por una lógica de abstención que a menudo es considerada como algo indeseable y digno de censura porque supuestamente se estaría desestimando que la esencia de la democracia es la participación en los comicios. Pero debemos reconsiderar si no acaso resulta injusto exigir a un ciudadano pronunciarse con un sufragio que en nada representa sus intereses más preclaros.

Es así como la democracia como categoría su disuelve en un mar de incoherencias o abstracciones que la convierten en una especie de blasón mediático que el gobierno y todos los demás actores políticos repiten tautológicamente para legitimar su muy discrecional sentido de la labor pública. Resulta aquí conveniente atraer la definición schumpeteriana de este concepto para considerar una opinión que nos ayude a comprender bajo qué tipo de modelo político funciona nuestra dimensión gubernativa. Joseph Schumpeter indica que las definiciones estaban demasiado cargadas de expectativas normativas que más se situaban en lo que debería ser la democracia. Para él la democracia no es el gobierno del pueblo sino el de los políticos compitiendo por el poder en el que el centro neurálgico sería el procedimiento (las elecciones) por el cual se accede a esa misma esfera de autoridad, por ello, puede decirse que es *procedimental* la definición schumpeteriana de democracia.²

No obstante que nosotros podemos comprender análisis como el previo, la clase política tiende a promover una noción básica y literal de la democracia porque resulta más conveniente dar a entender que la democracia está garantizada con el éxito operativo de los comicios porque así la legitimación de las autoridades fluye de manera más exitosa aún cuando los líderes dejen en último lugar el desempeño

¹ Algunos ejemplos de reciente ocurrencia: el caso FOBAPROA que al margen de su utilidad o necesidad para la salud financiera del país, se tiñó de múltiples anomalías, entre ellas, cartera vencida de particulares que no debían tomarse en cuenta en dicho fondo. Más recientemente la apresurada aprobación inicial de la llamada *Ley Televisa* cuyo contenido y sus implicaciones no fueron puestos a disposición de la población siendo además resultado del cabildeo realizado por los promotores de las empresas que más se verían beneficiadas.

² Rivero *Ibid.*, 211.



honrado y comprometido de su encargo. Bajo este sentido es por el que podemos señalar con bastante argumento que la democracia en México es procedimental porque el papel político del ciudadano promedio se limita a su participación en la elección del gobierno.

Hemos dicho que un elemento crucial del juego político en nuestro país es la apatía política expresada en comicios con alto grado de abstencionismo; pues bien, algunos analistas han destacado la correlación entre apatía política y estatus social, pero en ocasiones esta dicotomía se maneja de tal manera que pareciera que los sectores populares se encuentran cerca de la invalidez de conciencia cuando en realidad se trata de que los más desfavorecidos tienen una menor experiencia del beneficio evidente que podría atraerles la labor de un político particular por lo cual estos sectores son más susceptibles de corresponder a la lógica del clientelismo que los cuadros políticos ponen en funcionamiento para captar el voto.¹

Si bien podemos esperar que una percepción alta de la propia eficacia política esté acompañada de un alto grado de participación y que también existan consideraciones morales como el patriotismo, ligadas a la socialización como ciudadanos, también es cierto que se ha desestimado que puedan existir otras motivaciones para el impulso a la participación. Es el caso de lo que ha ocurrido en los últimos años en donde los sufragios se han ido mediatizando a tal grado que se convierten en una justa con la que medran no sólo los medios de comunicación y las casas de sondeos de opinión sino también sobre la que se realizan apuestas y hasta proyecciones que tienen más el sentido de una actividad lúdica dirigida a entretener a los votantes. Así, resulta importante pensar en el grado de legitimidad de un proceso electoral que ha trasladado su objetivo del ánimo por el servicio público a la llana avaricia del poder por sí mismo, al grado de que se pueda afirmar sin temor a equívocos que la política no es una actividad cooperativa sino de “conflicto entre personas, grupos, intereses, visiones del mundo, etc.”².

Como conclusión de estos apuntes iniciales digamos que hemos visto que en los aspectos que hemos descrito se involucra una multiplicidad de circunstancias que dan fe de la compleja naturaleza del fenómeno político. Este incluye al grado de institucionalización como uno de los principales tamices por el que se establece la posibilidad de que los habitantes ejerzan su potencial ciudadano, no obstante, la aseveración, dicha de ese modo, desestimaría el hecho de que aún la institucionalidad de poder puede dar cabida a prácticas y decisiones lejanas del interés común o incluso en franca contraposición a éste, ya sea por la complejidad técnica del acto parlamentario no por la llana defensa de los intereses privados de los representantes.

¹ Si bien la democracia liberal significó un avance en la posibilidad, al menos legal, de todos los sectores a la participación política, en América Latina las disparidades en la riqueza favorecieron que la élite económica coincidiera con la política a la hora de conformar los cuadros políticos.

² Del Águila, *Ibid*, 22.



¿El Tratado de Libre Comercio de América del Norte "TLCAN" es un Tratado o Acuerdo?

Dr. Jaime Raúl Alejandro Romero Jiménez¹.

alejandro.romero@itesm.mx

Es importante destacar que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte "TLCAN", no coincide con la denominación del North American Free Trade Agreement "NAFTA"; es decir, las siglas no logran dar el mismo alcance y significado para los tres países. Para este caso México le otorgó al TLCAN la naturaleza jurídica propia de un verdadero tratado, mientras que los Estados Unidos y Canadá sólo le dieron el carácter de un AGREEMENT o acuerdo, en otras palabras, parece que estamos frente a dos actos jurídicos distintos, el agreement o acuerdo y el TREATIE o tratado según Arellano García².

En los Estados Unidos la celebración de Tratados es una facultad propia del Presidente que requiere la aprobación del Senado, con una votación de las dos terceras partes. Es por eso que el Trade Agreement se puede comparar a un acuerdo comercial; ya que éste puede celebrarse como facultad propia del Congreso de Estados Unidos, la cual puede delegar, a través del fast track (o vía rápida) al Presidente de los Estados Unidos y posteriormente se somete lo negociado al Congreso para su aprobación.

En el sistema jurídico mexicano no existe la institución jurídica de Acuerdo Comercial en circunstancias similares a la figura jurídica norteamericana; por ejemplo el art. 133 de nuestra Constitución Federal dispone lo siguiente:

ARTICULO 133. ESTA CONSTITUCION, LAS LEYES DEL CONGRESO DE LA UNION QUE EMANEN DE ELLA Y TODOS LOS TRATADOS QUE ESTEN DE ACUERDO CON LA MISMA, CELEBRADOS Y QUE SE CELEBREN POR EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA, CON APROBACION DEL SENADO, SERAN LA LEY SUPREMA DE TODA LA UNION

Como vemos, todo esto conlleva a la celebración de un acto jurídico poco normal ya que se habla de un Tratado-Acuerdo.

