

Resumen autobiográfico

Tratare a través de este ensayo ser lo más descriptivo posible en las experiencias que voy a narrar respecto a mi trabajo en el mercado internacional. En un principio tuve la grandísima oportunidad de trabajar con dos grandes empresas cerveceras (Cervecería Modelo S.A, y Cervecería Cuauhtemoc S.A), Como primera instancia, de 1960 a 1965 estuve laborando con el Grupo Modelo (Corona) bajo el mando y entrenamiento del Sr. Nemesio Diez en la ciudad de México, DF. Posteriormente fui enviado a manejar la Gerencia de Ventas de la Distribuidora Modelo en la ciudad de Tapachula, Chiapas. Llevé a cabo una buena labor de ventas incrementando el volumen e implementando nuevos servicios al cliente que me dio una buena imagen y desempeño en mi trabajo; mismo que posteriormente serviría como tarjeta de presentación para la invitación que me fue ofrecida en de parte del Grupo Monterrey (Cervecería Cuauhtemoc). Pero anterior a aceptar dicha invitación, en 1965 decidí emprender mi propia empresa de distribución y venta de refacciones de aviones Piper, para el sur de México y parte de Centroamérica (Guatemala y Salvador) que en ese entonces en toda la zona había un auge preponderante en el sembradío de algodón y plátano, por lo que el uso de aviones para la fumigación de los sembradíos era indispensable. Durante 5 años tuve la distribución de la cual dejé de manejar debido al riesgo tan elevado que tenía por razones de tipo militar, social, técnico y familiares. Posteriormente acepté la invitación en 1971, por parte del Grupo Monterrey. Cuando fui contratado para desempeñarme como Gerente de Agencia en Tapachula, fue por causa del conocimiento que tenía del mercado y los buenos resultados que había cosechado con el Grupo Modelo, lo cual reconfirmé con Cuauhtemoc en los 8 años que estuve en la ciudad de Tapachula, ganando dos campeonatos de ventas nacionales y al mismo tiempo comercializando producto a Guatemala y Salvador. Dadas estas circunstancias me valieron para el ascenso de mi puesto al Gerencia de Ventas Internacionales (Exportaciones) en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Este ascenso fue concedido por por parte del Lic. Manuel Rubiralta Díaz, Director de Ventas y Mercadotecnia en el ámbito nacional del Grupo Monterrey, el cual se impresionó con mi experiencia y éxito que había tenido en el mercado de Centroamérica así como mis antecedentes académicos y manejo de idiomas, herramienta esencial en los mercados internacionales.

Ya como responsable de la Gerencia de Exportaciones comencé por abrir mercados en el área del Caribe, Puerto Rico e Islas, en Centroamérica ya oficialmente la apertura de los mercados en Guatemala, Salvador, Honduras, y también abriendo otros mercados fuera de Latinoamérica como Canadá, Japón, España, etc., además del segmentación de los Estados Unidos, todo esto en un principio con el apoyo y asesoramiento del consultor Dale Epen, ejecutivo muy experimentado en el área internacional por haber sido Gerente de Exportaciones durante quince años de la Cía. Cervecera Schlitz, en ese entonces la número uno en ventas en los USA

Toda esta experiencia me dio la capacidad de conocer y tener la visión internacional para hacer análisis de países tomando en cuenta que para una buena planeación estratégica es necesario analizar todas las adversidades e aspectos incontrolables como son el medio ambiente político, legal, cultural, económico, etc., que te da gran experiencia por continuidad del trato que tienes que manejar con autoridades de

diferentes niveles, así como iniciativa privada para poder tener éxito en los mercados en los que incursionar.

Toda esta experiencia obtenida durante los últimos 15 años en Cervecería Cuauhtemoc me sirvió como base para la invitación que el CP. David Noel Ramírez me hizo(1989), director de DACS(Dirección de Administración y Ciencias Sociales) en el ITESM, para que empezara a laborar como Profesor de la Materia de Mercadotecnia Internacional, por el amplio conocimiento y experiencia adquirida en los mercados internacionales.

A principios de los noventa, me ofrecieron el puesto de Director de Departamento de Negocios Internacionales, que apoyaba la carrera de Comercio Internacional, y que en ese entonces tenía una gran demanda llegando a ser la número uno en la división DACS (División en Administración y Ciencias Sociales), llegando a tener hasta casi 1500 alumnos en la carrera, en aquel entonces.

Posteriormente y después de 6 años en la Dirección del Departamento de Negocios Internacionales, fui nombrado Director Asociado de la División DACS, para apoyar principalmente al Director de dicha división CP Gerardo Luján en el área de crecimiento internacional dándome la oportunidad de relacionarme con diferentes universidades y asociaciones internacionales de apoyo como la Academy of World Business Marketing and Management Development, entre varias.

