

# **POSIBILIDADES DE CONFORMACIÓN DE CLUSTERS PRODUCTIVOS EN LOS SECTORES TRADICIONALES DE JALISCO**

***Jorge Antonio Mejía Rodríguez***

## **Introducción**

El modelo de Competitividad Sistémica introducido en algunos países europeos (Alemania e Inglaterra) con el fin de impulsar el desarrollo regional y local, en un contexto de globalización, desde la década los años 80s y 90s, se erige hoy en día como uno de los referentes teóricos más oportunos para dinamizar las estructuras de las economías locales y regionales de los países en desarrollo. En dicho paradigma, las diferentes dimensiones de actuación de los agentes económicos, políticos y sociales que postula, permiten reconocer las particularidades productivas locales y regionales, para impulsar su competitividad desde una perspectiva global y sistémica. Es preciso destacar que la trascendencia de este enfoque teórico metodológico brinda opciones de salida al panorama recesivo que enfrentan los sectores económicos del país, a través del fortalecimiento de cadenas productivas mediante el mecanismo de fomentar los clusters locales y regionales, con base en casos exitosos ocurridos en otras latitudes, tanto en países desarrollados como en algunos en desarrollo. Es por ello que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, promueve dichos esquemas desde los años 80s, con el fin de incentivar la productividad y la competitividad de los factores productivos en esos entornos, en particular en aquellas áreas específicas de los países en desarrollo en donde están presentes circunstancias que de un modo u otro han permitido el incipiente crecimiento de actividades productivas – manufactureras, comerciales y de servicios – a pequeña y mediana escala.

Se parte de la premisa de que si bien existe el conocimiento de este paradigma por parte de algunas de las autoridades y agentes regionales y locales de nuestro país, el desconocimiento de este enfoque por parte de la mayoría de los gobiernos estatales, orilla a descartar dichas políticas en sus programas de promoción del desarrollo y de expansión empresarial, respectivamente. Algunas de las interrogantes que se imponen al respecto serían: ¿Es pertinente promover la competitividad sistémica y los clusters como vía de desarrollo local? ¿Son viables las estrategias de colaboración y asociación empresarial a nivel regional y local? ¿Es posible conformar clusters en los sectores tradicionales de Jalisco? ¿Seguirá imperando la desconfianza interempresarial en su interrelación operativa cotidiana en las mipymes, y por ende, los bajos niveles de productividad, calidad e innovación imperantes?

La respuesta a estas interrogantes, tiene que ver con la validez del argumento, que incluso trasciende a los ámbitos locales y regionales, en el sentido de que es mejor competir en grupo que hacerlo aisladamente, así como de la impostergable necesidad de comenzar a cambiar la forma tradicional de pensar y operar de los pequeños empresarios mexicanos en general y de Jalisco, en particular. Al respecto, los hechos refieren que tal perspectiva parece haber iniciado –al menos como política de fomento local en la entidad de 1994 al 2000- sin embargo, destaca el hecho de que no se le ha dado la continuidad debida a este tipo de políticas durante la actual administración estatal, no obstante los incipientes resultados positivos obtenidos durante el sexenio previo. El presente trabajo se compone de cinco apartados: En el primero se aborda la concepción, desde una perspectiva económica, lo que se entiende por cluster; en la segunda parte, se esbozan algunas lecciones aprendidas de los clusters italianos; en la tercera, se destaca la importancia de los eslabonamientos en las

esferas regional y local; en la cuarta parte, núcleo toral del trabajo, se delinean los principales argumentos para considerar las posibilidades reales de su conformación en los sectores tradicionales de Jalisco y finalmente se arriba al apartado de las conclusiones.

### El concepto de Cluster

En términos generales, un cluster, de acuerdo a estudios económicos sobre la materia, se trata sencillamente de un conjunto de empresas de una determinada región, dedicadas a una misma rama productiva y en el que cada uno de sus integrantes agrega valor a la cadena. Es “una economía de escala con transferencia de tecnología y disponibilidad de recursos humanos calificados” según The Southern Rural Development Center, de los Estados Unidos (Expansión, 2003, 874:178). Otra definición define el cluster como “masas críticas de empresas con un inusitado éxito competitivo en algún campo particular y localizados en una nación, estado o región (Porter, 1998:2). En otras palabras, de este mismo autor, “Son grupos geográficamente cercanos de compañías, proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas en un campo particular, que están interconectados y vinculados entre sí por aspectos comunes y complementarios (Romo Murillo, D.; Abdel Musik G. 2005:206)

Cabe aclarar que el cluster se diferencia de otros agrupamientos empresariales porque su componente principal son las firmas pequeñas y medianas. En México existen docenas de conglomerados industriales (calzado, vestido, muebles, cerámica y software), aunque pocas han logrado afianzarse como una cadena articulada de producción, es decir como un verdadero cluster.

El nuevo concepto de desarrollo de las empresas de acuerdo a (Hillebran-Meyer-Stamer, 1996), se refiere a que éstas ya no compiten de una manera descentralizada y hasta aislada, si no en forma de clusters industriales, es decir, como “grupos empresariales organizados en redes de colaboración”. Algunos ejemplos de clusters exitosos en el mundo son por ejemplo: el ceramista de Castellón, España; el de telecomunicaciones en Estocolmo, Suecia; el automotriz en Estiria y los muchos desarrollados en Italia en calzado, textiles y cerámica fundamentalmente.

Alterburg y Meyer-Stamer, sostienen (1999) que los clusters se caracterizan por algunos elementos en común, entre los más importantes se mencionan los siguientes:

1. Los encadenamientos productivos hacia atrás y hacia delante
2. La existencia de un pool local de mano de obra calificada
3. El intercambio intensivo de información
4. La acción conjunta
5. Una infraestructura institucional diversificada
6. Identidad sociocultural

Ahora bien, la heterogeneidad de los clusters observados en los distintos casos empíricos registrados en el ámbito mundial, ha demostrado que estos se desarrollan de varias maneras. En un extremo se encuentran los clusters artesanales caracterizados por un bajo dinamismo y con cierta incapacidad para expandirse e innovar; en el otro extremo se encuentran los clusters más competitivos e integrados al mercado internacional con éxito. Dentro de este rango existen muchos casos con distintas características y escalas (Schmitz, 1999:1629).