Existe muchas opiniones sobre este tema, para algunos autores una de las razones por las cuales los norteamericanos no celebraron un tratado y, en cambio celebraron un acuerdo comercial son³:

1.-La existencia de menos exigencias jurídicas para la celebración de un acuerdo comercial, que para la celebración de un tratado. Recordar el entorno político de esa época en ambos países.

2.-La posibilidad de que se apruebe un acuerdo es mayor a la de un Tratado.

3.-Que frente a los jueces norteamericanos, el Tratado tiene mayor fuerza frente a la legislación interna; en cambio, cuando existe un acuerdo comercial, éste se encuentra por debajo de sus leyes federales o "mandatory rules." ¹Esto en consecuencia nos pone en aparente desventaja.

¹ Director de la Escuela de Graduados e Innovación del ITESM Campus Puebla. Es Licenciado en Derecho, Maestro en Derecho Corporativo, y Doctor en Derecho Internacional. Académico Supernumerario de la Academia de Derecho Internacional Privado y Comparado AC.

² Ponencia del Dr. Carlos Arellano García sobre las "Consideraciones sobre la significación y alcance del TLCAN y NAFTA y actos jurídicos internacionales colaterales", 1994.

³ Las obras literarias empleadas se usaron sin autorización del titular del derecho patrimonial y sin remuneración, con fundamento en los artículos 148 III; 149; 150 y demás relativos y aplicables de la Ley Federal de Derechos de Autor.



Por otro lado, existe otro punto a considerar, por ejemplo, la Constitución de Norte América dispone en su artículo seis:

Article VI

...This Constitution, and the laws of the United States which shall be made in pursuance thereof; and all treaties made, or which shall be made, under the authority of the United States, shall be the supreme law of the land; and the judges in every state shall be bound thereby, anything in the Constitution or laws of any State to the contrary notwithstanding

Aquí se destaca una descripción similar a la Constitución Mexicana respecto a los Tratados, pero de nuevo no vemos mención alguna de los "Acuerdos".

Es necesario por lo tanto, seguir investigando sobre este tema a la luz de las disputas sometidas a tribunales arbitrales internacionales donde ambos países son parte; y sobre todo recordar que para un gremio muy grande de especialistas esto debe seguir siendo un tema de estudio debido a sus ramificaciones y afectaciones en otras áreas como la económica, social y comercial de México.

¹ Sergio Romero, "La Inversión Extranjera en México y su...", Udlap, México, Pág. 61.



Modelo de la industria de las telecomunicaciones en México, un ejemplo de la presencia de las fuerzas de RP.

Profesor. Manuel Castillo Soto.

manuel.castillo@itesm.mx

Esta poderosa industria tiene una historia de casi dos décadas, es un mercado en constante expansión, impulsado por el motor del desarrollo tecnológico así como por un conjunto de decisiones estratégicas que han sabido aprovechar la fuerte presencia de fuerzas de RP

Aunque se sabe el resultado de esta competencia, y conocemos como han operado los elementos de RP en favor de uno de los competidores, como es "Telcel". Los rivales de esta empresa ganadora hacen esfuerzos considerables pero no pueden contrarrestar los efectos que generan los elementos de RP y que obran a favor de la empresa "Telcel".

Con el fin de esquematizar, se pueden mencionar dos de los más importantes y definitivos elementos que están presentes en esta lucha por una mayor participación de mercado:

1) Una poderosa Economía de Red de cincuenta millones de usuarios. En el año 2006 Telcel tenía ya 78% de los suscriptores, mientras que sus más cercanos competidores, en orden de importancia, alcanzan: Telefónica tiene el 13.7%, Iusacell y Uneffon, juntos llegan al 7%.¹

2) Ser propietaria del vehículo de transmisión, otorgando al poseedor una indiscutible ventaja competitiva sostenida, ya que tiene la red pública de cobre, desarrollando una base instalada de complementarios difícil de imitar

Aunque Iusacell fue la primera empresa en ofrecer telefonía celular, se puede hablar de un inicio casi simultáneo, ubicando el arranque de las dos empresas más importantes en el año de 1990. Estas empresas pioneras, Iusacell y Telcel tienen al principio una participación de mercado muy semejante, 45% para Iusacell y 55% para Telcel. Desde los primeros años de la competencia Telcel aprovechó la economía de Red, al tener una cobertura nacional y lo que esto significa por los servicios de *roaming* e ingresos extra por interconexión así como servicios de larga distancia.

Los primeros cinco años de esta naciente industria fueron decisivos, Iusacell, con el fin de ampliar su base instalada de clientes, introdujo el sistema de *leasing* para los contratos de largo plazo, sin embargo la crisis de 1995 le asestó un fuerte golpe, ya que una parte importante de esa base instalada cayó en cartera vencida. Perder clientes en esta industria y en aquel tiempo era muy costoso, debido a los problemas que implicaban la desactivación (Cuestiones Técnicas operativas y legales).

Con el fin de reponerse a estas pérdidas Iusacell se orientó completamente al servicio a sus clientes, estableciendo centros de servicio y soporte, tratando de alcanzar a Telcel, quien para fines de 1994 ya tenía el 66% (300 mil usuarios), contra el 34% (195 mil usuarios) de Iusacell.² Sin embargo Iusacell se estancó, inexplicablemente al formato de pospago, mientras que Telcel reforzó con su sistema "amigo" el formato prepago, y esto amplió aún más su base de clientes.

¹ The Competitive Intelligence Unit on behalf of Ernesto Piedras. Balance 2006: Telecomunicaciones Móviles.

² Calvet González, Gabriela y Carlos Miguel Barber Kuri, "La industria de Telecomunicaciones en México", Periódico el *Financiero*, 2002.



En 1999 la industria recibió otro estímulo importante, al decretarse el formato de “el que llama paga”, beneficiando evidentemente más a la empresa que empezaba a explotar la economía de red, que por supuesto era ya Telcel.

Aunque Iusacell finalmente cambió su estrategia e impulsó su formato de “prepago” con la tarjeta Viva, parece que fue demasiado tarde. Para finales de 2002 ya con otro participante fuerte como lo es Telefónica (Movistar) Telcel ya tenía una base instalada de clientes de más de 20 millones, con una participación de 80% del mercado, Telefónica con un total de clientes de 2.5 millones de usuarios y Iusacell en un lejano tercer lugar con 2,2 millones de clientes que representaba el 8%. Como se puede observar, la existencia de elementos de RP y su combinación con una estrategia coherente para la explotación de estas fuerzas, se tienen estos resultados

De esta forma se llega al año 2006 con una industria, muy concentrada en un solo jugador, que es Telcel, que tiene ya 44 millones de usuarios, que son en su mayoría clientes de prepago (93%).

Aunque Movistar es una empresa grande, con un gran respaldo financiero, y actualmente compite en todos los terrenos y está en la pelea por la base instalada de clientes, se ve muy difícil que las cosas sean diferentes en los años por venir, justamente por las fuerzas de RP que operan en favor de Telcel.

