

## La educación peruana ... menos no se puede.

### Contenido:

Educación peruana	1
Espíritu emprendedor (I)	2
Espíritu emprendedor (II)	2
Tipo de cambio y X (I)	3
Tipo de cambio y X (II)	3
El IEE s.a.c.	4
Microfinanzas y desarrollo	4

En la última evaluación 2008 para nombramiento de docentes en el sector público, sólo aprobó el 4,7% (el 2002 aprobó el 3,2%, en 1999 el 3,4% y 1997 el 4,2%).

Pero el problema no sólo es con los que quieren entrar sino es más complicado con lo que están “adentro”. De los 264 mil profesores de educación pública, el 2007 se capacitó a 35 mil, la prueba de salida mostró que se redujo el porcentaje de maestros incompetentes en matemáticas del 86% al 64% y en lenguaje-comunicación del 47,5% al 33,5%.

Es conocido que de todos los **factores** que inciden en el aprendizaje y la calidad de la educación que reciben los niños y jóvenes, si excluimos variables extraescolares como el origen socioeconómico de estudiantes, la **calidad de la docencia es el más influyente**. (¿Quiénes son los maestros?, BID 2002, pág 11). También se sabe que existen 2 caminos para mejorar la calidad educativa

**1.** Invertir en mejorar calificaciones de docentes utilizando para ello programas más sólidos de formación inicial o de capacitación en servicio.

**2.** Modificar los incentivos que operan en relación con los actores involucrados en el proceso de aprendizaje (especialmente los docentes mismos) para que adopten, con más frecuencia o acierto, prácticas conducentes a un aprendizaje exitoso por parte de sus alumnos.

### Modificar los incentivos

Cabe detenerse en el segundo camino, que ha sido menos explorado. Si se cambian varias de las reglas que configuran el marco en el cual se desenvuelve hoy en día la actividad docente en el Perú, se podría obtener una apreciable mejora en la calidad de la docencia y por ende en la de

aprendizajes en escuelas. Esas reglas funcionan como incentivos que dirigen la actividad de los maestros en cierta dirección, una dirección que con frecuencia no conduce a una educación de mejor calidad. Si se modifican estos incentivos, se podría estimular a los profesionales de la docencia a adoptar mejores prácticas en su trabajo diario.

### El modelo de agencia

A partir del modelo contractual o de agencia (enfoque de economía de organización), toda actividad laboral puede ser analizada como un intercambio de información y riesgo entre un ente contratante (el principal) y uno contratado (agente) para llevar a cabo tareas al servicio del principal. El **problema central de agencia** es crear un contrato laboral en el que el agente termine por contribuir eficientemente al objetivo que se buscaba con su contratación, como resultado de una mezcla de incentivos (elementos en su entorno, tales como salarios, beneficios, reconocimiento, participación en utilidades, etc.), que lo llevan a comportarse de forma compatible con el logro de los objetivos establecidos por el principal, y una cierta dosis de supervisión por parte de este.

Entre los elementos cruciales de esta relación figuran los arreglos entre agente y principal para compartir el riesgo y los flujos de información que afectan la verificación del cumplimiento del contrato. Es decir, los aspectos decisivos de la relación de agencia son:

- La manera en que se distribuyen las pérdidas en caso que relación contractual no logre el resultado esperado y,
- La información con que cuenta el ....

principal acerca de la conducta y los productos del trabajo del agente.

### “Incentivos débiles”

Desde la perspectiva de agencia, la docencia se puede caracterizar como una profesión en la que prevalecen los que se conocen como “incentivos débiles”; al mismo tiempo la supervisión, esto es, la alternativa a los incentivos, es difícil y muy costosa. Así, se trata de

**Los directores de escuela altamente profesionales y de liderazgo fuerte son muy escasos, como también lo son las comunidades educativas proactivas y capaces de exigir rendición de cuentas a sus escuelas; añadiendo que los mecanismos institucionales que harían tal influencia posible no están previstos o son muy débiles. La información pública acerca del desempeño del sistema escolar es escasa o está muy mal difundida entre el público (stakeholders)**

una profesión que enfrenta problemas nada triviales para constituir contratos eficientes. Antes de abordar algunas particularidades importantes de la docencia, es bueno insistir en esta idea, pues lleva de entrada a prevenir cualquier enfoque simplista acerca de cómo mejorar los incentivos que enfrentan los maestros en su ejercicio profesional.