Por su parte, una tipología de clusters es desarrollada por Altemburg y Meyer –Stamer, para el caso específico de América Latina. El primero se refiere a *clusters supervivientes de empresas a micro y pequeña escala*, este tipo de clusters tiene un potencial competitivo limitado y se desarrollan en condiciones macroeconómicas desfavorables, por lo que son más importantes en la creación de oportunidades de empleos. La segunda clasificación se refiere a la *masa de productores más avanzados y diferenciados*, aquí se trata de clusters más consolidados, pero que sin embargo, enfrentan fuertes retos en la creación de un ambiente de negocios que favorezca el aprendizaje, la innovación y la constante superación. El tercer tipo, son los *clusters de las corporaciones transnacionales*, estos son dominados por empresas extranjeras pero pueden ser utilizados para estimular la superación de las economías locales, a través de su integración en la cadena de valor.

En el entorno de colaboración asociativa que subsiste al interior de los conglomerados, el entorno institucional local se convierte en uno de los principales retos dentro de la política pública orientada al desarrollo de los clusters y se resume en la capacidad de transferir el concepto de cluster hacia políticas de crecimiento concretas. Para llevar a cabo esta tarea, se requiere de una comprensión tanto de la economía de los clusters como de su metodología. Para ello es necesario conocer cuáles son sus beneficios y los factores que confluyen en el proceso de constitución de un cluster, sin embargo también se reconoce que la tarea no es sencilla, ya que muchos de los elementos que los constituyen son de carácter cualitativo, y por lo tanto, difíciles de medir con las relaciones sociales o la identidad cultural con el territorio (Hernández Pérez, 2004:8). De igual modo, habría que agregar que la dinámica del desarrollo de un cluster depende en gran medida de la efectividad de cada una de las empresas involucradas, del contacto estrecho y permanente con universidades, instituciones educativas, centros de investigación y desarrollo, instituciones de información y extensión tecnológica, instituciones financieras, agencias de asesoría para la exportación, organizaciones empresariales locales y regionales y, en fin, de un red de intra e interrelaciones con las propias empresas del cluster, oficinas gubernamentales de promoción a nivel local y regional.

### Ventajas de un cluster

Si el objetivo es generar una estructura horizontal entre pymes de un mismo sector. Existe consenso en términos de que sus ventajas son cualitativas y cuantitativas. Entre las más importantes están:

- ✓ GENERA MAYOR VALOR AGREGADO
- ✓ MENOR COSTO UNITARIO DE LOS INSUMOS
- ✓ PODER DE NEGOCIACIÓN
- ✓ ESTANDARIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS
- ✓ GARANTÍA DE ABASTECIMIENTO REGULAR
- ✓ REPORTES GERENCIALES PARA UNA MEJOR GESTIÓN ADMINISTRATIVA
- ✓ MANEJO EFICIENTE DE LA INFORMACIÓN.

Así mismo, la clave de los clusters exitosos es que por lo menos comparten cuatro características esenciales:

- ✓ ESTRATEGIA COMÚN
- ✓ FLUJO DE INFORMACIÓN
- ✓ CAPACITACIÓN ACORDE A REQUERIMIENTOS

✓ ACTIVO GOBIERNO LOCAL.

Cabe mencionar que una región que en México ha logrado desarrollar estas características es León, Guanajuato, con su producción zapatera, que representa el ejemplo más consolidado del género en el país. Además, considerando que la mayoría de las pymes en nuestro país operan aisladas, entonces tienen menos oportunidades de sobrevivir. Por ello desde la perspectiva de *Roberta Rabelotti*, investigadora de la Universidad de Navona, Italia, *Los sectores artesanales, tradicionales o mecánicos tienen en los clusters la única oportunidad de competir en un entorno mundial.*

### Tipos de Clusters

Hasta hace poco tiempo no se hacía hincapié en las diferencias entre los diversos tipos de cluster y/o conglomerados. Se pensaba que todas las áreas especializadas que se caracterizaban por una importante presencia de PyMes eran similares, con las mismas ventajas y los mismos problemas. Recientemente y gracias al profundo conocimiento del fenómeno del desarrollo de las PyMes, se ha demostrado que, a pesar de los aspectos comunes, los sistemas en estas empresas son mucho más complejos y que su comprensión es parcial cuando se las agrupa bajo el concepto estandarizado de “Conglomerados de PyMes” o “Clusters”.

Existen algunas variables que explican las diferencias entre clusters de pymes: *el primer elemento es el tamaño del cluster.* En principio no existe una teoría específica que determine la dimensión mínima de los conglomerados. En Italia, podemos hallar una amplia gama de dimensiones de sistemas de pymes: Desde el Distrito de Prato, con más de 40 mil trabajadores y casi 10 mil empresas y algunos otros grandes distritos (Biela, Como, Capri, etc.). Y otros sistemas muy pequeños de pymes, con sólo varios cientos de trabajadores y menos de cien empresas (un ejemplo es el sector cerámica de Grottaglie en Puglia), pero que claramente constituyen casos de acentuada especialización sectorial local (Bianchi P. y Miller, L. 1999, 73-89).

Estos mismos autores sostienen que la dimensión del conglomerado puede depender de: La antigüedad del distrito y la extensión del mercado cubierto, la existencia de cuellos de botella en el contexto local, consistentes en obstáculos físicos, administrativos e incluso culturales para el crecimiento de la producción, recursos humanos limitados, pasividad de los empresarios y ausencia de capacidades técnicas.

