



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

“LA CULTURA EMPRESARIAL MEXICANA COMO
RETO ANTE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.
ESTUDIO DE CASO: ESTADOS UNIDOS
MEXICANOS – REPÚBLICA POPULAR CHINA.”

TESINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA

HÉCTOR EZEQUIEL CANSECO GIL.

ASESOR: DR. CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ.

MÉXICO 2011





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Antes y durante mi recorrido por la universidad DIOS ha estado presente y me ha guiado por el camino del éxito y del bien. Gracias a ÉL he llegado más allá de lo que me hubiera imaginado y hecho cosas que hubiera pensado imposibles.

Igualmente, me ha dado la bendición de contar con personas que han contribuido en cada uno de mis logros. Mi mamá que me ha apoyado con mis estudios, permitiéndome dedicarme exclusivamente a ellos, así como apoyó mi sueño de estudiar en el extranjero.

El profesor Jaime quién me ayudó y enseñó a mentalizarme de que tengo la capacidad para realizar cualquier cosa que me proponga y quién siempre estuvo impulsándome en la búsqueda de la excelencia académica y de la calidad como persona.

Igualmente, los Maestros Luis Manuel y David los cuales me asesoraron y apoyaron en la realización de mi sueño. De la misma manera, siempre tuvieron la disposición de escucharme y de resolver mis dudas.

También es preciso mencionar a la Licenciada Susana que me acompañó en todo el proceso de mi beca al extranjero, en el cual su labor y apoyo fueron indispensables.

De la misma forma, el Doctor Urquiza y la Licenciada Leticia quiénes también me acompañaron y respaldaron en la consecución de dicho sueño. El Doctor Levy quién no sólo fue parte de este proceso, sino que dirigió mi tesina y me enseñó lo fácil que es el método científico. El maestro Villavicencio quién siempre buscaba que mis trabajos fueran mejores a través de sus observaciones y explicaciones.

Por último, gracias a la UNAM por permitirme ser parte de ella y darme los medios para concluir exitosamente mi etapa universitaria, pero sobre todo por darme una visión nueva del mundo donde no sólo se busca el bien propio, sino el colectivo.

Mención especial merece la Universitat de Lleida y Joan Carles que hicieron posible la realización de mi sueño e igualmente a todos los que me acompañaron en la Ciudad de Lleida como mi amiga Lola y mi amigo David. Sin duda alguna, esta ciudad es la mejor para estudiar y vivir.

Gracias a todos por su apoyo.

Índice

	Pág.
Introducción	5
1. El papel del Gobierno Mexicano y la Administración China en la promoción de la Cultura Empresarial	12
1.1. La compañía privada mexicana como base de la política de progreso por el Gobierno Mexicano	13
1.2. La promoción gubernamental de la empresa privada china como motor del crecimiento y desarrollo económico	24
2. La Cultura Empresarial de los Estados Unidos Mexicanos y la República Popular China	38
2.1. Bases de la Cultura Empresarial Mexicana	39
2.2. Fundamentos de la Cultura Empresarial China	49
3. Propuesta para el desarrollo emprendedor y empresarial en la carrera de Relaciones Internacionales, impartida dentro de las instalaciones de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, Universidad Nacional Autónoma de México	58
Conclusiones	77
Bibliografía	85
Hemerografía	86
Mesografía	86
Anexos	
Anexo I: La Fábula de los Cangrejos Estadounidenses, Japoneses y Mexicanos	89
Anexo II: Asignaturas del Área Emprendedora (Parte I)	90
Anexo II: Asignaturas del Área Emprendedora (Parte II)	91

Introducción

Diariamente se anuncian inversiones de cientos de millones de dólares en México; sin embargo, la mayoría de los mexicanos no se enteran, así como prevalecen, en la calle y en los medios de comunicación, comentarios de un ambiente económico desalentador. Por lo cual nace la inquietud de averiguar, más allá de lo económico:

¿Por qué los mexicanos no emprenden?

De ahí surgió una serie de objetivos que guiaron al presente trabajo por un camino poco explorado, puesto que implica observar abiertamente el proceder de los mexicanos y de sus gobiernos en el quehacer emprendedor; lo mismo en el caso de los chinos y de sus autoridades sólo que, a diferencia de los primeros, existe una menor reticencia a este tipo de estudios.

De lo anterior, los puntos a descubrir y explorar son:

- ¿Cuál es el rol que ha jugado el gobierno chino en la cultura empresarial?
- ¿De qué manera han contribuido las empresas chinas en el éxito chino y cuál es su papel dentro de la economía de la República Popular China (RPCH), conocida comúnmente como China?
- ¿Qué actitudes, principios y valores han dado paso a la cultura empresarial china? y ¿cómo ha influido ésta en el triunfo y posicionamiento de las empresas chinas?
- ¿Cuáles son las características de la cultura empresarial mexicana que la hace incompetente ante el reto que representan las empresas chinas?
- Producto de las respuestas a tales preguntas: proponer un plan basado en la adopción de las características de la cultura china que pudiere ser considerado por el gobierno mexicano, las empresas o las universidades mexicanas.

Hoy en día, la RPCH es la segunda potencia económica del mundo, lo cual ha sido posible gracias a las reformas que ha emprendido, a sus crecientes exportaciones y a una eficaz y eficiente cultura empresarial. En México, se ha hablado mucho de que tal acontecimiento es viable gracias a la competencia desleal, lo cual resulta falso; no obstante, el reto tiene que ver con la falta de visión y cultura empresarial, dentro de las empresas mexicanas.

Dado el avance imparable de China, es importante comprender y analizar su cultura empresarial a fin de deducir cómo ésta ha impactado en su auge. Igualmente, es impostergable la creación de hábitos, actitudes y pensamientos de índole empresarial para poder ser más competitivos y, al mismo tiempo, difundir éstos en las universidades mexicanas.

La hipótesis del presente trabajo radica en que si se implementará una cultura empresarial con base en algunos aspectos de la cultura china y se reforzaren ciertas características de la mexicana: las empresas y habitantes de México coadyuvarían a hacer más competitiva a su nación y, al mismo tiempo, resolverían muchos de los problemas existentes y posicionarían a México como una potencia mundial.

Ahora bien, quienes tienen mayor facilidad y acceso al sin fin de oportunidades que ofrece México son los jóvenes universitarios; aun así, ante la inexistencia de una formación integrada a la licenciaturas, los egresados de la FES Aragón¹ están perdiendo la posibilidad de convertirse en verdaderos agentes de cambio que contribuyan a la solución del contexto por el que atraviesa México.

De la misma forma, la vida profesional independiente no conoce límites en la consecución de sueños, objetivos y ambiciones: éstos los establece el egresado. A esto hay que agregar que es paradójico ver como los extranjeros son quienes están transformando al país, y son quienes se están enriqueciendo: las oportunidades son de quién se arriesga y las aprovecha.

¹ Facultad de Estudios Superiores Aragón, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Habiendo visto el panorama anterior y teniendo el reto de conocer el papel de ambos gobiernos, mencionados antes, así como de encontrar similitudes entre México y China y observar si ha habido un cambio de tendencia en sus políticas, se decidió titular al primer capítulo: El papel del Gobierno Mexicano y la Administración China en la promoción de la Cultura Empresarial.

Deduciendo que la administración de un país no es la única responsable de la falta de una cultura empresarial, surgió el deseo de analizar los puntos de partida bajo los que se rige el comportamiento de los chinos y de los mexicanos en la realización de negocios y emprendimiento de empresas e, igualmente, de determinar el rol que juega la mentalidad de éstos en su éxito, además de responder a la siguiente pregunta:

¿Puede trasplantarse o adaptarse la mentalidad de una nación a otra?

Es de esa manera, que surge el nombre del segundo apartado: La Cultura Empresarial de los Estados Unidos Mexicanos y la República Popular China. Como consecuencia de ambas partes, surgió un llamado de atención, haciendo énfasis en dejar a un lado la actitud ociosa y pasiva y reclamar el lugar que le corresponde a México en el Mundo, tomando las riendas del trabajo y la reflexión.

Debido a lo descrito, la última parte lleva su objetivo en su título:

Propuesta para la difusión de la cultura emprendedora en la carrera de Relaciones Internacionales² impartida dentro de las instalaciones de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, Universidad Nacional Autónoma de México.

Quien aspira a ser empresario es visto como un loco porque comúnmente se piensa que para serlo se requiere de una considerable cantidad de dinero; aunque, esto resulta ser una falacia. Es por ello que este trabajo, pretende motivar a las personas a convertirse en empresarios-emprendedores³ e, igualmente, a

² Referida como RRII.

³ Es preciso aclarar que emprendedor es quién elabora un proyecto a partir de una o varias ideas y lo lleva a cabo, pese a las dificultades que se puedan encontrar. A esto hay que agregar que constantemente está

realizar más estudios y comparaciones del comportamiento de los mexicanos con otras culturas.

Resulta sumamente fácil encontrar información y referencias del proceder de otras culturas; sin embargo, de la mexicana, es complicado, puesto que parece haber un tabú a criticar y analizar expresamente cómo contribuye el comportamiento de ésta a retrasar el progreso.

No obstante, antes de empezar con el desarrollo de la presente investigación, es preciso hacer unas aclaraciones conceptuales y describir como se están comportando las empresas hoy en día a fin de respaldar la importancia de este trabajo.

Al referirse a cultura se entiende un conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos, comportamientos, etc., que caracterizan a una sociedad o población específica;⁴ pero, cuando se alude a cultura empresarial se trata de un concepto más amplio.

Es decir, la cultura empresarial no sólo se trata del comportamiento de los empresarios, sino de su visión (integrada por su formación y conciencia); planeación estratégica; prácticas administrativas; las estrategias de expansión; el desarrollo de nuevas tecnologías; la producción sustentable, etc., todo esto con vistas a ser más competitivos y posicionarse en el mercado a través de una imagen responsable.

La visión radica en la preparación del empresario, a saber a si sabe dirigir y guiar a su compañía; y la conciencia, a tener presente los derechos y obligaciones que

innovando, creando y desarrollando nuevas ideas; mientras que el empresario es dueño y director de una empresa, pero a diferencia del emprendedor no innova, ni crea, ni emprende. Emprendedor, Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), en http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa5/caracteristicas_emprendedor/c2.htm (Pág. consultada el 09/10/11). Empresario, Real Academia Española, en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=empresario (Pág. consultada el 09/10/11).

⁴ Real Academia Española, definición de cultura, en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura (Pág. consulta el 27/X/11).

ello implica. Ahora bien, ésta perspectiva va ligada a la planeación estratégica que es aquella en la que está implicado el alcance de ciertos objetivos, tales como:⁵

- Alta rentabilidad de operaciones.
- Posicionamiento estratégico (3 niveles):
 - Empresa (Quién lo produce).
 - Producto (Calidad).
 - Marca (prestigio).
- Fidelización del cliente. Buscar la lealtad del cliente.
- Minimizar gastos y riesgos innecesarios. Tomar medidas para evitar un riesgo = Administración de riesgo.
- Procurar el aprovechamiento óptimo de los recursos disponibles.

Asimismo, se tiene que la planeación estratégica se divide en tres, dependiendo del plazo de los objetivos: 1) Planeación operativa que se enfoca a realizar la venta de un producto, recuperar el pago, y procurar la lealtad del cliente, sus objetivos no rebasan el año.

2) Planeación táctica cuyo objetivo es consolidar una cuota de mercado, y tiene que ver con tener un porcentaje fijo en el total de las transacciones que involucra la comercialización del producto seleccionado, los objetivos van de 1 a 3 años; y 3) la Planeación estratégica, en la cual convergen objetivos de más de 3 años.

Respecto a las prácticas administrativas, se tiene que actualmente las grandes compañías buscan su división en pequeñas unidades que puedan actuar hasta cierto punto como unidades independientes. Esto a fin de rescatar algunas de las

⁵ Aspectos mencionados en la asignatura de Negocios Internacionales impartida por el profesor Rodolfo Villavicencio López, FES Aragón.

ventajas de las pequeñas empresas, como: el contacto más directo con los clientes y una mayor interacción con el personal laboral.

Lo anterior, ha propiciado que algunas de las grandes corporaciones compitan directamente con las pequeñas empresas. En cuanto a la expansión, las empresas extranjeras están viendo formas de entrar a los mercados emergentes, como Brasil, China, México, Rusia, etc., ya que la disminución del gasto ha disminuido en las naciones desarrolladas, debido a la crisis económica y a las medidas de austeridad adoptadas por sus respectivos gobiernos.

No obstante, la expansión no sólo tiene que ver con dichos mercados, sino con vistas a colocar unidades claves para que cuando los mercados desarrollados se recuperen: la producción se incremente y, al mismo tiempo, las exportaciones hacia éstos.

Es así que están llegando empresas del sector automotriz, aeroespacial, farmacéuticas, etc., a México. Empero, estas compañías no están interesadas en desarrollar tecnología, sino en producir para exportar al mercado estadounidense. A lo que hay que agregar, que en México no se le da la importancia debida al respaldo a centros de desarrollo tecnológico ni a la investigación.

Caso contrario el de China, donde se ha buscado el contacto con las principales instituciones de desarrollo tecnológico como el Massachusetts Institute of Technology (MIT), así como se ha impulsado la ingeniería inversa⁶ dentro de las universidades.

La producción sustentable, aquella que respeta el medio ambiente, ha cobrado relevancia y muchas empresas han empezado a buscar certificaciones, así como a incluir logotipos haciendo referencia a esto. Por citar un ejemplo, el blue motion de Volks Wagen. Empero, tal práctica requiere de grandes inversiones de dinero o

⁶ La ingeniería inversa consiste en obtener información a partir de un producto accesible al público con el fin de determinar de qué está hecho, qué lo hace funcionar y cómo fue fabricado. Ingeniería inversa 21, en <http://www.ingenieriainverta21.com/site/servicios/ingenieriainverta.htm> (Pág. consultada el 2/XI/11).

el respaldo del gobierno, puesto que implica desarrollo de nuevas tecnología e investigación.

Al conjugar todos los factores mencionados, se logra observar que las empresas están en un constante proceso evolutivo donde evitarlo incluye a quedarse en el rezago y a un corto plazo: desaparecer. Desafortunadamente, son pocas las empresas mexicanas que se encuentran en esta senda, siendo éstas algunas de las más grandes, medianas y alguna que otra pequeña que aspira a jugar un papel importante.

Respecto a los negocios internacionales, básicamente son transacciones entre dos o más partes cuyo principal móvil son las ganancias que trascienden las fronteras territoriales de los países involucrados. Incluso se podría hablar de negocios internacionales a nivel regional dentro del mismo México al trasladar un conjunto de productos de Oaxaca a Veracruz, dado que el fin es obtener un beneficio económico y el intercambio lo están haciendo dos particulares o los gobiernos de los estados.

1. El papel del Gobierno Mexicano y la Administración China en la promoción de la Cultura Empresarial

El primer capítulo del presente trabajo es a modo introductorio, a fin de facilitar la comprensión del marco desde el cual se desarrolla el segundo y tercer capítulos. En él se apreciará el actuar del gobierno mexicano y del chino en la promoción y facilitación para que las empresas puedan desarrollarse.

Grandes momentos de la historia mexicana serán apreciados, partiendo desde Lázaro Cárdenas a la actualidad. Esto estará enfocado a la política industrial y de fomento empresarial. De la misma forma, se descubrirá que lo que por mucho tiempo se difundió como un gran paso para México, no es más que un discurso populista.

También, serán expuestas decisiones cruciales que tuvieron que manejar ciertos presidentes de México, así como algunas fueron acertadas; otras empeoraron el panorama, tal como fue cimentar el desarrollo del país en el petróleo y la dependencia de insumos extranjeros, en lugar de fomentar la creación de centros de desarrollo tecnológico y empresarial.

Caso contrario es el de China, la cual enfrentó periodos de gran autoritarismo; por una parte, por la influencia que tuvo de la URSS; luego, por las disputas por el poder dentro del Partido Comunista Chino (PCCH); y posteriormente, por una serie de restricciones hacia sus habitantes a fin de evitar la difusión de ideas extranjeras, situación que persiste hasta nuestros días.

Aun con lo anterior, los líderes chinos se fueron dando cuenta que sin la creación, fomento y desarrollo de una iniciativa privada: pronto serían desplazados de la dirección de la nación. Es así que paulatinamente fueron disminuyendo las limitaciones a las formas de organización privada; primero, lo hicieron con las extranjeras; y posteriormente, con las locales.

Lo descrito arriba será abordado a fin de que haya una comprensión clara de lo que pasó en china y el sentido en el que van encaminadas sus políticas actuales

en el ámbito del desarrollo empresarial. Habiendo concluido este capítulo se podrá entender porque China es una potencia, y México es un país que vive en un círculo vicioso.

De la misma forma es preciso matizar que para la parte referente a China, se tomó como punto partida el año de 1949; aunque no hay una secuencia o concurrencia entre los años que se mencionan, lo cual no es un descuido, dado que el estudio se centró en el actuar del gobierno en el fomento empresarial y en el de los empresarios.

Igualmente, se hará notar la ausencia de sucesos políticos y económicos,⁷ dado que el análisis se centra en la empresa china, en el respaldo del Partido Comunista Chino (PCCH) hacia ésta, y en los sucesos que marcaron un hito en su trascendencia.

1.1. La compañía privada mexicana como base de la política de progreso por el Gobierno Mexicano

En el transcurso de más de cinco décadas, los Estados Unidos Mexicanos⁸ han experimentado periodos de gran auge, como: el crecimiento hacia adentro, el desarrollo estabilizador, etc., así como momentos de severas crisis económicas, como la del año de 1994.

Actualmente, México es el 15° exportador de mercancías a nivel mundial y el 40° de servicios comerciales; cuenta con una población de 112, 336, 538⁹ habitantes;

⁷ Por mencionar algunos, la matanza en la plaza de Tiananmen y el ascenso de Deng Xiaoping dentro del partido comunista.

⁸ Comúnmente conocido como México.

⁹ México en cifras, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx> (Pág. consultada el 12/V/2011).

con una extensión territorial de 1,959,247.98 km²¹⁰; y su PIB, representa el 1.6%¹¹ del global, siendo de 860.2 millones de dólares.¹²

Dada la falta de claridad respecto al surgimiento de la compañía privada mexicana, se ha optado por partir del periodo en el que se establecen las bases de la actual industria mexicana. Planteándose preguntas, como: ¿De qué forma ha contribuido el gobierno mexicano en la formación y fortalecimiento de la empresa privada mexicana?

Una de las estrategias para incentivar la industrialización y motivar la conformación de empresas fue la política de sustitución de importaciones (SI),¹³ en el marco del modelo nacionalista de desarrollo denominado: “crecimiento hacia adentro,” iniciado a fines del periodo presidencial de Lázaro Cárdenas del Río (1934 - 1940).¹⁴

La aparición de la SI se debió en gran parte a la reorientación industrial de las potencias capitalistas, dado el contexto mundial: vísperas de la Segunda Guerra Mundial (II GM). La SI se concibió para satisfacer las demandas del mercado mexicano, así como para desarrollar y expandir la industria manufacturera. No obstante, Cárdenas estuvo más enfocado a las masas (obreros y campesinos).

Aunque Cárdenas se centró en las masas populares para afianzarse en el poder y propugnar por una activa participación del Estado en la Economía; también, apoyó a las empresas al disminuir el recurso de huelga; poner en marcha una política

¹⁰ *Ídem.*

¹¹ Welcome to the “Bric 'n' Mitsk”, en <http://www.guardian.co.uk/business/blog/2011/jan/17/mitsk-economies> (Pág. consultada el 12/V/2011).

¹² México, en

http://ddpext.worldbank.org/ext/ddpreports/ViewSharedReport?&CF=&REPORT_ID=13609&REQUEST_TYPE=VIEWADVANCED&HF=N&DIMENSIONS=25 (Pág. consultada el 12/V/2011).

¹³ Básicamente consistió en sustituir los artículos manufactureros de procedencia extranjera por artículos de la misma naturaleza fabricados por la industria nacional. Asimismo, la SI facilitó la industrialización que requería poca inversión de capital. Delgado de Cantu., Gloria M. *México: Estructuras político, económica y social*. 3ª edición. Editorial. Prentice Hall, México, 2009. p. 158.