Como se indicó más arriba, Iusacell y Telcel entraron al mercado en forma casi simultánea, aunque en diferentes bandas, ambas empresas tenían la misma tecnología. Cualquiera de los dos pudo generar una presencia dominante, ya que al inicio su participación en el mercado era muy parecida. En 1990 nadie se imaginaba cómo se iba a concentrar esta industria en favor de Telcel. Dicha concentración se fue gestando en los primeros años de esta pujante industria, y los elementos más característicos de las fuerzas de RP, han y siguen siendo determinantes en esta concentración.

Lo importante aquí es destacar que estas fuerzas, estos mecanismos, pudieron ser a favor de cualquiera de las empresas, si sus estrategias hubiesen sido compatibles con los elementos RP. Hay muchos casos en el mundo de los negocios, donde estos resultados se repiten y nos muestran que si los dados no están cargados inicialmente en favor de alguien, cualquiera de los participantes se puede alzar con la victoria.

A continuación se presenta un modelo de SD que permite expresar estructuralmente este tipo de competencia. Se toma como referencia el ejemplo que presenta Bruce Hannon y Mathias Ruth.¹ Sin embargo aquí el modelo ha sido ampliado a tres empresas y se agrega el análisis comparativo con los elementos de RN.

2.2.2 El Modelo

Imaginemos tres empresas: Telcel, Iusacell y Movistar, empeñadas como es lógico, en dominar el mercado. Al principio cada empresa cuenta con el mismo número de clientes y cada empresa es libre de ajustar su nivel de producción en cada unidad de tiempo.

Las principales variables de estado son:

- Telcel: representa el número de clientes de la empresa 1.
- Iusa: representa el número de clientes de la empresa 2.
- Movi: representa el número de clientes de la empresa 3.

La suma de estas tres empresas determina el total de la industria: Total.

La participación del mercado de cada firma está determinada por las siguientes variables:

PM1: Telcel/Total: Participación de mercado de la empresa 1.

¹ Matthias, Ruth and Bruce Hannon, “Modeling Dynamic Economic System”, Springer, 1997, pp 76-81.



PM 2: lusa/Total: Participación de mercado de la empresa 2.

PM 3: Movi/Total: Participación de mercado de la empresa 3.

Otras variables que intervienen son las que definen la acumulación de la base instalada de clientes:

Atelcel: define la base de clientes acumulada de la empresa 1.

Alusa: define la base de clientes acumulada de la empresa 2.

Amovi: define la base de clientes acumulada de la empresa 3.

Supuestos básicos:

a) Las empresas ganan experiencia y eficiencia y se explotan las economías de red, conforme la base instalada de clientes aumenta, y como consecuencia de esto, se reduce el costo unitario asociado. Por lo tanto, tienen mayor capacidad de competir con mejor servicio, precios más bajos o promociones, aumentando los beneficios y por supuesto aumentando el capital para innovación, logrando una producción mejor y ampliada. En la Gráfica 2-4, podemos ver estos mecanismos de transmisión.

En el presente modelo se simplifica este mecanismo con dos procesos: a) a medida que se acumula el producto, baja el precio y b) con un precio más reducido aumenta la atracción de consumidores.

Vamos a suponer que las tres empresas tienen los mismos mecanismos (que no es un supuesto heroico en esta industria). Supongamos que siempre hay influencias aleatorias, elementos desconocidos, que influyen en el comportamiento del mercado, este fenómeno es representado con la siguiente variable aleatoria normal, que como se sabe tiene propiedades muy aceptables.

La forma de introducir este elemento aleatorio es:

$$Rand : e \approx N(0,1).$$

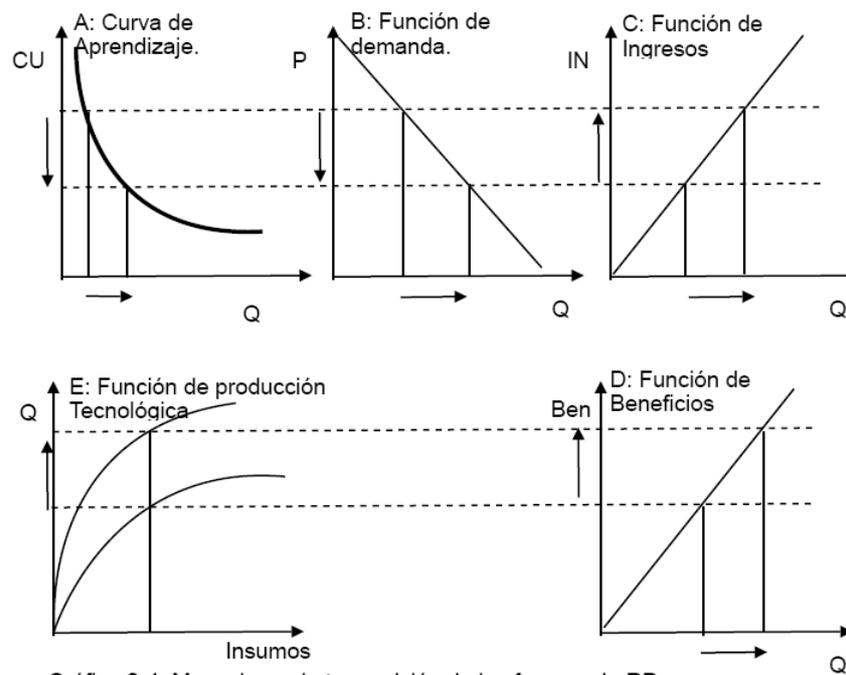
Si $PM_i > Rand_i$, indicara que el mercado está apreciando el producto, y que la empresa tiene la oportunidad de aprovechar elementos de RP. De tal manera que se incrementara la producción por arriba del nivel previo.

Por el contrario si, $PM_i < Rand_i$, la producción se mantendrá estable, el nuevo nivel de Q será el nivel de producción anterior. ($i=1,2,3$)

Esta simple regla puede capturar los elementos de RP. Mientras más crezca la participación de mercado para alguna de las empresas, mayor son las probabilidades de que la PM_i sea mayor que el elemento aleatorio, y consecuentemente aumentará la producción por medio del factor F_i , es decir:

$$\text{Si } PM_i > e_i \Rightarrow Q_i = Q_{i-1} * (1 + F_i), \text{ de lo contrario } Q_{i-1}.$$

Entonces si esto es así, se acumulará la producción a una mayor velocidad reduciéndose el costo unitario, de acuerdo a la curva de aprendizaje, teniendo mayores beneficios y menores precios, que aumentarán al nivel de atracción para el consumidor.

