

OPINIÓN DE NEGOCIOS



PULSO ECONÓMICO
JONATHAN HEATH

Agustín Carstens

La semana pasada, el Presidente de la República anunció que propondrá a Agustín Carstens para un periodo más de seis años como Gobernador de la Junta de Gobierno del Banco de México. Una vez ratificada la designación por el Senado de la República, Carstens ejercerá el puesto del 1 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2022. El nombramiento no fue sorpresa, ya que desde hace más de un año se perfilaba como el favorito. Los resultados que ha logrado en su primer periodo y su prestigio internacional lo hacían el candidato ideal para la comunidad financiera, tanto nacional como internacional.

En la página del Banco se puede leer los puestos y distinciones que ha obtenido a lo largo de su primer periodo. Desde 2010 es miembro del Grupo Director del Consejo de Estabilidad Financiera. En enero de 2011, el Consejo de Administración del Banco de Pagos Internacionales lo eligió como nuevo integrante. De abril de 2013 a marzo de 2015 presidió el Comité Permanente de Evaluación de Vulnerabilidades del Consejo de Estabilidad Financiera (FSB), encargado de monitorear y evaluar las vulnerabilidades que pudiesen afectar al sistema financiero global y proponer acciones pertinentes. A partir de julio de 2013 preside el Comité Económico Consultivo y la Reunión de la Economía Mundial del Banco de Pagos Internacionales, que llevan a cabo tareas de coordinación y cooperación entre bancos centrales en pro de la estabilidad monetaria y financiera global. Fue nombrado por la revista The Banker como Banquero Central de 2012 y por la revista Euromoney como Banquero Central de 2013. Finalmente, a principios de este año fue elegido por los miembros del

Agustín Carstens [...] aspira al puesto de Christine Lagarde al frente del FMI. Para lograrlo, necesita los recursos y posicionamiento que implica el Banco de México”.

Comité Monetario y Financiero Internacional, el órgano rector de las políticas del Fondo Monetario Internacional, como Presidente del Comité para un periodo de tres años.

En los primeros cinco años como Gobernador logró que la inflación mantuviera un promedio anual de 3.9 por ciento, ligeramente por debajo del techo del intervalo fijado por la Junta de Gobierno como aceptable. Sin embargo, no fue hasta este año que se acercó al objetivo puntual de 3 por ciento. En agosto, la inflación llegó a un mínimo histórico de 2.59 por ciento anual y ha permanecido por debajo de 3 por ciento por cuatro meses consecutivos. En los primeros ocho meses de 2015, la inflación lleva un promedio de 3.34 por ciento y es muy posible que termine en diciembre justo en su objetivo.

Con tanto reconocimiento y buenos resultados, era difícil pensar que el Presidente hubiera escogido a otra persona. Sin embargo, se sabía que no había muy buena química entre él y el Secretario de Hacienda. Era el típico choque entre dos personalidades muy fuertes y

una batalla de arrogancia. Por lo mismo, en los primeros años de este sexenio se pensaba que la SHCP buscaría cambiar poco a poco los integrantes de la Junta. Pero la primera señal a lo contrario vino con la ratificación por un periodo más de Roberto del Cueto el año pasado. Finalmente, ante la volatilidad financiera internacional, la depreciación acelerada de la moneda y la caída en la confianza empresarial de este año, su reelección era el camino deseado.

Diffícilmente podríamos encontrar un candidato más calificado en el País. Su padrino, Miguel Mancera Aguayo, lo cultivó y se aseguró de que tuviera la educación y experiencia apropiada. Cuando regresó de estudiar su doctorado en la Universidad de Chicago y se incorporó al Banco en el área de cambios, Mancera se ocupó de que tuviera una carrera meteórica en una institución caracterizada por ser conservadora. En sus primeros 20 años que estuvo allí, pasó por prácticamente todos los puestos claves y acumuló experiencia en todos los niveles y áreas, por lo que su conocimiento del Instituto y del manejo de la política monetaria era completo. Para terminar de prepararse para el puesto de Gobernador, pasó por la Subsecretaría y Secretaría de Hacienda y finalmente en el FMI como Subdirector Gerente.

Agustín Carstens es una persona ambiciosa, por lo que aspira al puesto de Christine Lagarde al frente del FMI. Para lograr llegar a la cima de ese organismo, necesita los recursos y posicionamiento que implica el Banco de México. Pero si no lo logra, su edad de 57 años lo deja listo para un tercer periodo a partir de 2023. El peligro que esto representa es que el Gobernador del Banco Central tiene demasiado poder y no está sujeto a chequeos y balances suficientes. Su puesto le permite hacer lo que él quiera y disponer de los recursos que desea. En momentos, parece tener más poder y campo de acción que el Secretario de Hacienda.