Este puesto me dio la oportunidad de llevar a cabo acuerdos de intercambio de profesores y alumnos para las diferentes carreras de la DACS, teniendo como marco de referencia el concepto de internacionalización que las universidades deberían de manejar en puertas de lo que se esperaba para el siglo XXI.

En los noventa con el en torno económico cambiante, estaba supeditados a un nuevo enfoque y tendencia de apertura de fronteras competitividad global, el concepto de calidad muy marcado y la presión y demanda de las sociedades a los gobiernos para exigir la calidad vía certificaciones que les diera la confianza y seguridad de adquirir productos y servicios confiables a precio internacional que de alguna manera satisficieran a los consumidores internacionales.

Retomando las experiencias laborales en el orden de la internacionalización, y viendo las necesidades de la DACS, entonces se planeo el cómo llevar a cabo la certificación con organismos internacionales.

Durante este proceso como director asociado de la DACS también fui responsable en la división como representante de la misma ante el organismo AACSB (American Association Collegiate School of Business) organismo acreditador reconocido internacionalmente para certificar Instituciones de Educación Superior en los Estados Unidos y ya para mitades de los noventa con el nuevo enfoque de apertura global, comienza también el mecanismo de acreditación de Universidades fuera de Estados Unidos con la misma rigidez y estilo pero ajustándose y adaptándose a los nuevos entornos internacionales que en un principio eran desconocidos para el organismo acreditador (AACSB).

Dentro de las experiencias y relaciones que tuve a nivel global con diferentes universidades en intercambios con profesores tanto en investigaciones conjuntas y elaboración y publicación en Journals Internacionales arbitrados que nos dan el

prestigio e imagen requeridos por los estándares de organismos internacionales. Además se realizaron presentaciones de ensayos en Simposiums y Congresos Internacionales en diferentes continentes y Universidades podemos citar en Bangkok, Tailandia en la universidad de Chulalong Horng, en el continente Australiano en la Universidad de Quinsland, en la ciudad de Brisbane, así como también en el Goldcost, en el congreso de la Academy of World Business Marketing and Management Development, en Sudamérica con la Universidad Católica Pontificia de Chile, en la Universidad de Valencia y Caracas en Venezuela, entre otras. En el caso del continente Europeo; en España en la Universidad Pontificia de Madrid, en Baveno, Italia, en la Universidad de Danubio en Austria, en Heidelberg, Alemania, entre otras.

En todos estos lugares tuvimos la oportunidad de intercambiar profesores, envío de estudiantes, intercambio y revisión de planes de estudio que cubrieran los requisitos exigidos por este organismo internacional, para llevar a cabo la acreditación de las materias requeridas por las diferentes universidades con el objeto de poder acreditar los cursos tomados ya sean semestrales o en el lapso de verano.

A continuación trataremos brevemente de puntualizar algunas características específicas que nos fueron recomendadas en el caso de nuestra división DACS para estandarizar y cubrir los deficiencias que en una primera visita pudieron ser detectadas y que posteriormente se implementaron y establecieron para cubrir los estándares requeridos:

- Desarrollar estándares de publicación más altos para los profesores.
- Involucrar a más profesores de tiempo completo, principalmente, en DACS.
- Incrementar los estándares de las credenciales académicas que actualmente se basan en los estándares de SACS.
- Revisar los procesos de admisión (DACs) y, de ser necesario, establecer un estándar más alto.
- Invertir en la promoción de más casos de negocios de México.
- Desarrollar un sentimiento más fuerte de comunidad con los estudiantes y profesores de tiempo parcial.
- Mejorar posiciones académicas de la facultad para aspirar a puestos más elevados.
- La AACSB espera se apoye a elevar y mejorar el estándar de publicaciones con el objetivo de mejorar las relaciones en la comunidad académica a un nivel profesional.
- Motivación para que los estudiantes de la DACS estén al tanto en biblioteca de todo tipo de revistas, journals, periódicos para que estén vigentes de lo que acontece en el mundo de los negocios.

Para esto, se llevó a cabo un Plan de Seguimiento:

Este plan está basado en el compromiso de la Escuela de Negocios del Campus Monterrey (EGADE y DACS) por mantener una alta calidad y un historial de mejora continua en forma permanente en su operación.

Planteamiento General

- Identificar responsables de suministrar información en los diferentes departamentos del Campus.
- Campaña de Información y Concientización (Profesores y Alumnos).
- Informes semestrales a la AACSB sobre Recomendaciones y Fortalezas.
- Crear un “Web-Page” de AACSB-Campus Monterrey.