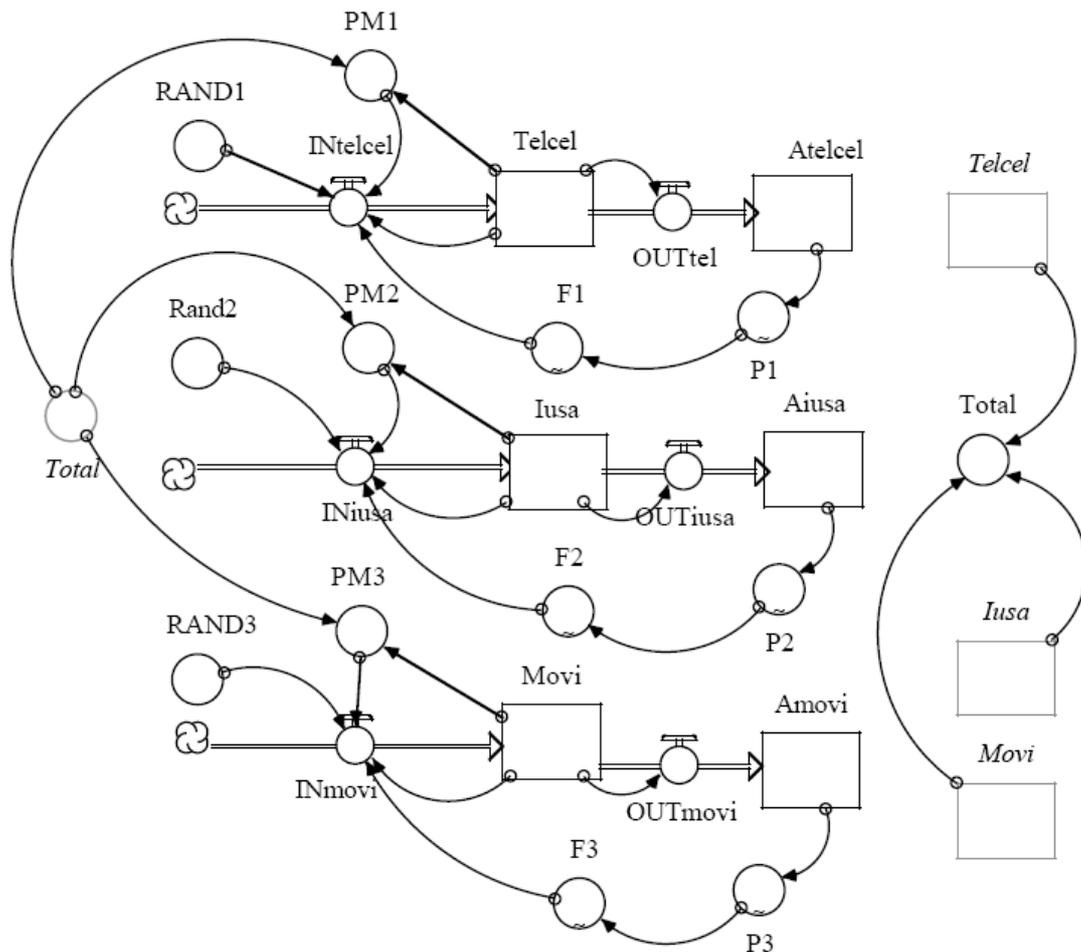


Gráfica 2-4. Mecanismo de transmisión de las fuerzas de RP.

Los resultados del modelo no se pueden anticipar, son completamente aleatorios. Aun pensando que alguna de las empresas en esta competencia, inicia con una participación de mercado mayor, nada asegura que seguirá con este patrón.

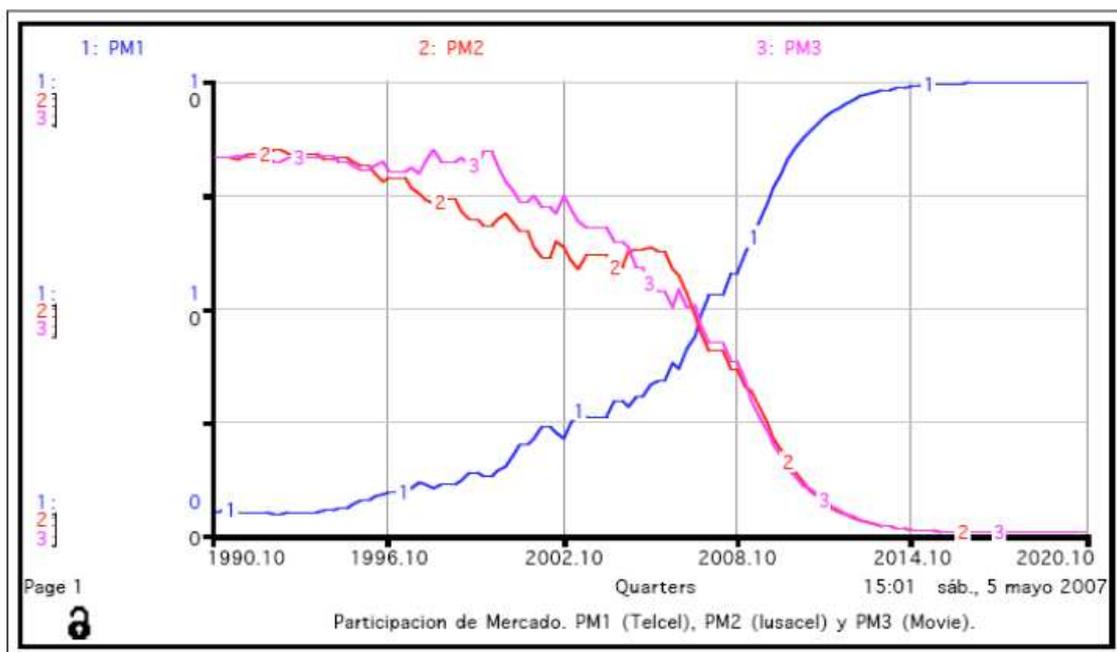
Sin embargo, una vez que se ha formado un dominio considerable y lo mantiene un buen tiempo es casi imposible que se revierta esa tendencia.

El siguiente modelo fue desarrollado en la plataforma de Simulación Dinámica I Think, aunque es un ejemplo hipotético, la estructura de ecuaciones y gráfica reproduce fielmente el fenómeno que se presenta en los mercados donde la competencia es muy cerrada. Pero después, en algún punto de la historia el escenario cambia a favor o en contra de algunos de los participantes y generalmente son trayectorias irreversibles. Se puede apreciar en la Gráfica 2-5, los efectos de circularidad, del azar y por supuesto de los elementos de RP.



Gráfica 2-5. Modelo de Simulación Dinámica, para el mercado de Telefonía celular. Ej. hipotético.

En la Gráfica 2-6, se puede observar cómo existe un punto crítico donde se produce un punto de inflexión en el cual se define la historia para las empresas participantes. Así es como sucede con los fenómenos cuando se establecen estándares, donde es muy costoso cambiar la base tecnológica establecida. En esta gráfica, es Telcel la dominante, pero de acuerdo con la construcción del modelo pudo haber sido cualquiera de las tres.



