

CAPÍTULO IV

COMENTARIOS FINALES

Este estudio sobre la demanda de servicios de capacitación en materia de idiomas extranjeros en la ZMCM parte de un interés por conocer su funcionamiento, ya que se cree que el mercado de idiomas se ha ido incrementando. Su importancia es notable, impulsada por la apertura comercial de México que obliga a empresas y trabajadores a buscar una mayor productividad, en parte basada en la capacitación. El mercado de idiomas extranjeros no conoce la diferencia de edades, pues la demanda abarca desde niños hasta adultos. Podría pensarse que este es un mercado donde los precios son libres, pero hemos demostrado aquí que hay una competencia oligopólica, ciertamente amplia, no concentrada y con evidencia que sugiere una demanda quebrada. Los institutos oferentes de los servicios de enseñanza de idiomas dieron muestra a través de las encuestas de conocer el mercado, de contar con ciertos controles en los precios, pero aún así hay una fuerte interdependencia que determina reacciones anticipadas, dando lugar a casos de demanda quebrada. Así, es adecuado el marco analítico de la tesis, el cual está dado por la teoría del oligopolio en lo referente a las características de la demanda, considerando de manera explícita la interacción de las empresas oferentes. En este marco, es pragmático y apropiado el enfoque del modelo de Bhaskar, Machin y Reid (1991) explicado en el capítulo dos.

La encuesta no se basa en una muestra aleatoria, representativa, ya que debido a una cantidad de rechazos se optó por un muestreo dirigido. Entonces, en rigor, tenemos varios casos de estudio. Con esta restricción, no podemos generalizar; sólo aspiramos a ofrecer un avance en el conocimiento de cómo funciona el mercado del idioma inglés en la ZMCM, con una idea que quizá sea cercana a lo real. Por esto debemos de ser cautos. Con esta precaución podemos decir que esta tesis encontró que en el mercado estudiado parece ocurrir distintas funciones de demanda según la época del ciclo de los negocios. Así, en una época de crisis, aparentemente hay una demanda quebrada como lo ilustran los libros de texto, con una restricción a la alza de precios. En una época normal, no hay quiebre aparente. En cambio, en una época de auge, el quiebre es un sentido “inverso”, con una restricción a la baja de los precios. La mayoría de los institutos privados que ofrecen estos servicios saben estas diferencias por etapa del ciclo y, consecuentemente, así tienden a reaccionar o anticiparse a las reacciones de los principales rivales de distinta forma, según la época del ciclo.