Composición y Desarrollo de la Facultad

- Involucrar a más profesores de tiempo completo principalmente en DACS.
 - Dirección de Desarrollo Académico
 - Claustros
 - Departamentos Académico
 - Directores de Programa

Contribución Intelectual

- Desarrollo de Cultura de Actualización Periódica de la currícula por la Facultad.
- Actualización electrónica.
- Invertir en la promoción más casos de negocios de México.
- Fortalecer los estándares de publicación para los profesores.
- Incrementar los estándares de las credenciales académicas (las cuales hoy en día se basan en los estándares de SACS).
- Actualización de Datos de los Profesores

Claustros

Directores de Programa

Departamento Académico

Estudiantes

- Promover estándares más altos para la admisión, evaluación y obtención de grado para los estudiantes.
- Promover la asignación de un mayor número de becas a grupos minoritarios.

Directores Académicos

Departamento de Becas

Departamento de Ex-A-Tec

Departamento de Admisiones

Beneficios

- Oportunidad de realizar “benchmarking” académico y administrativo.
- Libre transferibilidad de estudiantes y profesores.
- Oportunidad de conseguir apoyos financieros directa e indirectamente.
- Formaliza nuestro compromiso hacia la mejora continua.
- Funciona, desde la perspectiva académica, como una escuela de negocios verticalmente integrada.

Los puntos anteriormente plasmados que fueron base de partida para la acreditación en 1997, nos guiaron a manejar los parámetros y recomendaciones que debíamos mantener

para seguir mejorando y cubrir las áreas de oportunidad para que en la próxima visita de Re-Acreditación se tuviesen cubiertas todos estos puntos.

A finales del año 2003, cuando el Grupo Oficial de AACSB nos vino a visitar para cerciorarse de que hubiésemos cubierto las recomendaciones dadas, se manejó en esta visita los siguientes puntos:

Re-Acreditación: AACSB

1. Desarrollo del valor de Acreditación
 - Diplomas fáciles de obtener
 - Titulados bien preparados en cualquier parte del mundo
 - Quality education in management
2. Mayor valor a la Acreditación
 - Estrictos
 - Reporte anual de información
 - Benchmarking
 - Re-Acreditación:
 - Modelos piloto
 - Reporte de Auto-evaluación
3. Añadiendo cursos en sus programas (e-business)
 - Part-time; se está haciendo un problema
 - Educación en línea
 - Rápida
 - Difícil el cumplir con esos requisitos
 - Flexible para innovar
 - A largo plazo
 - Calidad
 - High education
 - Reportes de evaluación
 - Diferencia en culturas
 - Ejemplo: Emiratos Árabes
 - Proceso continuo
 - No dejarlo para el último año
 - Una misión y proceso de cómo llevarlo a cabo
 - ¿Cómo se beneficia el estudiante de este proceso?
 - Revisiones cada año, cada dos o cinco
 - Todo depende de los resultados esperados
 - Desarrollo de los objetivos
 - Recursos apropiados para lograr la misión y visión
 - Revisar que lo que se ponga en la visión sea realista y alcanzable
 - No manejar estos aspectos vía publicidad
 - Desarrollo de la facultad
 - Proceso (reconocer lo que tenemos y planear para salir adelante)
 - No incurrir en casos donde la facultad imparta cursos en los que no está capacitada
 - Verificar qué tipo de calificación debe tener la facultad para cada disciplina

Grado en el campo que enseñe:

- experiencia
- publicaciones
- No tiene que ser un 100% experto en el área
- Retroalimentación por parte de los ex-alumnos
- ¿Qué está haciendo la tecnología en tu programa?
- ¿La está utilizando la facultad, o no saben cómo?
- ¿Cuántos estudiantes quieren hacer un MBA y no cubren los requisitos?
- ¿Tiene la facultad la contribución intelectual suficiente?
- Reporte Ejecutivo

De 100 a 175 hojas

Recomendaciones que hay que llevar a cabo

Para beneficio de la universidad

*La institución se ha mejorado como resultado de pertenecer a la AACSB

Administración de Dean´s

- Mejor tener reportes anuales de 20 a 25 páginas, que reunir uno grande cada 5 o 10 años; es más problemático.
- Identificar personas que te puedan ayudar para complementar el trabajo.
- Encontrar a la persona ideal en un gran reto
- No se puede hacer por uno mismo se necesita gente de confianza.
- PIM (Program for International Management) Europa 3 años para la observación.
- En la escuela de graduados, el presentar publicaciones. Obligatorio.
- Nada de aumentos para los profesores que no contribuyan intelectualmente. Sistema de motivación para que lo logren, poco a poco. Dinero que no exceda la inflación.

Administración de Dean´s

- En profesional la contribución intelectual no es tan dura por AACSB.
- No publicaciones, pero presentaciones locales sí.
- El tener el doctorado no te hace estar calificado por siempre
- Libro (Compartir con el Departamento Académico)
- Tener mucho cuidado hoy en día en propiedad intelectual, sobre todo en la Universidad Virtual.