¹⁴ Delgado de Cantu., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3ª edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. p. 184.

proteccionista; exentar de impuestos a empresas nuevas por 5 años, así como a la importación de insumos que no se encontraran en el país, etc.¹⁵

Igualmente, se crearon Nacional Financiera S. A. (NAFINSA), el Banco Nacional de Comercio Exterior, La Compañía Mexicana de Exportación e Importación, etc.¹⁶ De éstos, el segundo tuvo gran relevancia para la exportación de productos nacionales y la importación de mercancías para el desarrollo del país; y el tercero, pretendía liberar a los productores agrícolas de toda clase de intermediarios.¹⁷

Tales medidas no trascendieron, ya que, principalmente, se careció de un marco y una autoridad que vigilará el cumplimiento de los objetivos de tales programas, así como faltó capacitación a la clase campesina y obrera. Podemos, situar éstas acciones en un contexto populista por lo que su efecto se vio reducido.

Sumado a lo anterior, faltaron la inclusión de dichas clases en el desarrollo de la empresa; programas de transferencia y desarrollo tecnológico y de una planeación estratégica para competir contra las empresas extranjeras y poder posicionarse como una potencia mundial.

El siguiente periodo, el de Manuel Ávila Camacho (1940 - 1946), permaneció sin cambios; salvo que desde su inicio se buscó favorecer a la iniciativa privada bajo la consigna “la lucha por la producción.” De la misma forma, se oficializó la exención de impuestos por 5 años con el establecimiento de la Ley sobre la industria de transformación pública.¹⁸

En el panorama mencionado, hizo su aparición la Comisión Federal para la Planificación Industrial cuyo papel fue estimular el desarrollo de la industria,

¹⁵ Mediante una ley que establecía aranceles prohibitivos para la importación de todas aquellas mercancías que se produjeran dentro del país. Shulgouski, Anatoli. *México en la Encrucijada de su Historia*. Editorial. Ediciones de Cultura Popular, México, DF, 1980. p. 169.

¹⁶ El objetivo de NAFINSA era restituir al sistema bancario el grado de liquidez indispensable para el desempeño de su cometido, pero pasó a ser una institución dedicada al fomento del desarrollo industrial del país. *Ibidem*. p. 179.

¹⁷ *Ibidem*. p. 179, 190.

¹⁸ Shulgouski, Anatoli. *México en la Encrucijada de su Historia*. Editorial. Ediciones de Cultura Popular, México, DF, 1980. pp. 487-488.

manteniéndose una política proteccionista.¹⁹ Empero, hubo error en la conformación de la estrategia: basarla en función del contexto bélico, y no con base en una visión a largo plazo que sentara las bases de un proyecto.

Entre los años 1946-1952, Miguel Alemán Valdés, mantuvo las políticas iniciadas tiempo atrás. Los únicos cambios que se propiciaron fueron la construcción de un nuevo recinto para la Universidad Nacional, la investigación industrial y la “Revolución Verde.”²⁰ Esto a fin de dotar a las empresas con personal cualificado y hacerlas capaces de competir con sus pares extranjeras.

La industrialización mexicana fue llevada a cabo con base al endeudamiento, lo que a la larga provocó inflación, ocasionando un rápido aumento en el costo de vida y una reducción de la demanda interna. A esto hay que agregar, la culminación de la Guerra de Corea (1952) lo que recrudeció más la situación para el presidente Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958).²¹

El fin del conflicto bélico disminuyó la demanda mundial. Igualmente, en México, los empresarios limitaron sus inversiones y se trató de revertir los efectos por medio de la desgravación fiscal; reducción del ISR; la exención de impuestos a sueldos hasta de 300 pesos al mes; el establecimiento del Fondo de Garantía y Fomento a la mediana y pequeña industria; la política estabilizadora.²²

Otras medidas fueron: la continuidad de la política proteccionista y la creación del Consejo de Fomento y Coordinación de la Producción Nacional.²³ Éstas fueron un

¹⁹ Delgado de Cantú., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3° edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. p. 208. Shulgouski, Anatoli. *México en la Encrucijada de su Historia*. Editorial. Ediciones de Cultura Popular, México, DF, 1980. pp. 335-336, 490.

²⁰ Timothy, Anna, et al. *Historia de México*. Segunda Edición. Editorial. Critica, España, 2003. pp. 335 - 336.

²¹ *Ibidem*. p. 243.

²² La política estabilizadora da comienzo al periodo conocido como el “Desarrollo Estabilizador”. Esta política tuvo como objetivos: (1) Mantener la estabilidad de precios dentro del país; (2) restablecer el equilibrio de la balanza comercial; y (3) sanear las finanzas públicas. *Ibidem*. p. 243-244.

²³ El Consejo de Fomento de Coordinación de la Producción Nacional tenía como propósito coordinar la política económica del gobierno con la iniciativa privada. Timothy, Anna, et al. *Historia de México*. Segunda Edición. Editorial. Critica, España, 2003. p. 343. Delgado de Cantú., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3° edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. p. 208.

intento para reactivar las inversiones; sin embargo, la falta de dirección y visión del gobierno mexicano impidió la transición hacia un proceso de industrialización que permitiera solucionar los problemas del país y así dar paso a una modernización.

Durante los años 1958-1964, presidencia de Adolfo López Mateos, se reforzó el rol interventor del Estado en la economía, el mandatario obtuvo poder para determinar los precios de mercancías y servicios, se crearon empresas paraestatales, y surgió el Departamento de Turismo.²⁴

La ola de políticas impulsoras del desarrollo y crecimiento basadas en el endeudamiento continuó en el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz. De las cuales, destacan: la aparición de las empresas maquiladoras y la dotación de mayores recursos a las compañías estatales.²⁵

La estrategia emprendida resultó sumamente errónea, ya que desde el momento en que se inició la SI se debió planear una apertura al exterior paulatina; de tal forma, que no sólo se incentivase a la empresa mexicana, sino que también se le obligase a desarrollar sus capacidades y a volverse más competente.

Del modo anterior, el gobierno mexicano hubiera podido captar recursos económicos de otras fuentes, sin necesidad de recurrir a la adquisición excesiva de obligaciones económicas. Así se hubieran evadido sus efectos, ya mencionados en párrafos anteriores.

Una de tantas similitudes que se pueden encontrar en los lapsos presidenciales de México, es la prevalencia del populismo. Esta característica llevó a los empresarios a la conformación de organizaciones, como el Consejo Coordinador Empresarial, creado en 1975, a fin de defender sus intereses frente al gobierno.²⁶

²⁴ *Ídem.*

²⁵ *Íbidem.* pp. 268-269.

²⁶ Durante el sexenio de Luis Echeverría Álvarez (1970 - 1976) se dio una confrontación entre éste y el sector privado, ya que el primero buscaba un acercamiento hacia la izquierda. Delgado de Cantú., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX.* 3ª edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. pp. 305, 309.

Como la deuda del Estado siguió creciendo, cuando José López Portillo (1976 - 1982) asumió el poder buscó la ayuda de los empresarios. Así surgió el proyecto llamado: “Alianza para la producción,” mediante éste se trato de revitalizar la SI. Sin embargo, su éxito fue fugaz, puesto que se centró en el auge petrolero, el cual duraría poco ante la crisis petrolera que se avecinaba.²⁷

Asimismo, dicho periodo destacó por ser el primero en que se planteó una estrategia para paliar los efectos del proteccionismo, mediante el llamado “Plan de Desarrollo Industrial,” cuyos objetivos se centraron en la descentralización de la industria en el Valle de México; desarrollo de industrias de alta productividad; apoyo a la producción de bienes de consumo básico como de capital, etc.²⁸

A pesar de las propuestas, tanto para buscar el apoyo de los empresarios e incentivar la creación de compañías, así como para revertir los lastres del pasado, éstos prevalecieron. Igualmente, en el marco de éstas, faltó definir el rol que desempeñaría cada participante.

Sumado a lo descrito, centrarse y exaltarse por los descubrimientos de yacimientos petroleros distrajo la atención de los planes del gobierno de López Portillo. Esto agravó el impacto de la dificultades que vendrían con la crisis mundial del petróleo y haría evidente el error de cimentarse sobre los energéticos.

A finales del periodo de López Portillo, se hicieron evidentes los resultados de políticas proteccionistas e intervencionistas, implementadas por cuatro décadas: déficits fiscales altos, paraestatales deficitarias, inflación alta, déficits crónicos en el comercio de bienes y servicios no factoriales, un sector exportador fuertemente basado en el petróleo.²⁹

²⁷ La Alianza para la Producción se cimentó en un estricto control del gasto público, exenciones y reducciones de impuestos a la exportación y aumento de los precios básicos. Delgado de Cantú., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3° edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. p. 378, 408-410.

²⁸ *Ibidem*. p. 407

²⁹ Delgado de Cantu., Gloria M. *México: Estructuras político, económica y social*. 3° edición. Editorial. Prentice Hall, México, 2009. p. 165.

Igualmente, agregando a lo anterior, la transferencia de recursos hacia el exterior para el servicio de deuda externa, una muy ineficiente industria de productividad y calidad bajas con escasos incentivos para exportar, una estructura de precios interna muy distorsionada por la intervención directa y controles del gobierno, y un sector privado hostil al gobierno e inseguro de la capacidad de éste para manejar la economía.³⁰

Tanto las líneas proteccionistas como la SI resultaron a larga perjudiciales por lo que hubiera sido prudente aplicarse durante los primeros 5 o 10 años de su existencia, desarrollando la tecnología necesaria para una nueva industria, por medio del apoyo extranjero y de programas que crearan y vincularan a centros universitarios de desarrollo tecnológico con las empresas.

A lo anterior es preciso sumar el excesivo paternalismo del Estado con respecto a las empresas. Es decir, a rescatar aquellas empresas que se encontraban en quiebra o a establecer barreras para evitar la entrada de compañías extranjeras, inhibiendo la competencia y mejora de la calidad y desarrollo de productos.

Lo descrito arriba propició que ante cualquier intento de una empresa extranjera por entrar al mercado mexicano, la compañía mexicana recurriera al gobierno para solucionar el problema (lo que se ha denominado infantilismo empresarial). De esta forma, la empresa se mantuvo sin verse obligada a mejorar sus procesos de producción, productos, etc. En pocas palabras, a volverse competitiva.

Teniendo presente lo descrito, hubiera sido indispensable que tanto el gobierno como la iniciativa privada hubieran asumido el control, dejando a un lado el nacionalismo excesivo y a aquellos actores nacionales que se interpusieron en la puesta en marcha de la propuesta mencionada.

En el contexto explicado, inició el siguiente sexenio, Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), en el cual se propuso el “Programa de Fomento Industrial y Comercio Exterior”; un plan de coordinación de los agentes productivos (sectores

³⁰ Idem.

público, social y privado), así como se propugnó por un cambio de estrategia con la implantación de un modelo neoliberal de desarrollo.³¹

Ligado a los de arriba, México se adhirió al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés).³² No obstante, el rumbo marcado, por De la Madrid, se vio frustrado por el déficit público lo que redujo el gasto público y disminuyó el financiamiento a las empresas; los sismos de 1985 y una nueva caída en los precios internacionales del petróleo.

Habiendo sido el ingreso al GATT uno de los primeros pasos de la implantación del nuevo modelo, se continuó con la búsqueda de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá; la liberalización paulatina de la economía y el comercio; la disminución del proteccionismo y la privatización de más empresas paraestatales, durante el mandato de Carlos Salinas de Gortari (1988 - 1994).³³

Con lo descrito, el SI llegó a su fin y se creó el “Programa nacional de modernización industrial y del comercio exterior (Pronamice).” Estableció las directrices de la nueva política industrial y adujo a que la falta de competitividad de las empresas mexicanas, los bajos niveles de calidad, el rezago tecnológico y la asignación ineficiente de recursos eran producto de la SI.³⁴

Igualmente, el Pronamice consideró que al exponer a las compañías a la competencia internacional, se volverían más eficientes y competitivas. Sus principios eran el fortalecimiento de la oferta y la demanda en la asignación de recursos y la limitación de la función del gobierno a establecer un ambiente favorable para el desarrollo de la empresa privada.³⁵

³¹ Tal programa contuvo seis dimensiones: un nuevo patrón de industrialización y especialización del comercio exterior a fin de alcanzar un crecimiento autosostenido; un nuevo modelo tecnológico que planteó la incorporación y difusión de tecnologías, así como la formación de recursos humanos para la imitación, adopción, compra, innovación de las mismas. Delgado de Cantu., Gloria M. *México: Estructuras político, económica y social*. 3° edición. Editorial. Prentice Hall, México, 2009. p. 444.

³² *Ibidem*. pp. 512 - 513.

³³ *Ibidem*. pp. 512-513.

³⁴ *Ibidem*. p. 524.

³⁵ *Idem*.

El aludido esquema, estaba en lo correcto en cuanto a los efectos de la SI; empero, a cómo se motivaría el desarrollo de las empresas: estaba totalmente desfasado, ya que dejaba a un lado factores como la preparación de los empresarios y los gerentes de la empresa, así como confiaba en que éstos tomarían conciencia y se capacitarían.

Asimismo, aunque el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) consideraba plazos para la apertura comercial a fin de darle tiempo a los empresarios mexicanos para disminuir su posición desventajosa frente a los de Estados Unidos y Canadá, en la mayoría de los casos resultó inútil porque éstos se centraron en denunciar las injusticias del tratado, en lugar de prepararse.

Sin embargo, el gobierno mexicano también tuvo parte de culpa, porque sabiendo de los vicios creados en los empresarios durante el periodo proteccionista cayó en el error de que se corregirían con la apertura. Sumado a esto, estableció el Programa Nacional de Solidaridad (Pronasol), mediante el cual se crearon 20,000 empresas en el campo.³⁶

La mayoría de las empresas surgidas en el campo fracasaron, ya que los campesinos se enfrentaron a carencias como falta de conocimiento y asesoría a la hora de comercializar sus productos, así como visión empresarial. Posiblemente, éstas terminaron convirtiéndose en cultivos de auto-subsistencia.

Respecto a la privatización de las paraestatales, fue acertada, dado que la mayoría eran ineficientes debido a la mala administración y a la satisfacción de intereses particulares. Mas ésta debió condicionarse a la modernización e inversión en tecnología y desarrollo, así como la cooperación y vinculación con las universidades.

El siguiente periodo sexenal correspondió a Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000), en el cual se pretendía seguir la línea neo-liberalizadora; no obstante,

³⁶ Delgado de Cantu., Gloria M. *México: Estructuras político, económica y social*. 3° edición. Editorial. Prentice Hall, México, 2009. p. 529.

sobrevino una severa crisis económica en el año de 1994.³⁷ Debido a esto, hubo un cambio de prioridades en la agenda presidencial.

Ante este contexto, se creó la “Alianza para la Recuperación Económica,” el 29 de Octubre de 1995, con la cual los sectores obrero, campesino, empresarial, el Gobierno Federal y el Banco de México acometieron estimular la recuperación económica y el empleo, así como consolidar las bases para el crecimiento sostenido de la economía.³⁸

En virtud del pacto aludido, se otorgaron estímulos fiscales a la inversión privada, como: la exención del pago al impuesto al activo, créditos fiscales por la creación de nuevos empleos que pudieron aplicar contra el pago del Impuesto sobre la Renta y el Impuesto al Activo, se propició una mayor coordinación entre el gobierno y el sector empresarial en el diseño de políticas de inversión, etc.³⁹

Prácticamente, las labores emprendidas al estímulo empresarial estuvieron abocadas a la reactivación de la producción y el empleo; en lugar de la creación de nuevas compañías, puesto que era indispensable emerger de la crisis para posteriormente crear medidas con miras a la fundación de firmas.

La atención del gobierno captada por la crisis no impidió del todo instaurar medidas tendientes a establecer nuevas sociedades, dado que algunas fueron compactibles con ambos aspectos, como: el “Programa de Desregulación” cuyo

³⁷ Durante 1994 se presenciaban aspectos económicos positivos en la economía mexicana; aunque, algunos indicadores macroeconómicos mostraban ya signos preocupantes, como: aumentos significativos en el déficit de cuenta corriente; sobrevaluación del peso en relación con el dólar; aumentó en la emisión de tesobonos (instrumentos de deuda pública interna denominados en dólares); insuficiencia en el ahorro interno; aumentó de la cartera vencida de los bancos, debido básicamente al incremento en las tasas de interés de la banca comercial. Sumado a esto, el estallido de la rebelión en Chiapas; los asesinatos políticos de Luis Donaldo Colosio y de José Francisco Ruiz Massieu provocaron el aumento de la desconfianza, sobre la economía mencionada, la cual trajo consigo una importante salida de divisas, que afectó negativamente a las reservas internacionales; se devaluó el peso mexicano; la Bolsa Mexicana de Valores cayó; se incrementaron las tasas de interés y surgió un grave ataque especulativo contra el peso. Esto derivó en la crisis de 1994, considerada una de las más fuertes desde hace 70 años. Delgado de Cantu, Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3ª edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. pp. 173-174.

³⁸ Alianza para la Recuperación Económica, en <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/are.html> (Pág. consultada el 15/V/2011).

³⁹ Ídem.

objetivo fue aligerar la gravosa carga de trámites que deben cumplir las empresas, micro, pequeña y medianas, tanto en su instalación como en su operación.⁴⁰

Acorde con lo anterior, se creó la “Alianza para el Campo”, el 31 de Octubre de 1995, teniendo como objetivos: recuperar la rentabilidad, hacer crecer la producción más rápido que la población, combatir la pobreza, corregir el déficit en la balanza agropecuaria y proporcionar a la población alimentos a precios competitivos; como complemento, se implementó un “Programa de Apoyo a la Comercialización”.⁴¹

Asimismo, se creó un registro federal de trámites empresariales⁴² y se negoció con la Unión Europea un Tratado de Libre Comercio.⁴³ Sin duda alguna, la gestión zedillista estuvo a la altura de las circunstancias, puesto que en medio de un panorama desalentador delimitó las prioridades y buscó el apoyo y el consenso de los sectores necesarios para surcarlo.

Igualmente, sin dejar a un lado el papel que juega la creación de nuevas entes privadas, se persiguió fomentar la actividad empresarial desde dos frentes, ya mencionados, con lo cual no sólo se logró salir de la crisis, sino establecer las bases sólidas para el siguiente sexenio.

El sexenio de Vicente Fox Quesada, 2000–2006,⁴⁴ fue iniciado sin precedentes al ser la primera ocasión en que el cambio de gobierno era recibido bajo condiciones económicas estables. De éste destaca el “Programa Nacional de Financiamiento

⁴⁰ Informes Presidenciales: Ernesto Zedillo Ponce de León, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-18.pdf> (Pág. consultada el 15/V/2011).

⁴¹ Alianza para el Campo, en <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/are-agro.html> (Pág. consultada el 15/V/2011).

⁴² Ramírez Hernández, Fernando. La Política de Competencia y el proceso de regulación en México, 1993 – 1999, en <http://www.eumed.net/libros/2007b/281/70.htm> (Pág. consultada el 15/V/2011).

⁴³ El Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea fue negociado durante el mandato del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León.

⁴⁴ El año 2000 es marcado como un parteaguas en la historia de México, ya que por primera vez en 70 años asumía el cargo de presidente el candidato de otro partido, que no fuera el Partido de la Revolucionario Institucional (PRI): Vicente Fox Quesada, Partido Acción Nacional (PAN).

al Microempresario” el cual fomentó el autoempleo y el desarrollo de proyectos productivos.⁴⁵

También, se creó la Financiera Rural que pone la operación del crédito en manos de los propios productores. De la misma forma, como complementos se publicaron la Ley de Capitalización de PROCAMPO⁴⁶ y el Programa de Estímulos a la Productividad Ganadera, así como fue el lapso con mayor estabilidad económica vivida en más de 36 años.⁴⁷

Si bien se ha catalogado a la gestión foxista como decepcionante; no obstante, el fracaso, por así decir, se debe en gran parte a la polarización política del poder legislativo e, igualmente, a la multiplicidad de intereses particulares que residen en él mismo.

Vicente Fox llegó con ganas de proponer una alternancia, muestra de ello es la multiplicidad de propuestas, como las mencionadas, que si bien son pocas van encaminadas a la creación de empresas. Esto se vio limitado, principalmente, por el poder legislativo y por la presión de ofrecer resultados rápidos, lo cual fue imposible ante décadas de vicios administrativos.