### Acciones para mejorar el cuerpo docente

- Establecer mecanismos transparentes y altamente profesionales de entrada a la carrera docente.
- Mejorar la información de los estudiantes de

docencia acerca de las condiciones reales de ejercicio de la profesión en el terreno, y adecuar la formación a esas condiciones.

- Mejorar los salarios, medida esta que normalmente se ve como un reconocimiento a los maestros en ejercicio.

Por otro lado para mejorar calificaciones:

- Eliminar incentivos contraproducentes y calibrar mejor los ya existentes para que sean efectivos (incentivos y bonificaciones)

- Introducir de manera efectiva criterios de desempeño en la evaluación y el diseño de incentivos para los docentes, por dos vías

**a.** Vía programas a nivel del sistema educativo en su conjunto que operen según criterios y procedimientos transparentes y que reflejen las características contractuales de la docencia,

**b.** Vía la creación de mecanismos y prácticas a nivel del establecimiento escolar que permitan utilizar la información que allí se produce para tomar decisiones racionales en aras de mejorar el desempeño de la escuela.

Ciertamente el (gran) problema no es sólo en los niveles primario y secundario, sino también en el superior, incluso en el sector privado.

**El tratamiento de temas docentes como materia de política pública aparece como uno de retos más complejos que encara el gobierno, dada la fuerza de grupos de interés involucrados, la desconfianza acumulada a lo largo de años de descuido o soluciones inadecuadas que atentan contra una resolución transparente y concertada.**

## El espíritu emprendedor en América latina (I)

El espíritu emprendedor es esencial al ser humano y que, al igual que las semillas, su desarrollo dependerá básicamente de las características del terreno. Ello tiene que ver con las condiciones que entrega cada país para que su gente asuma una actitud emprendedora y tenga las habilidades y conocimientos necesarios para lograr sus objetivos.

### Países que destacan

Destaca, en primer lugar, **Brasil**, que posee el sistema de redes públicas y privadas de impulso a las nuevas empresas más poderoso de Latinoamérica. Un dato casi anecdótico es que existen más de 20 revistas de gran tirada especializadas en nuevos negocios. (H. Herrera y D. Brown, fundadores del Instituto para el Desarrollo Emprendedor, han fomentado la creación de nuevos negocios en Chile, Brasil, Argentina y México).

**Chile**, que aun cuando no exhibe el dinamismo de los años 90, ha aprendido la lección de dar mayor protección a los negocios emergentes. La presidenta Bachelet creó un paquete de medidas orientado al llamado *re-emprendimiento*, que entrega las condiciones para que aquellos emprendedores que se vieron afectados por algún tipo de crisis vuelvan a intentar retomar el vuelo. Un emprendedor que se atrevió y fracasó tiene un alto porcentaje de probabilidades de éxito en un segundo o tercer intento, gracias a la experiencia ganada. De hecho, Tom Peters en su libro *Re-imagina* dice que los fracasos son un capital que no se puede tirar por la borda.

En **México**, la mayor actividad emprendedora se puede sentir en el interior de las universidades, más que en el ciudadano corriente. Una gran cantidad de carreras, incluso aquellas humanistas y tradicionales como Derecho, tienen cátedras de emprendimiento. Tal vez uno de los casos más destacables sea el del Tecnológico de Monterrey, una de las universidades más importantes del continente, que ha realizado grandes inversiones para crear incubadoras para sus alumnos y para que todos sus programas de estudio se impregnen del espíritu emprendedor. Sin embargo, en general en toda Latinoamérica se está produ-

ciendo una fuerte oleada para el desarrollo del emprendimiento

### Dificultades para un emprendedor

No se podría señalar con énfasis que las grandes dificultades se encuentren en la falta de capital, poco apoyo gubernamental o cosas por el estilo. Un **verdadero emprendedor** entiende que los límites y dificultades a su capacidad de creación están justamente donde él mismo los ha puesto.

La capacidad de emprender, generalmente, está asociado a un espíritu romántico y apasionado, sanamente ambicioso e innovador, lo cual es bastante acertado. Sin embargo, eso mismo es lo que juega en contra y, paradójicamente, pone las mayores dificultades a la hora de concretar las ideas.

El efecto son las dificultades y barreras que el emprendedor siente que tiene en su camino, la causa es la poca preparación, conocimiento y desarrollo de habilidades. Se habla mucho de "Vamos que se puede", pero más importante es el "Cómo se puede".