Sígale en Twitter en @jonathanheath54 y en la página www.jonathanheath.net



TELECOM Y SOCIEDAD
CLARA LUZ ÁLVAREZ

Publicidad: retos a discusión

Excepto por grupos corporativos que están integrados verticalmente como Televisa y TV Azteca, los productores de contenidos audiovisuales en México enfrentan una elevada incertidumbre por la dificultad de acceder tanto a financiamiento como a ventanas de difusión de sus programas. Agréguese también que los productores deben atender una diversidad de públicos y de plataformas tecnológicas. Por su parte, los publicistas y las agencias de publicidad no sólo deben ser creativos, sino también innovadores. La publicidad en medios electrónicos tiene un abanico de manifestaciones, desde los tradicionales cortes comerciales hasta las inserciones digitales. ¿Cuál es el punto de equilibrio entre la creatividad y la necesidad de financiamiento para la producción de contenidos audiovisuales y el respeto debido a los derechos de las audiencias?

Corte comercial. Los medios transparentes expresamente informan que inicia el corte para publicidad y otros pretenden camuflar cual si fuera el programa principal (p. ej., Información que Cura de Lolita Ayala). En la Unión Europea se permite sólo una interrupción para anuncios en noticieros y películas en TV de al menos 30 minutos, al igual que en programas para audiencias infantiles. ¿Se cumple eso en México? No.

Product placement. Es un tipo de publicidad que se incorpora en la trama del programa. Recuérdese Forrest Gump y sus tenis Nike, o la serie El Crucero del Amor con la línea Princess Cruise. Este tipo de publicidad en la UE está prohibida como regla general y únicamente se permite si reúne ciertos requisitos: que no quebrante la independencia editorial; que no promueva la adquisición del producto ni que se haga referencia destacada a este; que se informe claramente a la audiencia del product placement; que no se realice en noticieros ni en programas para audiencias infantiles. En EU han sancionado a radiodifusores que vulneraron su independencia editorial y desinformaron a la audiencia (payola), al omitir informar sobre el pago por difundir un programa/material y quién pagó por ello.

El debate en torno al product placement continúa: ¿en qué programas debe prohibirse? ¿Sólo debe exhibirse el producto o los personajes pueden hablar sobre él? Si el productor quiere reflejar la realidad, ¿por qué prohibirse aun cuando se exhiban marcas? ¿Debería tratarse igual el product placement a cambio de una contra-