1.2. La promoción de la empresa privada china como motor del crecimiento y desarrollo económico por el Gobierno de la República Popular China

A lo largo de más de dos décadas de ensayo con reformas económicas capitalistas, China se ha ido posicionando como una de las más importantes potencias del mundo y, en algunos momentos, como el principal destino mundial de las inversiones extranjeras privadas.

⁴⁵ Informes Presidenciales: Vicente Fox Quesada, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-19.pdf>. Fideicomiso del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (FINAFIM), <http://microcreditos.fox.presidencia.gob.mx/> (Págs. consultadas el 15/V/2011).

⁴⁶ Programa de Apoyos Directos al Campo.

⁴⁷ Informes Presidenciales: Vicente Fox Quesada, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-19.pdf> (Págs. consultadas el 15/V/2011).

Lo descrito líneas arriba ha sido posible, en parte, por poseer la población más grande del mundo, alrededor de 1,300 millones de personas; su extensión territorial (9, 596, 960km²); su Producto Interno Bruto (PIB), el cual medido por la paridad adquisitiva de la moneda china convertida en dólares estadounidenses, es el segundo más grande del mundo, representa el 13.2% del PIB global.⁴⁸

A lo anterior, debemos agregar el surgimiento de uno de los empresariados más dinámicos del planeta y la transición de la sociedad de una estructura rígida e igualitaria a otra de gran dinamismo, movilidad múlti-direccional y con una evidente polarización económica.⁴⁹

Dado lo descrito, ¿Cómo fue posible el surgimiento de empresas chinas en un país que se ha considerado socialista desde 1949 hasta nuestros días? Y ¿qué acciones está implementando el gobierno chino para ayudar a la consolidación y expansión de las compañías?

Antes de adentrarse de lleno en el tópico que atañe a este apartado es indispensable tener presente qué factores motivaron el despertar del gigante asiático,⁵⁰ así como las acciones que emprendió para lograr lo que se ha considerado como el “milagro chino.”

A lo largo de la historia china, posterior a 1949, el Partido Comunista Chino (PCCH) tomó y asumió la responsabilidad de llevar las riendas de esta gran nación. Esto fue viable gracias a un pasado glorioso, por momentos, como en la dinastía Qing y Song; y otros lamentables, por ejemplo: la Guerra del Opio, las distintas guerras sino-japonesas, etc.

Aunado a ello, el final de las diferentes dinastías chinas se produjo principalmente por el despilfarro de recursos económicos, el autoritarismo de los gobernantes y la desigualdad social. Estos aspectos y los mencionados en líneas atrás, llevaron a

⁴⁸ Cornejo Bustamante, Romer. *China. Radiografía de una Potencia en Ascenso*. Editorial Colegio México, México, DF, 2008. pp. 19-20.

⁴⁹ *Ibidem*. p. 9.

⁵⁰ Nombre con el que se conoce a China.

un momento de reflexión en el instante en que surgió la República Popular China (RPCH).

La rectificación del tiempo atrás y el deseo de transformación de la RPCH en un país moderno, sentó las bases de su éxito futuro:⁵¹

- La planificación económica emprendida por el Partido Comunista Chino (PCCH).
- El análisis constante del PCCH de su capacidad de gobierno y los peligros de la corrupción generalizada.
- La reelaboración de la ideología del partido por él mismo.
- La reivindicación nacional, la construcción de una sociedad armoniosa, el respeto al Estado de derecho y la búsqueda de la justicia social.

Desde 1949, el PCCH planteó una nación de corte socialista dado el contexto de Guerra Fría y la influencia que tenía la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS) sobre él. No obstante, se llevaron a cabo estrategias que más tarde redundarían en el surgimiento de empresas privadas. Una de éstas fue el Gran Salto Adelante (GSA).

En 1957 se puso en marcha el GSA, el cual pretendía desplazar el énfasis puesto en la industria pesada, enfoque prevaeciente hasta entonces, a la infraestructura rural y local y pasar de la dependencia de operaciones a gran escala con tecnología avanzada a una mayor extensión de las empresas pequeñas y medianas con tecnología desarrollada localmente.⁵²

Igualmente, se buscaba cambiar la toma de decisiones centralizada a una mayor autonomía local; ir del manejo de las empresas por una sola persona a una mayor

⁵¹ Cornejo Bustamante, Romer. *China. Radiografía de una Potencia en Ascenso*. Editorial Colegio México, México, DF, 2008. p. 13.

⁵² Botton Beja, Flora. *Historia Mínima de China*. Editorial. Colegio México. México, DF, 2010. p. 319.

participación del partido y de los equipos de producción; y abandonar el uso de incentivos materiales y sustituirlos por responsabilidad social.⁵³

En este lapso de la historia, la empresa privada no existía como tal, puesto que toda actividad empresarial estaba controlada por el PCCH. Con el GSA se quería modernizar al país, mas, a pesar del éxito inicial, fue un fracaso, dado que mucha de la tecnología resultaba obsoleta y también fue un movimiento muy improvisado por lo que estuvo lejos de transformar a la nación.

Lo que hay que destacar de esta etapa es el surgimiento de las comunas en el campo; sencillamente, éstas combinaban actividades económicas-administrativas (industriales, agrícolas, comerciales), así como cumplían con una función educativa y militar, dándoles una significativa autonomía en la toma de decisiones con lo cual el Estado cedía parte de sus funciones.⁵⁴

Si bien, las responsabilidades asumidas por las organizaciones colectivas en el campo superaron la capacidad de operatividad de éstas, ya sea por el escaso desarrollo tecnológico; bajo nivel educativo o la escasez de recursos económicos. No obstante, éstas trajeron consigo el sentido y fortalecimiento del trabajo en equipo lo cual sería de suma utilidad en la conformación de las empresas.

Hacia 1960, tras el fracaso del GSA, el escenario se complicó para la RPCH, ya que las diferencias entre ésta y la URSS se recrudecieron, y ésta última decidió retirar su ayuda técnica lo cual obligó a la primera a impulsar el desarrollo industrial por sí misma; a utilizar las plantas instaladas por los soviéticos y los técnicos capacitados por los mismos.⁵⁵

Una vez analizados los efectos del GSA, en 1979⁵⁶ se empezó a reformular la estrategia de desarrollo económico para mitigarlos. Una de las principales

⁵³ Ídem.

⁵⁴ Ibídem. p. 320.

⁵⁵ Ibídem. p. 324.

⁵⁶ Este año es reconocido como el punto de partida de las reformas que le permitieron a la RPCH ascender y emprender su desarrollo y crecimiento económicos, tomando como marco previo la Tercera Sesión del XI

acciones, fue el paso de las comunas en el campo a un “sistema de responsabilidad familiar.” Mismo que se considera el primer estímulo para el renacimiento de la empresa privada, desde 1949.

En el nuevo sistema, el Estado arrendaba la tierra a los campesinos, los cuales podían tomar decisiones sobre una vasta cantidad de cuestiones, como: el tipo de cultivo, los insumos, etc. A su vez, la relación gobierno-agricultor se formalizaba a través de contratos, en los cuales se le vendía al primero una cantidad previamente pactada de la cosecha, a un precio fijado administrativamente.⁵⁷

La cosecha restante, podía ser vendida en los mercados libres a precios fijados por la oferta y la demanda. Dicho enfoque cuasi-privado, posibilitó la introducción gradual de mercados libres.⁵⁸ También, se les permitió a los campesinos establecer criaderos, tiendas, posadas, restaurantes, pequeñas fábricas artesanales, etc., y, posteriormente, a comprar equipo de arrendamiento.⁵⁹

Mediante el sistema de responsabilidad, el Estado chino logró dos objetivos: 1) mantener y fortalecer su posición en el poder, puesto que a través de éste prevalecía la nación como rectora de la economía, sin contradecirse con medidas capitalistas, y; 2) era una forma de incentivar al campesino, al darle la oportunidad de vender los excedentes, aumentando sus ingresos y la productividad.

También, es preciso mencionar, que lo anterior pudo haber sido previsto como una forma de evitar el estallido de una crisis social, porque en ese momento había escasez de alimentos, desigualdad en los niveles de vida entre el campo y la ciudad y desempleo en las zonas rurales.

Congreso del PCCH (fines de 1978). Deng Xiaoping fue el artífice de estos cambios, para lo cual resaltó la necesidad de que China debía alcanzar “4 modernizaciones”: la de la agricultura; la industria; la ciencia y la tecnología; y la del ejército.

⁵⁷ Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC, en http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. Consultada el 1/V/2011).

⁵⁸ *Ídem.*

⁵⁹ Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. p. 82.

A fin de asegurar el éxito de la estrategia, se dieron incentivos, como: reducción de los impuestos; reajuste de los precios; expansión de las explotaciones individuales; creación de mercados libres; así como, mayor autonomía a los niveles más bajos de la producción.⁶⁰

Las empresas estatales industriales tampoco quedaron exentas de modificaciones, por ejemplo: en 1980 tras los exitosos resultados de un proyecto piloto que se llevaba a cabo en 16% de las mismas, se decidió darles el poder para la toma de decisiones.⁶¹

Las transformaciones chinas fueron más allá del campo, dado que una política no puede limitarse a un espacio porque en algún momento se crearía un desequilibrio, y por tanto: efectos como la baja productividad y el atraso tecnológico podrían agudizarse por centrarse en una sola área.

En 1981 se reconoció, mediante un informe, el papel del campo y de las parcelas privadas, y el 7 de julio el Consejo de Estado emitió las “Regulaciones concernientes a las empresas individuales urbanas y rurales no agrícolas” en las cuales se definieron su naturaleza, alcances y forma de protección. Al mismo tiempo, representaron un importante estímulo a la actividad económica privada.⁶²

Aunado a lo anterior, se elaboró un esquema legal que les permitiera desarrollarse a las empresas, el cual estuvo compuesto por: la Ley de Contratos Económicos, la Ley del Impuesto sobre la Renta para Empresas Extranjeras y la Ley de Procedimientos Civiles. Además, el sistema implementado en el campo se había expandido al 90% de las unidades productivas, desapareciendo así las comunas⁶³.

Visto lo anterior, no sólo se trata de dar incentivos económicos y facilitar libertades para que la gente cree sus empresas, sino que hay que establecer el marco legal

⁶⁰ Botton Beja, Flora. *Historia Mínima de China*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2010. p. 324.

⁶¹ Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. p. 75-76.

⁶² Ibidem. Pág. 76.

⁶³ Idem.

que regule y guíe a tales entes de tal forma que se vean beneficiadas, así como la población y el gobierno mismo. La implementación de un marco acorde con esto ha sido muy atinada en China, aunque no ha estado exento de dificultades.

Por ejemplo, uno de los escollos en el impulso a la empresa ha sido el incremento de la desigualdad social. No obstante, se ha tratado de brindar mayor respaldo y autonomía a las zonas rurales, teniendo dos fines: 1) disminuir el desequilibrio campo-ciudad; y, 2) otorgar mayor maniobrabilidad al PCCH para dedicarse al ámbito político y crear programas enfocados a alcanzar las “4 modernizaciones.”

En 1982, se plantearon las líneas básicas del proyecto de reformas, dentro las cuales destacaron:⁶⁴

1. Responsabilidad familiar en la producción agrícola; estímulo para la producción artesanal complementaria, y mantenimiento de la propiedad pública.
2. Estímulo al sector privado de la economía.
3. Responsabilidad administrativa de los directores de la fábrica.
4. Énfasis en las relaciones económicas con el exterior, en búsqueda de inversiones, tecnología y mercados.
5. Control del crecimiento de la población.

Como se observa arriba, los principios tienden a favorecer el desarrollo de la empresa privada. No obstante, aparecen dos que aparentemente no tienen nada que ver con éste, tal como el 5 que es de suma importancia debido a que el Estado chino preveía el aumento de población conforme al grado de desarrollo del país y de esta forma evitaría un escenario en el que fuere imposible dotarla de empleo y servicios.

También, se recalca el papel de la administración de los gerentes de la empresa, dado que éstos debían elaborar las estrategias destinadas a elevar la productividad,

⁶⁴ Ibidem. p. 77.

el desarrollo, la optimización de recursos disponibles y accesibles, dirigir el rumbo de la compañía y, como consecuencia: el crecimiento.

Todo esto fue posible gracias a la asunción al poder de Deng Xiaoping y la facción pragmática del PCCH.⁶⁵ Igualmente, al viraje hacia una nueva política creada entre 1981 y 1982, llamada: “Puertas Abiertas,” la cual consistió, sencillamente, en la aceptación de inversión extranjera directa y en la orientación de la producción a la exportación.⁶⁶

A la luz de los cambios, se redactó una nueva constitución en 1982, la cual dejaba claro el papel rector del Estado sobre la economía y, a su vez, reconocía la propiedad privada. También, aclaró el traslado de las facultades administrativas de la comuna a las aldeas y cantones, los cuales tomaron también las propiedades de las comunas y comenzaron a crear pequeñas empresas, cuyo crecimiento tuvo gran impacto.⁶⁷

Enfocarse al exterior fue una decisión bastante atinada y prudente, principalmente, porque el gigante no contaba con la tecnología necesaria para emprender los programas de modernización. Con esta apertura, lo que se pretendía era importar la tecnología de otros países a fin de estudiarla y, posteriormente, producir con vistas a exportar, algo similar a la SI.

Sumado a ello, hubo mayor facilidad del gobierno central para hacerse cargo de sus funciones, dado que cedió a las aldeas y cantones la administración de las mismas lo cual fue muy significativo al establecerlo en la carta magna. Esto también fue una forma de impulsar la organización y la iniciativa privada, porque de aquí se derivaría la creación de muchas empresas privadas.

⁶⁵ Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. p. 71.

⁶⁶ Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. p. 85.

⁶⁷ Botton Beja, Flora. *Historia Mínima de China*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2010. p. 340.

Asimismo, el gobierno chino impulsó la apertura al exterior, ya que no estaba obteniendo los recursos necesarios para financiar y emprender las reformas por lo que en conjugación de las necesidades internas y financieras se plantearon los siguientes objetivos:⁶⁸

- Atraer capital y tecnología foráneos, para financiar el proceso y para modernizar al sector industrial.
- Fomentar las exportaciones de manufacturas y con ello impulsar la entrada de divisas necesarias para financiar las importaciones y la deuda externa.

Lo anterior incluyó la creación de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) en 1980, las cuales se concibieron como áreas geográficas donde el gobierno permitía una legislación económica más abierta, así como se incentivaba la actividad productiva orientada a la exportación. Igualmente, las ZEE servían para experimentar medidas económicas, antes de implementarlas en el resto de China.⁶⁹

Si bien la política de puertas abiertas se elaboró entre 1981 y 1982, se debe tener presente que previo a esos años el PCCH permitió en algunas provincias,⁷⁰ a solicitud de sus administraciones, la adopción de medidas encaminadas a respaldar e incentivar la inversión extranjera y la iniciativa privada local.

Desde sus inicios, la apertura ha sido muy exitosa gracias a la mano de obra barata; los costos de producción bajos, estímulos fiscales y la ausencia de

⁶⁸ Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC. En http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. Consultada el 1/V/2011).

⁶⁹ *Ídem.*

⁷⁰ En julio de 1979, las provincias de Fujian y Guangdong decidieron, con el beneplácito del comité central del partido y del Consejo de Estado, llevar a cabo políticas especiales y flexibles en sus relaciones con países extranjeros; tener más autonomía en la toma de decisiones en la administración financiera, y experimentar con zonas económicas especiales en Shenzhen y Zhuhai. En mayo del año siguiente, el gobierno decidió establecer ZEE en Shenzhen, Zhuhai y Shantou, provincia de Guangdong, y en Xiamen, provincia de Fujian. Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. p. 85.

sindicalismo.⁷¹ Sin duda alguna, estos factores han favorecido cabalmente el alcance de los objetivos de la política de “Puertas Abiertas.”

1984 fue un año clave al darse una serie de cambios significativos. Tal fue el caso de la reforma industrial, la cual tuvo como objetivo desregular al sector paraestatal, dada la falta de autonomía del mismo, ya que el Estado definía su rumbo. Algunos sub-objetivos fueron: reducir la participación del Estado en la actividad empresarial y dar autonomía a las compañías, etc.⁷²

Con miras a alcanzar las metas mencionadas, se incentivó la creación de empresas privadas y se introdujeron sistemas en las empresas estatales, destinados a aumentar la responsabilidad de sus gerentes, y se evitó la privatización de la industria, acorde con la ideología prevaleciente.⁷³

En el transcurso del proceso de modernización, el Estado chino ha ido descubriendo su papel dentro de la economía, dándose cuenta de que su rol no está en la administración de las empresas, sino en establecer las reglas para que éstas sean exitosas y trabajen lo más posible acorde con un marco.

Aun con la cada vez menor participación del Estado en las compañías, éste se ha mantenido en algunas por razones de seguridad. Asimismo, se ha hecho énfasis en la administración de éstas, ya que es ahí donde reside el éxito, el cual se logra con base a la visión de largo plazo y a la toma de decisiones.

En 1984, el gobierno acuñó el término empresas rurales municipales (conocidas en inglés como *Township and Village Enterprise, TVE*),⁷⁴ dado a las empresas

⁷¹ Ídem.

⁷² Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC. En http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. consultada el 1/V/2011).

⁷³ Ídem.

⁷⁴ Son pequeñas empresas que operan normalmente a pequeña escala y que exhiben toda una variedad de regímenes de propiedad, siendo predominante la propiedad colectiva por aldeas y pueblos, y que operan en condiciones muy próximas al mercado. Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC. Ídem.

rurales. Tal designación fue producto de la reforma industrial, con la cual el gobierno comenzaba a reconocer la existencia de una iniciativa privada como tal.⁷⁵

Hacia 1987 se introdujo el “sistema de responsabilidad por contratos”, muy parecido al agrícola, el cual permitía disponer de los beneficios que superaran un nivel determinado contractualmente. Igualmente, se empezó a vincular los salarios de los gerentes a los resultados de las empresas.⁷⁶

De la misma forma, se intentó introducir un sistema dual de precios como el rural, pero tuvo el efecto negativo de fomentar la corrupción. Debido a esto, se retornó a un sistema único de precios que se elevaron gradualmente para acercarse a los del libre juego del mercado.⁷⁷

A pesar de los cambios hechos, destinados a fomentar la iniciativa privada, se le dio mayor prevalencia a la extranjera, puesto que a ésta se la podía controlar al estar delimitadas las zonas donde establecerse. Igualmente, el campo se vio beneficiado, ya que como había grandes carencias, el respaldo a negocios cuasi-privados contribuía a disminuirlas.

Es así que la atención se centraba en la Inversión Extranjera Directa (IED). Igualmente, el sector privado chino, como tal, consistía en negocios individuales que empleaban a 7 personas o menos, los cuales eran llamados “*getihu*.” Estos fueron desregulados, dado que en 1988, volvió a ser legal el emprendimiento.⁷⁸

En 1982, se aprobó la enmienda al artículo 11 de la constitución, la cual permitía al sector privado de la economía existir y desarrollarse dentro de los límites prescritos por la ley. Más tarde, tres regulaciones adicionales fueron emitidas por

⁷⁵ *Idem.*

⁷⁶ *Idem.*

⁷⁷ Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC. En http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. consultada el 1/V/2011).

⁷⁸ Entrepreneurship and China: History of Policy Reforms and Institutional Development, Stanford, en <http://www.stanford.edu/~cee/Papers/Entrepreneurship%20and%20China-7-10-09.pdf> (Pág. Consultada el 18/VIII/2011).

el Consejo de Estado, proveyendo protección al sector mencionado, así como especificando sus derechos y obligaciones:⁷⁹

- Las Estipulaciones Tentativas sobre la Empresa Privada (1988).⁸⁰ Declaraban que toda unidad con activos en manos privadas que empleara a más de 8 empleados sería considerada como una empresa privada (*saying qiye*). Este documento oficial permitió a los entes privados tener más de 8 empleados. O también se podía pagar una cuota administrativa y obtener una licencia colectiva.
- Otra categoría fue la designada “firmas de sombrero rojo”, llamadas así para evitar el acoso de las autoridades. Debido a eso se pusieron el sombrero de la propiedad colectiva.

Como se aprecia, aun habiéndose hecho pruebas exitosas en las áreas rurales con el establecimiento de TVES, había cierta reticencia a la existencia de un sector privado; incluso cuando la constitución de 1982 reconoció, en su momento, la propiedad privada. Afortunadamente, en aras del inicio de la década de los años 90, se reconsideró el rumbo.