### Saber nadar y negocios

Uno puede tener muchas ganas de nadar en el mar, pero si no sabe nadar y se mete al agua, pueden pasar dos cosas: o su instinto lo saca adelante con muchas dificultades o, sencillamente, se ahoga. Por las estadísticas, sabemos que la segunda opción es la más frecuente, no sólo entre los bañistas imprudentes, sino también, lamentablemente, en el mundo de los negocios.

### Pasos que tiene que dar un emprendedor

El primer paso es demostrar en la práctica que la **idea es viable**. Eso quiere decir que hay que crear un **prototipo** del negocio, un plan de actuación y ejecutarlo. El **modelo** de negocio se validará sólo si se producen las ventas en el volumen y la velocidad que se pronostique. Aquí, debe usarse toda la creatividad posible, pues la prueba debe ser

## El espíritu emprendedor en América latina (II)

Lo más ajustada a la realidad que se pueda. Algunos dirán: "Para mi idea de negocio no es posible crear un prototipo", eso es en realidad una excusa. Siempre hay una forma de crear un prototipo y venderlo.

### Del prototipo al modelo de negocio

En Estados Unidos, un empresario quería construir un *spa* para terapia con agua de mar. Difícilmente podría haber creado un prototipo del recinto pero sí del modelo de negocio. Por lo tanto, invirtió en maquetas virtuales y contrató un espacio en un centro comercial. Se puso como meta inscribir a 1.000 socios, pidiéndoles una cuota de incorporación simbólica. El club necesitaba 200 socios para ser rentable, sabía que si inscribía a 1.000 lo más probable es que, una vez concretado el proyecto, sólo 500 respondieran pagando las cuotas. Si no había 1.000 inscritos el empresario devolvería las cuotas a quienes hubiesen pagado. Si había sobre 1.000 inscritos era evidente que se justificaban todas las inversiones. El principio es claro: economía de recursos, economía de esfuerzos y minimización de riesgos.

### 'RE-Inventate'

En el libro **'RE-Inventate'** (Herrera y Brow) se argumenta que la creatividad es la clave del éxito. El concepto de creatividad es un

En el ejemplo de EE.UU., ¿habría valido la pena hacer todos los trámites e inversiones sólo para darse cuenta que el plan de negocios no sirve? **Cuando un modelo se valida a través de un prototipo**, los trámites, la financiación y todos los recursos que faltan serán mucho más fáciles de conseguir. Por eso, nunca se debe arriesgar lo que no se tiene sin haber probado la validez del modelo de negocio.

"método" para diseñar fórmulas que nos permitan lograr nuestros objetivos con los menores recursos, esfuerzos y riesgos posibles. Por esa razón, lo que se llama innovación es consecuencia de la creatividad, es la irrupción de una fórmula más eficiente que la que actualmente utilizamos. Así, no hay límite para reinventarse. En el citado libro se señala que todo dependerá de los propósitos que se tengan y la conciencia de las energías disponibles que se puedan utilizar.

### "Energía disponible"

El concepto de "energía disponible", que se desarrolla en el libro *La Guía del Emprendedor* de los mismos autores, es fundamental para comprender y realmente poner en práctica la creatividad. Pregúntese lo siguiente: ¿Cuánto vale 30 minutos de viento? Para muchos de nosotros, nada. Para la industria aeronáutica tendrá valor positivo si es de viento de cola y valor negativo si es de nariz.

Para la generación eléctrica, hoy también tiene un valor y, lo más probable, es que sigamos encontrando utilidades a una energía que está ahí y que sólo debemos aprender cómo canalizarla. La tesis de *Re-íntate* es "descubra las energías disponibles que operan en usted, en su organización o en su entorno y canalícelas hacia sus propósitos.". Así, ¡Podemos (y debemos) competir con el mundo !.

## Tipo de cambio real, exportaciones y competitividad (I)

En ediciones previas de "A-Z" hemos abordado el tema del tipo de cambio, aquí ampliaremos con enfoque más formal. La data del BCR sobre el tipo de cambio real (TCR) sugiere que es más adecuado **diversificar mercados** (ver recuadro).

