Expresión Económica

Enero-Junio 2019 / Número 42

CUCEA

El mejor lugar para el talento

EXPRESIÓN ECONÓMICA. Año 22, No. 42, Enero-Junio 2019, es una publicación semestral editada por la Universidad de Guadalajara, a través del Departamento de Economía, por la División de Economía y Sociedad, del CUCEA. Av. Periférico Norte 799, Col. Núcleo Universitario Los Belenes, C.P. 45100, Zapopan, Jalisco, México, Tel: 33 3770 3300 Ext. 25213 y 25361, http://expresioneconomica.cucea.udg.mx, expresioneconomica@cucea.udg.mx, Editor responsable: Salvador Peniche Camps. Reserva de derechos al uso exclusivo del título No. 04- 2017-120818583500-102, E-ISSN: en trámite, otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de éste número: Departamento de Economía,por la División de Economía y Sociedad, del CUCEA. Av. Periférico Norte 799, Col.Núcleo Universitario Los Belenes, C.P. 45100, Zapopan, Jalisco, México, Pedro Chávez Gómez. Fecha de la última modificación 28 de octubre de 2022.

La propiedad intelectual y responsabilidad de las opiniones expresadas es de sus autores, no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Sepermite la reproducción de las ideas siempre y cuando se cite la fuente.

Los derechos de publicación son de la Universidad de Guadalajara, por lo tanto, sin su previa autorización queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes.

Expresión Económica aparece listada o indexada en: Catálogo del sistema de información en línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (LATINDEX), CLASE Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades, DOAJ (Directory of Open Access Journals) y Econbiz (German National Library of Economics).

Los artículos presentados en esta publicación han sido evaluados por pares de manera anónima por académicos de prestigio en cada una de sus áreas. Con esto se pretende mantener y garantizar la calidad de los trabajos inéditos aquí presentados. Así mismo se pretende con esto cumplir con los estándares de calidad exigidos por programas académicos y de investigación como el PRODEP (Programade Desarrollo Profesional Docente de la Secretaria de Educación Pública) y del SNI (Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt).

Producción: Ediciones de la Noche.

■ Salvador Peniche Camps
Director

■ Jorge Alberto Pérez Torres
Coordinador Ejecutivo

Consejo editorial/Editorial Council

Alejandro Dávila Flores	Universidad Autónoma de Coahuila
Jorge I. Villaseñor Becerra	CUCEA/ Universidad de Guadalajara
Héctor Guillén Romo †	Universidad de París VIII, Francia
Jaime López Delgadillo	CUCEA/Universidad de Guadalajara
José Héctor Cortés Fregoso	CUCEA/ Universidad de Guadalajara
José Lorenzo Santos Valle	CUCEA/ Universidad de Guadalajara
José Ma. Labeaga Azcona	Universidad Nacional de Educación a Distancia, España
Juan González García	Universidad de Colima
Ma. Josefina León León	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco
Martín Guadalupe Romero Morett	CUCEA/ Universidad de Guadalajara
Robert Rollinatt	Universidad D'Artois, Francia

Contenido ■ Contents

Artículos/Articles

Empleo de los trabajadores mexicanos: el caso de las empresas japonesas ubicadas en el estado de Jalisco — *Employment of Mex ican workers: case of Japanese companies located in the state of Jalisco* 5

TAKU OKABE

KARLA LILIANA MEZA GÓMEZ

La inversión asiática en el sector automotor de la región del Bajío, México — *Asian Investment in the automotive sector of the Bajío region, Mexico* . . 29

MARÍA ELENA PEYRO BELTRÁN

MARTHA VIRGINIA GONZÁLEZ MEDINA

ANGELINA HERNÁNDEZ PÉREZ

Crecimiento económico o ecodesarrollo: ¿Tiene sentido crecer de la forma en que lo hacemos? — *Economic growth or eco-development: Does it make sense to grow the way we do?*. 55

PABLO SANDOVAL CABRERA

Turismo deportivo: Consideraciones conceptuales y actores para fomentar el desarrollo territorial en destinos turísticos — *Sports tourism: Conceptual considerations and actors to promote territorial development in tourist destinationss* 79

PEDRO ALFONSO RAMOS SÁNCHEZ

ANGÉLICA RUTH TERRAZAS JUÁREZ

Empleo de los trabajadores mexicanos: el caso de las empresas japonesas ubicadas en el estado de Jalisco

TAKU OKABE[1]
KARLA LILIANA MEZA GÓMEZ[2]

Resumen

Cuando una empresa multinacional se instala en un país extranjero, puede causar un choque cultural si contrata mano de obra local. Para impulsar las actividades empresariales y resolver el problema, se requiere inteligencia cultural. El Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAE), vigente desde 2005, ha promovido la inversión japonesa en México, en particular, en el sector automotor. Recientemente se ha incorporado fuerza laboral mexicana mejor preparada en el sector manufacturero. Este es un estudio de caso que analiza, desde la perspectiva de los empresarios, a los trabajadores mexicanos de empresas japonesas ubicadas en Jalisco, su vínculo con las universidades proveedoras de talentos jóvenes y el choque cultural que experimentan.

Palabras clave: empresas japonesas, choque cultural, sistema de empleo.

Fecha de recepción: 19 de septiembre de 2018. Fecha de aceptación: 3 de diciembre de 2018.

1. Profesor investigador. Coordinador del Programa de Estudios México-Japón (PROMEJ). Departamento de Estudios Regionales-INESER del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guadalajara. ymt1997@hotmail.com / taku213@cucea.udg.mx.
2. Asistente de investigación del PROMEJ. Carrera de Negocios Internacionales del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guadalajara. karliliana.mg@gmail.com.

Employment of Mex ican workers: case of Japanese companies located in the state of Jalisco

Abstract

When a multinational company enters a foreign country, a cultural clash can occur when hires the local labor force. In order to boost business activities by overcoming this problem, a cultural intelligence is required. The Economic Partnership Agreement between Mexico and Japan, which entered into force in 2005, has significantly promoted Japanese investment in Mexico, particularly in the automotive sector. Recently, there has been an important occupation of the Mexican labor force in the manufacturing sector, and also with the higher schooling. The present work is a case study that analyzes, from the point of view of the entrepreneurs, the current situation of Mexican workers in the Japanese companies located in the State of Jalisco and their relation with the universities-suppliers of young talents, and also the culture shock and acculturation that take place.

Keywords: Japanese enterprises, culture shock, employment system

Introducción

La cooperación entre México y Japón se refuerza cada vez más, en especial en años recientes, pues la inversión extranjera directa (IED) japonesa se ha incrementado en el país, lo cual contribuye significativamente en la creación de empleos en México, sobre todo en el sector manufacturero, y en sus efectos sucesivos para la complementariedad económica mutua (Okabe y otros, 2014).

El presente estudio pretende identificar los requisitos fundamentales que exigen las empresas japonesas establecidas en el estado de Jalisco, para que los trabajadores mexicanos laboren eficientemente; así mismo, conocer la situación laboral de ellos en estas empresas, ya que, cuando una compañía extranjera se establece en otro país, provoca un choque cultural que afecta la productividad laboral (Carrillo y otros, 2011: 36) (González y otros, 2013: 35).

En este documento, en primer lugar, se describe la tendencia del empleo en México en relación con la inversión japonesa; en segundo lugar, se examina brevemente la cultura empresarial y de empleo en Japón, para tomarla en cuenta en el análisis posterior; en tercer lugar, se exponen los resultados del cuestionario aplicado a empresas japonesas localizadas en Jalisco, que se dedican al sector manufacturero y su ámbito derivado; luego se presentan los resultados de una encuesta y entrevistas a profundidad hechas a funcionarios de algunas empresas japonesas y, finalmente, las conclusiones del análisis y las perspectivas de empleo de los trabajadores mexicanos en las empresas japonesas.

I. Antecedentes

1. IED japonesa en México y su creación de empleo en el mercado laboral mexicano

En México, la población económicamente activa (PEA) ocupada es de 51.4 millones (agosto de 2016); el grupo de edad de 30-39 años ocupa el mayor porcentaje (23%), y le sigue el de 20-29, con 22% (INEGI, 2016a). Según la misma fuente, en la PEA nacional ocupada, los empleadores representan el 4.30%, los trabajadores por cuenta propia el 22.88%, los trabajadores no remunerados el 5.13% y los trabajadores subordinados y remunerados, el 67.69% (INEGI, 2016b).

Alrededor del 34% de la PEA ocupada tiene estudios de secundaria, por lo que la que tiene solo primaria tiende disminuir; aumenta en promedio la de nivel medio superior y superior del 32% al 34%. Esto indica que está en aumento la demanda de recursos humanos con mayor escolaridad (INEGI, 2016c).

Según la PEA ocupada por sector de actividad económica, los servicios ocupan el primer lugar (42%), seguidos del comercio (18.7%) y la manufacturera (16.5%). Cabe destacar que, en los últimos tres años, la PEA ocupada en los servicios creció en 3%, mientras que la del sector manufacturero aumentó en 8% (INEGI, 2016d).

El subsector manufacturero con mayor PEA ocupada es la fabricación de equipos de transporte. Si bien la ocupación, en 2014, fue de 9.3%, en 2015 fue de 7.1%, y en agosto de 2016 había sido de 4.6%, el desempeño productivo de este subsector muestra una tendencia positiva (Banco de México, 2017: 169-171). La fabricación de maquinaria y equipo de computación y de aparatos accesorios electrónicos tiende a aumentar, en términos generales. En estos dos subsectores, la productividad de la mano de obra mexicana muestra un aumento, de 20 a 30 puntos porcentuales (2008=100) (INEGI, 2016e) (INEGI, 2016f).[3]

Teniendo en cuenta las circunstancias laborales ya mencionadas, la IED japonesa en México y la mano de obra mexicana están ligadas.

Antes de la entrada en vigor del Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAE), en México había 310 empresas japonesas inscritas en el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE). De 2005 a mayo de 2016, fueron creadas 430 empresas, para un total de 740, la mayoría de ellas, en el sector manufacturero, en particular, el automotor. Antes del AAE, había en Jalisco solo siete empresas inscritas; posteriormente se registraron 20 (cuadro 1).

3. A pesar de lo anterior, el salario manufacturero muestra una tendencia a la baja en los últimos años, lo que no es exclusivo de México.

Cuadro 1
Número de empresas japonesas creadas y registradas en el RNIE referentes a Jalisco y su región colindante, en 2015
Unidad: Número de empresas

	Jalisco	*San Luis Potosí*	*Querétaro*	*Guanajuato*	*Aguascalientes*
2010	1	0	1	2	2
2011	1	1	1	6	1
2012	3	9	4	40	10
2013	2	7	7	23	11
2014	5	8	5	18	10
2015	4	2	8	9	4
Total	27	31	39	108	56

Fuente: Elaboración propia con datos de Secretaría de Economía (2016a).