Esta nueva reflexión, fue dable a un conjunto de factores que se presentaron, entre los cuales se encuentran: la inflación y la corrupción; el alboroto político causado por el incidente en la plaza de Tiananmen, el cual permitió a los conservadores ganar más poder e implementar un programa de austeridad de 1989-1990, a través de la mayor parte del país.⁸¹

Lo anterior, trajo como consecuencias: la reducción del crédito a las empresas rurales, lo cual propició el desempleo; mayor recolección de impuestos, dirigidos a las empresas privadas; así como la discusión sobre la re-colectivización de la

⁷⁹ *Ídem.*

⁸⁰ Referenciadas en inglés, como: The Tentative Stipulations on Private Enterprise (TSPE).

⁸¹ Entrepreneurship and China: History of Policy Reforms and Institutional Development, Stanford, en <http://www.stanford.edu/~cee/Papers/Entrepreneurship%20and%20China-7-10-09.pdf> (Pág. Consultada el 18/VIII/2011).

agricultura y la recentralización del poder financiero, lo que alejó a la inversión de las provincias y gobiernos locales.⁸²

El nuevo periodo de desarrollo del sector privado vino después de la gira de Deng Xiaoping por el sur, motivado por el lento avance la economía y la paralización del gobierno central, hizo una serie de paradas en las ZEEs, donde dio discursos acerca de nuevas reformas económicas.⁸³

Las reformas reiniciaron en 1992, cuando el XIV Congreso del Partido indicó que las metas de las reformas económicas era una economía de mercado socialista. Esto fue motivado, en parte, por las palabras de Deng Xiaoping: “Es glorioso ser rico.”⁸⁴

Luego, en Noviembre de 1993, el Pleno del XIV Comité Central emitió la “Decisión de las Cuestiones concernientes al establecimiento de una Estructura Económica de Mercado Socialista.” Al mismo tiempo, se redujo la discriminación entre negocios estatales y privados.⁸⁵

En 1995, se comenzó a gran escala la privatización de empresas estatales; y en septiembre de 1997, el XV Congreso del Partido realizó un cambio de retórica en referencia a la propiedad privada como un componente importante de la economía y a la propiedad del Estado como un pilar de la economía. También, se indicó que la propiedad pública podría realizarse por medio de corporaciones con acciones con muchos inversores.⁸⁶

China ha llevado a cabo un proceso paulatino de apertura, en cual se observa que a pesar de la apertura ha habido momentos de tensión, pero que a final de cuentas se ha impuesto la búsqueda del bienestar de la población. Esto se puede

⁸² Idem.

⁸³ Idem.

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ Idem.

⁸⁶ Idem.

deber por la presión que ejerce gobernar un país de más de 1,000 millones de personas, así como de la existencia de un pasado glorioso.

Además, tal orgullo por sus tradiciones está encaminado a prevalecer en el presente y futuro, buscando transformarse no sólo en un país desarrollado, sino en convertirse en la primera superpotencia mundial. En el camino a seguir no importa ideología, mientras haya resultados, lo cual lo reflejan claramente las palabras de Deng Xiaoping: "¿Qué más da que el gato sea blanco o negro, con tal de que cace ratones?"⁸⁷

⁸⁷ El siglo de China: entrevista con Ramón Tamames, IberChina, en http://www.iberchina.org/index.php?Itemid=34&id=224&option=com_content&task=view (Pág. consultada el 18/VIII/2011).

2. La Cultura Empresarial de los Estados Unidos Mexicanos y la República Popular China

Durante mucho tiempo han surgido estigmas relacionadas al proceder de las distintas culturas del mundo, por ejemplo: se relaciona a los alemanes con la seriedad; japoneses con la disciplina y jerarquía; estadounidenses con el trabajo, etc. Pero más allá de esto, ¿qué hay de cierto en lo que se dice de los mexicanos? y ¿cómo influye su conducta en el devenir de los negocios?

A nivel internacional palabras como impuntualidad, informalidad y la flojera son relacionadas con los mexicanos, incluso fue motivo de controversia cuando en el programa Top Gear,⁸⁸ los presentadores hicieron alusión a éstos usando algunas de esas palabras. Debido a la clara identificación que existe sobre esta serie de calificativos, se dio a la tarea de investigar en libros sobre cómo hacer negocios en México.

Plasmando algunas de las tantas observaciones que son descritas por expertos en negocios en México y haciendo un análisis de cómo afectan y se presentan en las empresas mexicanas, en este capítulo. Sobre todo considerando que más del 90% son pymes y que el periodo de vida de una nueva pyme oscila entre 1 y 3 años.

Y qué decir de los chinos quienes son vistos como trabajadores empedernidos, excelentes negociadores y admirados por su cultura milenaria y, al mismo tiempo, como competidores desleales. Por ello se revisan algunas de sus bases fundamentales en el quehacer diario y en los negocios lo cual ayuda a entenderlos mejor.

⁸⁸ Programa de televisión producido por la BBC en Londres, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

2.1. Bases de la Cultura Empresarial Mexicana⁸⁹

Como mexicanos, aún falta mucho por recorrer; desde el extranjero existe una visión de nosotros que no es del todo errónea, así como ha habido intentos internos por describirnos. No todas estas aseveraciones son aplicables a la población de nuestro país, ya que es un pueblo heterogéneo.

Sin embargo, de alguna manera se ha contribuido a tal imagen, así como a las condiciones que prevalecen en México. Lo que se pretende en este apartado es analizar la manera en que una serie de actitudes, ya sea expuestas en el extranjero o en nuestro propio territorio, influyen en el devenir de los negocios, así como en el desarrollo de una cultura empresarial mexicana.

Sin duda alguna existen muchos retos por vencer, pero antes de enfrentarlos puede que sea conveniente hacer una pauta y reflexionar aquellas palabras de Octavio Paz: “En lugar de interrogarnos a nosotros mismos, ¿no sería mejor crear, obrar sobre una realidad que no se entrega al que la contempla, sino al que es capaz de sumergirse en ella?”⁹⁰

Asimismo, se puede hablar de la existencia de dos tipos de mexicanos: aquel que se conforma y se estanca y el que trabaja y se esfuerza por evolucionar. Es decir, aquel que es consciente de sí mismo, al igual que de las posibilidades que ofrece México para emprender, buscando por tanto: no la perfección, sino la excelencia en todo su quehacer y con esto poder competir en un mundo mundializado.

En la bibliografía extranjera revisada se encuentran una serie de calificativos al mexicano de forma explícita o implícita que van desde impuntual, ambiguo; pasando por el hombre del mañana, que asume el trabajo con pesar, hasta el sociable, por mencionar algunos.

⁸⁹ Las observaciones que se encuentran a lo largo del capítulo, pueden parecer la descripción del comportamiento en la vida diaria de la mayoría de los mexicanos; sin embargo, fueron tomadas de libros sobre cómo hacer negocios en México. De la misma manera, pareciera que se generaliza sobre el comportamiento de los mexicanos; no obstante, la palabra mayoría no significa todos, sino gran parte.

⁹⁰ Paz, Octavio. *Colección Popular 471: El Laberinto de la Soledad; Postdata; Vuelta al Laberinto de la Soledad*. 3° Edición, 3° reimpresión. Editorial. Fondo de Cultura Económica, México, DF, 2004. p. 12.

Empero, Thomas H. Becker nos dice: “Cada día la experiencia nos dice que todos los individuos incorporados al mismo país no se comportan idénticamente. Cuando describimos un patrón de personalidad asociado con una cierta cultura nacional, hacemos referencia a una predisposición de la gente de esa nación a comportarse de una manera particular.”⁹¹

Ante esto, es indispensable aludir a que las actitudes descritas y observadas, en el transcurso, no son todas vistas en los mexicanos, dado que, dependiendo de la región, cambian, puede haber coincidencias muy marcadas y en otros casos diferencias.

De la misma manera, el estudio no pretende ser una exploración muy profunda porque para esto se requeriría de más de un trabajo de investigación. Por eso, se pretende delimitarlo a los aspectos básicos que influyen en el desarrollo de los negocios y las empresas.

Tanto fuera como dentro, el tiempo es uno de los aspectos más marcados en la noción que existe sobre la mayoría de los habitantes de México, siendo su principal exponente la impuntualidad, de lo cual dice Gleen Reed:

“El sentido mexicano del tiempo es más flexible que el nuestro (estadounidenses). Llegando a las 10:30 para una cita a las 10:00. Esto no significa que deberías llegar tarde a tus citas, sólo no te programes tan estrictamente que demores el inicio de otras reuniones o extiendas conversaciones que comprometan actividades más adelante.”⁹²

⁹¹ H. Becker, Thomas. *Doing Business in the New Latin American: A Guide to Cultures, Practices and Opportunities*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 155. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

⁹² Glenn, Reed. *How to do Business in Mexico*. Edit. University of Texas, United States of America, 1997. p. 15. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. Glenn Reed es un ejecutivo de marketing en San Antonio, cuya experiencia empresarial en México comenzó en 1970. Su compañía representa a clientes mexicanos y sus productos en los EE.UU. y México. University of Texas Press, *How to do Business in Mexico*, en <http://www.utexas.edu/utpress/books/reehow.html> (Pág. consultada el 09/10/11).

Dicha aseveración representa una seria desventaja a la hora de incursionar negocios en el extranjero o en casa; en el primer caso, porque los nacionales corren el riesgo de no ser tomados en serio ante la compra o venta de insumos, así como en la realización de inversiones; y en el segundo, lo mismo, pero a la inversa.

Ahora bien, si se afrontare tal reto llegando puntualmente, los beneficios serían muy significativos; por ejemplo, se optimizaría el tiempo de tal forma que pudieren ser cubiertas otras acciones durante el día; sería más fácil realizar negocios con extranjeros, ya que éstos tendrían un mayor grado de confianza; podría incrementarse la productividad de la empresa, etc.

Al aspecto del tiempo, se une “el ahorita” el cual tiene un significado tan ambiguo que puede ser ahora, mañana o nunca. Esto a la hora de entablar negociaciones propina un shock a la contraparte, a saber que ésta no comprende si está habiendo un compromiso de por medio o simplemente una vaga promesa.

Unido al párrafo anterior encontramos el mañana, el cual es señalado como un síndrome en toda la bibliografía extranjera referente a transacciones en nuestro país, aludiendo a éste de la siguiente manera:

- a) *“¿Por qué hacer hoy algo que puede ser aplazado hasta mañana?”⁹³*
- b) *“Mientras esta actitud, en general, puede conducir a la frustración infinita si no se está preparado para ella, la simple conciencia de este rasgo puede*

⁹³ Brake, Terence, et al. Doing Business Internationally: The Guide to Cross-Cultural success. Edit. Irwin, United States of America, 1992. p. 116-117. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. Terence Brake se especializa en el proceso de globalización y diseño organizacional; gestión intercultural; liderazgo global; desarrollo de estrategia global; trabajo en equipo transnacional. Ha diseñado, desarrollado y realizado programas para numerosos clientes en Estados Unidos, Europa y Asia, más recientemente: Alstom (Francia), E.ON (Alemania), Hewlett-Packard (Estados Unidos), y Renault-Nissan (Francia-Japón). También es el autor y coautor de cinco libros sobre negocios internacionales y gestión y ha aparecido en CNN. En 1994 fue galardonado con el Premio de Investigación en el Área Práctico-Profesional Internacional por la Sociedad Americana para capacitación y desarrollo (The American Society for Training and Development, ASTD). Terence Brake, TMA World, en <http://www.tmaworld.com/person.cfm?intpeopleid=35> (Pág. consultada el 09/10/11).

*prevenirlo. En negociaciones, siempre sea específico: lunes 1 de octubre, a las 11 A.M.*⁹⁴

c) *“El fatalismo de la plaza de toros se extiende a la vida cotidiana. La mayoría de los mexicanos se sienten más como el toro que como el matador. Si uno no puede dar forma a su futuro, ¿por qué no demorar los deberes y lo desagradable, y gozar del presente? Así que las responsabilidades son frecuentemente pospuestas hasta mañana, no sólo mañana, sino todos los mañanas por venir.”*

*“A fin de evitar el compromiso, el mañana se convierte en una corriente interminable de mañanas, lo cual posterga los plazos del negocio. El mismo verbo esperar se utiliza en el sentido de esperar, esperar y esperar.”*⁹⁵

Ésta es una de las principales nociones sobre nosotros difundida en la bibliografía de negocios que circula en el extranjero. Por tanto, resulta preocupante porque de antemano cuando vamos o vienen a hacer negocios ya están predispuestos al contexto al que se enfrentarán frente a un mexicano.

No obstante, dicha perspectiva no es del todo falsa, dado que se ha ido formando con base a las experiencias de los oriundos de otras naciones. Si dejamos a un lado la cuestión externa y nos enfocamos a las relaciones de negocios en México: seguramente encontraremos el mismo patrón, en gran parte de los casos.

El mañana es sólo el punto de partida para explicar la irresponsabilidad atribuida a los habitantes del Estado, situado al sur de los Estados Unidos; y el porqué éstos carecen de una cultura emprendedora. Afrontar esta característica como reto a vencer, significaría más que una intención.

⁹⁴ Glenn, Reed. *How to do Business in Mexico: Your Essential and up-to-date Guide for Success*. Edit. University of Texas, United States of America, 1997. p. 38. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

⁹⁵ Leppert, Paul. *Doing Business with Mexico*. Edit. Jain, United States of America, 1995. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. p. 11-14. Paul Leppert es Es Vicepresidente y Director General de The Library Corporation y fue Gerente de Proyecto Ejecutivo en TEKsystems; Director de Operaciones de Tecnología en CORPTAX; Director de Operaciones de Tecnología de Deloitte & Touche en Tecnologías de impuestos. LinkedIn, Paul Leppert, en <http://www.linkedin.com/in/paulleppert> (Pág. consultada el 09/10/11).

La adopción del ahora implicaría dejar a un lado las fiestas, la gran cantidad de días de asueto existentes, inversión de más tiempo y esfuerzo. Empero, aunque en un principio serían escasos los beneficios; a la larga se incrementarían, porque la mala imagen se iría corrigiendo paulatinamente, así como se difundiría poco a poco el cambio en el ambiente de negocios en México, y qué decir de las ganancias.

Sumado a esto, “trabajar para vivir, no vivir para trabajar.”⁹⁶ Esta frase, las más de las veces, es una expresión muy marcada que podemos encontrar en diversas áreas; por ejemplo, cuántas veces se escucha: “hoy, es inicio de semana”; “por fin es viernes, a descansar”; “ya falta poco para que esto termine”...

En nuestro país, independientemente del área en que se encuentre, el trabajo es visto como un martirio necesario para poder existir. Centrándose en los negocios y en el acontecimiento de abrir una empresa; por un lado, encontramos que son pocos los empresarios exitosos, ya que ven a la empresa como una parte fundamental de su vida, y no como una faceta fuera de la misma.

Por otro lado, la mayoría de los emprendedores fracasan o se estancan, dado a la errónea visión de consignar a un lugar físico la compañía cuando en realidad ésta trasciende del espacio a la persona. Es decir, hombre y firma se convierten en uno solo; el descuido de uno puede ser el fin del otro. Es por eso, que pocos pueden llegar a convertirse en verdaderos empresarios.

La contestación ante lo descrito arriba suele ser:

“Una respuesta típica mexicana a un problema es, demorarlo y evitarlo. Los problemas serán reportados a ti demasiado tarde para resolverlos, pero con suficiente tiempo para culpar a alguien más.”⁹⁷

⁹⁶ Brake, Terence, et al. *Doing Business Internationally: The Guide to Cross-Cultural success*. Edit. Irwin, United States of America, 1992. p. 120. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

⁹⁷ Leppert, Paul. *Doing Business with Mexico*. Edit. Jain, United States of America, 1995. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. p. 80. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

Una vez más, se observa una alusión a la irresponsabilidad. Ésta y evasión van amarradas, y no es porque los mexicanos carezcan de la capacidad para salir a flote ante tales escollos, sino que no están dispuestos a asumir las implicaciones que ello amerita.

Muchas veces, como medio de defensa, justificación o ingenuidad, *“toman frecuentemente decisiones basadas en la intuición y el juicio más que en un análisis concienzudo. No es raro para los latinoamericanos colocar los idealismos antes de las metas realistas.”*⁹⁸

Ahora bien, en México, pocas veces las decisiones se toman con base en estudios y cifras reales; y las más con corazonadas o porque a simple vista las condiciones del mercado parecen muy buenas o por creer tener la mejor idea. Sin embargo, en los negocios, se tiene que trascender de lo superficial a lo profundo para discernir si es propicio aventurarse.

Así se ven casos en los que las empresas se encuentran en una precaria situación económica o en los que los emprendedores ven muchas oportunidades donde no las hay. Cuando se llega a presentar la posibilidad de entablar una negociación con una corporación extranjera o nacional, llegan a ocultar información de su empresa:

*“En Latinoamérica es frecuentemente difícil, a través de cualquier medio que no sea una visita personal, verificar la diferencia entre qué es verdad acerca de la situación de una compañía y qué has dicho que es verdad,”*⁹⁹ Thomas H. Becker.

⁹⁸ Brake, Terence, et al. *Doing Business Internationally: The Guide to Cross-Cultural success*. Edit. Irwin, United States of America, 1992. p. 121. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

⁹⁹ H. Becker, Thomas. *Doing Business in the New Latin American: A Guide to Cultures, Practices and Opportunities*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 152. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. Thomas H. Becker es una autoridad en el desarrollo económico y capacitador en gestión especializado en América Latina (AL). Ha vivido, operado empresas, y trabajado en 16 países AL, y actualmente se desempeña como asesor de organismos gubernamentales, empresas privadas, universidades y organismos no gubernamentales. Sus antecedentes académicos incluyen grados en Estudios Latinoamericanos y un doctorado en Negocios Internacionales. Igualmente, fue Presidente y Director General de la Asociación de Empresas de Estudios de Latino América (The Business Association of Latin

Con todo, una vez que se ha observado el panorama en que se encuentra la compañía, muchas veces las empresas provenientes de otros países tratan de transferir sus sistemas a fin de remediar el horizonte con vistas a obtener un beneficio mutuo en el futuro, pero:

*“Cuenta con al menos la resistencia subconsciente a la implícita suposición que tus sistemas, estándares; y mejores prácticas son transferibles al ambiente operativo latinoamericano. Ellos tal vez no...”*¹⁰⁰

De esa forma, se tiene una imagen sobre el mexicano en la que se muestra reacio al cambio, lo cual sucede las más de las veces. En un entorno mundializado, como en el que vivimos, toda empresa está transformándose, por muy local o regional que sea, y necesita iniciar un proceso de expansión o en un futuro cercano podría ser desplazada por otra proveniente de otra región, continente o país.

Dicha limitante, se ve fortalecida por una aversión al riesgo y a preservar lo que se tiene a arriesgarse a perder.¹⁰¹ La falacia sobre la existencia de negocios sin riesgo prevalece, mas en todo viaje, por pequeño que sea, siempre habrá retos. Algunos de los desafíos quizás sean inaccesibles por razones externas; luego, existirán algunos que aunque pueden representar un peligro, el prospecto de una alta ganancia bien podría valerlo.

Igualmente, entre los pobladores de la República Mexicana existe muy arraigado el sentimiento de desconfianza. Para lo cual existe una regla no escrita a la hora de realizar transacciones: las relaciones interpersonales se anteponen a los negocios a fin de disminuir todo riesgo de ser defraudado.

Lo descrito arriba, involucra dos aspectos ambivalentes. Por un lado, ya que para ellos es necesario: *“utilizar el tiempo para construir un canal de comunicación*

American Studies, BALAS). Barnes and Noble, H. Becker Thomas, en <http://search.barnesandnoble.com/Doing-Business-in-the-New-Latin-America/Thomas-H-Becker/e/9780275981327> (Pág. consultada el 09/10/11).

¹⁰⁰ *Ibidem*. p. 161.

¹⁰¹ *Ibidem*. p. 158.