*El segundo elemento de diferenciación entre los clusters es el tamaño de las empresas que forman parte de ellos y la clase de relaciones que se dan entre empresas locales.* Aquí se mencionan cinco categorías principales de sistemas productivos locales:

- ❖ Sistemas en los cuales muchas pequeñas empresas son simplemente competidores directos para el mismo producto y tienen apenas alguna, o ninguna relación recíproca, tales como los sistemas de artesanos monosectoriales o sectores con una limitada escala de producción, con rígidos ciclos productivos.
- ❖ Sistemas del mismo tipo, pero con una, o varias empresas de tamaño mediano, que emergen como líderes locales.
- ❖ Sistemas basados exclusivamente en pequeñas microempresas con intensas relaciones recíprocas de subcontratación.
- ❖ Sistemas de subcontratación localizados alrededor de uno, o de varios, grandes contratistas principales.

- ❖ Sistemas basados en compañías especializadas de tamaño mediano y articulados en negocios complementarios en nichos de mercado diferenciados.

Por su parte, *el tercer aspecto de diferenciación, lo constituyen las relaciones de las empresas externas al sistema*. Desde este punto de vista se pueden identificar tres tipos de sistemas:

- ❖ Los sistemas que dependen de empresas externas, como contratistas principales para los subcontratistas locales.
- ❖ Sistemas independientes, transformadores de materias primas locales (productos agro-alimentarios), o importadores de materias primas (textil, metalúrgicos, etc.), y que organizan el ciclo de la producción en el sistema local.
- ❖ Sistemas abiertos, capaces de activar subcontratistas externos o invertir fuera del área local, y aún en el exterior.

Como puede notarse, es evidente pues, que en la medida que se desarrollan los conglomerados éstos tienden a transitar de las dos primeras a la tercera categoría. Por ello y con base en las variables anteriores, los clusters se pueden agrupar en tres categorías principales: *Embrionarios, Consolidados y Maduros*.

Estas categorías a menudo corresponden a la antigüedad del cluster, -conglomerados embrionarios a aquellos que son más jóvenes y maduros a aquellos que son más antiguos-. Aunque éste no es siempre el caso. Un distrito a pesar de su antigüedad, puede permanecer en forma embrionaria, al ser incapaz de evolucionar hacia un distrito consolidado o maduro. O un distrito prácticamente nuevo puede alcanzar rápidamente las etapas de consolidación y madurez.

En pocas palabras, un *conglomerado embrionario* es aquel que está en su mayor parte limitado al mercado local-regional y se caracteriza por las empresas que trabajan como subcontratistas para las empresas grandes, que en ocasiones se hallan fuera del contexto local. Un *conglomerado consolidado* se considera cuando puede conquistar un mercado más amplio, incluye más empresas cada vez más especializadas y, cuando comienza a adquirir identidad como conglomerado. Mientras que, un *conglomerado maduro* se acompaña con la capacidad para innovar con éxito dentro de si mismo y con tránsito hacia mercancías que incorporen mayor valor agregado y con procesos de internacionalización.

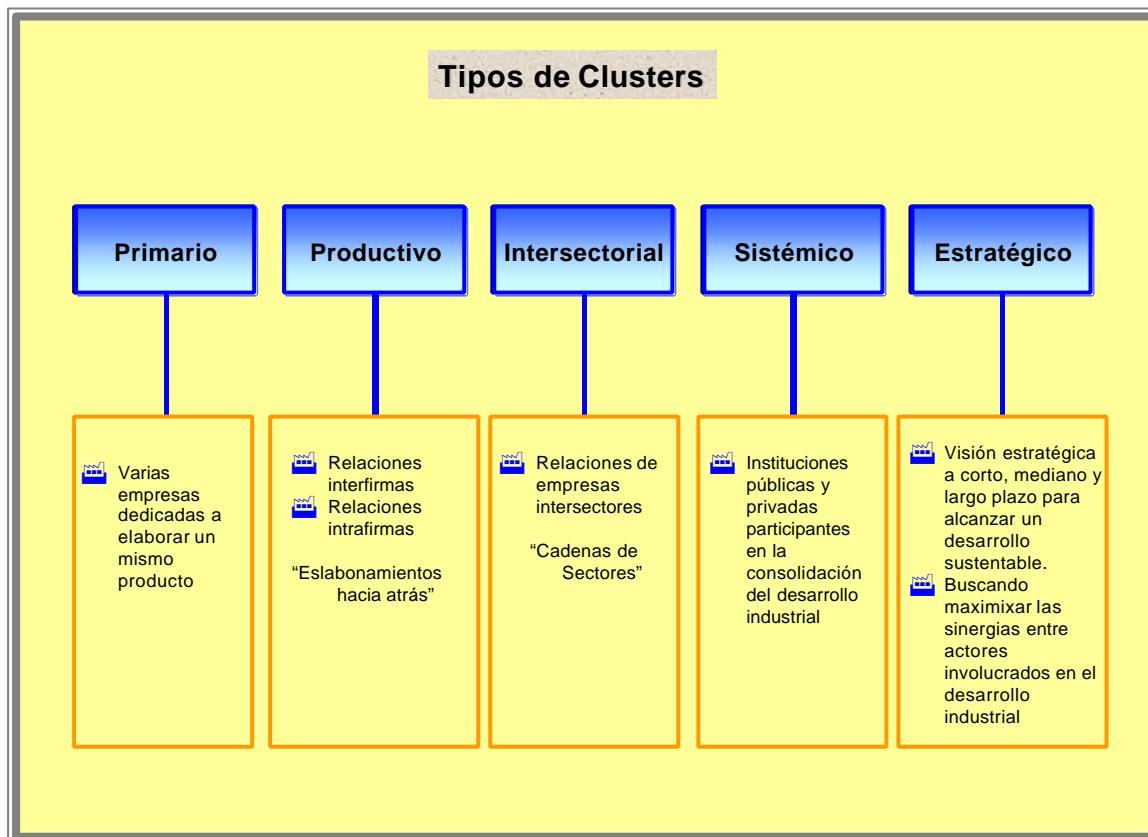
Otro elemento que se debe tener en cuenta es la localización de los sectores productivos. Los clusters de pymes se pueden situar en la periferia, o aún en comunidades rurales, otros en poblaciones de tamaño mediano, otros en el marco del aparato industrial de las ciudades medianas y grandes. Debe también considerarse que los conglomerados pueden hallarse aislados o pueden estar integrados en el marco de un conglomerado regional mayor, al cual está vinculado por afinidades tecnológicas o de mercado.