El flujo de la IED japonesa y la creación de empleo son notorios en el Bajío de México. El cuadro 2 muestra el comportamiento de la IED (incluyendo la japonesa) en los estados que conforman el Bajío, región en la que han invertido Nissan, en Aguascalientes, y Honda y Mazda, en Guanajuato. En 2013 Mazda invirtió 770 millones de dólares para construir la planta de Salamanca. Al iniciar operaciones contrató a 3,000 empleados locales, y en 2016 ya tenía 4,600. En 2012 Honda empezó a construir su segunda planta en Celaya, en la que invirtió 800 millones de dólares y creó alrededor de 3,200 nuevos empleos directos.[4]

Cuadro 2
Flujo de la IED en Jalisco y su región colindante 2010-2015
(Cantidad total e IED japonesa) Unidad: MDD

	Jalisco		*San Luis Potosí*		*Querétaro*		*Guanajuato*		*Aguascalientes*	
2010	2,249.7	75.9	473.5	3.1	847.9	-8.4	401.5	-21.5	316.1	175.9
2011	1,045.7	73.7	244.0	4.3	1,012.4	5.8	1,420.4	183.2	213.3	99.7
2012	1,410.9	197.7	859.8	39.1	16.3	45.9	1,293.5	664.3	351.7	247.1
2013	2,923.6	120.5	1,964.6	105.9	882.7	120.2	2,551.6	595.3	340.8	300.0
2014	1,633.3	204.0	981.2	138.3	1,072.2	59.8	1,195.1	466.8	625.0	198.2
2015	2,691.4	87.8	1,773.3	89.6	1,386.2	103.3	1,614.9	328.2	677.7	372.1
Total	11,954.6	759.6 (6.35%)	6,296.4	380.3 (6.03%)	5,217.7	326.6 (6.36%)	8,477.0	2,216.3 (26.1%)	2,524.6	1,393.0 (55.1%)

*La columna izquierda de los respectivos Estados muestra la IED total recibida, y la derecha señala la proveniente de Japón. La cifra entre paréntesis representa el porcentaje de ocupación de la IED japonesa en la totalidad del periodo.
Fuente: Elaboración propia con datos de Secretaría de Economía (2016b).

4. En diciembre de 2015, en el sector automotor se generaron 875,382 empleos directos; de estos, 81,927 corresponden a la fabricación de automóviles y camiones, y 793,456 se ubican en el sector de autopartes (Promexico, 2016: 64).

La ocupación total de la IED japonesa en Guanajuato y Aguascalientes, con estas inversiones, ha sido relativamente alta. La cifra correspondiente a los estados de Jalisco, San Luis Potosí y Querétaro ha sido limitada; sin embargo, tiende a aumentar en los últimos años. En la cantidad total de la IED, de 1999 a 2015, Japón ocupa el noveno lugar como país de origen, en Jalisco.

Se realizó una operación para estimar el impacto de las empresas japonesas en la creación de empleos, sobre la base del número promedio de trabajadores que laboran en las empresas japonesas de la región de Centro y Sudamérica, conforme al dato del Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón (METI por su sigla en inglés) (METI, 2007, 2015).

El número promedio de empleados en las empresas japonesas en dicha región, durante el periodo 2001-2015, fue de 216 por empresa. Sobre la base de esta cifra, el número total de empleos que han generado las 310 empresas japonesas registradas en el RNIE, en México, entre 1954 y 2004, a un año de la apertura del AAE, ha sido de 66,960; es decir, se han creado, como promedio, 1,339 empleos anuales. La misma operación se aplicó a los 10 años de haber entrado en vigor el AAE, en 2005. Durante este periodo se establecieron 417 empresas japonesas en México, lo cual representó la creación de 90,072 empleos: 9,007 empleos anuales. Se estima que la IED japonesa ha generado, entre 2005 y 2015, un impacto de 6.7 veces más en la creación de empleo. Respecto a Jalisco, el impacto es todavía mayor. Antes de la apertura del AAE, el promedio era de 30 empleos anuales, y a partir de ella, de 432 empleos anuales, lo que representa un incremento de 14 veces.[5]

Se debe tomar en cuenta que la incursión de las empresas japonesas del sector automotor, incluyendo las autopartistas, genera una derrama en la creación de empleo indirecto por subcontratistas y proveedoras de servicios externos.

2. Una visión sobre la cultura empresarial de Japón

Según Hamaguchi (2009), como diferenciación entre los países occidentales y Japón, se afirma que los primeros adoptan el sistema "empleo basado en la habilidad (*job recruitment*)", mientras que el segundo, el "empleo basado en el talento (*membership recruitment*)". En el sistema occidental existen "puestos" en los que se recluta personal que cumpla con la habilidad requerida; en el japonés se emplean nuevos egresados en masa y se asignan a "puestos" apropiados a partir de la capacitación en la empresa. Ambos sistemas presentan ventajas y desventajas.[6]

En general, la cultura empresarial japonesa se formó a partir de los retos que enfrentaron las empresas japonesas en la posguerra. Los trabajadores japoneses han sostenido su fuerza laboral estable gracias a sus costumbres de "régimen de empleo

5. En el caso de Jalisco, la realidad es diferente a esta estimación, debido a la presencia de Honda.
6. El problema del *job recruitment* es que puede provocar un gran desempleo en caso de que haya innovación tecnológica que lo sustituya. Sin embargo, el *membership recruitment* resiste este problema, debido a que los trabajadores no tienen una habilidad fija (Hamaguchi, 2009).

de por vida" y de "salario por antigüedad",[7] que nacieron en la posguerra, etapa en la que se carecía de capital. Se trató de integrar la fuerza laboral excedente —debido al retorno de los exsoldados de la guerra— y la necesidad de que las personas tuvieran un mínimo nivel de vida.

Según Tomita (1994), se intentó la "máxima utilización de la fuerza laboral que era un recurso excedente". Para ello, lo primordial de la administración empresarial era elevar el valor de la fuerza laboral constantemente. Una de las medidas fue la capacitación y el *On the Job Training*, a fin de estimular la creatividad de los trabajadores, acumular habilidades y *know-how* en la empresa.

Estas acciones propiciaron el establecimiento del sistema de ascenso interno y la transferencia interna de habilidades y *know-how*. Por ejemplo, para que un trabajador fuera ascendido, se le solicitaba obtener la habilidad requerida en el puesto que deseaba, y debía transferir la habilidad necesaria del puesto que él dejaba a sus subordinados. En otros países los trabajadores no transfieren las habilidades adquiridas, pues las consideran patrimonio propio (Tomita, 1994: 167-170).

El empleo de tipo *membership* promueve la mejora del valor del trabajo, y se concreta en la práctica de "contratación de nuevos egresados en masa".[8] En el sistema de salario por antigüedad no existe la diferencia de sueldo en los primeros años entre los nuevos contratados. No obstante, internamente se mantiene el registro de la evaluación y la diferencia de los trabajadores, por tanto, se establecen mecanismos de competencia mediante los cuales todos tienen la misma oportunidad de ascenso.

A pesar de ello, en la práctica del empleo de por vida es primordial mantener una relación personal estable en la empresa, lo que impide que dicha competencia sea hostil, y crea la coexistencia de cooperación y competencia entre trabajadores.[9] El salario por antigüedad desfavorece el abandono medio de su carrera de la empresa, lo que fortalece la permanencia de los trabajadores. El *membership recruitment* no presta atención a la habilidad, pues será obtenida con la capacitación y la práctica; esto posibilita el cambio de puesto; mientras que el salario por antigüedad asegura el mismo nivel de sueldo, aun después del cambio de puesto (Tomita, 1994: 170-171).

La administración empresarial al estilo japonés ha tenido diversos cambios en el tiempo, si bien su filosofía no se modifica. Las empresas japonesas la aplican en los países donde realizan sus inversiones.

Con estos antecedentes y argumentos, se realizó una encuesta a empresas japonesas que operan en Jalisco, con los objetivos que se describen más adelante.

---

7. Los empleados de más antigüedad reciben mayor salario que los recién contratados, aunque ocupen el mismo puesto.
8. En Japón, los universitarios, en general, empiezan a buscar empleo desde su tercer grado, y realizan entrevistas y otras selecciones en empresas, con la finalidad de que estas les den una "oferta de empleo extraoficial (Naitei)" en su cuarto grado. Este sistema difiere notoriamente del de los Estados Unidos (Moriguchi, 2014: 61 y ss.).
9. En general, se establece una relación de confianza entre patrones y subordinados en las empresas japonesas, que son personas morales que en teoría "no mueren", lo que se ha logrado más firmemente por la "titularidad cruzada de las acciones" (Okabe, 2009: 25 y ss.), que ha permitido nacer la idea de que "la compañía es Dios" (Tanaka, 1996: 8).

II. Objetivos del estudio

1. Aplicación de encuesta y su metodología

Hasta junio de 2016 fueron registradas en el RNIE 27 empresas japonesas (sociedades mexicanas con capital japonés) en Jalisco; de ellas, hay diecisiete en el sector manufacturero (en su mayoría automotor), y ofrecen servicios externos a dicho sector.[10] Entre estas, dos empresas se encuentran en el mismo grupo empresarial y se dedican al mismo sector manufacturero. Se excluyeron en este censo cinco empresas que fueron construidas recientemente, por lo que aún no tenían registros de contratación del personal y no trabajan japoneses. Del resto de las empresas, no se logró hacer contacto con cuatro, todas, fabricantes de autopartes.

De un universo de once empresas objeto de estudio, se aplicó la encuesta a siete, y respondieron cinco (tasa de respuesta 71%), que emplean tanto a japoneses como a mexicanos, y en las que los responsables de recursos humanos son japoneses. El cuestionario incluyó 45 preguntas, la mayoría de opción múltiple, y algunas abiertas, y se dividió en cinco secciones: I Empleo de trabajadores mexicanos; II Reclutamiento de los nuevos egresados universitarios de México; III Reclutamiento de los personales-candidatos a directivos en México; IV Promoción interna vertical de los trabajadores mexicanos, y V Datos de la empresa.

El resultado obtenido de la aplicación de dicha encuesta no tiene significancia estadística, por el tamaño, tanto del universo como de la propia muestra. Por ello, con los datos recabados nos orientamos al análisis descriptivo-cualitativo y a un estudio de caso entre las empresas que colaboraron.[11] Después de la aplicación del cuestionario, se realizó una encuesta complementaria y una entrevista a profundidad, a dos empresas.