*personal el cual es esencial porque en su ausencia ningún avance puede ser hecho hacia un acuerdo productivo.*¹⁰²

A simple vista, dicha consideración, puede parecer inútil al representar una inversión considerable de tiempo y esfuerzo; no obstante, resulta todo lo contrario, puesto que la mayoría de la gente de negocios está relacionada lo cual representa una oportunidad para entablar nuevos contactos y sobre todo: un potencial para crecer y expandirse, como dice Gleen Reed:

*“Una vez que has establecido una relación personal, naturalmente, la gente se referirá a ti a otros dentro de su círculo de familiares y compañeros. El círculo de amigos es el punto clave de los negocios mexicanos. Una vez que has entrado, los círculos internos, puertas abiertas y ejecutivos ocupados de repente encontrarán tiempo para ti. Las citas serán fáciles de hacer, y un receptivo oído aguardará por tu propuesta.”*¹⁰³

A lo cual hay que agregar la aseveración de Paul Leppert: *“Para los mexicanos, la confianza formada así, puede ser más fuerte que la lealtad a la empresa [...], ellos amigablemente admiten que ser quién eres es más importante de lo que sabes.”*¹⁰⁴

Con respecto a Leppert, se puede inferir que deja a un lado la cuestión profesional. Más bien, tanto habilidades sociales como profesionales son complementarias, dado que sin unas es imposible hacer un trabajo de calidad; y sin las otras, es difícil moverse entre los distintos escenarios sociales para llegar a las personas claves.

El lado contrario de las relaciones interpersonales en México, recae en la exagerada importancia que se les da al confundírseles y usárseles como

¹⁰² H. Becker, Thomas. *Doing Business in the New Latin American: A Guide to Cultures, Practices and Opportunities*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 181. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

¹⁰³ Glenn, Reed. *How to do Business in Mexico*. Edit. University of Texas, United States of America, 1997. p. 14. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

¹⁰⁴ Leppert, Paul. *Doing Business with Mexico*. Edit. Jain, United States of America, 1995. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio. p. 85. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

justificantes para llegar tarde, incumplir entregas de mercancías o realización de servicios, lo cual, como se ha observado, no es su uso. Muchos mexicanos se excusan diciendo: “la vida es para gozarse”.

Todo esto pareciera ser más bien una descripción de la mayoría de los mexicanos; no obstante, al matizarlo con el perfil de la Micro, Pequeña y Media Empresa (MiPyME) que se presenta a continuación, toma gran relevancia:

Perfil de las empresas mexicanas¹⁰⁵

- Base tributaria desigual.
- Cadenas de suministro.
- Componente familiar.
- Empirismo.
- Extranjerización de la banca. Es decir, pocos créditos a la producción.
- Falta de administración.
- Falta de ahorro e inversión que muchas veces se convierte en desinversión.
- Falta de capacitación.
- Falta de formalidad.
- Falta de innovación.
- Falta de liquidez.
- Falta de planeación y organización. Acciones en respuestas inmediatas.
- Falta de recursos financieros.
- Las instituciones financieras y el régimen legal mexicano.
- Más del 90% son MiPyMEs.

Una de las debilidades más significativas de las empresas mexicanas es su visión a corto plazo. Es decir, casi siempre se esperan obtener resultados inmediatos ya

¹⁰⁵ Perfil mencionado en la asignatura de Negocios Internacionales impartida por el profesor Rodolfo Villavicencio López, FES Aragón. Aplicación del proceso de planeación para una empresa de transporte de material y residuos peligrosos, Yadira Berenice Jiménez, en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/jimenez_o_yb/capitulo2.pdf (Pág. consultada el 11/X/11).

sea en capacitación, ganancias, crecimiento o expansión cuando lo que debe prevalecer es el establecimiento de una planeación cuando menos a 5 años.

De ahí que muchas compañías cierren al primer o dos años de haberse fundado. También, es preciso mencionar que otro de los inconvenientes es que gran parte de las empresas son familiares. Cuando están conformadas así, se llega a dar un abuso de confianza o un auto-robo. El primero porque los principales puestos están a cargo de los miembros de la familia y algunos de ellos al saberse jefes: llegan tarde, incumplen con los informes, faltan a reuniones de consejo etc.

También el director general de la empresa que suele ser el líder de la familia, relaja los controles de inventarios y de flujo de efectivo, pensando que hay plena confianza y seguridad; y el segundo, auto-robo, aparece cuando los familiares comienzan a contratar gente conocida sin conocimiento o consenso de los miembros de la familia, aquí de la misma forma se da el abuso de confianza al ser amigo del gerente.

A esto hay que agregar el alto grado de confianza y responsabilidad que se deposita en el líder de la familia, ya que se le consigna la toma de decisiones cruciales para la empresa. Ello debido a que se piensa está capacitado y cuenta con una buena administración del negocio familiar; empero, así es como surgen los directivos orquesta,¹⁰⁶ ya que cuando alguien de la familia quiere apoyarle con algunas de las funciones, es rechazado argumentando su falta de conocimiento de la compañía.

De ahí se desglosa el individualismo que las más de las veces resulta letal para las sociedades, por ejemplo: al negociar con asiáticos es un error imperdonable ir solo, a saber que ellos van en grupo y negocian utilizando estrategias grupales que pueden ser confusas y estresantes para un solo negociador mexicano.

Tanto el control de inventarios como el proceso administrativo de una empresa requieren de un equipo que esté al tanto, quizás en una microempresa no sea de

¹⁰⁶ Aquellos que quieren controlar cada parte de la empresa.

esa forma; sin embargo, conforme va creciendo la empresa es preciso ir creando y modificando tales procesos en conjunto, de tal forma que se dé una transición en la evolución de una micro a una pequeña empresa.

De no ser así, lo dicho anteriormente, se puede llegar a incurrir en un mal manejo de la empresa y por tanto: entrar en bancarrota o cerrarse. De esto que sea imposible para una persona orquesta, estar en todas las partes de la compañía. Para apaliar los efectos del individualismo, es indispensable que la empresa esté conformada por personas que no sean de la misma familia; se elabore un manual de procedimientos donde queden claras las funciones de cada parte, y llevar a cabo frecuentemente reuniones de consejo para solucionar las dudas.

Hay muchos aspectos marcados aún por la bibliografía extranjera y nacional; más aún, para realizar un análisis de todos se requerirían de muchos estudios, como se mencionó al inicio. Los puntos tocados son algunos de los más comunes y relevantes.

De la misma manera, es a priori tener siempre en cuenta la homogeneidad de la población mexicana, así como las diferencias entre desarrollo y actitudes de una región a otra. Por ejemplo: Monterrey, Nuevo León, es considerada como la ciudad más emprendedora y donde residen los principales empresarios de México.

2.2. Fundamentos de la Cultura Empresarial China

Hablar de la cultura china es hacer referencia a miles de años de antigüedad e historia, lo cual puede verse permeado en todas las esferas de la vida cotidiana de la China actual, incluyendo los negocios. Dentro de la cual se contraponen una serie de ideas, conceptos e ideologías que de alguna manera se han conformado como las herramientas del éxito actual y futuro.

A simple vista se pueden encontrar ciertas similitudes entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Popular China, por ejemplo: ambas naciones cuentan con una vasta riqueza cultural; han sufrido constantes intervenciones extranjeras;

han pasado por periodos de crisis y auge, etc. No obstante, las diferencias son de fondo.

Si bien China no vivió una época colonial como tal, sí fue privada de parte de su territorio y sometida al yugo de los intereses de potencias extranjeras, en su momento. Sin embargo, en lugar de negar su pasado y abdicar, llevó a cabo una secuencia de cambios basados en su historia y el análisis de los errores con vistas a convertirse en una potencia, lo cual se ve reflejado en las 4 modernizaciones.

Por su parte nuestro país, vive en un círculo vicioso donde la historia se repite una y otra vez sin un rumbo fijo. Esto se aprecia –como marcó Octavio Paz– en la negación de sus orígenes, tanto indígenas como españoles y en donde ante el temor de una acción extranjera se han dejado a un lado muchas ambiciones.

Es así que en este apartado se pretende encontrar y analizar cómo una base sólida, clara y definida ha repercutido en la conformación de una cultura empresarial exitosa, la cual se ha visto plasmada en el nacimiento y expansión de muchas empresas chinas, así como en el posicionamiento de China como potencia mundial.

Ahora bien, gran parte de las bases del gigante asiático yacen en el confucianismo, por lo que el escrutinio se centrará en la aplicación de muchos de los principios de éste en los negocios. Para esto, es indispensable saber que no es una religión, sino una filosofía milenaria compuesta por lecciones éticas sin contenido religioso alguno.¹⁰⁷

Una de las bases fundamentales de esta doctrina es el “Guanxi” el cual consiste esencialmente en “conexiones sociales y de negocios basadas sobre el mutuo interés y beneficio.”¹⁰⁸ Los chinos al igual que los mexicanos establecen este tipo de lazos a largo plazo, ya que de lo contrario difícilmente entablarán negocios.

¹⁰⁷ Zinzius, Birgit. *Doing Business in the New China*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 42.

¹⁰⁸ UK Trade and Investment, *China Business Guide Third Edition*, en http://ols.cbcc.org/downloads/China_Business_Guide%202010.pdf (Pág. consultada el 30/1/2011).

La desconfianza en este tipo de vínculos poco tiene que ver, dado que los habitantes del cuarto país más grande del mundo cuentan con un complejo sistema social, donde los favores y la reciprocidad juegan un papel importante, los cuales sólo son posibles en una relación duradera.

Sumado a lo anterior, es preciso considerar que en China: “las presiones sociales, más que los instrumentos legales, son usadas para asegurar la obediencia.”¹⁰⁹ Ante esto, la mayoría de sus pobladores se moverán con base a éstas. Asimismo, en un Estado centralizado, burocrático y con un sistema legal débil, la necesidad de un guanxi resulta indispensable.¹¹⁰

De esa forma, se ha encontrado la manera de eludir hasta cierto punto la corrupción, puesto que los trámites burocráticos pueden agilizarse a través de una red de favores, mediante la cual se crea un compromiso. En México, existe algo parecido, sólo que, a falta de la presión social y honor, muchas veces se pierde o se ve limitada.

Sin embargo, ¿Cómo es que se logra disminuir o evadir la corrupción? Amarrado al guanxi, yacen los conceptos *weihu mianzi* (mantener el honor o dignidad), *gei mianzi* (dar honor) y *diu mianzi* (pérdida de honor...) basados en el *mianzi* o *lian* (honor...), el cual regula la conducta social y moral.¹¹¹

Básicamente, el *Diu Mianzi* consiste en la pérdida de la dignidad a través de críticas abiertas, insultos públicos, faltar al sistema jerárquico tratando a un subordinado como a un superior ya sea en la empresa, la familia..., por no satisfacer promesas o expectativas, etc. Así, resulta ser más afectado el que recibe la observación; no obstante, también el que la emite es perjudicado.¹¹²

¹⁰⁹ Ambler, Tim and Witzel, Morgen. *Doing Business in China*. 2nd Edition. Edit. Routledge Curzon, London, 2004. p. 97. Traducción del fragmento hecha por el autor del presente estudio.

¹¹⁰ UK Trade and Investment, *China Business Guide Third Edition*, en http://ols.cbbc.org/downloads/China_Business_Guide%202010.pdf (Pág. consultada el 30/1/2011).

¹¹¹ Zinzius, Birgit. *Doing Business in the New China*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 43-122.

¹¹² Ibidem. pp. 122-123.

Debido a lo anterior, la cultura china es muy reservada, y si a esto se agrega la inexistencia de la palabra “no,” pareciera ser muy complicada. Aún así, expresiones como, tal vez o quizás son formas corteses de rechazar o evitar entrar en una situación que podría poner en peligro la dignidad propia.

Igualmente, el cuidado de la imagen propia ante la sociedad es una notable ventaja que los chinos tienen sobre los mexicanos, dado que los primeros difícilmente harán transacciones que apenas puedan cumplir, al igual que vigilarán cabalmente cubrir la calidad y plazos acordados.

El Gei Mianzi gira en torno a la ampliación del prestigio de una persona la cual se lleva a cabo mediante el aplauso, estar de acuerdo, o dar un cumplido a una persona en presencia de colegas o superiores. No obstante, exagerar cualquiera de éstos puede llevar a la desconfianza.¹¹³

Tal reconocimiento puede explicarse mediante la siguiente analogía:

“Las personas son como empresas, por ejemplo: un restaurante; cuando una persona va, se fija en la higiene del lugar, la calidad de la comida, el servicio, etc. Si estos factores parecen buenos para ésta, lo recomendará entre su círculo social. Lo mismo sucede con las personas, si una persona está preparada, es honesta, formal... fácilmente le será creada y difundida una excelente reputación.”¹¹⁴

En lo que toca al Weihi Mianzi, se logra cultivando la dignidad, el auto-respeto, y el prestigio en un lazo. Asimismo, cuando se respalda a alguien en una situación difícil se le está ayudando a mantener o salvar el honor. Por lo cual la persona estará bajo la obligación de regresar el favor.¹¹⁵

Como se ha observado, la dignidad en las relaciones interpersonales, en cualquiera de sus facetas, tiene un valor inestimable. No obstante, aunque resulta

¹¹³ Ibidem. p. 123.

¹¹⁴ Analogía hecha por el autor del presente trabajo.

¹¹⁵ Ibidem. pp. 43, 123.

complicado comprender las reglas sociales bajo las que se rige, así como requiere de una inversión considerable de tiempo, paciencia y esfuerzo es algo que ante el vasto mercado chino, es una opción económicamente y culturalmente atractiva.

Pareciera haber un leve parecido del mianzi con los vínculos y apoyo que se crean entre mexicanos al respaldarse en sus círculos de amigos, familiares..., mas lamentablemente es en su mayor parte falso, puesto que esa unidad sólo se da ante escenarios muy adversos y, las más de las veces, es comprobable el anécdota de la cubeta con cangrejos mexicanos.¹¹⁶

Ligado al mianzi, yace el paternalismo de los directores o gerentes de la empresa hacia sus inferiores. Esto a razón de que en la familia, la persona más importante es el padre o el más viejo. En una compañía, un buen jefe es alguien que es estricto y al mismo tiempo un padre, el cual cuida, enseña y motiva a sus subordinados manteniendo o elevando el honor de éstos.¹¹⁷

Del fragmento preliminar, puede inferirse que más que funcionar como unidades independientes, los chinos funcionan como una sola donde la persona con más edad y mejor preparada cuida a sus subalternos haciendo a las empresas más competitivas y capaces de mirar a objetivos más altos.

En nuestro país, hay muchas empresas que están tratando de laborar bajo esquemas grupales que no son propios de la empresa mexicana. De la misma manera, dentro de ésta hay frecuentemente una disputa y recelo hacia el jefe, dado que los trabajadores cuestionan su labor aduciendo a por qué trabaja menos, labora en una oficina, gana más...

De igual forma, pocos gerentes se preocupan por instruir y apoyar a los empleados, así como crear y mantener una férrea disciplina que le permita a la empresa desarrollarse e incursionar en mercados extranjeros y, al mismo tiempo, dejar a un lado las limitantes psicológicas.

¹¹⁶ Véase Anexo I: Fábula de los Cangrejos Estadounidenses, Japoneses y Mexicanos.

¹¹⁷ Ibidem. p. 120.

Dentro de la filosofía del Confucianismo, se habla de la existencia de dos tipos de individuos: Gran Hombre (“*jun tsu*”) y el Hombre pequeño (“*xiao ren*”), haciendo el liderazgo innato del primero, así como excluyendo el requisito de ser de origen noble.¹¹⁸ Las características de ambos se presentan a continuación:

Cuadro I. Cualidades de los Tipos de Individuos según Confucio (Libro II).

Gran Hombre	Hombre pequeño
Perspectiva universal, imparcial.	Limitado en su opinión, parcial.
Pone el ejemplo, luego invita a otros a seguirlo.	Aprecia su propia comodidad.
Valora la excelencia.	
Estima las reglas y regulaciones.	...el favor especial.
Consciente sólo de la justicia.	...solamente de su propio interés.

Cuadro elaborado con base a la información recabada en *Doing Business in China*.¹¹⁹

De las características expuestas, una de las más importantes es la segunda del *jun tsu*, dado que en el proceso de evolución hacia el liderazgo, una persona tiene que ser y hacer con excelencia para poder aconsejar. Todas las piezas mencionadas del *gran...* permiten que la empresa funcione lo más apegada a la perfección y que el *jun tsu* pueda desenvolverse en un cambiante escenario global.

Sumado a lo anterior, se une el “*Kaihui*” el cual hace referencia a la toma de decisiones en conjunto, favoreciendo únicamente aquella que sea aceptable para todos los miembros del equipo. De igual forma, al realizar negociaciones internacionales, los chinos buscarán el mutuo acuerdo; aunque, frente a las diferencias culturales, dispondrán de varias opciones que les den el mejor trato.¹²⁰

¹¹⁸ Ambler, Tim and Witzel, Morgen. *Doing Business in China*. 2nd Edition. Edit. Routledge Curzon, London, 2004. p. 75.

¹¹⁹ *Ídem*.

¹²⁰ Zinzius, Birgit. *Doing Business in the New China*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. p. 67-68.

La manera de adquirir una postura resulta ser una ventaja y desventaja a la vez; la primera, porque disminuye el peligro y, en dado caso, el impacto es mínimo; la segunda, por el tiempo que puede llevarse lograr un acuerdo. Igualmente, al presentar las posibilidades a negociantes extranjeros, puede ser una excelente estrategia, ya que de alguna manera buscarán el beneficio propio sobre el mutuo.

Hasta cierto punto, son desconcertantes las bases bajo las cuales se muestran los chinos y muchos asiáticos. Ante éstas, es preciso mencionar la calma cuya raíz yace en el Daoismo, que, aunque el presente estudio toma como referencia el Confucianismo, es fundamental para explicar un aspecto que para ellos constituye una fortaleza, y para los mexicanos una severa debilidad al negociar con ellos.

La tranquilidad es motivada por la filosofía previamente mencionada, animando a la gente a hacer lo que pueda hacer y a no preocuparse después por los resultados.¹²¹ Desde una primera impresión, esto pudiere parecer impactante y contradictorio con lo que se ha expuesto; a pesar de ello, hay que recordar que en el caso de la cultura china ésta debe interpretarse como un todo.

Es decir, en dicha cultura, cada parte juega un papel importante. Hacer lo que se pueda hacer; por una parte, podría convertirse en un justificante para eludir responsabilidades, obligaciones, compromisos; no obstante, cuando se le agregan los componentes guanxi y mianzi difícilmente ocurrirá eso, así como el sentido será otro.

Uniendo dichos elementos, el mensaje puede que sea: “hacer lo que se pueda con las herramientas disponibles, usándolas al máximo; y asumiendo el compromiso y obligación que se tiene con la sociedad y con uno mismo, y sean cuales sean las consecuencias hacer a un lado la mortificación.”

El significado de tal actitud tiene que ver con vivir en el presente, y no en el pasado. A saber, los asiáticos, máxime chinos y japoneses, ante una catástrofe se

¹²¹ Ambler, Tim and Witzel, Morgen. *Doing Business in China*. 2nd Edition. Edit. Routledge Curzon, London, 2004. p. 72.

muestran tranquilos porque se hizo todo cuanto estuvo en sus manos; posteriormente, analizan los errores, buscan soluciones y siguen adelante sin alusión alguna al evento, como si nada hubiera pasado. Un claro ejemplo, es el tsunami del 2010 en Japón.

En contraste, la cultura mexicana es la del remordimiento, martirio, tormento..., ya que la mayoría de los mexicanos viven preguntándose qué hubiera pasado si tal hecho, tal cosa fuera diferente. Es decir, viven el presente tratando de resarcir o modificar los escenarios que ocurrieron atrás, lo cual es imposible. Lo que sí es posible, desde una mentalidad asiática, es:

“Transformar el presente para hacer lo más asequible el futuro deseado”

A la hora de negociar, esa tranquilidad es producto de las estrategias y opciones planeadas, la investigación de la contraparte, y, una vez más, a que hicieron cuanto pudieron. A esto hay que agregar, el uso del silencio como táctica y la calma que transmiten al otro bando siendo ésta sumamente confusa para éste porque le es casi imposible inferir qué está sucediendo entre los chinos.

Se ha hablado de la manera en que se comportan los chinos teniendo como base raíces milenarias; ahora, en las últimas líneas de este capítulo, se hablará de la mentalidad que han adquirido con la experiencia en los negocios. Por ejemplo, vender mucho y ganar poco y la diversificación de proveedores.