Gráfica 2-6. En este ejemplo hipotético el punto de inflexión es el año de 2006, donde las fuerzas de RP son definitivas en favor de Telcel, algo similar sucede en la realidad de esta industria.

Para mostrar la bondad del modelo se puede examinar la Gráfica 2-7, en donde se hace la simulación varias veces y se puede observar que en este conjunto de trayectorias siempre hay un punto crítico donde los elementos de RP pueden operar a favor o en contra, definiendo trayectorias definitivas. La gráfica 2-7, y el modelo que se utilizó se puede consultar en el apéndice D.

De esta forma se puede ver la potencia de esta herramienta, para el análisis de situaciones intrincadas, como son la existencia de fuerzas de RP. Esta metodología fortalece nuestra capacidad para crear modelos robustos que apoyen de una manera integral el análisis de casos complejos, fortaleciendo con esto la toma de decisiones.

¿Pérdidas económicas por migración? La perspectiva del Capital Humano

Nadia Almaraz Aréizaga*

nadia.almaraz@itesm.mx

México es uno de los países con mayor número de emigrantes por año. Los estudios que abordan el fenómeno, se han centrado principalmente en las remesas que se generan; muy pocos hacen referencia a las repercusiones económicas negativas que la emigración trae consigo, pérdida de consumo interno, pérdida de recaudación fiscal y de capital humano. Dichas repercusiones pueden ser analizadas desde la perspectiva de la Teoría de Capital Humano desarrollada principalmente por Gary S. Becker, profesor de la Universidad de Chicago y premio Nobel de economía en 1992.

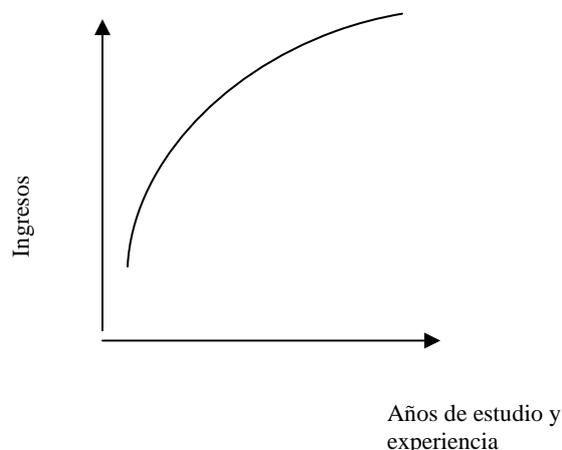
I. La Teoría del Capital Humano.

Al inicio de los años 60 fue desarrollada la Teoría del Capital Humano por Becker (1964), Mincer (1962) y Schultz (1961). La idea fundamental era conocer, en base a inversiones individuales determinadas, las diferencias de eficiencia existentes entre países desarrollados y en vías de desarrollo. Los resultados obtenidos permitieron conocer las diferencias de tasas de crecimiento económico entre países.

La Teoría del Capital Humano es una ampliación del modelo neoclásico (Sesselmeier y Blauermel 1988), ya que el mercado de trabajo en la realidad es imperfecto. Esta teoría sostiene básicamente que las inversiones en educación conllevan a determinados rendimientos que se ven reflejados en el ingreso de las personas. Por ello, las inversiones en capital humano elevan no sólo la productividad, sino que se traducen en mayores niveles de ingreso de las personas de un país. (Becker 1993)

Sin embargo, la Teoría del Capital Humano considera también que las personas tienen determinadas capacidades que han ido desarrollando de acuerdo a sus experiencias de vida, lo cual se traduce también en diferencias de ingreso entre individuos.

Figura 1: Curva de ingresos de vida



* Nadia Almaraz es Doctora en Economía por la Universidad de Innsbruck Austria y actualmente es Directora del Departamento de Sociales del ITESM, Campus Puebla.

La figura 1 muestra que por cada año adicional de educación o experiencia, se logra alcanzar un nivel mayor de ingresos, esto durante la segunda y tercera década de vida productiva de una persona. La curva es cóncava con rendimientos decrecientes debido a que cada año de educación o experiencia adicional, después de la cuarta década, genera un incremento de conocimientos cada vez menor y con ello también aumentos de rendimiento (ingreso) menores.

II. Inversión en educación y migración

La educación es económicamente hablando una inversión, para la cual se deben considerar tanto los costos que ocasiona, como los rendimientos que genera en comparación con cualquier otra inversión.

Debido a que la inversión en educación se financia con fuentes tanto privadas como públicas, los beneficios de ella pueden ser examinados mediante un análisis de Costo-Beneficio como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Análisis Costo-Beneficio de la inversión en educación		
	Público	Privado
Beneficios	Beneficios directos en la producción + efectos positivos externos	Incremento de ingresos netos
Costos	Producción perdida durante el tiempo de estudios de la población + costos totales de educación	Pérdida de ingresos durante el tiempo de estudios (costo de oportunidad de estudiar) – Apoyos o subsidios a estudiantes + costos individuales de educación (transporte, libros, etc.)

Adaptación de Bosworth 1996

Cuando se habla de migración también se pueden reconocer costos y beneficios, tanto a nivel público como privado como se muestra en la segunda tabla:

Tabla 2. Costos-Beneficios de la Migración

	Público	Privado
Beneficios	+Remesas +Reducción del número de desocupados +Intercambios culturales en casos de migración temporal	+ Incremento de ingresos netos en el extranjero +Adquisición de nuevos conocimientos
Costos	+Pérdida de rendimientos educativos invertidos en un emigrante +Pérdida de potencial humano productivo necesario para el desarrollo y crecimiento económico. +Pérdida de Consumidores y pagadores de impuestos	+Costos sociales individuales (distanciamiento de la familia, confrontación a una nueva cultura, etc.) +Costos de migración (transporte, vivienda, etc.) +Disminución de oferta de trabajo para el sector empresarial ¹

Con lo anterior y en relación a la Teoría de Capital Humano, podemos determinar a nivel público que:

La educación es una inversión que debe generar beneficios de crecimiento y desarrollo al país que la financia.

La educación financiada (aunque sea por sólo un año) en una persona que emigra del país es una pérdida de capital humano. Es decir, aunque se llegue a hacer referencia que la mayoría de los emigrantes mexicanos cuentan con un nivel educativo bajo, debe considerarse que la educación es una inversión y que dicha inversión en México es financiada en su mayoría por el Estado². Es decir, aunque un emigrante mexicano haya terminado sólo los primeros años de educación primaria, se han destinado para su educación recursos que no son productivos dentro del país que solventó dicha inversión.

La emigración genera además efectos económicos en los ingresos, ya que las personas de un país cuya inversión en educación tiene rendimientos en otro país que no es el de origen, implica que el ingreso a nivel nacional tampoco mejora por la falta de aprovechamiento de recursos.

III. Remesas

¿Cuáles son las pérdidas de capital humano hasta el momento? ¿Compensa el beneficio de las remesas dichas pérdidas?