2. Fundamentos teóricos y objetivos del estudio

Los objetivos del presente estudio son identificar dentro de las empresas japonesas: 1) el comportamiento y la imagen que se tiene de los trabajadores mexicanos; 2) las habilidades que les exigen a los trabajadores mexicanos; 3) los problemas o choques culturales que se presentan; 4) la forma del empleo de los trabajadores mexicanos (práctica de *job recruitment* o *membership recruitment*).

Como ya se mencionó, las empresas japonesas provenientes de la IED en México son empresas multinacionales (EMN), y suelen aplicar su propia cultura en la administración empresarial.

Según De Kras (2001), la diferencia cultural tiene un efecto negativo en la productividad de los trabajadores, particularmente en las fases iniciales de sus operacio-

10. Las empresas objeto de investigación tienen como fin fabricar v.gr. diferentes tipos de autopartes, equipo agrícola, embutidos y otras conservas de carne.
11. El estudio de casos permite conservar las características significativas de eventos de la vida real, tal como los ciclos vitales individuales, los procesos de organización y dirección, cambio de la vecindad, las relaciones internacionales, y la maduración de industrias (Yin, 2014: 4).

nes. Este choque, con frecuencia, se observa en las EMN que operan en México (De Kras, 2001: 31 y ss.). Uno de los grandes desafíos de las EMN es el de comprender los comportamientos en culturas diferentes, es decir, la llamada inteligencia cultural (Earley y otros, 2003). De esta manera, puede decirse que "el lograr un alto grado de eficiencia y eficacia requiere trabajar en ambientes motivadores y retadores, participativos" y "con un personal altamente motivado e identificado con la organización (EMN)" (González y otros, 2013: 45-46). En este sentido, es primordial que las personas encargadas de la dirección de este tipo de empresas comprendan la cultura, además de ser capaces de transmitir este sentido de orientación a los trabajadores.

Rodríguez y Ramírez (2003) aseguran que los mexicanos pueden transformar algunos de sus patrones culturales en aras del propio desarrollo individual. En este aspecto la empresa tiene un lugar importante como "productora de los modelos socioculturales y, a su vez, en moldeadora del comportamiento de los trabajadores mexicanos" (Rodríguez y Ramírez, 2003: 103 y ss.).

Hablando de la cultura organizacional de la empresa japonesa, Muñoz y Hernández (2012) analizan el comportamiento de los trabajadores mexicanos que laboran en las empresas japonesas y observan cierta adaptación a la cultura empresarial japonesa, lo cual les genera aculturación, aprendizaje del empleado en las prácticas administrativas de Japón.

Por otra parte, la "Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en América Latina", realizada por Japan External Trade Organization (JETRO) en 2016, identifica que en México el incremento de empresas japonesas y, por ende, la competencia entre empresas por captar personal se intensifican. Por ello, se dieron los primeros tres índices más elevados de "calidad del personal" (57.0%), "tasa de retención del personal" (47.2%), "dificultades para la contratación de personal (mandos gerenciales medios)" (45.8%). De esta forma, se detectan los problemas a los que se enfrentan las empresas japonesas en sus actividades, en particular, de empleo y asuntos laborales (JETRO, 2016).

Ante el estrecho vínculo que se presenta actualmente entre México y Japón, son escasos los estudios que analizan el comportamiento de los trabajadores mexicanos en las empresas japonesas. Las investigaciones que incluyen la opinión de parte de los responsables de dichas empresas son más escasas aún, en particular, las de Jalisco.

A pesar de la reducida muestra de esta investigación, y considerando la escasa posibilidad de acceso, en general, a las empresas japonesas —y que se desconoce en la investigación de este campo—, el presente estudio realizará aportaciones de gran relevancia para otros que puedan desarrollarse, pues logra identificar la imagen del comportamiento de trabajadores mexicanos en estas empresas, los conceptos y las visiones que tienen los empresarios japoneses, así como la aculturación mutua.

A continuación, se presentan los resultados de la primera encuesta, en forma descriptiva y ejecutiva. Los nombres de las empresas son confidenciales.[12]

12. Fue la condición para que aceptaran la encuesta y la entrevista.

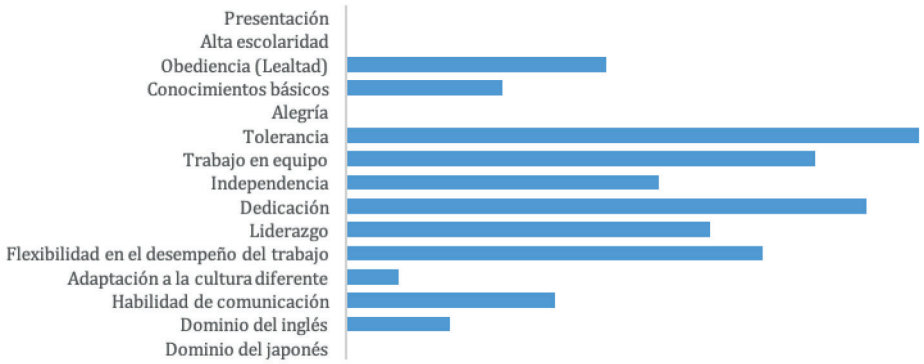
III. Resultados de la primera encuesta

De las empresas donde se aplicó la encuesta, acorde con la estratificación por unidad económica establecida por INEGI,[13] dos se consideran grandes, dos medianas y solo una pequeña. Así mismo, las empresas encuestadas emplean, en su mayoría, personal con edad entre 25 y 34 años, el de mayor proporción, según la PEA nacional (alrededor del 47%). Gran parte de los trabajadores que laboran en estas empresas es mexicana (cerca del 93%), con lo que se cumple debidamente con la Ley Federal del Trabajo (Artículo 7).

A partir de las respuestas al cuestionario se identificaron los siguientes aspectos, relacionados con la contratación de los trabajadores:

1. *Contratación de los trabajadores mexicanos y su problemática:* Las empresas japonesas, en su país, buscan trabajadores con diversas habilidades, tales como comunicación, independencia, entusiasmo con el trabajo cooperativo y lealtad.[14] Estos mismos lineamientos establecen las empresas japonesas ubicadas en Jalisco, por ejemplo: 1) tolerancia, 2) dedicación y 3) trabajo en equipo (gráfica 1).

Gráfica 1
Habilidades que empresas japonesas exigen a los trabajadores mexicanos
Unidad: Número de repetición y valor asignado

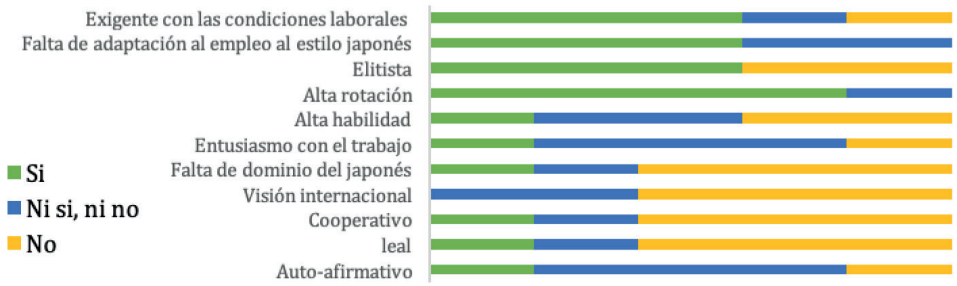


Fuente: Elaboración propia.

13. La estratificación por unidad económica se divide por tamaño de empresa y total de empleados: micro (de 0 a 10 empleados), pequeña (de 11 a 50), mediana (de 51 a 250) y gran empresa (más de 251).
14. Según un dato de 2016, los puntos que consideran los responsables de recursos humanos en las empresas en Japón son: 1) habilidad de comunicación, 2) independencia, 3) entusiasmo con el trabajo, 4) cooperativismo y 5) lealtad (Keidanren, 2016).

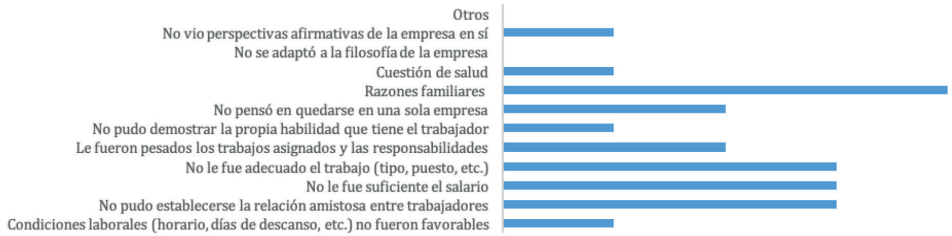
Al mismo tiempo, estas empresas se enfrentan a complicaciones con los trabajadores mexicanos por su alta rotación, elitismo, exigencia con las condiciones laborales, entre otras causas (gráficas 2 y 3). Esto se contrapone con las habilidades que requieren estas empresas y el desconocimiento de la cultura del empleo japonés.

Gráfica 2
Imagen que las empresas japonesas tienen de los trabajadores mexicanos
Unidad: Número de repetición



Fuente: Elaboración propia.

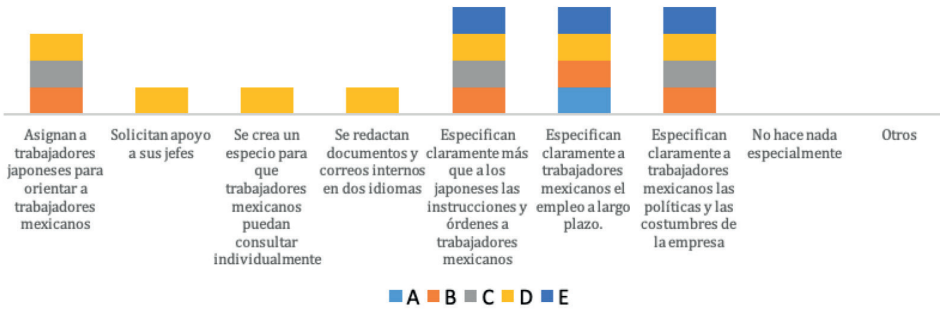
Gráfica 3
Causas de renuncia de parte de trabajadores mexicanos
Unidad: Número de repetición



Fuente: Elaboración propia.

Diversas empresas encuestadas han establecido los sistemas de aculturación donde se precisan "las instrucciones del trabajo", "el empleo a largo plazo", "las políticas y costumbres de la empresa", e incluso, "se asignan a los japoneses para orientar en forma adecuada a los trabajadores mexicanos" (gráfica 4).