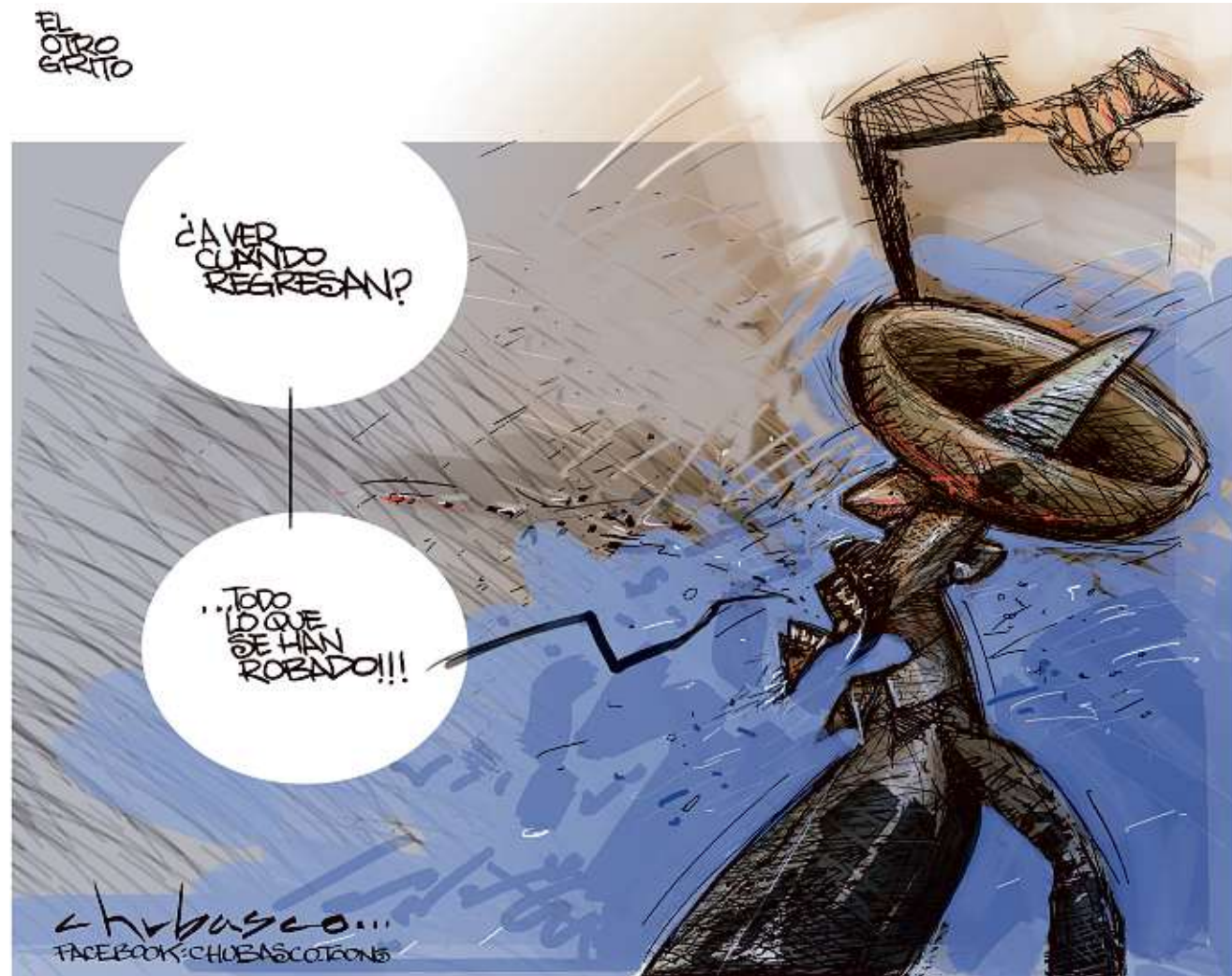
prestación versus uno gratuito? En el caso mexicano, con una elevada concentración en TV abierta, ¿debe haber reglas específicas para el product placement de productos/servicios de los concesionarios que —por incluirse dentro de los programas— estarían recibiendo beneficios que otros competidores no tienen? Por ejemplo, si en la telenovela de TV Azteca siempre sale Elektra o Banco Azteca, ¿puede distorsionarse el mercado al tener acceso a publicidad en términos preferentes?

Integración de producto. La diferencia con el product placement es que en la integración de producto, este se incorpora como parte esencial de la trama y esta gira en torno a la visión que se pretende dar del producto. ¿Es legítima la integración de producto o en qué caso no lo será?

Inserciones digitales. La era digital permite que un programa o un partido de fútbol pueda tener distintos tipos de anuncios mediante inserciones digitales. Así, los espectadores de un partido de fútbol en el estadio ven una publicidad distinta de la que ven los televidentes. ¿Es distorsión de la realidad o una práctica publicitaria legítima? ¿Cómo debe calcularse este tipo de publicidad contra el límite máximo permitido por la Constitución y la ley? En películas, las inserciones digitales permitirían que una caja de cereal tenga diferentes marcas según el país y el mercado al que se dirige. Independientemente de las posibles objeciones a nivel de derecho de autor por mutilación de la obra original, ¿debe o no haber regulación al respecto?

En México, la Constitución reconoce el derecho de las audiencias y el derecho a la información, al tiempo que exige un equilibrio entre publicidad y programación. La ley señala límites máximos de tiempo de publicidad y también reconoce el derecho de los radiodifusores de comercializar espacios dentro de la programación, sin dar más referencia en cuanto a su regulación. Por tanto, el Instituto Federal de Telecomunicaciones debiera adoptar las mejores prácticas que exigen informar a la audiencia, no quebrantar la independencia editorial y prohibirla en noticieros y programas para audiencias infantiles. Además, debiera señalar claramente que esa publicidad debe contarse contra el límite máximo y establecer las reglas para productos y servicios de los grupos corporativos de los concesionarios de radio y TV.

claraluzalvarez@gmail.com
@claraluzalvarez
claraluzalvarez.org



En esta columna hemos destacado en varias ocasiones los recientes trabajos de Dani Rodrik y el libro de Piketty sobre el capitalismo del siglo 21. El relativamente reciente libro de Daron Acemoglu y James A. Robinson, “Why Nations Fail” es, sin embargo, mucho más relevante para América Latina, con análisis y reflexiones explícitas para México. Aunque tal vez por esta misma razón ha recibido por el momento mínima atención en México.