De especial importancia reviste la presencia de distritos complementarios en la misma región, ya que es un factor fundamental para la competitividad creciente, puesto que facilita la difusión de la información de los mercados y las tecnologías sobre la movilidad de recursos humanos entre las diversas actividades complementarias (no solamente entre las similares) y sobre la realización de iniciativas comunes (Bianchi, P. Miller, Lee M. 1999).

Estos autores precisan que hay que considerar que los conglomerados viven en constante evolución. En los últimos diez años los clusters maduros tendieron a incrementar el grado de concentración industrial (a menudo con fusiones y adquisiciones), con el fin de lograr una mayor calidad y de estabilizar las relaciones con los subcontratistas, para reducir el número de empresas, para diversificar e innovar productos y para abrir sus relaciones externas a nivel internacional.

Otra forma de concebir los diferentes tipos de clusters, lo muestran Jorge Carrillo y Alfredo Hualde, en su estudio sobre las peculiaridades del cluster electrónico asentado en la ciudad de Tijuana, B.C.; el cual se muestra en el cuadro N° 1.

**CUADRO Nº 1**



### Lecciones aprendidas de los Clusters Italianos

Los casos de estudio de los conglomerados italianos han sido analizados para alcanzar una idea de la diversidad de formas posibles que los conglomerados de pymes pueden asumir. El tipo de conglomerados es determinado por el ambiente local y la concentración sectorial – diferentes productos requieren diferentes procesos de producción-. También es importante observar que las relaciones en éstos distritos se pueden describir como “*Relaciones cooperativas entre empresas independientes*”.

Los casos de estudio italianos han demostrado que existen numerosos tipos de conglomerados de pymes. Sus características difieren de manera significativa, como pudo observarse en la clasificación anterior, sin embargo, existen algunos denominadores comunes en los sistemas más dinámicos de pymes, y son éstos factores en los que debe

hacerse hincapié, más allá de consideraciones políticas. Estos factores se resumen en las siguientes observaciones:

a) *El desarrollo de un conglomerado de pymes es un proceso a largo plazo.*

Este es determinado por las perspectivas positivas y las condiciones locales favorables (conocimientos técnicos, cohesión social, fuerza laboral flexible, etc.). Además se facilita por la conformación de las redes locales y de las actividades comunes que abaten las barreras de acceso y minimizan el riesgo de la inversión.

b) *La competitividad de los conglomerados es a un tiempo estática y dinámica.*

La competitividad estática hunde sus raíces en la eficiencia productiva, que puede garantizar la elaboración de diversos productos a costos relativamente bajos, gracias a la extendida presencia de subcontratistas y de proveedores de componentes. Los sistemas de pymes que más se acercan a la definición estricta de “*Distritos industriales tradicionales*”, están integrados por numerosas empresas autónomas. A pesar del hecho de que existe mucha interdependencia real en las relaciones entre empresas, encontramos relativamente escasas relaciones jerárquicas. Además las interrelaciones que existen se consideran horizontales porque se dan entre iguales –cada empresa ocupa una fase del proceso de producción sin la cual las otras firmas no podrían operar-. Es probable que entre esas empresas exista una vigorosa competencia, al tiempo de que hayamos relaciones de cooperación entre empresas ubicadas en esta fase y otras empresas ocupan sitios arriba y abajo en el proceso de producción. Es esta mezcla la que constituye un factor clave para la competitividad de los conglomerados incluso en mercados internacionales. De tal suerte que *la ventaja dinámica del conglomerado se vincula a la acumulación de conocimientos técnicos*.

c) *El control de las funciones estratégicas de negocios puede ser ejercido de muchas maneras diferentes.*

En ocasiones, una o algunas empresas principales pueden destacar con el conglomerado, ampliando el mercado para todo el sistema. En otros casos, se han creado consorcios y cooperativas de pymes también con el apoyo de las instituciones locales. En otras casos, las instituciones y las asociaciones locales no ejercen una influencia directa en funciones del negocio, pero operan como parte del sistema externo que circundan a las empresas, acrecentando economías externas y favoreciendo la cooperación entre empresas.

En algunos casos la promoción y la difusión de la innovación se realiza mediante relaciones empresariales de interacción, especialmente si existe una empresa líder o un grupo de empresas líderes. Con esto el éxito individual de una empresa líder puede resultar un poderoso estímulo para la innovación.

d) *La configuración institucional es también flexible.*

Una empresa líder se relaciona con los contextos locales y específicos y con las diferencias en la eficiencia de agentes locales. A primera vista, ésta aparecería como una debilidad, pero para aquellos conglomerados que se caracterizan por un vigoroso dinamismo endógeno, resulta más conveniente que un esquema rígido, puesto que es posible canalizar iniciativas de abajo hacia arriba con más eficiencia a través de organizaciones u organismos más dinámicos y eficientes.

## Los Clusters en la Conformación del Mercado Regional

El creciente interés por el estudio de las formas de coordinación empresarial se vincula con las lógicas industriales que animan el proceso actual de producción. Aunque el tema de la cooperación interempresarial fue ignorado durante mucho tiempo en la literatura económica, hoy cobra nueva fuerza no por ser un fenómeno nuevo, sino porque su reciente evolución

representa para quienes deciden las políticas, un renovado interés, ya que permite explicar la diversidad de la especialización y la particularidad de los productos fuera del campo económico (Casalet M. 1997).

El surgimiento de estas formas de organización reveló el papel de las regiones y las mipymes en la creación de un entorno favorable para producir, innovar y vender (a pesar de la incertidumbre que pueda existir en el país) como funciones netamente vinculadas con el mercado y casi olvidadas en un modelo anclado en la fuerza de las empresas transnacionales y en la producción masiva a gran escala.