En la misma dirección sugiere la evolución de las monedas, en donde al 18 de marzo un euro era equivalente a 1,56 dólares y un dólar era equivalente a 100 yenes. El **debilitamiento del dólar** frente al euro y al yen se debió por los crecientes temores a una recesión en Estados

Unidos tras la publicación de indicadores negativos (datos de ventas minoristas que cayeron más de lo esperado en febrero y caída en la confianza del consumidor) y el agravamiento de una crisis financiera. (ver Gráfico).

### Tipo de cambio y competitividad

La competitividad internacional de un sector productivo específico se sintetiza en la comparación entre los costos de producción de ese sector y los costos de los productores, de bienes o servicios comparables, en otros países. Así, un sector es más competitivo si tiene menores costos relativos. Dado un precio internacional del bien o servicio en cuestión, un sector más competitivo es capaz de tener mayores márgenes y rentabilidad, y/o una **mayor cuota de mercado**. Además, la rentabilidad y los márgenes relativos también se verán influidos por el precio del bien o servicio que se produce. Para un país en su conjunto, la competitividad puede también asociarse los costos de producción relativos a los de otros países, a la vez que la rentabilidad global del sector productor de bienes transables (que se comercian en los mercados internacionales)

El índice del TCR bilateral (con EE.UU.) a Feb 08 disminuyó 9,4% respecto a Feb 07. El índice de TCR multilateral (con 20 socios comerciales) disminuyó 0,9% en igual comparación. La señal clara a exportadores de Perú es **¡diversificar mercados!**

es influida tanto por su competitividad como por los precios que enfrenta.

Dado que el TCR es una **variable** altamente **endógena**, el vínculo que este indicador tiene con la competitividad no es mecánico. En particular, algunos de los elementos que determinan cambios en la competitividad, como son los cambios en la productividad relativa entre países, tienen efectos sobre el TCR. En concreto, si el país es más competitivo porque es más eficiente (digamos porque comunicaciones se tornan más económicas por avances tecnológicos o mayor competencia en ese sector) es posible que estos aumentos de productividad se traspasen, en parte, a aumentos de salarios y precios, y por lo tanto se traduzcan en caídas del TCR.

Una manera alternativa de definir **competitividad** se basa en cuan amigables son las instituciones y políticas de un país de manera de facilitar que se logre el mayor nivel de producto posible dados los recursos disponibles.

Así, la competitividad puede aumentar y, al mismo tiempo, el TCR disminuir. Como es claro, en este contexto una apreciación del TCR (como está sucediendo en el Perú) *no* implica una pérdida de competitividad, si no que es la mayor competitividad relativa la que causa la apreciación cambiaria.

En particular **se puede concluir que**, dada una cierta tecnología de producción, una apreciación reduce la competitividad de la economía y viceversa. Por el contrario, si hay ganancias de productividad a nivel agregado por cambios tecnológicos, se da un escenario en que aumentos de competitividad relativa coexisten con apreciaciones cambiarias.

## Tipo de cambio real, exportaciones y competitividad (II)

### Formalización del TCR

El índice de TCR,  $q_t$ , se construye a partir de (1), donde el numerador representa el precio (costo) en el exterior, medido como el producto entre el índice de precios externo medido en dólares,  $P_t^*$ , y el tipo de cambio nominal soles x dólar,  $e_t$ , mientras que el denominador,  $P_t$ , mide el precio (costo) interno. Ahora bien, si un sector de la economía

compite con más de un país, el índice de precios externo,  $P_t^*$ , corresponde en realidad a un promedio ponderado, con los pesos apropiados, de los índices de precios (expresados

$$(2) q_t = \frac{(P_{1,t}^*)^{w_1} (P_{2,t}^*)^{w_2} \dots (P_{n,t}^*)^{w_n} e_t}{P_t}$$

en dólares) de los países con los cuales se compite, ver fórmula (2), donde  $n$  es el número de países con los que se compite y  $w$  indica la importancia relativa de cada uno de ellos en el comercio de bienes y servicios. De esta forma un incremento de  $q_t$ , o depreciación real, muestra que los precios (costos) externos se incrementan respecto de los internos, lo que indica que la economía es relativamente más competitiva o eficiente en la producción.

Por el contrario, una **apreciación real** esta asociada con una **pérdida de competitividad relativa**. Al considerar los países relevantes en el comercio, la definición anterior corresponde a la de TCR multilateral.