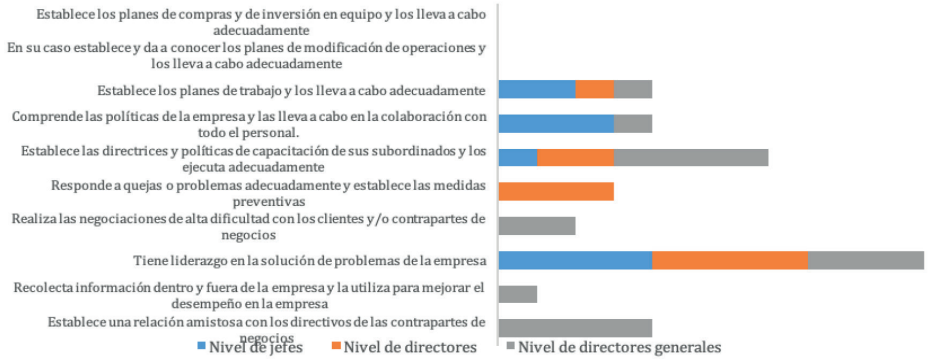
Gráfica 4
Contramedidas de empresas japonesas para problemas laborales en Jalisco
Unidad: Opción seleccionada por cada empresa



Fuente: Elaboración propia.

Además, introducen el sistema de control del personal en términos de igualdad, incluso en el régimen del ascenso interno, con puntos de evaluación establecidos (gráfica 5). De esta manera, las empresas japonesas toman contramedidas, con la finalidad de prevenir y solucionar problemas laborales.

Gráfica 5
Puntos de evaluación para el ascenso en empresas japonesas en Jalisco
Unidad: Número de repetición y valor asignado



Fuente: Elaboración propia.

No obstante, el principal problema en el empleo de los trabajadores mexicanos es la alta rotación y el reclutamiento continuo. Las habilidades que exigen las empresas niponas son de clase integral, como valores, y no tanto de conocimientos. Estas empresas han establecido criterios al estilo japonés para la evaluación del empleo.[15] En términos generales, los trabajadores mexicanos cuentan con la capacidad para desempeñar funciones laborales asignadas, pero carecen de inteligencia emocional y disciplina, lo que provoca una insuficiente aculturación para trabajar en estas empresas.

Ahora bien, con la primera encuesta se buscaba, además de identificar las características y el comportamiento de los trabajadores mexicanos, verificar el vínculo actual que las empresas niponas tienen con las universidades que se encuentran en Jalisco.

2. Vinculación para el empleo entre las empresas y las universidades: La mayoría de las empresas encuestadas recluta a nuevos egresados y a personal con experiencia. Respecto a los primeros, la mayoría prefiere a los que tienen estudios universitarios. Esta tendencia también se observa en cuanto al personal con experiencia; las empresas japonesas exigen la mayor escolaridad al personal con experiencia, más que a los nuevos egresados. Por otra parte, no exigen lo mismo a los que cuentan con escolaridad inferior a la universitaria; estas personas se dedican a una labor relativamente sencilla dentro de la empresa. Por la naturaleza del giro, la contratación del personal de nuevos egresados está concentrada en los que tienen el perfil de ciencias exactas.

En todo caso, la mayoría de las empresas encuestadas opta por emplear a personal con experiencia más que a nuevos egresados universitarios, y tiene la flexibilidad de contratar a aquellos en medio del ejercicio fiscal. A pesar de ello, el personal con experiencia no es asignado a puestos directivos de manera inmediata a la contratación; requiere que tenga la experiencia en otras empresas con giro similar. En cambio, buscan encontrar el potencial y el talento en los nuevos egresados universitarios, y esperan que trabajen a largo plazo en la empresa.

En cuanto a las principales fuentes del reclutamiento,[16] todas las empresas coinciden en que es a través de la agencia de colocación; pero el 60% de ellas desea tener mayor orientación de las escuelas en relación con sus egresados, y un mayor vínculo con sus bolsas de trabajo. Actualmente, no es suficiente el vínculo directo entre empresas y universidades. Esto puede deberse a falta de compromiso e iniciativa de ambas, así como a las diferentes perspectivas que tienen respecto a la vinculación, pues la empresa considera que es responsabilidad de las escuelas todo lo referente a la capacitación, mientras que las escuelas ven la industria como fuente de recursos financieros (Arvizu y otros, 2014: 70-71).

Varias empresas encuestadas estiman pertinente que haya convenios con universidades para prestación de prácticas profesionales, lo que sería de gran utilidad para

15. Esta investigación se basó, principalmente, en los criterios establecidos para la evaluación del empleo al estilo japonés.
16. También utilizan como fuente la recomendación de empleados propios y de profesores universitarios, las bolsas de trabajo municipales o la estatal, anuncios en periódicos, revistas y otros medios.

que los estudiantes universitarios tengan una experiencia laboral, así como para que las empresas puedan conocer de antemano el talento de los jóvenes.

Cabrero, Cárdenas, Arellano y Ramírez (2011) refieren que se requiere desarrollar actividades de vinculación entre instituciones, gobierno y empresas, por medio de normas, redes, sistemas de información y capacidades de liderazgo para con la industria, que den como resultado no solo la "disponibilidad de recursos", sino también la generación de estrategias de cooperación que impacten en el desarrollo y la productividad económica (Cabrero, Cárdenas, Arellano y Ramírez, 2011: 189-192).

IV. Entrevista a profundidad / Reporte de casos[17]

1. Justificación de la realización de la encuesta complementaria

Mediante la primera encuesta se identificaron diversos aspectos, por ejemplo, diferencia del concepto de habilidades en el trabajo, entre los empresarios japoneses y los trabajadores mexicanos; escasa vinculación entre las empresas japonesas y las escuelas, en particular, las universidades, y problemas —o bien diferencia— en los modales, en relación con las actividades laborales, entre los japoneses y los mexicanos.

Para complementar el resultado del cuestionario base, fue necesario establecer otra encuesta a fin de identificar otros aspectos relacionados con lo mencionado antes, tales como el sistema de evaluación de desempeño y de ascenso para los empleados, y la persistencia de la cultura empresarial japonesa, que tiende a "implantar", aun en el extranjero, su método. Este cuestionario consta de quince preguntas cerradas y otras abiertas.

De las cinco empresas encuestadas, se decidió entrevistar a profundidad a dos de ellas. Los principales criterios que incidieron en la selección fueron el tamaño y la antigüedad de la entidad. La primera empresa, a pesar de contar con menos de diez años de establecida en México, tiene más de 251 empleados; mientras que la otra, con más de diez años de actividad en el país, cuenta con cerca de 250 trabajadores. Así mismo, la concentración de puestos de empleados mexicanos es de 94% de puestos especiales —técnicos y profesionales— para la primera, y de 54% para la segunda —operadores de producción—. La contratación de empleados está a cargo de personal que proviene de Japón.

Mediante la entrevista personal se lograron describir, de manera más explícita, ciertos casos, problemas, e incluso soluciones tomadas en concreto. Los datos obtenidos nos permiten conocer la contribución que brindan estas empresas al empleo en México, y propiciar condiciones para la mejora, tanto de la contratación de los trabajadores mexicanos en las empresas japonesas como de la vinculación entre empresa y academia.

A continuación se presentarán los resultados de la entrevista a profundidad.

17. Las entrevistas fueron realizadas en mayo de 2017 por Karla Liliana Meza Gómez.

2. Resultado de la entrevista a profundidad de la empresa 1

(1) Perfil de la empresa 1

La empresa es una EMN que tiene 30 compañías filiales en el mundo, y en 2013 inició su operación en México, con la primera planta en América Latina.

La entrevista fue al Presidente de la empresa y a la Supervisora-asistente, quien es mexicana y fungió como traductora.

(2) Composición de trabajadores

Esta empresa cuenta con un 99.5% de trabajadores mexicanos de su totalidad (60% hombres y 35% mujeres). Solo el 0.5% corresponde a trabajadores japoneses (4.5% hombres y 0.5% mujeres).

(3) Formas de reclutamiento del personal. Vinculación con las escuelas-universidades

La empresa realiza el reclutamiento del personal para los principales puestos mediante la agencia de colocación, que se encarga de hacer lo necesario. La empresa es quien toma la decisión final sobre a quién contrata.

Para la contratación de operadores es usual que se tome en cuenta la "recomendación de los empleados de la propia empresa", quienes informan a sus familiares las vacantes. Se establece la contratación limitada de una misma familia (hasta seis personas) para evitar situaciones no favorables, y deben estar en diferentes áreas o turnos.

Las habilidades, los conocimientos, las certificaciones y demás requisitos necesarios para el personal difieren, según las especialidades con las que cuentan los trabajadores. En el caso de los que tienen el perfil académico de ciencias exactas y de ingeniería, deben tener: 1) conocimientos de gestión de calidad —como ISO 14000—, 2) dominio de inglés y 3) conocimiento de certificación en el estándar internacional orientada al sector al que se dedica la empresa. Los que cuentan con el perfil académico de ciencias sociales y de humanidades deben tener: 1) dominio de *Office* y 2) modales activos para la labor.

Conforme a la naturaleza de la empresa, los requisitos son más específicos y especializados. Esto se refleja en las carreras requeridas por los trabajadores contratados. El entrevistado enumera: Ingeniería en Mecánica Eléctrica, Ingeniería en Química, Ingeniería Industrial, Finanzas y Contabilidad. Esta empresa requiere personal que tenga habilidades prácticas.

La empresa tiene historial de contratación una o dos veces por año, tanto de nuevos egresados universitarios como de personal con experiencia; sin embargo, aún no tiene un régimen consolidado para emplear nuevos egresados universitarios de forma constante, pues no cuenta con un criterio riguroso para esto.

La empresa ha participado, a través de la agencia de colocación, en ferias de trabajo organizadas por el Gobierno y las universidades.

(4) Problemas con los trabajadores mexicanos

En la aplicación del primer cuestionario la empresa señaló diversos aspectos sobre la imagen de los trabajadores mexicanos, entre ellos: alta rotación del personal, elitismo y exigencia con las condiciones laborales.

Respecto a la alta rotación del personal, aparece como ejemplo lo sucedido, entre 2014 y 2015: una empresa colindante realizó contrataciones temporales para producción navideña, y ofreció sueldos de diez pesos más que la empresa japonesa, principalmente para operadores. Los trabajadores se fueron a esa empresa y dejaron la tarea de nuevo reclutamiento y capacitación. Cuando terminó la temporada, algunos regresaron a la empresa japonesa a pedir nuevamente el trabajo, que ya se había ocupado. Se observa una falta de compromiso a largo plazo por parte de los trabajadores mexicanos. Al respecto, el empresario japonés comentó que esto sucedió al inicio de las operaciones de la empresa en México, porque no se adaptaban al estilo japonés, que se orienta a largo plazo.