El redescubrimiento de estas dinámicas basadas en procesos endógenos influidos por las estructuras sociales, culturales e institucionales, abrió una oportunidad a los modelos de asociación de empresas y la consolidación de sistemas eficientes de relaciones productivas. En un entorno cada vez más complejo e incierto, la capacidad de las empresas (consideradas individualmente) para captar información, evaluar las relaciones de producción en las que están insertas, interpretar la información disponible y analizar por anticipado los acontecimientos, es cada vez más insuficiente, lo que aumenta de modo considerable la incertidumbre y las dificultades para realizar una planeación estratégica (Dini M, 1996).

Por ello, las empresas al cooperar construyen un modelo de relación interno y externo indispensable para establecer el sistema de información requerido en el ámbito local. La experiencia de los distritos industriales a escala internacional y los diversos agrupamientos regionales de pymes en México (empresas incubadoras, programas de desarrollo de proveedores y parques industriales) han demostrado que *la cooperación estimula la interacción permanente entre los participantes*, con lo cual se activa el flujo de información que conduce a generar nuevas soluciones a los problemas cotidianos como nuevos.

En este sentido, las redes empresariales constituyen vínculos que ligan a los conjuntos de actores diferenciados, mediante relaciones implícitas o explícitas que van desde el simple conocimiento hasta la cooperación. De esta forma, las redes no son resultado de la voluntad de un sólo actor, sino que responden a un plan estratégico en que cada uno participa en un conjunto de interacciones con otros actores relativamente autónomos motivados por un interés propio, situación que demanda ajustes continuos y adaptaciones mutuas.

Hoy en día, una condición para que los mercados sean operativos, es que estén estructurados por redes de relaciones no exclusivamente mercantiles, producto de un aprendizaje más o menos prolongado, sino que estén ligados a las interacciones y adaptaciones mutuas entre diversas organizaciones. De esta forma, el mercado es algo más que una actividad comercial, ya que representa a una institución que se construye mediante la definición de reglas colectivas orientadas a fomentar dinámicas positivas entre los agentes individuales (Callón M; Ménard C; Bianchi P.; 1985,1990, 1997).

Con estos elementos surge entre el mercado y las empresas una multitud de nuevos vínculos y organizaciones de carácter público y privado que proveen información técnica y apoyo para la gestión y la normalización de procesos, así como productos que permiten resolver problemas que las empresas por si solas no pueden afrontar.

En México, sin duda se ha avanzado en la creación de una red de apoyos institucionales dirigidos a las pymes, pero todavía se transita por un sendero defensivo; se emprenden apoyos a la regionalización, los encadenamientos productivos y la cooperación entre las pymes, pero éstos *constituyen intentos aislados y no una red articulada*. Las limitaciones de la información y la difusión eficaz de los recursos y la escasa transparencia dificultan la consolidación de relaciones más complejas. A esto se agrega la débil vinculación entre la investigación, la formación técnica y la actividad industrial (Casalet M, 1999). Y habría que agregar que, son precisamente esos ámbitos los deben fortalecerse para impulsar este esquema hacia el grueso de la planta productiva nacional.

## Las Posibilidades de Conformación de Clusters Productivos en los sectores tradicionales de Jalisco.

Meyer Stamer, J. sostiene que la promoción de *clusters*, es apenas una de las variantes para permitir la movilización de la economía en los niveles locales y territoriales. Desde un punto de vista sistémico representa, a fin de cuentas, uno de varios modelos relacionados con la promoción económica local y territorial. En los países en vías de desarrollo representa una nueva tendencia hacia la descentralización de la promoción económica de la política tecnológica, la promoción de las pequeñas y medianas empresas y sus respectivas actividades. En muchos de los países industrializados, sin embargo, la promoción económica local ya es un hecho consumado, cuyas características, no obstante, que en los últimos tiempos se han modificado en forma considerable. Si anteriormente la promoción económica significaba en primer lugar la disponibilidad de áreas físicas, con el transcurso del tiempo su perfil se fue ampliando; hasta llegar a esta visión, que de acuerdo al autor citado puede observarse en el cuadro 2.

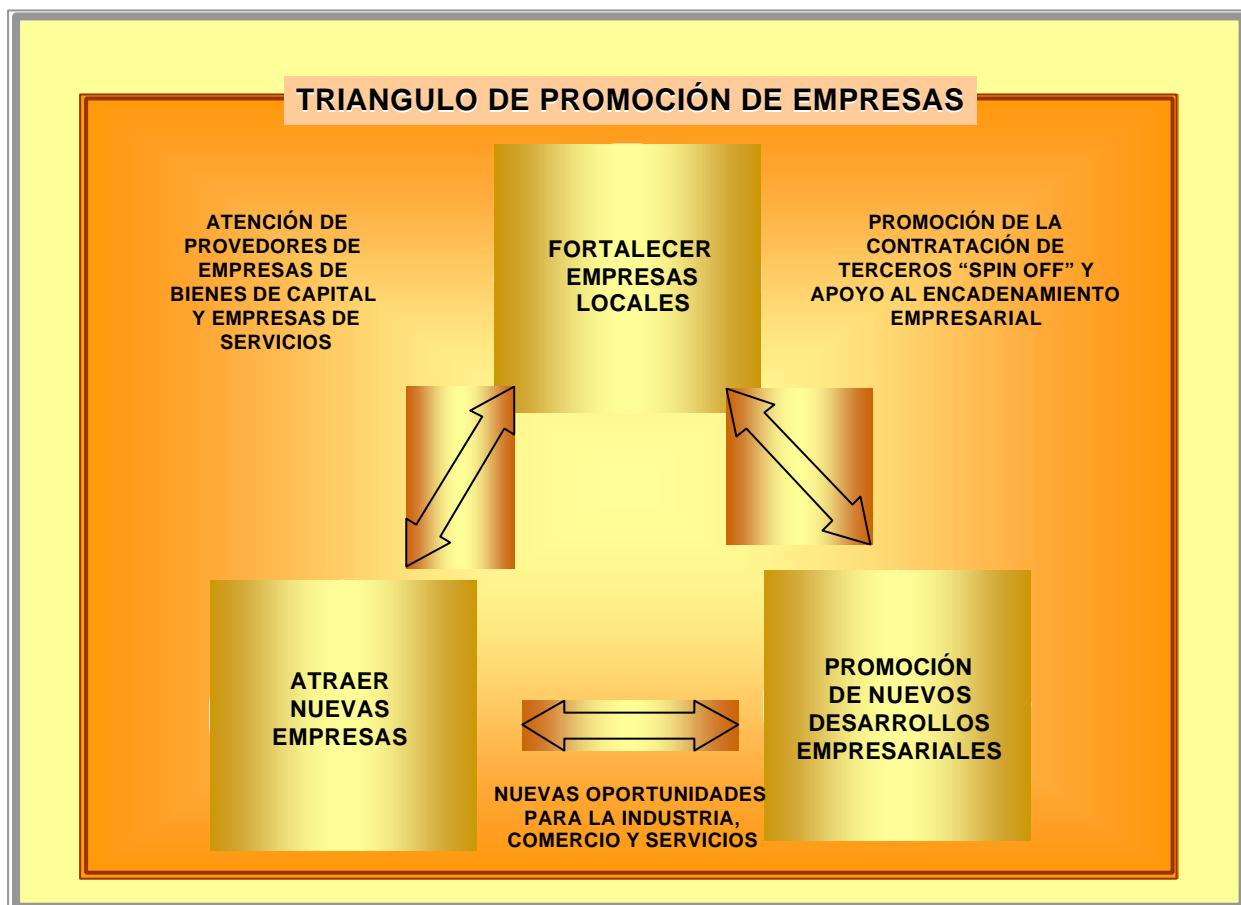
Ahora bien, en ciudades y regiones donde se práctica en particular una política de participación activa y creativa, más allá de una buena promoción económica convencional. No obstante, éste enfoque puede ampliarse a través de un modelo que podría ser descrito bajo la forma de tres triángulos según se observa en el cuadro Nº 3.