El documento parte de que los contrastes entre los países no se debe a las diferencias geográficas, culturales o incluso económicas, sino a los sistemas políticos y a sus respectivas instituciones. Según Acemoglu y Robinson las raíces del descontento popular —de Egipto a México— son la pobreza y la desigualdad; los autores analizan a Nogales en Arizona y en Sonora, la cultura maya y sus múltiples ciudades desde 500 ac y durante más de un milenio, así como las comunidades Lele y Bushong en el Congo, entre muchas otras. ¿A qué se deben las dramáticas diferencias en el nivel de vida entre las diversas comunidades?

Para los autores la respuesta no se encuentra en diferencias de estrategias económicas —por ejemplo, la implementación de diversas formas de mercado o de propiedad privada—, sino en la decisión social y política de las varias instituciones y particularmente de sus élites: mientras que en Nogales, Arizona, y en Estados Unidos en gene-

¿QUO VADIS?
ENRIQUE DUSSEL PETERS

México: instituciones, instituciones e instituciones

ral las instituciones sociales y políticas debieron enfrentarse constantemente a monitoreo, elecciones y reelecciones; en México, la socioeconomía —y la privatización de empresas paraestatales, particularmente el enriquecimiento de Carlos Slim— permitió un eterno e ilimitado proceso de enriquecimiento —y pobreza— y de distribución inequitativa.

Para Acemoglu y Robinson las élites de las sociedades pobres, en México específicamente, toman decisiones conscientes a su favor y que generan pobreza y un empeoramiento en la distribución del ingreso; del monopolio público de Telmex al monopolio privado propiedad de Carlos Slim sólo empeoró la distribución del ingreso y la sustentabilidad socioeconómica de México.

Los autores parten de que existen en los países **instituciones extracti-**

vas —con base en la explotación de los recursos naturales y sociales, sin mayor distribución del ingreso— e inclusivas —que permiten un proceso de innovación social y tecnológico en el largo plazo con base en la mejoría de condiciones de equidad social, política y económica— que reflejan senderos de desarrollo diametralmente opuestos. Bajo instituciones extractivas, los países no sólo no crecen, sino que no generan un proceso de crecimiento y desarrollo sustentable: pueden cambiar de propiedad y hasta permitir un temporal proceso de crecimiento de la productividad y económico, pero siguen siendo monopolios e impiden un proceso redistributivo, de equidad social y política, y según los autores, efectivo desarrollo de incentivos a la innovación y el cambio tecnológico. **Estas instituciones extractivas perpetúan incentivos perversos gene-**

“...¿tienen la socioeconomía y las élites mexicanas la capacidad de un efectivo proceso de generar “instituciones inclusivas” para redistribuir el ingreso [...], y en contra de la generalizada corrupción?”

ralizados: “sufrimos de corrupción, opresión y mala educación. Vivimos en medio de un sistema corrupto sin cambio”, citan a El Shami, estudiante egipcio en la reciente “primavera política” de la región en 2011.

Estas “instituciones extractivas”, además, generan constante inestabilidad política y el colapso de las respectivas sociedades y estados, resultado de revoluciones y reformas en las que diversas personas y clases buscan convertirse en estos “extractores”: este tipo de sociedades pueden generar cierto nivel de prosperidad, pero exclusivamente para una pequeña élite.

Las implicaciones son masivas para el México de 2015 y su futuro. Las actuales reformas —hacendarias, energéticas, educativas y finan-

cias, entre otras— debieran considerar una efectiva redistribución en el largo plazo, no es suficiente que la inversión cambie de propiedad (Pemex-privada/extranjera); **tampoco es suficiente crear instituciones como la Secretaría de la Función Pública (SFP) que no generen desincentivos a la corrupción a todos los niveles; la partidocracia desinteresada en la problemática de la pobreza y la distribución del ingreso refleja un sistema político y una élite perversa desinteresada en la problemática nacional.** Las grandes empresas nacionales, como Bimbo, Gruma, Grupo Carso y Televisa, entre otras, tampoco tienen mayores incentivos a la innovación y al cambio tecnológico ante su “preponderancia” y monopolio; **su preponderancia se cimienta en relaciones políticas, históricas y/o actuales.**

El análisis refleja una enorme reflexión y es explosivamente propositivo: ¿tienen la socioeconomía y las élites mexicanas la capacidad de un efectivo proceso de generar “instituciones inclusivas” para efectivamente redistribuir el ingreso y generar instituciones que incentiven el cambio tecnológico y las innovaciones, y en contra de la generalizada corrupción? **Poco pareciera indicar en ese sentido...**

Profesor del Posgrado en Economía y Coordinador del Centro de Estudios China-México de la UNAM
http://dusselpeters.com