La observación que hizo el empresario japonés, en relación con el elitismo de los trabajadores mexicanos, fue la siguiente: aumentan su ego, pues entre más habilidades o conocimientos obtienen, desean más facilidades, ascenso y salario. La primera generación fue capacitada en Japón por un periodo de ocho meses, que se considera una capacitación extraordinaria como experiencia laboral (incluye el aprendizaje del idioma japonés), a partir de la cual cambiaron de trabajo para recibir más sueldo y un puesto más alto. En el momento de la entrevista, solo permanecía el 7% de esa generación. Al respecto menciona el Presidente:

> a pesar de que consiguieron un puesto mejor pagado o más alto en otra empresa, ya no pueden ascender más, a diferencia, si hubieran permanecido en esta empresa, iban a ganar lo mismo por un tiempo, pero a largo plazo podrían ganar más y ocupar un puesto aún más elevado.

El problema anterior se manifiesta en la tercera característica. Mientras más oportunidades se les dan a los trabajadores mexicanos para adquirir conocimientos, se hacen más exigentes con las condiciones laborales. Los aspirantes mexicanos al trabajo, en esta empresa, suelen solicitar sueldos más altos que los japoneses.

Por último, algunos de los empleados de esta empresa pertenecen a un sindicato externo; esto no provoca problemas; sin embargo, hay ocasiones en que el "líder sindical" pierde su enfoque como parte de la empresa y se identifica como sindicalista. Ante esta situación, los empleados implicados requieren que se les aclararen la función y el objetivo de un líder sindical para que no perjudique a otros empleados. Fuera de esto, no hay otro inconveniente en relación con los trabajadores y el sindicato.

(5) Capacitación y sistema de ascenso

Esta empresa cuenta con plan y manual de capacitación; este último es recibido de Japón y se traduce al español, especialmente para operadores.

También se realiza, durante una semana, un entrenamiento básico llamado "temporada de Dojo (significa 'sitio en que se procura lograr la disciplina o la práctica

mental')". Generalmente, se les explica a los participantes la historia, el tamaño de la empresa, los procesos, el sistema de evaluación y la orientación a largo plazo. Esta práctica no está establecida como capacitación especial para nuevos egresados universitarios.

En relación con el sistema de ascenso, la empresa adopta un sistema de ascenso interno, sobre la base de la aplicación de un examen escrito a los aspirantes; además, cuenta con la evaluación semestral mediante "formatos de evaluación".[18]

(6) Otros aspectos observados

a) Adaptación de la empresa a la cultura mexicana

La empresa toma en cuenta algunas festividades mexicanas, mas no siempre concede el día. Como ejemplo, a las 94 mujeres que son mamás no se les otorga descanso el 10 de mayo, a cambio se les da un regalo. El Día de Muertos, las actividades son normales, pero se ponen altares en la empresa, con la finalidad de lograr empatía con los trabajadores.

El entrevistado pone como referencia que, cuando hay celebración en una familia, tienden a faltar todos los miembros, lo que descontrola la empresa. Para evitar esta situación se ha establecido una regla interna que no permite que haya más de seis personas contratadas de la misma familia.

b) Distancia entre mandos y subordinados

Se afirma la distancia entre los trabajadores mediante los modales que tiene el Presidente de la empresa.

El Presidente[19] conoce bastante la orientación a largo plazo y el choque o desacuerdo que tienen los trabajadores mexicanos, y todo lo que sucede en la planta, a pesar de que la comunicación es jerárquica; por ejemplo, sabe con exactitud cuántas madres de familia laboran en la empresa.

Durante la entrevista, el Presidente estimó el tiempo que podíamos observar desde la ventana cómo trabajaban los empleados, sin que se inquietaran por estar siendo observados por sus jefes, a fin de que no disminuyera su concentración y rendimiento.

(7) Percepciones generales de la entrevista a profundidad

La empresa establece un sistema de control, prevención, análisis y resolución de conflictos de forma rigurosa. Esto se refleja tanto en la capacitación como en el sistema de ascenso; es decir, prevalece la orientación a largo plazo y la mayor posibilidad de ascenso durante el desempeño laboral.

18. Si el trabajador tiene buen puntaje en la evaluación, pero tiene inasistencias o retardos, el puntaje disminuye. En caso de que un trabajador obtenga puntajes bajos, se reconsideran sus habilidades y en qué otra área puede ser útil. Es decir, el puntaje bajo solo le traerá una reubicación laboral.
19. Ejecutivo que mantiene las costumbres de la jerarquía y los valores empresariales de Japón. La supervisora-asistente mexicana se ha adaptado excelentemente a la empresa y a la cultura japonesa.

También se observan, notoriamente, los esfuerzos, las políticas y la aculturación de parte de los superiores de la empresa para lograr lo antes dicho. Se percibe la cultura empresarial japonesa cuando el Presidente comentó que han logrado mejores resultados, en comparación con plantas de otros países. El entrevistado valora más lograr un beneficio a la empresa, y lo ve como virtud, por ello exige que los trabajadores demuestren sus habilidades, en particular, tolerancia, dedicación y cooperación.

Por último, a pesar de que la empresa contrata a nuevos egresados universitarios, no ha logrado implantar por completo el empleo de tipo *membership*. Es lógico que no se haya hecho, debido a la diferencia cultural y a la situación social en México. Además, es escasa la vinculación con las universidades en materia de empleo, y la empresa tiene que recurrir a una agencia de empleo.

3. Resultado de la entrevista a profundidad de la empresa 2

(1) Perfil de la empresa 2

Es una empresa japonesa dedicada al sector manufacturero, con operaciones internacionales: actividades en más de dieciocho países y un aproximado de 100 plantas, incluyendo la de México, establecida desde 1998. Se entrevistó a su Gerente General de Administración.

(2) Composición de trabajadores

Los trabajadores mexicanos en la empresa representan el 97% (29.1% hombres y 67.9% mujeres), y tan solo un 3% es de japoneses (2.1% hombres y 0.9% mujeres).

(3) Formas de reclutamiento del personal / Vinculación con las escuelas-universidades

La principal fuente de contratación es la agencia de colocación, que le permite a la empresa exigir ciertas especificaciones para puestos más concretos, incluso el medio por el cual se publica el aviso de vacantes: periódicos, bolsa de trabajo del gobierno e *Internet*.

Para operadores y oficinistas, se suele pegar carteles en municipios aledaños, así como en la parte externa de la empresa. Existe constante rotación de empleados, pues se encuentran "en competencia" con algunas empresas que, a pesar de no ser del mismo sector, "roban al personal", pues ofrecen condiciones laborales un poco mejores.

Las exigencias y habilidades que requieren para el personal son un poco más específicas que las de la empresa 1; suelen buscar personas con experiencia. Para el perfil de ciencias exactas e ingeniería, solicitan, al menos, conocimiento de gestión de la calidad, de máquinas, habilidad electromecánica y algunas certificaciones o reglas con que cuenta la empresa. La principal carrera empleada, además de las orientadas al sector al que se dedica la empresa, es la de Mecánica Eléctrica. Se debe resaltar que el 100% del personal que se encuentra en calidad de procesos es mujer. Del área de ciencias sociales y humanidades, la carrera más contratada es Administración. La empresa exige dominio de paquetería *Office*, programas contables y experiencia; además,

la disposición para colaborar y apoyar en otras áreas como la de recursos humanos. El personal dedicado a esta área ocupa tan solo un 20% del total de empleados.

No han establecido reclutamientos continuos de personal de reciente egreso universitario; sin embargo, el entrevistado considera que sería factible aplicar este criterio en un futuro cercano, ya que el recién egresado no cuenta con la experiencia laboral y no tiene punto de comparación de su situación laboral actual, lo que puede ser beneficioso para la empresa, especialmente por la actitud, y es más fácil que se adapte a la cultura y la orientación japonesas. El "inconveniente" es que el joven ve la contratación en esta empresa como experiencia, y no para permanecer en ella.

Según el entrevistado, han participado en ferias de trabajo organizadas por el gobierno, mediante la agencia de colocación, pero reconocen la posibilidad de participar en las ferias organizadas por escuelas, ya que el empleo de nuevos egresados puede ser más productivo para la empresa.

(4) Problemas con los trabajadores mexicanos

Esta empresa, además de la alta rotación, parece tener otros problemas con los trabajadores mexicanos: falta de adaptación al sistema japonés, exigencia con las condiciones laborales, y elitismo, que va muy de la mano con la exigencia.

En cuanto a la rotación, es difícil que los trabajadores, principalmente operadores, permanezcan más de tres años, pues expresan cansancio[20] y deciden laborar en otras empresas que ofrezcan mayor sueldo, sobre todo los menores de 30 años, que no tienen, ni buscan, la estabilidad y la orientación a largo plazo en el trabajo.

La adaptación al sistema japonés ha sido la experiencia más difícil que esta empresa ha tenido, en relación con la actitud de los trabajadores. En la cultura nipona, todo empleado debe cumplir con su trabajo y su compromiso; pero la mayoría de los empleados mexicanos, aun sin cumplir con sus deberes, exige, e incluso amenaza con renunciar.

Entre las exigencias más recurrentes sobre las condiciones laborales, están: más derechos, mejores salarios, puestos más altos y contratos definitivos. El fenómeno se observa con mayor frecuencia, sobre todo, en el personal contratado de pueblos aledaños a la planta, por el gasto en traslado, en caso que se trabajen horas extras.

Ha habido malas interpretaciones y conflictos, principalmente en la relación jefe-subordinado, ya que no hay cooperación de parte de los empleados para apoyar en los tiempos extras; lo ven como imposición o maltrato por parte de los jefes.

El Gerente General afirma que solo el 30% del personal mexicano tiene disposición, acepta las horas extras y las tareas para cumplir los objetivos de la empresa, mientras que más del 40% de los trabajadores no quiere ni demuestra compromiso. Expresó: "el mexicano quiere ser especialista mientras que nosotros requerimos conocimiento general". El mexicano hace únicamente lo que se le exige o establece en su contrato, y no tiene la disposición de auxiliar en otras áreas o tareas.

20. Sobre estos problemas, ver Ouyang y Kitami (2014).

Los trabajadores mexicanos de esta empresa pertenecen a un sindicato externo con el que, hace algún tiempo, hicieron una huelga por el "reparto de utilidades". Este comportamiento reafirma la concepción de "elitista", pues, cuando es el mes de "reparto de utilidades", los empleados suelen pedir que se les retribuya, incluso cuando la empresa no percibe dichas utilidades.

(5) Capacitación y sistema de ascenso

La empresa cuenta con un manual de actividades con información técnica y administrativa —flujos de compra, ventas e inventarios, seguridad, etcétera— relacionadas directamente con los sistemas de operación; sin embargo, no ofrece la capacitación, razón por la cual solicita experiencia en determinadas áreas, o bien le otorga permisos y facilidades al trabajador si busca la capacitación por su cuenta.

Además, se le da a conocer al contratado la filosofía de la empresa, y todas las mañanas, por regla general, se realiza "ejercicios de radio",[21] que es un tipo de activación física antes de iniciar el trabajo.