Los beneficios generados por las remesas podrían considerarse por muchos un elemento que puede equiparar las pérdidas económicas de capital humano, ya que este ingreso genera consumo, sin embargo, este beneficio es indirecto para la economía en su conjunto, ya que no se orienta a la generación de empleos, nueva inversión y desarrollo.

¹ Países en desarrollo que tienen niveles altos de capital humano, reportan un nivel más alto de Inversión Directa, las empresas transnacionales se ubican por tanto en zonas donde existe suficiente fuerza de trabajo calificada.

² El gasto en educación en México representa el 7% del PIB. Actualmente el 77% de la educación en el país es financiada por el sector público y únicamente el 22.7% es privado. (Datos del INEGI "Recursos humanos, materiales y financieros por nivel educativo, 1950 a 2006")



Los efectos benéficos de las remesas son de corto plazo¹, sin embargo, la educación y la experiencia adquirida de los emigrantes generan ingresos durante toda la vida productiva de las personas. Sabemos que con mayores niveles de capital humano, mejora la productividad y competitividad de un país en el largo plazo y con ello se pueden alcanzar tasas de crecimiento más altas. Por tanto, México exporta actualmente beneficios a largo plazo y a cambio recibimos beneficios de corto plazo.

Los ingresos provenientes de las remesas están por un lado, expuestos a fuertes riesgos de inestabilidad y, por otra parte, el gobierno no puede dictar cuál debe ser el uso de las remesas, ni determinar en qué sector es necesario que se gasten o se inviertan. Con todo lo anterior, se es evidente que las remesas no son una fuente incondicional de ingreso para el país. Por tal motivo, el desarrollo de México no puede ni debe depender de ellas.

IV. Conclusión

Las pérdidas económicas respecto al capital humano son tanto de rendimientos educativos por algunos años de inversión pública educativa en los emigrantes, como de la pérdida de habilidades y experiencias que se van del país, las cuales son difíciles de cuantificar, pero que existen y se han concentrado básicamente en la pérdida de conocimientos del campo, por ser éste el sector con niveles de migración más significativos de nuestro país.

Las pérdidas reales del sector público en educación son por tanto directamente proporcionales al capital humano que emigra.

Para que los efectos positivos de las remesas no sean sólo de corto plazo, se deben aprovechar de mejor manera por el sector público, lo que podría equiparar las pérdidas de capital humano si se logran orientar dichos ingresos provenientes del exterior.

Una forma de hacerlo es mediante campañas de promoción o planes de inversión en educación, ya que mayores niveles de inversión en educación, generan un mayor nivel de ingreso individual que se traduce en un mejor nivel de vida para los habitantes del país.

El reto es lograr que parte del ingreso proveniente de las remesas se oriente a:

Inversión en educación: En los hijos o miembros de la familia

Inversión PyMes: Creando negocios familiares

Pago de impuestos directos: Gravar ciertos tipos de envíos de dinero

Con lo anterior, las aportaciones de las remesas al Producto Interno Bruto de México serían directas. Con ello las tasas de crecimiento económico podrían aumentar y posibilitando la reducción de los niveles de pobreza.

¹ Se ha demostrado que los envíos de remesas a los países de origen se realizan sólo durante un tiempo, ya que la mayoría de los emigrantes busca llevar consigo posteriormente a la familia completa, regresa a su país o forma una nueva familia en el nuevo país.



V. BIBLIOGRAFÍA

- Becker, Gary S (1993), "Human capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education", 3 Ed. Chicago Press.
- Benhabib, J. and Spiegel, M. (1994), "The role of human capital in economic development: evidence from aggregate cross-country data", *Journal of monetary economics*, Vol. 35, (2), 143-173.
- Borjas, George (1999), "The Economic Analysis of Immigration"; *Handbook of Labor Economics*, Vol. 3, Cap. 28, Elsevier Science. Amsterdam: North Holland, 1697-1760.
- Bosworth, Derek (1996), "The Economics of the Labour Market". Prentice Hall.
- Ebenrett, H.; Hansen, D. und Puzicha K. (2003), „Verlust von Humankapital in Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit“. *Aus Politik und Zeitgeschichte*. Bonn. Vol. 53 6/7, 25-31.
- INEGI „Recursos Humanos, materiales y financieros por nivel educativo, 1950 a 2006“
- Krug Walter (1981), „Quantifizierung von Indikatoren zur Rentabilität der beruflichen Ausbildung und ihre Überprüfung durch Dummy-Regressionen“, in Clement Werner (Hrsg.), *Konzept und Kritik des Humankapitalansatzes*, Duncker & Humblot: Berlin, S.17-40.
- Sesselmeier W. und Blauermel G. (1988), „Arbeitsmarkttheorien. Ein Überblick“, *Physica – Verlag*, Heidelberg, 222 S.



The North American Free Trade Agreement (NAFTA), 13 years after its implementation:

Juan Carlos Gachúz Maya PhD¹

jcgachuz@itesm.mx

It has been 13 years since the North American Free Trade Agreement came into effect, there have been different points of view with respect to the effects that it has brought about in Mexico, some relate it to evident economic positive effects and some other consider that the agreement is already "old" and needs to be reformed as soon as possible. This article reviews some of these positions and concludes that due to the growing importance of emerging economies (particularly in East Asia) the NAFTA requires structural changes.

It is clear that NAFTA has changed the economy of the US, Canada and México, the way in which it has affected the three economies is a topic that remains controversial. There is the optimistic view stated by authors like David J. S. Winfield who argues that with the implementation of the agreement, the three countries involved have recorded important benefits in productivity, employment and investment. Moreover, according to Winfield, NAFTA has reinforced the interest of Latin America in extending free trade in the whole continent. The Summit of the Americas and the agreement of the NAFTA's founding parties to negotiate the accession of Chile to the agreement are examples of this new tendency to achieve free trade in Latin America. He pointed out in this respect that "The agreement as predicted has been of benefit to all three countries. Each of us enjoys increased trade with each other and as a group. We are also enjoying increased investments that in turn lead to more and better jobs (...) the agreement has had a measurable and positive effect in sparking a deep seated interest in trade liberalization in the region".ⁱ

Advocates of NAFTA like Don D. Marshall pointed out that NAFTA has had positive effects on the U.S. economy and also on Mexico's trade performance and investment, however, these effects sometimes are difficult to measure. He argued that the U.S. has recorded gains in its sale of capital goods, but that this did not mean that NAFTA represents an unfair deal for Mexico. He argued that "fair" trade deals are not guided by 50:50 base line arrangements. NAFTA advertises Mexico's investment prospects, creates the conditions for increased U.S. investment and financial "bail-out", and fosters investments and business linkages with Canada; these are advantages that cannot easily be quantified".ⁱⁱ