### Conceptos de equilibrio para el TCR

El concepto de equilibrio en el mercado cambiario, es algo elusivo. En particular, éste puede tener diferentes interpretaciones para distintos agentes económicos y/o en distintos horizontes de tiempo. Para entender movimientos en el TCR, es necesario establecer un marco de análisis que permita ir más allá de esta definición tautológica de equilibrio. En particular, se requiere un marco de análisis que muestre cómo distintas variables afectan el comportamiento del TCR.



### El corto plazo y fundamentos.

Si como sucede, el sol se aprecia en términos nominales con respecto al dólar de EE.UU. y, al mismo tiempo, el dólar se deprecia en los mercados internacionales o el precio de las exportaciones peruanas aumenta significativamente, podría concluirse que **no hay nada peculiar** en la apreciación. La evaluación podría ser distinta si no se percibe un cambio de fundamentos que explique esa dinámica, abriéndose la posibilidad de que exista una burbuja específica en este mercado.

El análisis habitual de la dinámica de corto plazo del TC está fuertemente influido por el concepto de paridad descubierta de tasas de interés (**uncovered interest rate parity**). De acuerdo con esta, el tipo de cambio nominal entre dos monedas debería moverse según el diferencial de tasas de interés (corregidas por premios por riesgo) entre esas dos monedas de manera que fuese igualmente rentable invertir en una u otra desde una perspectiva ex ante. Si esto no ocurriera, existiría la posibilidad de arbitraje. Se requiere un trabajo fino del BCRP.



[www.iee.edu.pe](http://www.iee.edu.pe)

**Instituto de Economía y Empresa s.a.c.**  
Consultoría en negocios y desarrollo

Las Pomarrosas 329-333 Urb. el Golf - Trujillo  
Arias Aragüez 1347, Residencial Río Sur, Lima

**Telefax** : 044- 280932 – Trujillo

**Teléfono** : 01- 4259148 - Lima

**Celular** : 01- 97660791

**Correo** : [institutoeconomia@iee.edu.pe](mailto:institutoeconomia@iee.edu.pe),  
[institutoeconomia@yahoo.com](mailto:institutoeconomia@yahoo.com),  
[fhuertabenites@gmail.com](mailto:fhuertabenites@gmail.com)

Se autoriza la reproducción del material, sólo citar la fuente

## Microfinanzas y desarrollo pendiente

Reciente investigación (Financial Development and Poverty Reduction: Can There Be a Benefit Without a Cost?, Working Paper - FMI, March 2008), concluye que:

- Financial development is pro-poor, with the direct effect stronger than the effect through economic growth.

- However, financial instability hurts the poor and partially offsets the benefit of financial development.

- The McKinnon conduit effect is most likely the main channel through which the poor benefit from financial development.

Estos hallazgos relieván aún más la pertinencia del desarrollo de las **microfinanzas** (provisión de servicios financieros-préstamos, ahorro, seguros o servicios de transferencia- a hogares con bajos ingresos).

La industria de las microfinanzas ha demostrado ser rentable, por ello vemos, por ejemplo, el interés de los bancos comerciales por ingresar a esta industria.

Los bancos tienen una enorme capacidad para proveer servicios microfinancieros (hacer **downscaling**) debido a sus muchas ventajas inherentes: red de sucursales extensa, sistemas gerenciales

sólidos, base de capital amplia, acceso a fondos para préstamos, sistema de propiedad privada que fomenta una gobernabilidad responsable y una provisión de servicios eficiente, control por parte de las autoridades reguladoras y capacidad para ofrecer depósitos, préstamos y otros servicios financieros. En el Perú no les ha ido siempre bien pero están aprendiendo y seguramente les irá mejor. Hay un interesante aporte en esta dirección (Bancos comerciales en microfinanzas: Mejores prácticas y directrices para el diseño, seguimiento y evaluación de proyectos, Glenn D. Westley, BID 2007)

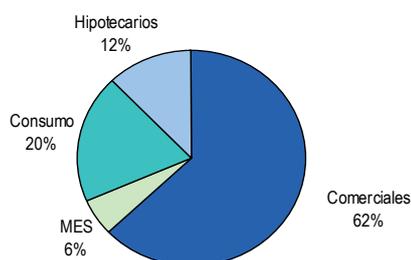
### Mercado potencial en Perú

Tal como se señaló en edición anterior (A-Z # 22, ver [www.iee.edu.pe](http://www.iee.edu.pe)), se estima que sólo un tercio de las MYPES recibe algún tipo de servicio empresarial y que sólo el 8% recibe más de dos servicios empresariales (Copeme). El mercado de microfinanzas en Perú, no obstante su crecimiento aún tiene buen potencial (habrían 2.5 millones de MYPES en Perú: 45% en sector agropecuario, 36% en comercial, 8 % en manufactura, y 11% en servicios).