El sistema de evaluación para el ascenso varía un poco en relación con el utilizado en la empresa anterior. Consiste en una evaluación escrita y la observación del desempeño. El proceso de ascenso consta de dos fases: en la primera, el empleado debe aprobar un examen escrito, y en la segunda, el jefe directo realiza una carta de recomendación que se envía al área de recursos humanos, donde organizan un comité, que es el que evalúa y decide aprobar o no el ascenso. Para cambiar a los empleados de contrato temporal a fijo, se realiza la evaluación cada seis meses.

(6) Otros aspectos observados

a) Adaptación de la empresa a la cultura mexicana

Referente al sistema de administración, en la empresa respetan las tradiciones mexicanas, pero no otorgan los días libres estipulados en esa sociedad; sin embargo, en fechas festivas como el Día de las Madres, entregan regalos y suspenden las horas extra para que las madres lleguen a tiempo a su hogar; en el Día de Muertos, decoran, realizan las tradicionales calaveras, y ofrecen, en la fábrica, una comida tradicional mexicana.

Por otra parte, los responsables dominan el español para comunicarse con los subordinados, incluso hablan español con sus compañeros japoneses.

b) Distancia entre mandos y subordinados

El Gerente entrevistado[22] es muy formal y tiene una actitud que transmite confianza a los empleados, quienes no se ven estresados con su presencia.

21. Se nombran "de radio" por ser transmisiones guiadas.
22. Es un ejecutivo al que le gusta "escuchar" las quejas y sugerencias de los empleados.

(7) Percepciones generales de la entrevista a profundidad

Es un gran reto para la empresa generar una situación de ganar-ganar entre sus trabajadores mexicanos y los intereses de la empresa. Se observa que aún falta efectividad en la orientación de los trabajadores mexicanos en el estilo de trabajo japonés.

El principal problema al que se enfrenta la empresa es la alta rotación de personal, provocada por la inconformidad del trabajador con su ubicación laboral o con su salario.

La empresa suele exigir mucha experiencia en los puestos más especializados de alto nivel, y concede gran importancia a la preparación del personal, siempre y cuando este tenga disposición de aprender —para la empresa es un valor más valioso que la experiencia.

No obstante, se observó que hay personal con experiencia que se orienta al trabajo a largo plazo y ha permanecido en la empresa por más de diez y veinte años, con un alto grado de conocimiento, adquirido durante ese tiempo.

En términos generales, la empresa adopta el *job recruitment*, debido a dos factores: primero, la principal fuente de contratación es mediante una agencia de colocación, la cual le permite determinar aspectos específicos en el perfil del personal contratado; segundo, actualmente no cuenta con un sistema de capacitación establecido, y por el tipo de operaciones de la empresa, carece del tiempo para desarrollarlo e instrumentarlo. Asegura el entrevistado que, en un futuro, consideran establecerlo mediante la vinculación con escuelas y universidades, para incrementar la contratación del personal sin experiencia y aprovechar la actitud y la participación activa de los jóvenes.

Conclusiones

La AAE ha favorecido la relación actual entre México y Japón, y el flujo de la IED japonesa a México es notorio, lo que contribuye en la creación de empleos, principalmente en el sector manufacturero.

En el empleo creado por una EMN se percibe un choque cultural que afecta la productividad, como lo indican las teorías referidas. En particular, estas empresas tienen un sistema de empleo y de vinculación con las instituciones académicas, distinto al mexicano.

La aplicación de dos encuestas para identificar el choque cultural, incluso la aculturación, que ocurre en el empleo de la planta laboral mexicana por las empresas japonesas ubicadas en Jalisco, y su vínculo con las escuelas, arrojaron las siguientes conclusiones:

1. Los criterios de contratación de las empresas niponas no son demasiado exigentes respecto a la preparación profesional, pues tienden a practicar el *membership recruitment*, lo que evidencia que dan mayor prioridad a valores y actitudes, como indica Hamaguchi (2009).
2. Las empresas muestran disponibilidad para ofrecer puestos de trabajo a recién egresados. No todas cuentan con los recursos, el tiempo, o con un sistema efectivo, para ofrecer la capacitación especializada, por lo que contratan a personas

con experiencia. Además, carecen de vínculos con bolsas de trabajo universitarias, lo que reduce la oportunidad para difundir su demanda. Por ello, las empresas desean una mayor orientación por parte de las universidades para promover el empleo entre sus egresados y la preparación para sus sistemas de trabajo.

Es necesario ofrecer una capacitación interna en la empresa, no solo sobre sus políticas y costumbres, sino también sobre instrucciones de trabajo. Es importante reiterar la visión a largo plazo y el sistema de ascenso que utilizan.

Por otra parte, varias empresas estiman pertinente que haya prácticas profesionales, experiencia útil para incorporar a los universitarios de forma eficiente, lo que evidencia que se requiere un mayor acercamiento entre el sector empresarial y el académico, como sugieren Cabrero, Cárdenas, Arellano y Ramírez (2011).

3. Una de las vías que contrarrestarían las insuficiencias observadas sería orientar sobre la diferencia cultural entre México y Japón. Al respecto, se identificaron las siguientes diferencias:
   a) La imagen de los trabajadores mexicanos es más negativa que positiva. La fuerza laboral mexicana carece, en su mayoría, de actitudes y valores colectivos como lealtad, colaboración y compromiso. Requiere de tolerancia, dedicación y disposición al trabajo en equipo; eso es parte de lo que buscan las empresas niponas. Esta brecha causa altos índices de rotación, principalmente de operadores, lo que provoca descontrol en las empresas.
   b) A pesar de las experiencias negativas, algunas de las empresas refirieron resultados y percepciones positivas de los trabajadores que demostraron lealtad, compromiso y adaptación al estilo japonés. Estas experiencias coinciden con las señaladas por Rodríguez y Ramírez (2003) y Muñoz y Hernández (2012).
   c) Se debe considerar si el personal cuenta con las habilidades necesarias y cuáles son sus valores —los más importantes para estas empresas: tolerancia, proactividad y visión a largo plazo—. Con la combinación favorable de los dos elementos, el trabajador podría alcanzar niveles más altos y mejores salarios en un tiempo razonable, como el caso de la cultura japonesa a la que se refiere Tomita (1994).

Como la presente investigación es un estudio de caso, es difícil generalizar las conclusiones para otras empresas y situaciones.

Para evitar el error en el análisis cualitativo, se determinaron los elementos claves de la evaluación que pueden variar, por ejemplo, formalidad de contratación, evaluación del trabajo, mecanismo de ascenso, percepción de los empresarios japoneses sobre los trabajadores mexicanos y vinculación con las instituciones educativas. Se seleccionaron las empresas a entrevistar, cuidadosamente, para poder obtener un resultado cualitativamente confiable.

Según la muestra, se identificó una escasa vinculación entre las empresas y las universidades, suministradoras de talentos jóvenes. Además, se observó cierto choque cultural entre trabajadores mexicanos y administrativos japoneses, lo que afecta al

sistema de empleo que adoptan las empresas japonesas en Jalisco, como observan Cabrero, Cárdenas, Arellano y Ramírez (2011) y González, Blanco y Fernández (2013).

Por tanto, es fundamental que quienes busquen laborar en una empresa japonesa entiendan su cultura y los cambios que faciliten la relación laboral para un mayor grado de satisfacción de los empleados en el trabajo y un mejor desempeño empresarial. Tanto el mexicano como el japonés son capaces de moldear su comportamiento a los patrones de la cultura del otro, hecho que arroja el presente estudio. De esta forma, como mencionan Earley y Ang (2003), se observa inteligencia cultural, y adaptación de la mano de obra local, como indican Muñoz y Hernández (2012).

Es de suma importancia divulgar estos casos y lograr mayor vinculación entre las empresas y las universidades. Queda pendiente aumentar el número de la muestra y recabar información más sistemática, para la mayor cientificidad de los resultados, lo que se hará en próximas acciones de investigación.

Bibliografía

Arvizu, Ana C. y Claudia J. Arvizu (2014), "Causas de la falta de vinculación entre las empresas mexicanas y las Instituciones de Educación Superior (IES)", *Educate-conciencia*, vol. 4, núm. 5 especial, pp. 66-79.

Banco de México (2017), *Complicación de informes trimestrales correspondientes al año 2016*, México, Banco de México.

Cabrero, Enrique y otros (2011), "La vinculación entre la universidad y la industria en México: Una revisión a Cabrero, los hallazgos de la Encuesta Nacional de Vinculación", *Perfiles educativos*, vol. 33, Número Especial, pp. 189-192.

Carrillo, Jorge y Redi Gomis (2011), "Un estudio sobre prácticas de empleo en firmas multinacionales en México: un primer mapeo", *Frontera Norte*, vol. 23, núm. 46, pp. 35-59.

De Kras, Eva (2001), *Administración mexicana en transición*, México, Grupo Editorial Iberoamericana.

Earley P., Christopher y Ang Soon (2003), *Cultural Intelligence: Individual Interactions across Cultures*, U.S.A., Stanford University Press.

García, Manolo (2015), "Crean bachillerato tecnológico internacional (Noticia de 012 mx)". Disponible en: http://www.012.mx/revista/el-aparador/1201-crean-bachillerato-tecnologico-internacional.

González, Rubén; Blanco, Mónica y Refugio de Jesús Fernández (2013), "Factores culturales organizacionales y psicosociales para una implantación exitosa de empresas extranjeras en México", *Mercados y negocios*, vol. 14, núm. 2, pp. 31-52.

Hamaguchi, Keiichiro (2009), *Nueva sociedad laboral, hacia la reconstrucción del sistema de empleo*, Japan, Iwanami Shoten.

INEGI (2016a), "Indicadores de ocupación y empleo", 10 de diciembre. Disponible en: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1.

_____ (2016b), "Distribución porcentual de la población ocupada según posición en la ocupación", 5 de diciembre. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=614&c=25572.

_____ (2016c), "Distribución porcentual de la población ocupada según nivel de instrucción, nacional", 10 de diciembre. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=616&c=25570.

_____ (2016d), "Distribución porcentual de la población ocupada según sector de actividad económica", 10 de diciembre. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=615&c=25574#.

_____ (2016e), "Productividad de la mano de obra en México según subsector de actividad económica de la industria manufacturera", 10 de diciembre. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=463&c=25637.

_____ (2016f), "Remuneraciones en la industria manufacturera en varios países", 10 de diciembre. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/.

JETRO (2016), "Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en América Latina, Informe de resultados". Disponible en: https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/survey/pdf/survey_es_201703.pdf.

Keidanren (2016), "Encuesta sobre el empleo de nuevos egresados", Japan, Keidanren.