In a model to calculate the U.S.-Mexico trade at an aggregate-level analysis A. McDaniel and Laurie-Ann Agama found that NAFTA had brought a significant increase in trade in the area in the post NAFTA years "each one percent increase in the U.S. NAFTA tariff preference for Mexico corresponds to an increase of approximately 5.6 per cent in U.S. import demand for Mexican goods. Similarly, each one percent increase in the Mexican NAFTA tariff preference for the United States corresponds to an increase of about 5.4 percent in Mexico's demand for U.S. exports".ⁱⁱⁱ

The work of Alejandro Ibarra-Yunez on Mexican foreign trade had similar results. He argues that the implementation of NAFTA Mexico has increased its degree of specialization in North America and consequently trade with its partners has recorded significant improvements. Ibarra-Yunez pointed out that Mexico's specialization in the North American market increased from around 52% of total exports in the

¹ The author holds an MA and a PhD in Government from Essex University, England, and is currently working as a Postgraduate director at the ITESM, campus Puebla.



mid-1980s to 71% in 1994, then again to 89.9% in 1999, mainly due to NAFTA. He also highlighted the fact that after NAFTA, Mexico became the third most important trade partner of the U.S., surpassing Japan in 1998.^{iv}

In a book published by the World Bank (Lessons from NAFTA for Latin America and the Caribbean), Lederman, Maloney and Serven also agree that NAFTA has had positive effects on Mexico. However, while they consider that Mexico has benefited from NAFTA in terms of trade, FDI, and productivity increases, they argue that trade agreements are not a panacea; they create opportunities and challenges but do not guarantee results: "NAFTA is not enough to ensure economic convergence among North American countries and regions. This reflects both limitations of NAFTA's design and, more important, pending domestic reforms".^v

They argue that the effects of NAFTA on the Mexican economy remain controversial for a number of reasons: first, because some of the positive trends of the Mexican economy in the post NAFTA years (GDP, FDI and trade) were equal or even higher in the late 80's and also because the performance of real wages and GDP per capita after NAFTA "was not that remarkable". The effects of NAFTA on these issues have been "more modest than expected".^{vi} This is in part because of the impact of the financial crisis of 1994. At the same time, though, the performance of wages has been better in states with more trade and presence of maquila (in-bound industry).^{vii}

Although they are strong proponents of integration, they take the view that NAFTA is not enough on its own to achieve economic development in Mexico for a number of reasons: income convergence is severely limited by the wide differences in the quality of domestic institutions, in the innovations dynamics of domestic firms, and in the skills of the labour force; technological development lags behind that of North American counterparts; Mexico suffers from low levels of innovation effort and in addition, its national innovation system (i.e. how the private sector, universities, and public policies interact to produce economically meaningful innovation), is insufficient. They consider, therefore, that without addressing these deficiencies it is unlikely that NAFTA will allow Mexico to catch up with the pace of innovation in North America.^{viii} They also suggest that creditors and investors are poorly protected in Mexico due to corruption and the lack of law enforcement; and these factors influence negatively the climate investment in the country.^{ix} The principal point that Lederman, Maloney and Serven make is that increasing the degree of trade intensity would not lead to Mexico's economy marching in step with its NAFTA partners. They point out that trade is not the only factor affecting macroeconomic synchronization; there are other factors that matter, especially similarity of production, structure, financial integration and policy coordination.^x They like other analysts, suggest an integrationist perspective to enhance the economic and social development in North America. In this respect, they argue that Mexico could benefit from a common macroeconomic policy with NAFTA members perhaps in terms of a currency union, that is a much higher degree of economic integration.^{xi}

The new regionalism in North America

In contrast to the generally positive attitude of the integrationists, who feel that NAFTA is a positive step but insufficient in itself, critics of NAFTA see it as having negative and divisive consequences. Analysts like Sanchez-Reaza and Rodriguez Pose consider that a deeper economic integration within NAFTA is unlikely. Moreover, they state that NAFTA as it is now could lead to a greater economic division within Mexico, with the North, more prosperous and integrated to the U.S., and the South whose main asset would be low cost labour. They argue in this respect that "despite the fact that the early years of NAFTA have brought about greater FDI to all parts of the country and a relative shift of



maquiladora employment from the U.S. border to the Center of Mexico, the gap between prosperous and lagging regions is widening”.^{xii}

Isidro Morales similarly finds, in his analysis of the configuration of Mexican geo-economic spaces after NAFTA, that economic integration in North America is far from creating a uniform and strong trade bloc in the Western hemisphere. In Mexico, a new tendency of economic and social fragmentation is on the way, and the reconfiguration of economic territories due to the impact of economic openness and trade liberalisation is far from smooth and peaceful. He concludes that “the NAFTA agenda is still partial, biased and fragmented”.^{xiii}

In a comparative study of Mexico within the context of NAFTA and Turkey within the context of the European Union, Eder Mine analyses the economic integration of these countries in its relation to the “new regionalism”. He argues that “the new regionalism simply meant higher barriers to entry, reflected in more concessions, higher adjustment costs, and bigger risks for aspiring members. These concessions range from the harmonization of all commercial laws and regulations with the EU, in the case of Turkey, to the acceptance of significant deregulation of investment and supplemental agreements, in the case of Mexico. Both countries reduced their tariffs significantly in return for partial reduction in tariffs within the regional blocs. As a result of NAFTA, Mexico’s average tariffs on American-made products have dropped from 10 percent to approximately 2.9 percent; whereas, U.S. tariffs fell from 2.07 percent to 0.65 percent”.^{xiv}

Both, critics and advocates of the agreement should be taken into consideration to improve the future performance of NAFTA, it is true that the context in which it was signed has changed and the agreement needs urgent changes. A higher degree of economic integration is what the Mexican government is expecting, however, the US has been reluctant to this. If the three countries want the North American market to be competitive, they should identify opportunity areas and identify what is working and what needs to change. Free Trade Agreements are just a step in the process of economic integration and the three government should have it clear.

¹ Winfield J.S. David, “The North American Free Trade Agreement after its first year”, in Davila Villers, David (ed.), *NAFTA, The First Year*, University Press of America, Lanham, Maryland, U.S. 1996, p. 16.

¹ Marshall, D. Don, “NAFTA/FTAA and the new articulations in the Americas: seizing structural opportunities”, *Third World Quarterly*, 1998, Vol. 19, No. 4, p. 694.

¹ Mc Daniel A. Christine and Agama Laurie-Ann, “The NAFTA preference and U.S.-Mexico Trade: aggregate-level analysis”, *World Economy*, 2003, 26, 7, p. 954.

¹ Ibarra-Yunez, Alejandro, “Spaghetti regionalism or strategic foreign trade: some evidence for Mexico”, *Journal of Development Economics*, 2003, 72, 2, p. 571.

¹ Lederman Daniel, F. Maloney William, Servén Luis, *Lessons From NAFTA For Latin American And The Caribbean*, The World Bank and Stanford University Press, Washington D.C., 2005, p. 2.

¹ *Ibid.* p. xvi and p. 4.