En donde el *primer triángulo* esboza los destinatarios de la promoción económica. Como se sabe, la promoción económica y la promoción de las industrias incluyen medidas directas para impulsar empresas, así como medidas indirectas para el desarrollo de instituciones de apoyo (“área meso ó intermedia”) relacionadas con las propias empresas. Por lo que resulta significativo diferenciar entre tres tipos de grupos de empresas: *las empresas residentes, los nuevos inversionistas y los nuevos empresarios*. Tal diferenciación es importante por dos motivos:

Cuadro N °2



CUADRO N° 3



En primer lugar, para cada uno de estos grupos de destinatarios existen instrumentos específicos – al lado de diversos elementos comunes -. La promoción de empresas residentes, incluye la mediación entre empresas y administración, así como todos los instrumentos que se discuten frente al tema de promoción hacia las pymes. En segundo lugar, la creencia de que la promoción económica estimula, en lugar de desalentar la instalación de nuevas empresas, no resulta siempre obvia en cualquier parte. A decir verdad, el significado relativo de los tres grupos que son objeto de la promoción varía entre las localidades y en el tiempo. Aunque cabe mencionar que no siempre se logra una correlación estrecha entre las medidas dirigidas a estos tres destinatarios: *empresas residentes, nuevos inversionistas y los nuevos empresarios*. Ello depende entonces de los objetivos específicos que persiga la política regional y local de promoción económica, pudiendo ésta orientarse hacia la instalación de nuevas empresas, que sean complementarias a las existentes, fortaleciendo así el perfil y la competencia de la región. O bien promocionando la creación de nuevos empresarios en conexión con las empresas existentes pero variando su orientación hacia la búsqueda de conglomerados.

*En el segundo y tercer triángulo se describen los factores de localización, en donde resulta muy común la diferenciación entre factores de localización objetivos y subjetivos: estos últimos se dividen a su vez en factores empresariales y personales.*

*Los factores objetivos para la localización de empresas son:*

- ❖ La localización geográfica en relación con los mercados de compra y venta.
- ❖ Los nexos con la red de transportes (carreteras, tren, transporte acuático, aéreo).
- ❖ Oferta y demanda de empleos (nivel salarial, disponibilidad de mano de obra calificada).
- ❖ Disponibilidad de terrenos
- ❖ Costos relacionados con la energía y medio ambiente.
- ❖ Trabajo y administración municipales
- ❖ Ofertas promocionales (incentivos fiscales, subsidios, etc.).

*Los factores subjetivos más importantes son:*

- ❖ El clima económico de la ciudad y, respectivamente, de la región.
- ❖ La imagen de la ciudad/región.
- ❖ Los contratos sectoriales.
- ❖ Universidades, instituciones de investigación y tecnología.
- ❖ Ambiente innovativo de la región.
- ❖ Desempeño de las asociaciones comerciales e industriales.

Así pues, los instrumentos de promoción económica se relacionan con estos factores de localización; de fortalecimiento empresarial y de promocionar nuevos desarrollos manufactureros y/o de comercio y servicios, así como atraer nuevas inversiones al conglomerado en ciernes y ya consolidado en una región.

Por otra parte, Meyer-Stamer indica que el concepto de la competitividad está presente en las masas críticas de empresas, lo cual gráficamente puede observarse en el Cuadro N° 4 que muestra el diamante de Michael Porter. A través de éste diamante, Porter realiza un resumen de sus análisis sobre las ventajas competitivas de la localización y concluye que son cuatro los factores interconectados los que determinan la competitividad. En otras palabras, lo anterior representa también una visión analítica de los factores de localización, destacando algunos de sus factores subjetivos. Como puede verse, la argumentación de Porter representa una visión desde la perspectiva de los negocios, basado en múltiples investigaciones sobre los factores determinantes de la competitividad de las empresas.