Márquez, Alejandro (2011), "La relación entre educación superior y mercado de trabajo en México: Una breve contextualización", *Perfiles educativos*, vol. 33, Número Especial, pp. 169-185.

METI-Japan: Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón (2007), "38ª Encuesta de las actividades empresariales en el extranjero", Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón.

_____ (2015), "46ª Encuesta de las actividades empresariales en el extranjero", Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón.

Moriguchi, Chiaki (2014), "Japanese-style Human Resource Management and its Historical Origins", *Japan Labor Review*, vol. 11, núm. 3 [s.n.], pp. 58-77.

Muñoz, Javier y Roberto Hernández (2012), "La cultura organizacional en empresas japonesas establecidas en México". Disponible en: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/05_PF324_Cultura_organizacional.pdf.

Okabe, Taku (2009), "Capitalismo japonés, ¿modelo económico exitoso o extraño?", *Expresión económica*, vol. 21, pp. 19-34.

Okabe, Taku y Salvador Carrillo R. (2014), *Relaciones México Japón en el contexto del acuerdo de asociación económica*, México, PROFMEX-World-Juan Pablo Publisher.

Ouyang, Fei y Mayumi Kitami (2014), "Un reportaje sobre la consciencia de los empleados extranjeros en las compañías japonesas, a fin de buscar la clave por la que se conviertan en las empresas atractivas para recursos humanos globalizados", *Boletín de Sanno University*, pp. 79-96.

Rodríguez E., Mauro y Patricia Ramírez B. (2003), *Psicología del mexicano en el trabajo*, 2a ed., México, Mcgrawhill.

Secretaría de Economía (2016), *Promexico. La industria automotriz mexicana: situación actual, retos y oportunidades*, México.

_____ (2016a), "RNIE-Sociedades mexicanas con capital extranjero", 15 de mayo. Disponible en: https://datos.gob.mx/busca/dataset/registro-nacional-de-inversiones-extranjeras.

_____ (2016b), "Información estadística de flujos de IED hacia México por entidad federativa desde 1999", 15 de septiembre. Disponible en: https://datos.gob.mx/busca/dataset/inversion-extranjera-directa/resource/5761c726-7ac5-4107-9d58-6058c79ee46f.

Tanaka, Shiro (1996), "Cambio de las sociedades anónimas y la actualidad del capitalismo", *Revista del Instituto de Economía*, vol. 24, pp. 1-10.

Tomita, Mitsuhiko (1994), "Administración empresarial japonesa: su proceso de formación y características culturales", *Revista Hikone*, núm. 287/288, pp. 165-180.

World Economic Forum (2016), "The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution", 10 de diciembre. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf.

Yin, Robert K.(2014), *Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods*, 5a ed., USA, Sage Publications.

La inversión asiática en el sector automotor de la región del Bajío, México

María Elena Peyro Beltrán[1]
Martha Virginia González Medina[2]
Angelina Hernández Pérez[3]

Resumen

La inversión asiática ha tenido una notable presencia en sectores productivos considerados motores de la economía mexicana, y la industria automotriz y de autopartes es uno de ellos. El dinamismo económico de esta industria ha registrado un aumento, especialmente desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1994. Desde la década de los ochenta, la política económica de México ha tenido entre sus objetivos el crecimiento del comercio internacional. Además, se considera que la inversión extranjera directa (IED) es primordial para la creación de empleos y, aunque ha habido pocos avances en este aspecto, persiste la expectativa de crear vínculos productivos con la industria mexicana. A pesar de que, según las estadísticas macroeconómicas, se ha avanzado gracias a esta política pública, solo se observan impactos significativos de su localización en determinadas regiones.

Las empresas automotrices de capital asiático son una parte esencial en la configuración geográfica de la industria automotriz y de autopartes en la región del Bajío, considerada un corredor fundamental para el sector. Por esta razón, el presente trabajo se centra en los factores que explican la localización de dichas empresas, mediante el estudio de su tamaño, estructura y dinamismo, en esta región, desde la entrada en vigor del TLCAN. Se analizan los indicadores económicos regionales

Fecha de recepción: 28 de septiembre de 2018. Fecha de aceptación: 6 de febrero de 2019.

1. Profesora investigadora del Departamento de Estudios Regionales, INESER, de la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. mariaelenapeyro@gmail.com.
2. Profesora investigadora del Departamento de Estudios Regionales, INESER, de la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. vickyglez9@hotmail.com.
3. Profesora investigadora del Departamento de Estudios Regionales, INESER, de la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. angeles_5a@yahoo.com.mx.

y las causas que han contribuido al crecimiento de la inversión asiática en el sector automotor.

Palabras clave: industria automotriz, inversión asiática, política pública.
Código JEL: L52, L38

Asian investment in the automotive sector of the Bajío region, Mexico

Abstract

The Asian investment has had an important presence in productive sectors considered motors of the Mexican economy, and the automotive and auto parts industry is one of them. Its economic dynamism has grown especially since the entry into force of the North American Free Trade Agreement (NAFTA), in 1994. Since the 1980s, the economic policy of Mexico had among its objectives the growth of International Trade. In addition, it is considered that foreign direct investment (FDI) is extremely important for the creation of jobs; and although there have been few advances in this aspect; the expectation of creating productive linkages with the Mexican industry persists. Although, according to macroeconomic statistics, progress has been made thanks to this public policy, the truth is that only significant impacts of its location are observed at the regional level.

The automotive companies of Asian capital are an essential part of the geographical configuration of the automotive and auto parts industry around the Bajío region, which is considered a very important corridor for it. For this reason, the present work focuses on identifying its size, structure and dynamism in this region since the entry into force of NAFTA. Regional economic indicators and the causes that have contributed to the growth of Asian investment in the automotive sector are analyzed.

Keywords: automotive industry, Asian investment, public policy.

Introducción

En México, el sector automotor contribuye de manera significativa a la dinámica económica nacional. La historia de esta industria comenzó con la apertura de la empresa Ford en 1925, la primera en instalarse en territorio mexicano, y el punto de partida para su desarrollo, y que llegó a ser estratégica para el crecimiento económico del país.

Si bien es cierto que las primeras compañías del sector automotor que se establecieron en México fueron estadounidenses —y que comenzaron a operar mucho antes de la apertura comercial del país al resto del mundo—, han sido las empresas asiáticas, específicamente las japonesas, las que se han convertido en un factor esencial para la dinámica productiva del sector automotor mexicano. La trayectoria de su localización es distinta: mientras que las empresas de Estados Unidos se instalaron en las regiones

Centro y Norte del país, la mayoría de las asiáticas lo hizo en la región del Bajío, cuyos polos de atracción más destacados han sido los estados Guanajuato y Aguascalientes.

Actualmente, el Bajío es un área geográfica que concentra la mayor parte de las actividades de ensamble y proveeduría del sector automotor en México, ya que se encuentran instaladas en la región el 42.5% de las armadoras y el 27.8% de las empresas de autopartes del país, la mayoría de ellas de origen japonés. Con el establecimiento de las armadoras japonesas Nissan, Honda, Mazda y Toyota, se consolida un clúster de la industria automotriz que le otorga al Bajío relevancia nacional como región especializada en industrias de alta tecnología, a la par de otros conglomerados industriales establecidos en diferentes regiones del país, que se enfocan en el mercado estadounidense, como es el caso de las empresas del ramo electrónico o de *software*.

Sobre la base de lo anterior, y considerando la relevancia estratégica de la industria automotriz de capital asiático para la economía nacional ante el contexto de la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), este trabajo se plantea los siguientes objetivos: 1. Conocer la localización de las empresas automotrices del Bajío y su estructura; 2. Reconstruir la configuración histórica de la región como zona especializada en el sector automotor y describir las políticas públicas que contribuyeron a esta configuración; y 3. Identificar las empresas asiáticas, su operación dinámica y sus condiciones de instalación, debido a su función como principales armadoras y proveedoras en la cadena productiva del sector. Para alcanzar dichos objetivos, el artículo se estructura en tres apartados.

En el primero se analizan aquellas teorías del desarrollo regional que explican la localización de las empresas y su agrupamiento, hasta formar clústeres industriales y sistemas regionales de innovación. En esta revisión se pone especial énfasis en las características del sistema de producción automotriz de las empresas asiáticas. En el segundo apartado se describe la configuración histórica regional que identifica a este sector en México y la función de la política pública al respecto, hasta su conformación geográfica actual. El tercer apartado presenta un análisis de las empresas armadoras de automóviles y de autopartes de origen asiático; se mencionan los motivos de su instalación y se destacan las características de su preponderancia en el Bajío. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio.

La metodología utilizada consistió en la revisión de la literatura teórica y empírica sobre la localización industrial, las aglomeraciones de empresas y el clúster automotor de la región del Bajío. Para elaborar el material gráfico se consultaron las bases de datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y los Censos Económicos del INEGI, el Instituto de Información Estadística y Geográfica del Gobierno de Jalisco (IIEG), la Secretaría de Economía Federal, la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), la Industria Nacional de Autopartes (INA), ProMéxico, y la de la Japan External Trade Organization (JETRO), así como notas periodísticas de relevancia nacional.

Clústeres y regiones de alta tecnología en las teorías del desarrollo regional

La localización de las actividades productivas en diferentes regiones ha sido ampliamente analizada por los teóricos del crecimiento y el desarrollo regional (Moncayo Jiménez, 2001; Dawkins, 2003). Los intentos de explicar los motivos de la localización y la aglomeración de empresas en determinadas áreas geográficas y sus efectos en la dinámica productiva local han dado pie a la creación de diversos modelos por parte de la economía y la geografía, principalmente.

Antes del nacimiento de la ciencia regional, atribuido al economista estadounidense Walter Isard (1956), se realizaron distintos esfuerzos por comprender la distribución de las actividades económicas en diferentes áreas geográficas. Puesto que era necesario saber por qué hay regiones más prósperas que otras, en la literatura hubo quienes desarrollaron modelos de crecimiento sobre la base de la convergencia regional, y otros que se opusieron a tales teorías, mediante el argumento de que persistía la divergencia que los supuestos imaginarios en torno al tema no podían explicar (Moncayo Jiménez, 2001).

Los desarrollos teóricos que buscaban la explicación a partir de las decisiones de los agentes locales y de los elementos geográficos o naturales como factores de transformación de los territorios, contribuyeron a definir el análisis socioeconómico como determinante de las diferencias inter e intrarregionales. Entre los trabajos pioneros sobresalen el de Marshall (1890), sobre las economías externas derivadas de las aglomeraciones de empresas; el de Fox y Krumar (1965), quienes empezaron por definir las áreas económicas funcionales, y el de Markusen (1987), quien destaca el carácter histórico de los elementos socioeconómicos en las regiones. Estos estudios son los antecedentes del paradigma surgido en la década de los noventa, conocido como especialización flexible o postfordismo.