El éxito comercial de los chinos en términos de ventas se debe principalmente a que éstos buscan vender mucho y ganar poco, dado que su ganancia va en el volumen de las ventas. Es por esto que se pueden encontrar sus productos a muy bajos precios.

Ahora bien, se debe dejar a un lado el mito de las prácticas dumping adjudicadas al gigante asiático. Con esto no se quiere decir que no las haya, sino que no es un asunto tan alarmante como se ha planteado por países como Estados Unidos o México. Actualmente, la competitividad china estriba en una fuerza de trabajo

educada, aumentos de la productividad, altos niveles de inversión, y grandes volúmenes de oferta.¹²²

Es momento de dejar de atribuir el déficit comercial mexicano a la RPCH, existen muchas cosas que hay que aprenderle a ese país y que los mexicanos tienen la posibilidad de hacer y no las llevan a cabo. Por ejemplo, se es consciente del peligro que reside en concentrarse en un solo mercado, tal como es el caso del estadounidense.

“Un panel chino evita conceder a cada proveedor más de un contrato a fin de minimizar la dependencia en uno solo.”¹²³ Aunado a esto, los mercados y proveedores de China están muy repartidos, muestra de ello es que Estados Unidos, el mercado más importante del mundo por el momento, tan solo representa poco más de un quinto de sus exportaciones y menos del 10% de sus importaciones.¹²⁴

La multiplicidad de suministradores tiene dos sentidos: 1) Minimizar el riesgo en caso de que un pedido no pueda ser cubierto; y 2) siempre habrá alguien más a quien recurrir, si alguna parte está reacia a negociar. Esta manera de manejarse, le ha permitido a la RPCH explorar nuevos mercados e incursionar en otros.

México tiene un sinnúmero de tratados de libre comercio, pero ninguno es aprovechado porque la mayoría de sus exportaciones se concentran en Estados Unidos; la visión del gran mercado del norte prevalece; y porque las pymes tienen miedo o desconocen las oportunidades que hay en otros mercados.

¹²² Cornejo Bustamante, Romer. *China. Radiografía de una Potencia en Ascenso*. Editorial Colegio México, México, DF, 2008. p. 81.

¹²³ UK Trade and Investment, *China Business Guide Third Edition*, en http://ols.cbbc.org/downloads/China_Business_Guide%202010.pdf (Pág. consultada el 30/1/2011).

¹²⁴ Cornejo Bustamante, Romer. *China. Radiografía de una Potencia en Ascenso*. Editorial Colegio México, México, DF, 2008. p. 80.

3. Propuesta para el desarrollo emprendedor y empresarial en la carrera de Relaciones Internacionales impartida dentro de las instalaciones de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, Universidad Nacional Autónoma de México

A lo largo del presente estudio, se ha visto el papel que han jugado los gobiernos chino y mexicano, así como las empresas chinas y mexicanas en el desarrollo de la cultura empresarial. En esta última parte de la investigación, se presentará una propuesta a fin de difundir el espíritu y desarrollo emprendedor en México, tomando como base algunos aspectos de los incisos anteriores.

Dada la dificultad que tendría la propuesta de considerarse, difundirse e implementarse por el gobierno mexicano o por las empresas mexicanas; se ha optado por mirar a la que podría ser la fuente y raíz de los futuros emprendedores-empresarios. Es decir, la UNAM, enfocándose para efectos de este trabajo en la carrera de Relaciones Internacionales, impartida en la FES Aragón.

Igualmente, la realización de la propuesta en la licenciatura de RRII podría ser el punto de partida para la difusión en otras disciplinas; universidades; empresas micro, pequeñas y medianas. Con el emprendimiento de esta proposición la UNAM podría reforzar su labor formadora; compromiso social y humanístico que la han caracterizado y la han posicionado como la mejor.

Al concluir su etapa universitaria, el egresado se enfrenta a tomar una de dos decisiones:¹²⁵

- Trabajar para alguien, ya sea en la iniciativa privada o en el sector público.
- Trabajar para sí mismo. Es decir, abrir una empresa.

Considerando el contexto actual, en el que las probabilidades de integrarse al sector privado son pocas, dado que los puestos de trabajo que están surgiendo

¹²⁵ Ibarra Valdés, David. *Los Primeros Pasos al Mundo Empresarial: Una Guía para Emprendedores*. Editorial. Limusa, México, DF. p. 15.

son muy pocos y muy competidos; así como en la iniciativa pública, donde hay una clara tendencia a la disminución de su tamaño.¹²⁶

La carrera de Relaciones Internacionales, a pesar de su amplio campo de acción, no está exenta de dicho escenario. En el caso de la FES Aragón, el enfoque de tal licenciatura tiene una marcada tendencia política,¹²⁷ igual que los estudiantes de la misma ven como su principal opción al servicio exterior mexicano o a alguna dependencia del sector público, cuando las probabilidades de incorporarse a éste son escasas.

Asimismo, a la carrera de RRII le falta, como a todas las disciplinas de la UNAM, las asignaturas que doten al egresado de la visión emprendedora y los ejemplos prácticos que puedan permitirle al ex-universitario incursionar de manera independiente en la vida profesional. Ello, a fin de que éste, ante el contexto descrito en líneas anteriores, pueda decidirse a iniciar su propia empresa.

Como vehículo de esta propuesta se utilizará la teoría de la mundialización la cual implica la evolución de procesos sociales, patrones, modelos ideológicos, políticos, sociales, económicos, religiosos... de las diferentes naciones del mundo, cuyo fin último es la constitución de una sociedad internacional.¹²⁸

La mayor parte de las actividades humanas están inmersas en la mundialización, tales como: el comercio, las finanzas, la tecnología, los medios de comunicación, etc. A decir de esto, dicha teoría está pasando por una etapa denominada neoliberalismo mercantilista.¹²⁹

¹²⁶ Ibidem. p. 16.

¹²⁷ A pesar de impartirse las siguientes preespecialidades: Comercio Internacional; Escenarios Regionales; Negocios Internacionales; Política Exterior de México; Tráfico Internacional; y Turismo Internacional. Licenciatura en Relaciones Internacionales, FES Aragón, en http://www.aragon.unam.mx/oferta_educativa/licenciaturas/rel_inter/rel_inter.html (Pág. consultada el 4/VIII/2011).

¹²⁸ Hernández-Vela Salgado, Edmundo. *Enciclopedia de Relaciones Internacionales*. Editorial. Porrúa, México, 7° edición, 2009, en prensa.

¹²⁹ Ibidem. En prensa.

El neoliberalismo simplifica a la sociedad internacional a un mercado que se rige por el poder y la especulación. Así se tiene, que a pesar del progreso de que habla la mundialización y los beneficios que ofrece por medio de la apertura e integración de mercados de bienes, servicios y capitales; realmente no existe una repartición equilibrada de las ganancias.¹³⁰

Lo descrito arriba, dado que la inserción a la mundialización ha sido dispar entre las naciones del mundo. Es decir, unas entraron primero; y otras, después. Teniendo esto como consecuencias: la desigualdad económica existente, problemas de acceso a mercados, la degradación del entorno, proliferación de una muy variada gama de actividades de la delincuencia internacional.¹³¹

Habiendo visto durante en el primer capítulo, del presente estudio, la implantación de medidas vacilantes entre socialistas y neo-liberalistas en nuestro país, así como el contexto actual y la forma en que se va a desenvolver éste según la mundialización, es indispensable tomar una postura.

Considerando lo anterior, la carrera de Relaciones Internacionales debería voltear a ver a la cultura emprendedora como una de las opciones más factibles para los estudiantes a fin de facilitar su inclusión en algunas de las vastas áreas relacionadas con tal licenciatura.

Para poder realizar cabalmente dicha labor, la carrera de RRII debería crear una serie de asignaturas que se impartan bajo el marco de un espacio denominado: “Área Emprendedora.”¹³² El objetivo de esta zona es dotar a los alumnos de la disciplina con las herramientas indispensables para que al concluir su ciclo universitario puedan emprender su propia empresa.

¹³⁰ Ibídem. En prensa.

¹³¹ Ibídem. En prensa.

¹³² El “Área Emprendedora no es una pre-especialización, puesto que está lejos de ser la inducción a un campo de estudio. Es el desarrollo y transmisión de una serie de herramientas y habilidades para que el estudiante pueda desenvolverse como emprendedor y empresario. Héctor Ezequiel Canseco Gil.

Antes de ahondar en las materias que comprenderían dicho bloque, es indispensable mencionar el perfil de los profesores de éste; la forma de evaluación; tamaño de los grupos; dónde se impartiría; cuándo y cuánto duraría. Una vez finalizados estos puntos, se pasaría a describir en qué consistirían cada una de las clases.

Comenzando por el perfil del catedrático, el cual es fundamental que se cubra al pie de la letra para que el área alcance lo perseguido, éste tiene que:

- Ser un empresario o directivo exitoso, no importa si es de una micro, pequeña, mediana o grande empresa.
- El sector al que pertenezca tiene que ser privado, y queda sin importancia si se desarrolla en el rubro de los negocios; transporte; turismo, etc., mientras cuente con los conocimientos y experiencia para dar la asignatura. A decir de esto, ya que las RRII son multidisciplinarias.
- Espacio de tiempo de 4 horas semanales de lunes a domingo en el transcurso del semestre que marca el calendario escolar o ese mismo lapso en temporada vacacional.

Habiendo observado, en el capítulo II, las diferencias entre chinos y mexicanos a la hora de fundar negocios; los parámetros de evaluación –para el Área Emprendedora, en general– serían los que a continuación se muestran:

- Asistencia. El estudiante que acumule tres faltas, automáticamente sería expulsado de la materia, así como perdería el derecho a recibir la formación de tal zona.
- Puntualidad. La entrada a clase se negaría a todo aquel que arribará tarde.
- Formalidad a la entrega del trabajo. Todo proyecto debe ser entregado en tiempo y forma, los retrasos equivalen a la invalidez.
- Práctica en clase y fuera de la misma, basada en ejemplos del quehacer diario de las empresas.

- La reprobación o la baja de cualquier materia significa la nulidad del derecho a cursar cualquier materia del bloque.
- Examen práctico. Éste será dependiendo de cada asignatura.

Los lineamientos mencionados arriba parecieran ser muy estrictos e incluso pudieran ser agresivos para los estudiantes, por lo que surge la pregunta: ¿Por qué son primordiales los puntos a evaluar? A la cual se responde con lo siguiente:

“La formación dirigida a las personas que se inician en el terreno de los negocios está encaminada a cambiar las formas de pensar, actuar y convivir; es decir, a aclarar que no basta con aventurarse a poner un negocio, sino que es necesario saber cómo realizar negocios...”¹³³

“...lo que queremos decir con lo anterior es que el pequeño negocio es tan sólo un reflejo de lo que es su propietario, es decir, de los valores que éste asume en su actividad cotidiana. Si el individuo actúa con engaños, su negocio será embustero; si es codicioso, sus empleados actuarán codiciosamente; si es desorganizado, su negocio será desorganizado...”¹³⁴

El área emprendedora pretende no sólo darle las herramientas al alumno para que inicie su vida profesional independiente, sino de transformarlo, obligándolo a reflexionar; modificar su conducta; y a mentalizarse de tal forma que se fortalezca a fin de poder afrontar el reto que representa la apertura de una compañía.

Asimismo, esta zona desde el momento en que se menciona su objetivo, así como los parámetros de evaluación; está implícito el nivel de exigencia y, a la vez, que los que concluyan el programa serán empresarios y emprendedores exitosos, disciplinados, capaces de satisfacer sus expectativas al tiempo que colaboran a transformar la vida de sus empleados y de los que rodean su empresa.

¹³³ Ibarra Valdés, David. *Los Primeros Pasos al Mundo Empresarial: Una Guía para Emprendedores*. Editorial. Limusa, México, DF. p. 49.

¹³⁴ Ídem.

Pasando al tamaño de los grupos que conformarían cada materia, lo idóneo es de 10 a 15 estudiantes; sin embargo, dada la composición actual de los grupos de RRII (de 50 a 60 alumnos) podría pensarse que sólo los alumnos que cumplan con los siguientes requisitos podrían cursar dicha formación:

- Promedio arriba de 9.
- Haber pasado a tercer semestre.
- No adeudar ninguna materia.
- Nunca haberse ido a extraordinario durante la carrera.

Con lo anterior, habría de esperarse que los conjuntos disminuyeran considerablemente y se adecuaren a 10 o 15 alumnos. Aunado a esto, es preciso aclarar que dichos estudiantes tendrían que comprometerse a respetar los lineamientos del bloque mediante la firma de una carta compromiso.

De la misma forma, esta propuesta no busca convertir a la carrera de RRII en una de Negocios Internacionales, más bien persigue incentivar la labor emprendedora y la incursión en la vida profesional independiente, dado que el alumno fácilmente se incorporaría a un área acorde con la licenciatura.

Respecto a cuándo se ofrecerían las clases y cuánto duraría el “Área Emprendedora,” sería a partir de tercer semestre y concluiría en octavo semestre, las clases serían de cuatro horas o más por semana. Asimismo, podrían considerarse fines de semana y periodos vacacionales. Cabe aclarar que el horario estaría sujeto a la disponibilidad del empresario o directivo por lo que resultaría importante una estrecha coordinación entre éstos, directivos de la carrera y alumnos.

En cuanto al lugar, éste podría ser dentro de las instalaciones de la FES Aragón, dentro de las de la empresa o en algún recinto alterno (acordado entre empresarios y directivos de la carrera). Cabe aclarar que la distancia no debe importar, ya que los conocimientos proporcionados por los ponentes serían únicos,

así como se tendría acceso a una serie de recursos que harían más competitivo al universitario frente al mundo.

Algo que es fundamental, durante toda la impartición del “Área Emprendedora,” es la inclusión tanto del idioma inglés como del chino mandarín.¹³⁵ Si bien la carrera de RRH ya cuenta con el inglés dentro de su plan de estudios, habría que buscar que se certifique a los profesores que dan esta clase, por medio de la embajada de Estados Unidos o del Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

O bien, en caso de que no se puedan certificar por el número de alumnos que componen cada grupo; habría que incluir inglés dentro del “Área Emprendedora.” De esta forma, sí se podría exigir la certificación de los profesores y, a su vez, tener la posibilidad de que al finalizar la formación empresarial los alumnos puedan acceder a una de las dos acreditaciones que dan las embajadas: TOEFL o IELTS.¹³⁶

En caso de incluirse el inglés dentro de la propuesta presente, su impartición sería durante todos los bloques y el nombre que llevaría sería: “Inglés en los Negocios,” en el cual el alumno aprendería, además del propio idioma, el lenguaje técnico de los negocios. Igualmente, se tiene que buscar una certificación de inglés en negocios, la cual podría obtenerse mediante las representaciones de dichos países.

Cabe aclarar que el idioma inglés no se podría considerar como requisito para acceder a dicha área, ya que es muy reducido el número de alumnos que habla inglés, a lo que hay que agregar sobretodo el dominio gramatical y la fluidez a la hora de hablarlo.

Respecto al habla china, de la misma forma que la anglosajona, es indispensable que se incluya su impartición en todos los conjuntos de materias de la zona emprendedora y, de la misma manera, se certifique. Su cátedra también iría de lo

¹³⁵ El lenguaje chino tiene varias variedades; sin embargo, el más utilizado es el mandarín.

¹³⁶ International English Language Testing System (IELTS); Test of English as a Foreign Language (TOEFL).

básico a lo avanzado, así como se incluiría la aplicación del lenguaje a los negocios e, igualmente, se nombraría a la clase: “Lenguaje Chino en los Negocios.”

Con vistas a lograr su inserción en el proyecto, se podría buscar un convenio con el Instituto Confucio¹³⁷ para que los estudiantes reciban clases de chino en sus instalaciones o para que profesores de éste impartan la materia dentro de las aulas de RRII.

Se decidió incluir el lenguaje chino dentro de la propuesta, dado que en el mercado chino todavía hay mucho por explorar y por la comparación que hace en el presente estudio sobre las mentalidades. Actualmente, todos los negocios que se están haciendo en China están dirigidos a las ciudades localizadas en las Zonas Económicas Especiales, y no a la China interior ni a áreas alejadas de las ZEEs.

Igualmente, al ser el inglés un idioma casi universal en los negocios, considerando como excepción China, el estudiante podría incursionar con vistas al mercado que desee.

En cuestión del lenguaje técnico de los negocios, tanto en inglés como en chino, se podría tomar como ejemplo a la FES Cuatitlán donde los alumnos de Ingeniería Agrónoma hacen ejercicios de comprensión de lectura, utilizando textos en inglés, de la más recientes tendencias de su carrera.

Otro punto que sale a la luz es el referente al valor curricular o extracurricular de dicha propuesta, al concluir el “Área Emprendedora” se le entregaría al estudiante un reconocimiento avalado por las empresas participantes y la Jefatura de la Carrera de RRII. Dado esto, tendría un valor extracurricular, a saber que pocos alumnos serían los que contarían con esta formación.

¹³⁷ El Gobierno Chino estableció un convenio con la UNAM, por medio del cual se instaló el Instituto Confucio en la Antigua Escuela de Economía. Estudia Chino Mandarín en el Instituto Confucio, en <http://chinadesdemexico.blogspot.com/2010/11/estudia-chino-mandarín-en-el-instituto.html> (Pág. consultada el 18/VIII/2011).

Una vez abordados los aspectos mencionados, se pasará a la descripción de las asignaturas que conformarían el “Área Emprendedora.”¹³⁸ Para esto se comienza con la cita que se presenta a continuación:

*“El punto de inicio de un emprendedor es el momento en que descubre o se da cuenta de una ocasión, de una necesidad a satisfacer; en algunos casos esto consiste en desarrollar un producto, un servicio o un procedimiento que antes no existía, aunque en ocasiones pueda tratarse de otorgar una nueva aplicación a un producto ya existente.”*¹³⁹

Es así que tenemos la primera pareja de clases: “Oportunidades de Negocios” y “Finanzas Personales.” La finalidad de la primera, es despertar, en el estudiante, la inquietud y el deseo de ver y descubrir las oportunidades existentes en México y el Mundo, más allá del panorama desalentador que muestran los medios de comunicación o la difícil situación económica por la que atraviesa el mundo.

Oportunidades de Negocios consistiría en una de serie de ponencias brindadas por empresarios o directivos de distintas áreas, por decir algunas: la agrícola; ganadera; turística; transporte, etc. Igualmente, cada ponente podría disponer de 4 o más exposiciones, dado que es necesario tener un panorama claro y vasto de cada sector.

Finanzas Personales radicaría en enseñar al estudiante el manejo, como su nombre lo dice, de las..., dado que antes de manejar las de su empresa, debe saber cómo dirigir las suyas. La importancia de esto ha sido recalcada por directivos de entidades financieras con reconocimiento mundial en la inclusión de asignaturas similares en sus programas de fomento emprendedor.

Como ejemplo de lo anterior está Marcella Lemberg, vicepresidenta de Filantropía de Bank of America-Merrill Lynch, quien aduce al respecto:

¹³⁸ En el Anexo II: Asignaturas del Área Emprendedora, se puede ver en resumen las materias que la componen, así como el orden que deberían llevar y organizar.

¹³⁹ García García, Enrique, et al. *Formación de Emprendedores*. Edit. Grupo Patria Cultural, México, 2003. p. 34.

“Nuestro programa está dos pasos adelante antes de crear una incubadora, tenemos que crear la cultura del emprendimiento, una vez que los jóvenes tienen conocimientos básicos de riesgo y rentabilidad, buscan oportunidades de negocios.”¹⁴⁰

De la misma forma, podría ser impartida por los expertos de la sección de Finanzas Personales del periódico “*El Economista*” y el programa “Adelante con tu Futuro”¹⁴¹ de BBVA Bancomer.

Ahora bien, ¿Por qué recurrir a *El Economista* y BBVA Bancomer?