### Oferta de crédito a la MES del SF

1. Al 31.01.08, la **banca múltiple** está conformada por 15 empresas, luego que en enero comenzaran a operar como empresas bancarias el Banco Ripley (antes Financiera Cordillera) y el Banco Azteca. El saldo total de créditos directos asciende a **67 901 millones** de nuevos soles (crecimiento anual de 34,4%). Los crédi-

**Estructura de los Créditos Directos**  
(A Enero de 2008)



tos a microempresas (**MES**), que explican el 6% de la cartera, alcanzaron un saldo de 3 735 millones de nuevos soles (39,2% de crecimiento anual). Ver gráfico ([www.sbs.gob.pe](http://www.sbs.gob.pe))

2. Al 31.12.07, el sistema microfinanciero (**IMFNB**) estuvo conformado por un total de 39 instituciones: 13 Cajas Municipales (CM), que agrupan un total de 12 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito y la Caja Municipal de

Tipo de Empresa	Número de empresas		
	Formales 1/	Informales 5/	Totales 6/
Microempresa	622,209 2/	1'855,075	2'477,284 7/
Pequeña empresa	25,938 3/	15,395	41,333 8/
<b>MYPE</b>	<b>648,147 4/</b>	<b>1'870,470</b>	<b>2'518,617 9/</b>

Crédito Popular de Lima, 12 Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), y 14 Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYME).

Las colocaciones directas del sistema microfinanciero se situaron en S/. **6,300 millones**, 27,7% superior a diciembre 2006. El **55,9%** de la cartera de colocaciones de las IMFNB estuvo conformada por **créditos a la microempresa**. Ver siguiente cuadro para el detalle

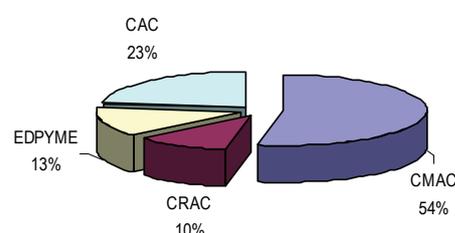
	Créditos Directos por Tipo (Millones S/.)		
	CM	CR	EDPYME
Comercial	852	103	70
MES	2,161	434	926
Consumo	1,123	245	155
Hipotecario	160	31	39
<b>Total</b>	<b>4,296</b>	<b>813</b>	<b>1,191</b>

### 3. El sistema cooperativo

En el Perú existen 164 cooperativas de ahorro y crédito-CAC (650 mil socios) asociadas a la FENACREP, con un saldo de crédito de S/. 1490 millones al 31.03.07. De este saldo el 15,5% se orientó a la MES, en marzo del 2006 la importancia de la MES fue de 19,5%.

Su importancia en las IMFNB es del 23%, como se muestra en el siguiente gráfico.

### COLOCACIONES



### 4. ONGs de crédito a la MES

COPEME integra a 17 ONGs con componente crediticio. Al 31.9.07 registraban un stock crediticio de S/.134 millones, con un crédito promedio de US\$ 450 por microempresa. Destacan Cáritas con el 28% del stock de crédito, Prisma con el 14,5% y Promujer Perú con el 13,9%. Tiene en conjunto 158 mil clientes (préstamos). Principalmente se orientan a créditos para capital de trabajo y para comercio, en modalidades individuales, solidario y bancos comunales ([www.copeme.org.pe](http://www.copeme.org.pe))

### Mayor profundización financiera

Si consideramos además a instituciones como el BN, se podría estimar que la profundización de crédito llegaría a 1,2 millones de pequeñas unidades económicas. Hay pues espacio

Para lograr su máximo potencial, la evidencia internacional sugiere que el microfinanciamiento debe dejar de ser un servicio especializado en países como el nuestro, y pasar a integrarse plenamente al núcleo del sistema financiero.

El paso más importante para ello estimamos que el gobierno fomenta (mucho más) la competencia en el sistema financiero peruano.

El sector privado tiene la capacidad, los incentivos y los recursos para crear servicios innovadores destinados a las personas de menores recursos, ellos necesitan y utilizan diversos servicios financieros, como depósitos y préstamos, por la misma razón que todo el mundo.