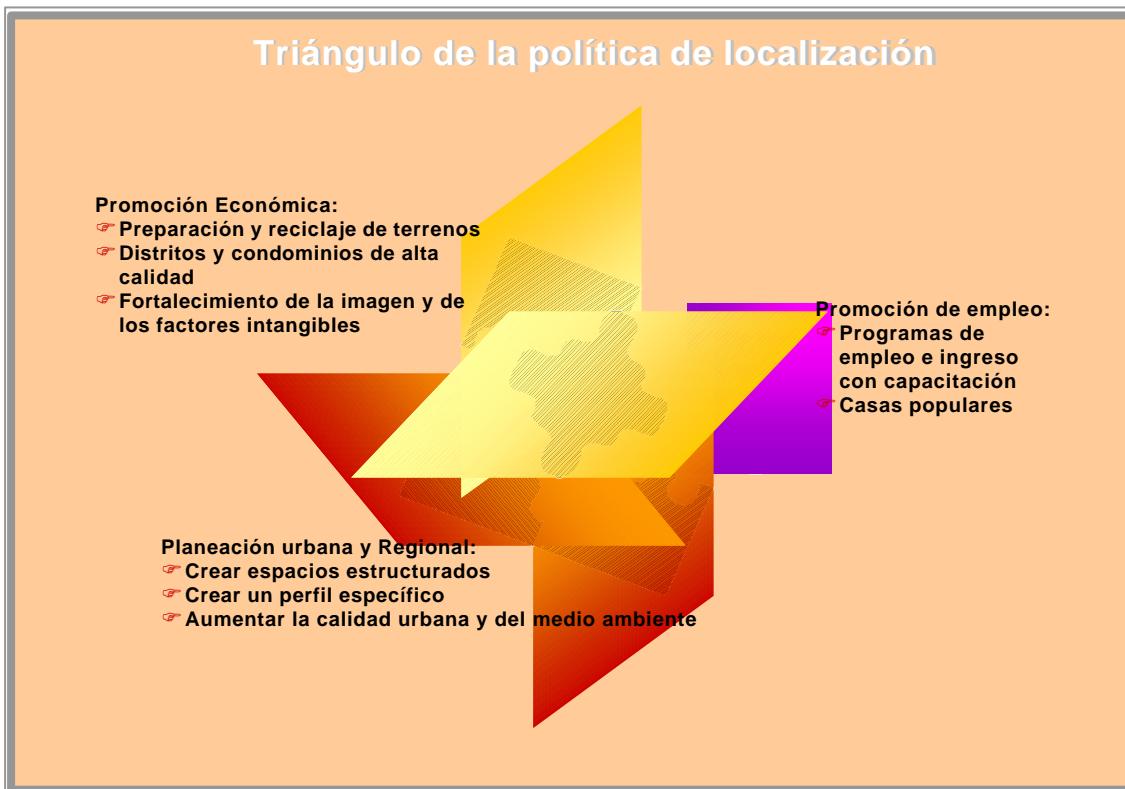
CUADRO N° 4



Por otro lado, para entender mejor la relación entre la promoción económica y las políticas de localización, Meyer-Stamer nos presenta en el Cuadro N° 5, en donde destaca las actividades que influyen en mayor medida en la promoción y configuración del desarrollo económico local y regional, abarcando algo más que la simple promoción económica. Aquí sobresalen tres áreas de trascendental importancia: La promoción del empleo y la planeación urbana y regional y el desarrollo sustentable.

Adicionalmente, en fechas recientes se observa un proceso de aproximación de interdependencias que se manifiesta en el hecho de que instituciones en dichas áreas cooperan cada vez más, se crean instrumentos complementarios, y las disciplinas científicas comienzan a tomar en cuenta los trabajos respectivos de otras disciplinas.

## CUADRO Nº 5



*La Importancia de fomentar la Cooperación Local en los sectores tradicionales.*

Es importante considerar que para la mayoría de las empresas de los países en desarrollo, los años 90's se diferenciaron de las décadas precedentes por dos factores: Actualmente la competencia es más intensa y se libra en un rango de factores más amplio. A pesar de que los precios aún son relevantes, la calidad, la rapidez y la flexibilidad en los mercados tienen ahora mayor influencia. A causa de las fuerzas combinadas de la liberalización y la globalización, la mayoría de las empresas no tienen otra alternativa que enfrentar estas presiones aisladamente o bien fusionarse, o ser absorbidas por otras firmas.

En comparación con las empresas de los países desarrollados, los productores de los países en desarrollo tienen la ventaja de contar con costos salariales más bajos, lo cual les permitió en su momento, conquistar ciertas porciones del mercado interno en los decenios previos, sobre todo en aquellos sectores intensivos en mano de obra como el textil, calzado y juguetes. Sin embargo, esa ventaja ha venido a menos en los últimos años, con el ingreso a los mercados globales de otros países con niveles salariales aún menores, como es el caso de China e India. Al mismo tiempo, aunque por parte de los compradores globales, cada vez más se insiste en obtener una mejor calidad, menores tiempos de respuesta y lotes más pequeños.

Lo anterior puede resumirse en palabras de un pequeño fabricante de instrumental médico de la India, quien encuestado en torno a un estudio sobre cooperación empresarial señaló enfáticamente “*Se nos exige que produzcamos a precios del tercer mundo, pero con calidad del primer mundo*”.

Por lo anterior, la importancia de crear clusters o conglomerados para competir en los mercados globalizados despierta una atención cada vez mayor. El saber que éstos se originaron a partir del éxito que tuvieron los clusters industriales europeos y después al efectuarse estudios en países en desarrollo, en torno a casos exitosos de pymes participando en mercados internacionales, pero con resultados muy desiguales; se alude a dichas experiencias para enfatizar en la importancia de la cooperación entre empresas para conformar clusters, como un opción ante la incertidumbre económica imperante en estos países.

Ahora bien, el énfasis en la cooperación local no significa que ésta represente la única ventaja que ofrecen los clusters. Lejos de ello existe el consenso, dentro de la literatura en la materia, que *la ventaja primordial de formar parte de un cluster (especialmente en las empresas pequeñas), reside en la obtención de economías externas a nivel local*. Al agruparse en clusters, los productores logran especializarse con mayor facilidad en diferentes etapas complementarias del proceso de producción, consiguen atraer proveedores de insumos especializados, así como compradores para sus productos; se crean grupos de trabajadores especializados, y las ideas y prácticas novedosas se difunden con rapidez. Por ello, numerosos análisis de clusters contemporáneos confirman la importancia de estas economías externas a nivel local (Schmitz, 2000).