El Economista es la publicación que más se ha abocado a recalcar la importancia de dicha materia, publicando diariamente dos columnas dedicadas al rubro; y BBVA Bancomer, es la organización más innovadora en el mismo, a tal punto que el programa “Adelante con tu Futuro” ya se está impartiendo dentro de las instalaciones del Instituto Politécnico Nacional (IPN).¹⁴²

Aunado a lo anterior, recientemente BBVA Bancomer, en convenio con el IPN, presentó la tarjeta de crédito IPN-Bancomer que financiará becas para estudiantes de escasos recursos, pero lo que hay que resaltar es que esta iniciativa “facilitará la obtención de capital a micro, pequeñas y medianas empresas¹⁴³ constituidas por estudiantes, docentes e investigadores de tal institución educativa.”¹⁴⁴

Lo anterior, constituye un llamado de atención para nuestra UNAM, ya que a pesar de ser la mejor universidad de México y una de las mejores del Mundo, se está

¹⁴⁰ Emprendimiento, el camino de los líderes. Huerta, Eduardo. EL ECONOMISTA. Jueves 6 de octubre de 2011. p. 16.

¹⁴¹ Iniciativa social de Bancomer que tiene como misión empoderar a los usuarios con una competencia financiera básica para usar los servicios financieros a su favor. Los talleres del programa Adelante con tu Futuro han sido desarrollados con el conocimiento técnico de los especialistas del banco y con el apoyo pedagógico del Museo Interactivo de Economía (MIDE) para que queden en un lenguaje accesible para todo mundo y en un formato de un taller interactivo y atractivo. BBVA Bancomer, en <http://www.adelantecontufuturo.com.mx/conocenos.aspx> (Pág. consultada el 2/VIII/2011).

¹⁴² El convenio entre IPN- BBVA Bancomer fue lanzado este año (2011). Pyme empresario, Tarjeta IPN-Bancomer fortalecerá MiPyMES politécnicas, en <http://www.pymempresario.com/2011/05/tarjeta-ipn-bancomer-fortalecera-mipymes-politecnicas/> (Pág. consultada el 2/VIII/2011).

¹⁴³ MiPyMEs.

¹⁴⁴ Ídem.

quedando rezagada en la implementación de programas que motiven al alumnado a convertirse en empresarios y emprendedores. Igualmente, debe dejarse a un lado la falsa noción política de que el respaldo privado tiene como fin privatizar la Universidad.

“Psicología de la Negociación” y “Matemáticas Financieras” constituirían la segunda parte del Área Emprendedora. Además, éstas son una continuación del primer bloque. La inicial buscaría por objetivo convertir al universitario en un excelente negociador por medio de la interpretación del lenguaje corporal, así como por el estudio y práctica de técnicas de negociación.

En Psicología de la Negociación el alumno llevaría a cabo prácticas fuera de las instalaciones de la FES Aragón; es decir, sería llevado a observar cómo se negocia con comerciantes, transportistas, agencias de viajes...y, en su momento, él realizaría la negociación, así como se evaluarían los resultados que obtuvo, la forma en que los logró y su dominio del lenguaje corporal.

Continuación de Finanzas Personales, en Matemáticas Financieras el instruido aprendería a comprender cómo el dinero puede perder, ganar o cambiar su valor a través del tiempo debido a la inflación.¹⁴⁵ Gracias a esto podría evaluar la viabilidad de proyectos, así como la factibilidad y el manejo de créditos.

Para la implementación de la mención anterior, se podría contar, nuevamente, con el apoyo de BBVA Bancomer a fin de aprovechar los recursos que ofrece en cuanto a educación financiera y las posibilidades que se podrían dar para que los estudiantes pudieran recibir un crédito para la apertura de su sociedad.

Para el siguiente conjunto se contaría con: “Contabilidad Básica Aplicada a la Empresa” y “Principios Fundamentales de Marketing.” La primera, dado que al abrir una empresa resulta imposible contratar los servicios de un contador; el

¹⁴⁵ Licenciatura en Administración, en http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/2/mate_fin.pdf (Pág. consultada el 3/VIII/2011).

escolar sería instruido para manejar la zona contable de una micro y pequeña empresa.

Principios Fundamentales de Marketing expondría el uso de técnicas, así como de estrategias que involucren medios accesibles de promoción y publicidad para las micro y pequeñas empresas. Manteniendo la visión de que el egresado disponga de la mayor cantidad de recursos económicos para el área productiva y disminuya lo más posible sus gastos de operación.

La práctica, de Principios Fundamentales de Marketing, podría consistir desde la publicación de un anuncio en el periódico, la elaboración de un folleto informando de los servicios que ofrece la FES Aragón a la comunidad, hasta la utilización de redes sociales como Facebook y Twitter.

El tercer apartado correspondería a: “Paquetería Aplicada a la Empresa: Word, PowerPoint, Publisher, Access y Outlook,” “Finanzas Aplicadas en Excel,” y “Diseño de Páginas Web y Marketing Aplicado a las Redes Sociales.” Cabe señalar que tanto prácticas como trabajos se llevarían a cabo en computadora. En la primera, se instruiría desde el manejo básico de tal conjunto de programas hasta el avanzado aplicado a las tareas de la empresa.

La formación de Finanzas Aplicadas en Excel aduciría a la aplicación de los conocimientos adquiridos en Finanzas Personales, Matemáticas Financieras y Contabilidad Básica Aplicada a la Empresa en Excel, así como involucraría, igualmente, el manejo básico y avanzado del programa en las labores de la compañía.

Diseño de Páginas Web y Marketing Aplicado a las Redes Sociales abarcaría desde la creación de un espacio virtual de forma profesional hasta el uso de estrategias comerciales en redes sociales, por mencionar algunas: Twitter y Facebook. El objetivo de esta materia se refiere a mostrar al alumno cómo posicionarse en el ciberespacio de tal forma que tenga acceso al mercado mundial o nacional desde un solo sitio.

Para la impartición de estas asignaturas sería conveniente buscar el respaldo de la Fundación Carlos Slim o del Programa de Educación y Cultura Digital TELMEX, así como de Microsoft. Recibir tal apoyo no sería complicado, porque: 1) TELMEX brinda WiFi móvil gratuitamente a la UNAM;¹⁴⁶ 2) Microsoft tiene un convenio con la UNAM; y 3) ambas empresas están vinculadas.

También, tal petición es óptima porque Microsoft es el fabricante del software a usar en Paquetería Aplicada a la Empresa: Word, PowerPoint, Publisher, Access y Outlook, y Finanzas Aplicadas a Excel, así como es líder en Tecnologías de la Información (IT); en cuanto a la compañía telefónica, está siendo pionera en el ofrecimiento de servicios IT para las empresas en México.

El antepenúltimo de los componentes se conformaría por las unidades de “Elaboración y Revisión de Contratos Internacionales, Derecho Mercantil y Proyectos de Inversiones y Planes de Negocios.” La primera, se encaminaría a los tipos de contratos; la forma en que se elaboran; se llenan, y los puntos álgidos de los mismos.

En la segunda, Derecho Mercantil, se verían las cuestiones fundamentales para el establecimiento de la empresa; registro de nombres, marcas y patentes; pago de impuestos, etc., de tal forma que el universitario posea las herramientas indispensables para poder operar por sí solo la compañía hasta que ésta sea una pequeña empresa.

Y en la tercera, se mostraría como se elabora un plan de negocios, así como las distintas opciones para invertir, igualmente se evalúan la viabilidad y los factores que hay que tener en cuenta para llevarlos a cabo. Es hasta este punto que tiene lugar tal enseñanza, ya que en el último bloque el alumno llevará a la práctica su compañía.

¹⁴⁶ WiFi móvil en infinitum en la UNAM, en <http://www.unam.mx/infinity/beneficios.html> (Pág. consultada el 3/VIII/2011).

El recorrido hecho por el estudiante a través del Área de Emprendimiento culminaría con la materia: “Taller de Emprendimiento”, éste desembocaría en la conjunción de todas las habilidades, actitudes y pensamientos obtenidos por el alumno, misma que se concretaría con la apertura de la propia empresa, ya sea individualmente o en colaboración con otros estudiantes.

Asimismo, para enlazar los conocimientos de toda el Área Emprendedora y de los idiomas inglés y chino, el estudiante tendrá que elaborar un plan de negocios en ambos idiomas. Por ejemplo, se podría elaborar uno enfocado a la exportación de un producto mexicano a China, y otro para el ofrecimiento de un servicio turístico a Estados Unidos o al Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

El Taller de Emprendimiento únicamente podrá ser aprobado, si el alumno establece la empresa. Con vistas a hacer esto viable, se buscarían, principalmente, los medios económicos ya sean a través de convenios con BBVA, como el que estableció con el IPN, mediante empresarios, apoyo de los padres, recursos propios, etc.

A pesar de que el alumno cuente con las herramientas necesarias para desenvolver exitosamente su empresa, se contaría con un periodo en el cual podría recibir asesoría gratuita por parte de las empresas que participaron en su formación empresarial.

Ante la vasta gama de conocimientos, habilidades y actitudes ofrecidas en el Área emprendedora, cabe preguntar: ¿Cómo se relacionan con la carrera de Relaciones Internacionales?

“Evitar el supuesto fatal que se describe en esta aseveración: ‘si se domina el trabajo técnico de un determinado negocio, entonces se dominará la totalidad del quehacer emprendedor que lleva al éxito en los negocios.’”¹⁴⁷

¹⁴⁷ García García, Enrique, et al. *Formación de Emprendedores*. Edit. Grupo Patria Cultural, México, 2003. p. 49.

A lo que hay que agregar:

“Para tener éxito en los negocios se necesita combinar tres personas en una, es decir, por lo menos desempeñar tres roles simultáneamente: como técnico, como innovador y como directivo.”¹⁴⁸

En el transcurso de la licenciatura de RRII, se abordan asignaturas que invitan al análisis del acontecer en México y el Mundo; del rol que desempeñan los actores nacionales e internacionales; de cómo podría influir o modificar tal aspecto a tal panorama. Es esto lo que da al internacionalista la capacidad para encontrar soluciones creativas, así como dirigir a un equipo en la realización de la solución.

La parte técnica, el estudiante de Relaciones Internacionales, la adquiere dentro de una de las tantas preespecialidades que se ofrecen en la FES Aragón. No obstante, la capacidad directiva e innovadora se desarrollará más al complementarse la licenciatura con el “Área Emprendedora,” dado que el alumno podrá vivir la experiencia de estar inmiscuido en la práctica y, a la vez, practicar lo aprendido en la carrera.

Lo anterior, qué mejor bajo la supervisión de un empresario, mismo que guiará al instruido por un camino distinto: “El de la vida profesional independiente.”

Ahora bien, ya se ha expuesto y argumentado la propuesta para la difusión de la cultura empresarial, mas: ¿dónde queda la aplicación de la teoría de la Mundialización?

En seguida, se proseguirá a describir cómo se puede aplicar la teoría mencionada a la propuesta; los efectos que podría tener en la sociedad mexicana; cómo podría ayudar a la inserción de México en el Mundo; y el nuevo papel que tendría el internacionalista al transformarse en Empresario-Emprendedor.

Volviendo a hacer mención de la definición de la teoría de la Mundialización que plantea el Dr. Edmundo Hernández Vela, la cual dice:

¹⁴⁸ Ídem.

“Evolución de procesos sociales, patrones, modelos ideológicos, políticos, sociales, económicos, religiosos... de las diferentes naciones del mundo, cuyo fin último es la constitución de una sociedad internacional.”¹⁴⁹

Dados los niveles de pobreza en México presentados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), los cuales aducen a un incremento de la pobreza entre el periodo de 2008-2010 principalmente en:¹⁵⁰

Cuadro II. Niveles de Pobreza en México 2008-2010

Entidad Federativa	Porcentaje de los habitantes en pobreza
Chiapas	78.4%
Guanajuato	48.5%
Guerrero	67.4%
Oaxaca	67.2%
Veracruz	58.3%

Fuente: CONEVAL.

Los datos expuestos, muestran claramente un retroceso en el proceso evolutivo que marca la teoría abordada; y si a esto se agrega que del atraso económico se desglosan: el social, porque la población al no encontrar fuentes lícitas de riqueza puede incurrir en actos ilícitos; ideológicos, políticos y religiosos, ya que la falta de recursos puede ser una base idónea para la proliferación de corrientes radicales o populistas.

Como se ha visto, el rezago económico conlleva una reacción en cadena en otros ámbitos. Dado lo anterior, que con la materia de Oportunidades de Negocios se pretende promover que las oportunidades se encuentran principalmente en aquellas regiones marginadas o alejadas del centro de la República Mexicana por

¹⁴⁹ Hernández-Vela Salgado, Edmundo. *Enciclopedia de Relaciones Internacionales*. Editorial. Porrúa, México, 7° edición, 2009, en prensa.

¹⁵⁰ Rosas, Tania. “Los pobres sólo disminuyeron en cuatro estados.” *EL ECONOMISTA*. Lunes 1 de agosto del 2011. p. 45.

lo que el alumno debe ver como posibilidad ejercer en éstas. Por ejemplo, agro-negocios enfocados a la exportación.

A su vez, con Finanzas Personales y Matemáticas Financieras, el estudiante podría asesorar, en su momento a personas inmersas en la pobreza de forma que éstas hicieren uso adecuado de sus recursos económicos, así como de las herramientas financieras disponibles en el mercado.

Con las asignaturas anteriores, el estudiante se daría cuenta que además de tener la posibilidad de ejercer la carrera y emprender negocios que pueden ser muy redituables; también, puede colaborar a que la vida de las personas que habitan en regiones pobres sea más digna. Esto, al proporcionarles empleo por medio de la compañía que el alumno establezca.

A fin de reforzar el espíritu humanístico y la inclusión de las distintas zonas del país en el desarrollo, en Psicología de la Negociación, además de lo descrito de la materia, se le enseñaría al instruido a buscar una relación ganar-ganar durante las negociaciones, así como en qué casos se aplica la de ganar-perder. Asimismo, Matemáticas Financieras fortalecería su labor como asesor.

Con dicha formación, al insertarse en algún estado de la República e iniciar una empresa, el egresado debe estar consciente que sus conocimientos deben ser aplicados de tal forma que se respeten los usos y costumbres de los habitantes y, además, que éstos se vayan integrando paulatinamente en el proceso de mundialización donde los beneficios se dan gracias al proceso de enriquecimiento y cooperación entre las distintas culturas en una sociedad mundial.¹⁵¹

Tal integración, se hará posible porque el estudiante no sólo se convertirá en empresario-emprendedor, sino también en instructor al capacitar a sus trabajadores con los conocimientos aprendidos en Paquetería Aplicada a la

¹⁵¹ Mundialización y Multiculturalismo, en <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/espinal/espinalpdf/Espiral18/242-253.pdf> (Pág. consultada el 5/III/2010).

Empresa: Word, PowerPoint, Publisher, Access y Outlook, Finanzas Aplicadas en Excel y Diseño de Páginas Web y Marketing Aplicado a las Redes Sociales.

De la misma manera, una vez establecida y fortalecida la empresa, el estudiante podría impartir talleres sobre manejo de paquetería básica (Word, PowerPoint, Publisher, Access, Outlook, Excel, Internet Explorer) a la comunidad que se encuentre en torno a la compañía a fin de que la población se integre al uso de las nuevas tecnologías y conozca otras culturas.

Lo anterior se reforzaría gracias al amplio campo de conocimientos que el egresado obtuvo durante la carrera de Relaciones Internacionales. Sumado a lo visto, se unen Contabilidad Básica Aplicada a la Empresa y Principios Fundamentales de Marketing donde el alumno adquiere los conocimientos básicos que le permiten operar la parte económica de la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

A su paso por el Área Emprendedora, el estudiante se encontrará con Elaboración y Revisión de Contratos Internacionales con los que donde además de revisar las cuestiones básicas relativas a los compromisos, ya dichas antes, su panorama de lo que representa el mundo: se abrirá más, puesto que ningún pueblo puede avanzar solo: o trabajar con otros o quedarse atrás.¹⁵²

Aclarando lo de arriba, al poseer una empresa, siempre se va requerir de un proveedor, distribuidor, etc. Otra de las materias fundamentales es Derecho Mercantil donde se le mostrará al alumno la aplicabilidad de impuestos, así como su deducción pero además que las obras en beneficio de los trabajadores y la sociedad pueden ser deducibles de impuestos.

Finalmente, Taller de Emprendimiento lleva a materializar al alumno el sueño de emprender su propia empresa. Lo cual conlleva a su propia autorrealización y, a su vez, conforme la compañía vaya creciendo y fortaleciéndose: al establecimiento

¹⁵² Ídem.

de una ética que será esparcida a los miembros de la empresa y a la comunidad que la rodee.

Es así que la mundialización, puede aplicarse al Área Emprendedora la cual está enfocada a motivar y propiciar el surgimiento de empresarios-emprendedores con ética que puedan alcanzar sus objetivos y, en la consecución de éstos, beneficiar a la sociedad impulsándola y motivándola a crecer, desarrollarse e integrarse.

Conclusiones

En resumen, se expusieron aspectos, tales como: las acciones emprendidas tanto por el gobierno chino como el mexicano, dedicadas a promover la cultura empresarial; asimismo, se abordó el papel que han tenido los empresarios, haciendo hincapié en las bases de dichas culturas; y por último, se planteó una propuesta para la inclusión de un espacio dedicado al desarrollo emprendedor en la FES Aragón.

Los objetivos del primer capítulo fueron alcanzados, puesto que se logró apreciar el proceso evolutivo chino que va desde su fundación hasta la actualidad donde China no sólo se ha acoplado al capitalismo, si no que ha innovado al adaptar éste a sus necesidades y cultura, así como aplicarse a los cambios prevalecientes en ella y el mundo a lo largo de los últimos sesenta años.

Igualmente, se observó, en el periodo que va desde Lázaro Cárdenas hasta la actualidad, como el proceso de cambio en México ha sido cíclico, predominando intereses particulares de los gobernantes o un escenario económico desalentador, los cuales han mermado la creación de mecanismos que guíen al país por la senda del desarrollo de una cultura empresarial y un desarrollo emprendedor.

Asimismo, en cierta etapa de la historia china y mexicana se encontraron algunas coincidencias entre los modelos de desarrollo, tales como: la implantación de la sustitución de importaciones o el proteccionismo a los mercados internos. De la misma forma, se vio un cambio paulatino y planeado en el caso de las políticas chinas destinadas a la empresa; mientras el mexicano, es lento por una falta de consenso entre los legisladores o rápido ante los intereses políticos.

En el apartado designado: La Cultura Empresarial de los Estados Unidos Mexicanos y la República Popular China, se discernió cómo en el quehacer de la vida diaria china, han prevalecido un conjunto de conceptos milenarios como el guanxi, mianzi, junt su, kaihui, etc., mismos que permiten comprender el por qué del éxito chino.

Respecto a los mexicanos, también se consiguieron encontrar algunos rasgos que merman su potencial para emprender y desarrollar compañías exitosas, por mencionar algunos: la posposición de actividades, la falta de unidad... No obstante, a diferencia de China, no existe una guía clara que aluda de dónde surgen tales posturas.

Habiendo analizado las características de los chinos y de los mexicanos, se llegó a la inferencia de que es imposible trasplantar o adaptar la mentalidad de los primeros a los segundos, porque: 1) los orígenes de la china son milenarios; 2) las actitudes del mexicano carecen de un punto de partida definido, puesto que es una mezcla de diversas culturas o de la admiración a otras naciones.

Expuesto lo anterior, se puede decir que el comportamiento de la mayoría de los mexicanos se debe principalmente a la falta de disciplina y a la indefinición de un Proyecto de Vida que sea capaz de motivarlos en pro de un desarrollo personal y, a la vez, de exigir a las autoridades la elaboración e implantación de medidas encaminadas a facilitar la labor emprendedora y empresarial.

De suceder lo descrito arriba, se crearían nuevas empresas y por tanto nuevas fuentes de empleo con lo cual se colaboraría a paliar problemas, tales como: la inseguridad, el desempleo, la educación y la salud. Este último ya que se incrementaría el número de personas afiliadas al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Debido a lo descrito, se lograron alcanzar los objetivos del segundo capítulo. Aunado a esto, es preciso mencionar que muchos de los aspectos aludidos a la cultura empresarial mexicana pueden parecer de la vida diaria de muchos mexicanos; y efectivamente así lo es, dado que estos “vicios” trascienden a las empresas y si a esto agregamos que más del 90% son pymes, el presente estudio tendría aun mayor relevancia.