¹ *Ibid.* p. 20 and pp. 206-209 and p. 216 As we will see later in this research, with the implementation of NAFTA, wage performance has varied among different sectors of the economy and indeed, the financial crisis of 1994 influenced directly a marked decrease in wages particularly in 1995. Since then some sectors have performed better than others. The presence of maquila, as a factor that contributes to higher wages and better jobs is, however, very debatable. As we will see later in this research, this is one of the main points that critics of NAFTA have discussed extensively. The government of the U.S. has even questioned the model to enhance the regional development through maquiladores. A report from the GAO (General Accounting Office) of the U.S. congress released in February 2004, points out in this respect that “there are serious doubts about the viability of the maquiladoras as a model to enhance regional development in Mexico”, See Gonzalez Amador, Gonzalo, “Cuestiona EU el desarrollo regional mediante la maquila”, *La Jornada*, Mexico, February 27, 2004.

¹ *Ibid.* See p. xv, 6, 247, 267.

¹ *Ibid.* p. 200-2002.

¹ *Ibid.* p. 77.

¹ *Ibid.* p. 78.



¹ Sanchez-Reaza, Javier and Rodríguez-Pose, Andres, "The impact of trade liberalization on regional disparities in Mexico", *Growth and Change*, winter 2002, Vol. 33. p. 87.

¹ Morales, Isidro, "NAFTA: the institutionalisation of economic openness and the configuration of Mexican geo-economic spaces", *Third World Quarterly*, 1999, Vol. 20, No. 5, p. 991.

¹ Eder, Mine, "Deeper concession and rising barriers to entry: New regionalism for Turkey and Mexico", *Studies in Comparative International Development*, fall 2001, Vol. 36, No. 3, p. 32.



Directorio

Director de la Escuela de Graduados e Innovación Dr. Alejandro Romero Jiménez alejandro.romero@itesm.mx Tel. (222) 303 2085	Incubadora de Empresas y Dirección de la Carrera de LCDE Mtro. Javier de la Fuente ffuente@itesm.mx Tel. (222) 303 2094	Coordinación Académica de Posgrados Judith Cruz Sandoval judith.cruz@itesm.mx Tel. (222) 303 2159
Coordinación de promoción de posgrados Juan Carlos Cabrera Camargo cabrera.juan@itesm.mx Tel. (222) 303 2086	Directora de la Sede Villahermosa Lic. Yucari Medellín Maldonado medellin@itesm.mx Tél. (993) 3126672	Dirección de Posgrados Dr. Juan Carlos Gachuz jcgachuz@itesm.mx Tel. (222) 303 2155
Coordinación de RP, Eventos y Proyectos Adriana Benítez Díaz adriana.benitez@itesm.mx Tel. (222) 303 2054	Informática y Sistemas Rafael Comonfort rcomonfo@itesm.mx Tel. (222) 303 2030	Coordinación de Eurocentro Ventanilla Puebla y Centro Asociado Asia Pacifico Nayeli Escobar Tapia nescobar@itesm.mx Tel. (222) 303 2142
Asesor de Seguimiento UV Carlos Pozas carlos.pozas@itesm.mx Tel. (222) 303 2145	Nóminas, Seguros, Impuestos Maricarmen Armas marmas@itesm.mx Tel. (222) 303 3102	Director Administrativo Ricardo Rodríguez rirodrig@itesm.mx Tel. (222) 303 2021
Coordinación de Desarrollo Profesional y Relación con Egresados Edith García edith.garcia@itesm.mx Tel. (222) 303 2196	Biblioteca Cecilia Flores cecilia.flores@itesm.mx Tel. (222) 303 2045	Servicios Escolares Roberto Rodríguez roberto.rgz@itesm.mx Tel. (222) 303 2064
Dirección de Extensión y Vinculación Bernardo Reyes Guerra breyesg@itesm.mx Tel. (222) 303 2062	Dirección del Centro de Prospectiva Estratégica Dr. Alejandro Lagunas llagunes@itesm.mx Tel. (222) 303 2130	Dirección del Centro de Transferencia de Tecnología Dr. Asunción Zárate azarate@itesm.mx Tel. (222) 303 2075
Departamento Comunicación Carlos Barradas García cbarradas@itesm.mx Tel. (222) 303 2004	Directora de la Sede Oaxaca Lic. Ariadna López ariadna.lopez@itesm.mx Tél. (951) 1328314	Dirección del Centro de Competitividad y Desarrollo Sostenible Ing. Leonel Guerra lguerra@itesm.mx Tél. (222) 303 2151
Dirección del Centro de Idiomas Lic. Graciela Alchini galchini@itesm.mx Tel. (222) 303 2129	Directora de la Sede Campeche Mtra. Ana Celia Siliceo asiliceo@itesm.mx Tel. (981) 8166735	Coordinación del Instituto de Empresas Familiares Regional Ing. Rashid Abella rabella@itesm.mx Tel. (222) 303 2061
Tesorería Lourdes Murrieta l.m.cucurachi@itesm.mx Tel. (222) 303 2023	Contabilidad Ursula Jiménez ursula.jimenez@itesm.mx Tel. (222) 303 2103	



INVITACIÓN

Se invita a la comunidad del ITESM Campus Puebla (estudiantes y profesores) a enviar sus propuestas de publicación para el Journal de Investigación, antes del día **05 de Diciembre del 2007** para que puedan ser incluidas en la próxima edición.

Los requisitos en formato son:

- ✓ El documento deberá ser presentado en formato Word, con letra Arial Narrow 11 a espacio sencillo, título en Helvética 12
- ✓ Si el trabajo requiere del uso de citas bibliográficas estas deberán usar el sistema MLA utilizando letra Helvética de 8 puntos
- ✓ Las contribuciones tendrán un máximo de 5 cuartillas y podrán ser redactadas en Inglés o Español.

El Comité Editorial evaluará las propuestas de publicación de los artículos.



**TECNOLÓGICO
DE MONTERREY®**

La Escuela de Graduados e Innovación
le invita a la presentación de la

Nueva Maestría en Administración con doble grado internacional.

Con la presencia del M.B.A Marcelo Angione,
que impartirá la conferencia

"El Desafío GLOCAL"

Las grandes corporaciones, las organizaciones empresariales como también los pequeños emprendimientos se encuentran inmersos en una dinámica económica de carácter global. Cada vez más intensa y generadora de cambios a mayor velocidad.

Sin embargo, toman fuerza para su desarrollo en el ámbito local que les dió origen u operación actual.

La tan preciada competitividad está en manos de quien cuenta con el reconocimiento para entender ese proceso y la capacidad para gestionar la complejidad.

Jueves **22 de noviembre** del **2007**
Auditorio del Campus a las **19 hrs.**

Confirmar asistencia al **303 2000** ext. **2086, 2054, 2145 y 2092**
cabrera.juan@itesm.mx ó **adriana.benitez@itesm.mx**

Vía Atlixcáyotl 2301, San Andrés Cholula, Puebla.



EGI
ESCUELA DE GRADUADOS E INNOVACIÓN