Incluso Schmitz va más allá, pues considera que la acción conjunta de las empresas es de particular relevancia cuando los conglomerados se enfrentan a circunstancias o puntos de inflexión importantes, como por ejemplo, la nueva competencia global vigente en los mercados internacionales caracterizada por la exigencia de menores precios y mayor calidad y flexibilidad en las entregas del producto.

Como se sabe, en los últimos años en México se ha avanzado en fortalecer los programas hacia las pymes, la Secretaría de Economía, mediante diversos esquemas de apoyos como son: El fondo pyme, la promoción de clusters y empresas integradoras, el financiamiento de proyectos, los centros de articulación productiva (CAP), la constitución del Instituto Mexicano de Desarrollo Tecnológico, el Fondo Nacional de Estudios y Proyectos para la Competitividad y el más reciente instrumento de apoyo, el Programa de Competitividad de las Empresas de Consultoría, como elemento detonador de los estudios intra e intersectoriales de las diferentes regiones del país.

## Conclusiones

El aspecto central del concepto de competitividad sistémica reside en que un desarrollo industrial exitoso no se logra solamente por medio de factores en el nivel micro de las empresas y en el nivel macro –de las condiciones macroeconómicas en general-, sino que es necesaria, además, la existencia de medidas específicas por parte del gobierno y de instituciones no gubernamentales regionales encaminadas al fortalecimiento de la competitividad de las empresas (nivel meso), en donde la capacidad de articular políticas de promoción en los niveles meso y macro, depende de estructuras políticas y económicas fundamentales, y de una constelación de actores (Meyer-Stamer, 2000).

En ese sentido, el papel de los gobiernos regionales y locales es fundamental en la tarea de crear y fortalecer a los clusters ya existentes, mediante acciones concretas que simplifiquen trámites para facilitar la apertura de empresas con esa orientación, además de fomentar los vínculos intra e intersectorialmente entre las mipymes y ampliar la información disponible sobre el sector.

Asimismo, es urgente fomentar iniciativas de asociación colectiva que rompan con el contexto de desconfianza y las diversas formas de intermediarismo existentes en la comercialización de los insumos y productos, así como avanzar tanto en la capacitación de los pequeños empresarios como de sus trabajadores, en erradicar la incultura de la incompetencia y de falta de innovación y calidad de los productos y servicios que elaboran.

Por tanto, la vía más idónea para corregir esos marcados desfases y desajustes en los sectores tradicionales del país, y de Jalisco en particular, pareciera ser a través de la puesta en vigor de un política industrial de carácter nacional y regional, que defina estratégicamente los sectores tradicionales por apoyar la conformación de clusters, vía el mecanismo de los agrupamientos empresariales, empresas integradoras e incluso estrategias de articulación rural vía las asociaciones cooperativas de productos agroindustriales.

El reto en Jalisco, como en el resto del país, debe residir en que las pymes transiten hacia la conformación de conglomerados locales y regionales, a través de una política de promoción industrial que incentive la innovación y una mayor generación de valor en actividades productivas, entre otras, como la del Cuero – Calzado, Vestido-Confección, Madera-Muebles, Electrónica, Alimentos y bebidas, Telecomunicaciones, Autopartes-Fundición, Hule-plásticos, Agroindustria e industria joyera; las cuales, está plenamente comprobado su arraigo en el gusto de los consumidores regionales, nacionales y extranjeros.

## Bibliografía

Altemburg, T. Meyer-Stamer, J. "How to promote clusters: policy experiences from Latin America", en World Development, Vol.27, Num 9, september 1999, Washington, D.C.

Bianchi Patrizio y Miller Lee M. Innovación y Territorio: Políticas para las Pequeñas y Medianas Empresas. Centro Lindavista y Editorial Jus, 1999, México, D. F. pp. 63-66.

Bianchi Patrizio y Miller Lee M. "Collective Action, Strategic Behavior and Endogenous Growth" en Groenewegen, et al. eds. 1995 On Economic Institutions. Tehory and applications. Elgar, Hants, Inglaterra. Pp. 183-194.

Callón M.; Ménard C.; Bianchi P.; 1985,1990, 1997.

Casalet M. "Redes empresariales y aprendizaje tecnológico", Comercio Exterior, Vol. 47, Número 8, México, agosto 1997.

Casalet M. "Descentralización y desarrollo económico local en México", Comercio Exterior, diciembre 1999, Bancomext, SNC; México.

Dini M. "Políticas públicas para el desarrollo de redes de empresas: la experiencia chilena", Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, año 2, Número 3, México, 1996.

Expansión, La Revista de Negocios de México, Número 874:178, 2003,  
Hernández Pérez, Angelina. "Tendencias recientes de reestructuración productiva regional: el desarrollo de los clusters productivos". Inédito. Departamento de Estudios Regionales, CUCEA-universidad de Guadalajara.  
Mayo 2004. Guadalajara, Jalisco.

Hillebran, Eßer; Messner; Stamer J. "Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política" Ed. CEPAL, Santiago de Chile, 1996.

Meyer-Stamer, Jörg; "Estrategias de Desarrollo Local y Regional: Clusters, Política de Localización y Competitividad Sistémica", El Mercado de Valores, No. 9 Septiembre 2000, pp. 19-31, Nafinsa, México.

Romo Murillo David; Abdel Musik, Guillermo. "Sobre el concepto de competitividad" Comercio Exterior Vol. 55, núm. 3 marzo de 2005.

Schmitz, H. "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Valley, Brazil" en World Development, Vol.27, Num 9, September 1999, Washington, D.C.

Schmitz, Hubert "¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de Clusters Industriales en el sur de Asia y América Latina" El Mercado de Valores, Nafinsa Año LX, Número 9, Septiembre del 2000, pp5-17

Porter, Michael. "Clusters and the New Economics of Competition" Harvard Business Review. Nov-Dic. Pag. 2, 1998.