El objetivo planteado para la última parte del estudio se logró gracias al planteamiento de la inclusión de un “Área Emprendedora” donde se consideraron

una gama de asignaturas que van dirigidas a la adquisición y aplicación de conocimientos financieros, fiscales y de marketing; al desarrollo de habilidades de negociación y de visión de negocios; al manejo y dominio de la paquetería office, y; finalmente, al establecimiento de la propia empresa.

Durante la elaboración del protocolo de investigación, se planteó el objetivo de formular un plan dirigido a las empresas mexicanas; no obstante, dado al escenario visto en el primer capítulo, en el cual se vio la oscilante actuación del gobierno mexicano entre medidas socialistas y capitalistas, así como el exagerado proteccionismo, el endeudamiento excesivo, y la prevalencia de intereses particulares.

Todos los aspectos mencionados en el párrafo anterior, coadyuvan a mermar el papel principal que podrían representar las autoridades mexicanas como difusores y facilitadores de los mecanismos y reformas encaminadas a allanar la senda al establecimiento de nuevas empresas. Siendo éstas importantísimas para los problemas que aquejan la realidad actual de México.

El contexto presente involucra aspectos, como: la pobreza, el desempleo, la desigualdad económica y la inseguridad. Asimismo, en el penúltimo apartado se expuso y analizó el comportamiento de la mayoría de los mexicanos en el devenir de los negocios.

La bibliografía abordada respecto a la conducta de la mayoría de los empresarios mexicanos marca a ésta como de informal, impuntual e irresponsable. Más aún, también resalta aspectos como las relaciones interpersonales en los negocios. A pesar de esto, en las más de las compañías mexicanas prevalecen las debilidades anteriores.

Debido a las menciones anteriores, referentes al gobierno y a la empresa mexicana, se optó por enfocar la propuesta a la UNAM, tomando como punto de partida la implantación del proyecto en la carrera de Relaciones Internacionales impartida en la Facultad de Estudios Superiores Aragón.

La creación del “Área Emprendedora” va más allá de establecer una empresa, dado que implica mostrar al alumno la vasta cantidad de oportunidades que ofrece nuestro país para emprender y establecer una empresa, por ejemplos: servicios de consultoría; comercializadoras de productos provenientes de diversas regiones, países, así como de productos mexicanos en otras latitudes.

También se incluyen, dentro de la gama de oportunidades, agencias de viajes enfocadas al ecoturismo, al turismo rural, cultural, de aventura, etc. Todo un sinfín de opciones que han sido desaprovechadas, ya sea porque las micro y pequeñas empresas no saben cómo, así como no tienen los conocimientos y la habilidad negociadora para hacerlo.

Sumado a lo anterior, o porque no hay quién ofrezca los servicios para comercializar los productos o los términos idóneos para las MiPyMEs, e igualmente existen escasas agencias de viajes especializadas en turismo asiático o europeo capaces de incrementar el número de paseantes extranjeros en México y así posicionarlo como uno de los principales destinos mundiales.

Dentro de este “mar” de posibilidades, el internacionalista “nadaría” fácilmente ya que sus amplios conocimientos sobre la historia asiática, estadounidense, europea, latinoamericana e incluso africana sumada a la formación del Área Emprendedora le permitirían establecer estrategias para negociar y llevar o traer servicios o personas de otros lares a México o de México a otros puntos.

A lo que hay que agregar, la posesión de tal formación le permitiría saber y comprender las diferencias entre muchas de las culturas del mundo, dándole esto la capacidad del tacto y la prudencia para tratar con personas de diversas partes del planeta y, a la vez, ofrecerles un excelente producto o servicio acorde con su cultura.

Igualmente, la impartición de las asignaturas que componen dicha propuesta por empresarios exitosos asegura la inmersión del alumno en un ámbito totalmente distinto, en el cual escuchará de viva voz las carencias y dificultades con las que

se inicia una compañía y, a la vez, como el empeño, la constancia, la tenacidad y la conciencia son las mejores herramientas para lograr ese sueño: “tener su propia empresa.”

De la misma forma, otra fortaleza es que el estudiante contará con el respaldo y consejos de los empresarios al realizar las prácticas correspondientes a cada materia. Esto le permitirá equivocarse y aprender en un contexto que se puede considerar como de “pruebas” lo cual en un futuro le permitiría tener la base para tomar determinadas decisiones dentro de su propia empresa.

Muchos de los hombres de negocios iniciaron su propia aventura con carencias de información financiera, así como de recursos económicos por lo que la participación de BBVA en el proyecto puede ser punto de referencia para otorgar financiamiento a los planes de negocio de los alumnos.

Ante las fortalezas, de la misma forma, se observan debilidades. Por ejemplo, lo óptimo sería que el conjunto de asignaturas que componen el Área Emprendedora se incrustaren en el plan de estudios de la carrera de RRH; a pesar de ello, dadas las reglas para tener derecho a esta formación, sumadas a la limitante del número de alumnos que debieren tener los grupos, podrían ser motivo de controversia.

Empero, el Área Emprendedora podría ser considerada como una formación alterna dentro del plan de estudios de la carrera de Relaciones Internacionales, a saber que los alumnos que desearan cursarlo tendrían que firmar una carta compromiso donde se comprometiere a acatar las reglas, así como a dedicar el tiempo y espacio necesarios para concluirlo.

Igualmente, dados los inconvenientes que podría tener la impartición del área con “los derechos del estudiante,” dentro de la carta compromiso se incluirían cláusulas donde se le informaría al alumno que algunas normativas sobre sus derechos no aplicarían dentro del diplomado, como muestra de conformidad el estudiante firmaría la carta compromiso.

Cabe aclarar que el diplomado sería gratuito, puesto que muchos empresarios estarían honrados de recibir una invitación para dar una materia en la UNAM. Asimismo, surge la cuestión sobre qué ganarían éstos al vincularse con nuestra universidad y si recibirían un pago o, en su defecto, los directivos que impartiesen las ponencias.

Los empresarios exitosos siempre están pensando en expandir sus inversiones y en explorar nuevas áreas que para ellos, más que una ganancia, son retos, ya que esto es lo que le da sentido a su vida. Al estar colaborando con la Universidad en el “Área emprendedora,” los hombres de negocios pueden descubrir proyectos que sean de su interés y donde estén dispuestos a invertir por un porcentaje de la nueva empresa.

Es decir, el alumno aportaría la parte creativa y laboral a través del plan de negocios, y el empresario la parte capitalista que le faltaría al estudiante. Por ejemplo, un universitario llega a la etapa final de la formación; el empresario evalúa su proyecto, le interesa, acto seguido, le ofrece el capital y la asesoría necesarios para crear la empresa por el 50% del negocio.¹⁵³

Otra forma en que se podrían ver beneficiados los empresarios, para las empresas una parte que resulta muy costosa es la referente al reclutamiento de personal, mediante el “Área Emprendedora” y el contacto directo con los estudiantes el empresario podría reclutar personal a un costo significativamente bajo.

A lo anterior habría que agregar la imagen social que ganarían las empresas participantes, al formar parte de la propuesta expuesta. También, podría representar una buena forma de obtener publicidad gratuita a través de la cobertura que le lleguen a dar los medios de comunicación.

La parte referente a los idiomas también puede acarrear dificultades con respecto al CELE; no obstante, se debe considerar que existe un precedente en la

¹⁵³ Ejemplos cercanos llevados a la práctica pueden observarse en el programa Dragon’s Den producido por la BBC en Londres, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

desvinculación de la carrera de RRH con éste, la cual es la inclusión del idioma inglés dentro del plan de estudios de la misma. Donde habría que considerar un gasto que podrían tener que cubrir los estudiantes es en el caso de la certificación TOEFL o IELTS.

Empero, tratándose de alumnos de excelencia la mayoría debería contar con becas. En dado caso, se buscaría la forma en que las embajadas financien la mitad de la certificación y los estudiantes la otra parte. Una vez más surge la pregunta: ¿Qué ganan las embajadas? Los alumnos podrían prestar un servicio social de acuerdo a los rubros en que estén enfocadas las representaciones diplomáticas.

Respecto al idioma chino, sería cuestión de llegar a un acuerdo con el Instituto Confucio. El logro del pacto no debería representar ninguna dificultad, ya que el instituto pertenece a la UNAM por lo que el estudiante pagaría la mitad del costo o dado que la política exterior china es muy activa en cuanto a la difusión de su cultura y valores se podría recurrir a la embajada y a cambio del apoyo se podría facilitar el acceso a alumnos chinos a la FES Aragón para que cursen la carrera.

Lo anterior, no sólo pondría al estudiante en contacto directo con la cultura china, si no que abriría un marco nuevo de posibilidades, dado que al venir estudiantes chinos a estudiar RRH en la FES Aragón se le daría a la carrera una dimensión internacional y podría empezarse una relación directa con universidades chinas.

Igualmente, debe recalcar que la inclusión del “Área Emprendedora” en la formación de los internacionalistas no pretende convertir a la carrera de RRH en una de Negocios Internacionales, si no que lo que se busca es que el alumno tenga la formación básica para crear una empresa y que en este proceso formativo sea guiado por los que están inmersos en el mundo empresarial.

La gama de posibilidades que ofrece una compañía no se limita a las áreas mencionadas, como el turismo, los agro-negocios, el comercio, etc., incluso podría pensarse en la conformación de un despacho que asesore a dependencias

gubernamentales en la toma de decisiones, esto dependerá del plan que el alumno tenga en mente.

Otro ramo que puede ser motivo de una cuota es el uso de equipo de cómputo de Fundación UNAM. Igualmente, se podría buscar el apoyo de los municipios o delegaciones donde los estudiantes residan para que les regalen una computadora portátil. Ejemplo de esto, es el municipio de Ecatepec de Morelos que año con año regala estos equipos a los estudiantes de nivel superior que cuentan con la excelencia académica.

Si los gobiernos locales proporcionaren tal apoyo, prácticamente no se incurriría en tal cuota. Al implementar tal acción, las autoridades locales incrementarían su imagen pública positiva, misma que se convertiría en un beneficio directo en elecciones políticas.

Por otra parte, si ni el gobierno ni la mayoría de las empresas toman la batuta en la difusión de una cultura empresarial, es indispensable que las universidades lleven más allá su labor formadora y transformadora, enseñando no sólo a los alumnos la diversa gama de conocimientos que componen la variedad de disciplinas, sino mostrándoles la aplicación de éstos a los negocios.

De tal forma que sean los futuros egresados los que se conviertan en los agentes de cambio que impulsen la inserción futura de México en el desarrollo, creando nuevos empleos y contribuyendo a mejorar el entorno, así como a posicionar a nuestro país como una de las futuras potencias mundiales.

Bibliografía

- Ambler, Tim and Witzel, Morgen. *Doing Business in China*. 2nd Edition. Edit. Routledge Curzon, London, 2004. pp. 222.
- Anguiano, Eugenio. *China Contemporánea: La Construcción de un País*. Editorial. Colegio México, México, DF, 2001. pp. 453.
- Botton Beja, Flora. *Historia Mínima de China*. Editorial. Colegio México. México, DF, 2010. pp. 356.
- Brake, Terence, et al. *Doing Business Internationally: The Guide to Cross-Cultural success*. Edit. Irwin, United States of America, 1992. pp. 225.
- Cornejo Bustamante, Romer. *China. Radiografía de una Potencia en Ascenso*. Editorial Colegio México, México, DF, 2008. pp. 650.
- Delgado de Cantu., Gloria M. *Historia de México 2: Estado Moderno y Crisis en el México del Siglo XX*. 3^o edición. Editorial. Addison Wesley Longman, México, 1996. pp. 566.
- Delgado de Cantu., Gloria M. *México: Estructuras político, económica y social*. 3^o edición. Editorial. Prentice Hall, México, 2009. pp. 356.
- Glenn, Reed. *How to do Business in Mexico*. Edit. University of Texas, United States of America, 1997. pp. 199.
- H. Becker, Thomas. *Doing Business in the New Latin American: A Guide to Cultures, Practices and Opportunities*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. pp. 280.
- Hernández-Vela Salgado, Edmundo. *Enciclopedia de Relaciones Internacionales*. Editorial. Porrúa, México, 7^o edición, 2009, en prensa.
- Ibarra Valdés, David. *Los Primeros Pasos al Mundo Empresarial: Una Guía para Emprendedores*. Editorial. Limusa, México, DF. pp. 362.
- Leppert, Paul. *Doing Business with Mexico*. Edit. Jain, United States of America, 1995. pp. 136.
- Paz, Octavio. *Colección Popular 471: El Laberinto de la Soledad; Postdata; Vuelta al Laberinto de la Soledad*. 3^o Edición, 3^o reimpresión. Editorial. Fondo de Cultura Económica, México, DF, 2004. pp. 351.

- Shulgouski, Anatoli. *México en la Encrucijada de su Historia*. Editorial. Ediciones de Cultura Popular, México, DF, 1980. pp. 517.
- Timothy, Anna, et al. *Historia de México*. Segunda Edición. Editorial. Critica, España, 2003. pp. 436.
- Zinzius, Birgit. *Doing Business in the New China*. Edit. Praeger, United States of America, 2004. pp. 237.

Hemerografía

- Guanajuato. EL ECONOMISTA. Alonso, Ricardo. Octubre del 2011. pp. 15.
- Latinoamérica, salvavidas para empresas españolas. Agencia AFP. EL ECONOMISTA. Miércoles 26 de octubre del 2011. pp. 45.
- Los pobres sólo disminuyeron en cuatro estados. Rosas, Tania. EL ECONOMISTA. Lunes 1 de agosto del 2011. pp. 45.
- Zona Euro aportará más recursos para protección. Agencias. EL ECONOMISTA. Jueves 27 de octubre del 2011. pp. 48.

Mesografía

- Alianza para el Campo, en <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/are-agro.html> (Pág. consultada el 15/V/2011).
- BBVA Bancomer, en <http://www.adelantecontufuturo.com.mx/conocenos.aspx> (Pág. consultada el 2/VIII/2011).
- El siglo de China: entrevista con Ramón Tamames, IberChina, en http://www.iberchina.org/index.php?Itemid=34&id=224&option=com_content&task=view (Pág. Consultada el 18/VIII/2011).
- El Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea fue negociado durante el mandato del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León.
- Entrepreneurship and China: History of Policy Reforms and Institutional Development, Stanford, en <http://www.stanford.edu/~cee/Papers/Entrepreneurship%20and%20China-7-10-09.pdf> (Pág. Consultada el 18/VIII/2011).

- Estudia Chino Mandarín en el Instituto Confucio, en <http://chinadesdemexico.blogspot.com/2010/11/estudia-chino-mandarín-en-el-instituto.html> (Pág. consultada el 18/VIII/2011).
- Fideicomiso del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (FINAFIM), <http://microcreditos.fox.presidencia.gob.mx/> (Pág. consultada el 15/V/2011).
- Informes Presidenciales: Ernesto Zedillo Ponce de León, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-18.pdf> (Pág. consultada el 15/V/2011).
- Informes Presidenciales: Vicente Fox Quesada, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-19.pdf>. (Pág. consultada el 15/V/2011).
- Informes Presidenciales: Vicente Fox Quesada, en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/re/RE-ISS-09-06-19.pdf> (Págs. consultadas el 15/V/2011).
- Ingeniería inversa 21, en <http://www.ingenieriainversa21.com/site/servicios/ingenieriainversa.htm> (Pág. consultada el 2/XI/11).
- Licenciatura en Administración, en http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/2/mate_fin.pdf (Pág. consultada el 3/VIII/2011).
- Licenciatura en Relaciones Internacionales, FES Aragón, en http://www.aragon.unam.mx/oferta_educativa/licenciaturas/rel_inter/rel_inter.html (Pág. consultada el 4/VIII/2011).
- México en cifras, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx> (Pág. consultada el 12/V/2011).
- México, en http://ddp-ext.worldbank.org/ext/ddpreports/ViewSharedReport?&CF=&REPORT_ID=13609&REQUEST_TYPE=VIEWADVANCED&HF=N&DIMENSIONS=25 (Pág. consultada el 12/V/2011).

- Mundialización y Multiculturalismo, en <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/espiral/espiralpdf/Espiral18/242-253.pdf> (Pág. consultada el 5/III/2010).
- Pyme empresario, Tarjeta IPN-Bancomer fortalecerá MiPyMES politécnicas, en <http://www.pymempresario.com/2011/05/tarjeta-ipn-bancomer-fortalecera-mipymes-politecnicas/> (Pág. consultada el 2/VIII/2011).
- Ramírez Hernández, Fernando. La Política de Competencia y el proceso de regulación en México, 1993 – 1999, en <http://www.eumed.net/libros/2007b/281/70.htm> (Pág. consultada el 15/V/2011).
- Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC, en http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. Consultada el 1/V/2011).
- Salvador Chamorro, Ana I. El proceso de la Reforma Económica de China y su adhesión a la OMC. En http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia07/07_257_284.pdf (Pág. Consultada el 1/V/2011).
- UK Trade and Investment, China Business Guide Third Edition, en http://ols.cbcc.org/downloads/China_Business_Guide%202010.pdf (Pág. consultada el 30/I/2011).
- UK Trade and Investment, China Business Guide Third Edition, en http://ols.cbcc.org/downloads/China_Business_Guide%202010.pdf (Pág. consultada el 30/I/2011).
- Welcome to the “Bric 'n' Mitsk”, en <http://www.guardian.co.uk/business/blog/2011/jan/17/mitsk-economies> (Pág. consultada el 12/V/2011).
- WiFi móvil en infinitum en la UNAM, en <http://www.unam.mx/infinitum/beneficios.html> (Pág. consultada el 3/VIII/2011).

Anexos

Anexo I: La Fábula de los Cangrejos Estadounidenses, Japoneses y Mexicanos

Un mexicano fue al mercado de mariscos, pasó a un primer puesto y el encargado le enseñó unos cangrejos dentro de una canasta bastante alta, la cual estaba tapada con una tabla, el mexicano le preguntó: "¿Por qué están tapados con una tabla?" ¡Ah!, -dijo el vendedor- es que son cangrejos estadounidenses, y si no los tapo, pues empieza uno a escalar hasta que por esfuerzo propio salta de la canasta y se escapa, y así sucesivamente.

Luego, el mexicano se fue al siguiente puesto, ahí estaba una canasta mucho más alta y tapada con una tabla y dos ladrillos. Como resultado de la misma pregunta el vendedor dijo: "Son cangrejos japoneses y cuando uno se quiere escapar, empieza a apoyarse en los demás, y éstos van empujándolo hacia arriba apoyados en otros y así sucesivamente, de tal manera que se forma una pirámide hasta el borde, y entonces el cangrejo se escapa.

Oh!, que bien -pensó el mexicano y se fue al último puesto-, ahí estaba una canasta de cangrejos con un pequeño borde y destapada. Y esta por qué está tan desprotegida, ¿no le da miedo que se le vayan a escapar? –preguntó al vendedor– No, no hay problema -dijo éste- son cangrejos mexicanos, cuando uno está tratando de sobresalir, entre todos se encargan de jalarlo...

Anexo II: Asignaturas del Área Emprendedora (Parte I)

Asignatura	Impartida por la Empresa	Dada durante el periodo	Criterios de Evaluación
Oportunidades de Negocios			
Finanzas Personales			
Inglés en los Negocios I			
Lenguaje Chino en los negocios I			
Psicología de la Negociación			
Matemáticas Financieras			
Inglés en los Negocios II			
Lenguaje Chino en los negocios II			
Contabilidad Básica Aplicada a la Empresa			
Principios Fundamentales de Marketing			
Inglés en los Negocios III			
Lenguaje Chino en los negocios III			

Fuente: Tabla elaborada por el autor del presente estudio.

Anexo II: Asignaturas del Área Emprendedora (Parte II)

Asignatura	Impartida por la Empresa	Dada durante el periodo	Criterios de Evaluación
Paquetería Aplicada a la Empresa: Word, PowerPoint, Publisher, Access y Outlook			
Finanzas Aplicadas a Excel			
Diseño de Páginas Web y Marketing Aplicado a las Redes Sociales			
Inglés en los Negocios IV			
Lenguaje Chino en los negocios IV			
Elaboración y Revisión de Contratos Internacionales			
Derecho Mercantil			
Inglés en los Negocios IV			
Lenguaje Chino en los negocios V			
Proyectos de Inversión y Plan de Negocios			
Taller de Emprendimiento			
Inglés en los Negocios VI			
Lenguaje Chino en los Negocios VI			

Fuente: Tabla elaborada por el autor del presente estudio.