Las economías externas se convirtieron en el eje de esta nueva literatura, auspiciada por Piore y Sabel (1984) y centrada en la organización industrial, que sigue los modelos de subcontratación que aprovechan las capacidades empresariales y las innovaciones tecnológicas, para que las economías de los países en desarrollo puedan alcanzar a las avanzadas (Moncayo, 2001: 21). Así, los estudios sobre los clústeres industriales, iniciados con Porter (1990) y Altemburg y Meyer-Stamer (1999), se convirtieron en el sustento teórico perfecto para proponer esquemas de política pública orientados a la creación de estos conglomerados productivos.

Una de las aportaciones más relevantes de la literatura sobre la especialización flexible es el estudio del impacto de las empresas de alta tecnología en territorios subnacionales de economías en desarrollo o emergentes, y la manera como ellas transforman las regiones (Dawkins, 2003). En realidad, los países con inversión extranjera de alta tecnología en regiones sin experiencia en innovación tecnológica enfrentan serios retos para integrarla a su economía y aprovechar los *spillovers* que genera la interacción entre firmas. En este contexto, es relevante que el Estado se haga responsable de favorecer la sinergia entre las empresas extranjeras y el conjunto de los actores

locales, de manera que se logre la eficiencia y el bienestar económico, tanto para los inversionistas como para las regiones receptoras.

Los diversos planteamientos teóricos, la mayoría de crítica a los modelos de convergencia regional y con una visión más compleja de la dinámica territorial interna, aportaron a las teorías del desarrollo regional nuevos elementos de análisis, en forma aislada, pero interdependiente, en sistemas de producción como las firmas, el mercado laboral, las instituciones, la tecnología y la cultura local, entre otros. Con ello se estableció que las empresas no solo se organizan de acuerdo con sus economías internas o con la geografía física, sino que también responden, en cierta medida, a la manera como se organiza el territorio donde se localizan. Así, el sentido y tamaño del impacto depende de la capacidad local de incidir en los sistemas de organización y producción.

A partir de estos preceptos se establecieron categorías con distintas estructuras y niveles de organización productiva. Entre ellas destacan los distritos industriales estudiados por Bacattini (2002), caracterizados por ser de pequeñas y medianas empresas que desarrollan sus actividades en un ambiente de redes interempresariales; los centros productivos tecnológicos, constituidos por grandes firmas desarrolladas en Estados Unidos y que analizan Scott (1992) y Storper (1997); los clústeres industriales de América Latina, descritos por Altemburg y Meyer-Stamer (1999), Rabellotti (1999) y Schmitz (1999), que son grandes compañías transnacionales atraídas por regiones de países en desarrollo, donde pueden producir con menores costos, y que tienen la capacidad de atraer proveedores del resto del mundo, así como de crearlos en el entorno local; y más recientemente, los clústeres culturales de Estados Unidos, descritos por Markusen y Gadwa (2010).

La creación de sistemas productivos locales en países emergentes ha tomado formas y seguido trayectorias diversas, lo que ha dado a cada región una identidad. Entre los más analizados figuran los que giran en torno a industrias de alta tecnología, como los sectores eléctrico, electrónico y de *software* (EES), las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y la industria automotriz (IA). Las compañías que producen estos bienes y servicios, procedentes de países avanzados como Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido y, recientemente, China; con el paso del tiempo han modificado sus sistemas de producción y han pasado por varias etapas que los estudiosos del tema han denominado taylorismo-fordismo y toyotismo, en la búsqueda de métodos que les permitan disminuir sus costos de producción y obtener mejoras en la calidad de sus productos (Pacheco, 2010).

El estudio del impacto que tienen las reestructuraciones productivas de las empresas multinacionales establecidas en países en desarrollo es una de las agendas más relevantes en la literatura que aborda el tema del desarrollo regional. Cada año, los países emergentes reportan inversiones extranjeras de gran magnitud como parte de los logros de su política económica;[4] sin embargo, los beneficios para los trabajadores

4. En 2004, casi la mitad de las 70 mil empresas multinacionales reportadas en el mundo se localizaban en países en desarrollo (OECD, 2007).

han sido escasos y el crecimiento económico solo reporta incrementos en la dinámica de sus exportaciones.

La mayoría de las regiones que han atraído este tipo de inversiones ha desarrollado aglomeraciones industriales locales o clústeres, pero aún no ha podido integrar de manera importante las actividades productivas locales en sus cadenas de valor. Desde la década de los noventa, cuando inició la fragmentación de la producción mundial, las empresas de los países receptores solo han podido integrarse bajo esquemas de subcontratación o *outsourcing*, de bajo valor agregado.

A la luz de estas propuestas teóricas surge el concepto de sistemas regionales de innovación (SRI), que involucra tanto los conglomerados de empresas relacionadas de uno o varios sectores o clústeres productivos como las políticas regionales de apoyo institucional y físico, para lograr un ambiente creativo capaz de generar innovaciones tecnológicas en la región (Niembro, 2017; Pons, Gibaja y Parrilli, 2014). El emprendurismo, la creatividad del capital humano y la innovación tecnológica son factores esenciales en el fomento de los SRI.

Los sistemas regionales de innovación fueron retomados por algunos organismos internacionales para proponer políticas de innovación en las regiones de países en desarrollo como México y otros de América Latina (CEPAL, 2004; OECD, 2012). Sus estudios parten del hecho de que el crecimiento regional se concentra en las grandes zonas metropolitanas, algunas de ellas, con cierto grado de avance tecnológico, donde el capital humano es un factor determinante. Según tal enfoque, en este tipo de regiones se desarrollan clústeres con alto potencial para convertirse en sólidos sistemas de innovación regional. Para ello, las políticas públicas locales se deben orientar, principalmente, hacia la atracción de proveedores nacionales e internacionales, la construcción de una infraestructura que facilite la logística intra e interregional, con enfoque en los mercados internos o externos; la promoción de la investigación e innovación tecnológica, en lugar de la simple absorción o adopción de tecnología, y, fundamentalmente, hacia la adaptación de las habilidades laborales del capital humano a las necesidades de las empresas que desarrollan alta tecnología.

El capital humano ya había adquirido especial relevancia en los sistemas de producción de algunos países asiáticos. Japón, como punta de lanza, inició la transnacionalización de inversiones en la década de los setenta, con una propuesta alternativa a la producción basada en la repetición de tareas. El nuevo modelo de producción, iniciado por la automotriz Toyota, no solo implicaba mejorar la calidad del auto, sino también la creación de un nuevo producto a la medida del cliente, lo que exigía hacer ajustes en la organización de las tareas de trabajo para adaptarlas a los nuevos sistemas de subcontratación y comercialización del producto, sobre la base del esquema *just in time* (Pacheco, 2010: 93).

América Latina —y en particular México— se convirtió en objetivo especial para las inversiones asiáticas, por su cercanía con el mercado estadounidense. Las primeras inversiones japonesas en Latinoamérica —Toyota en Brasil, en 1959, y Nissan en México, en 1966— se debieron, en parte, a la relación comercial entre Japón y Estados Unidos, este último país como mercado principal de la industria automotriz japonesa.

Posteriormente, el giro del gusto estadounidenses hacia los autos compactos, en lugar de las grandes camionetas tipo SUV,[5] ocurrido en los años setenta (Tsushima, 2014), y la posterior firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), detonaron el sector automotor asiático en el continente americano.

Actualmente, la industria automotriz enfrenta nuevos retos para satisfacer la demanda de productos más ecológicos. Una preferencia cada vez mayor por autos que contaminen menos —y que a la vez tengan un costo más bajo— ha impactado en la inversión en innovación y desarrollo tecnológico para pasar del auto tradicional, con motor de gasolina o diesel, al auto eléctrico, como respuesta a una economía preocupada por el medio ambiente. Sin duda, las innovaciones en este sentido serán determinantes para las decisiones futuras de localización de empresas del sector automotor y para determinar a cuáles regiones privilegiarán los centros mundiales de producción. En este contexto, la ciudad estadounidense de Detroit ha dejado de ser el clúster automotor tradicional y ahora Vancouver, Canadá, se ha convertido en el centro de negocios de las nuevas baterías eléctricas o *fuel cells* (OECD, 2007).

2. Antecedentes de la industria automotriz en México

2. 1. El desarrollo de la industria automotriz en México, en tres etapas

Etapa 1. Arribo de las ensambladoras, 1925-1960

La industria automotriz de México inició con la localización de compañías ensambladoras de automóviles de Estados Unidos. En 1925, Ford instaló la primera planta del país, en 1935 abrió General Motors y, en 1938, se estableció AutoMex (Chrysler). Este fue el inicio de la producción de autos en México (Dombois, 1990).

En 1954, Volkswagen arribó a Puebla; fue la primera empresa europea de automotores que se instaló en el país; la Nissan, la primera empresa japonesa que se estableció México, inició sus actividades en 1966, en la ciudad de Cuernavaca, Morelos. En 1960, la Renault, asociada con Dina, abrió una planta en Ciudad Sahagún, Hidalgo.

Había diversos factores que hacían de México un país atractivo para estas plantas ensambladoras: bajos costos de transporte, bajos salarios, mejores expectativas gracias a un cuasi monopolio nacional (Dombois, 1990).

Esta primera etapa en la que las ensambladoras automotrices se establecieron en la región central de México, inició en la década de los veinte y se prolongó hasta los años setenta. La llegada de empresas del ramo, procedentes de otros países, y su patrón de localización se relacionan con la necesidad de acceder al mercado mexicano y a la aglomeración de bienes y servicios que tenía lugar, principalmente, en el centro el país (Carrillo, 2016).

5. Sigla en inglés de *sport utility vehicle* o vehículo utilitario todo terreno.

Etapa 2. Desarrollo de la industria automotriz y de autopartes en la industrialización por sustitución de importaciones

Esta etapa se caracteriza por el impulso al desarrollo de la industria automotriz y de autopartes de México, en el contexto de un modelo económico proteccionista que buscaba la industrialización del país mediante la sustitución de importaciones. Este modelo, que evitaba la competencia de la producción externa y orientaba a la producción nacional a satisfacer las necesidades del mercado interno, provocó que la calidad, los precios y la productividad no fueran los elementos básicos de apoyo a la industria automotriz (Bueno, 2008, citado en Carbajal Suárez, 2014). A esta situación debemos agregar la promulgación de los decretos de 1962, 1967 y 1969, que tenían el propósito de incrementar la producción nacional y disminuir, en mayor medida, las importaciones, mediante el fomento de la manufactura interna. De esta manera, la industria mexicana aumentaría el número de empleos y generaría un mayor desarrollo regional, lo cual contribuiría a mejorar la balanza de pagos de México (Zapata, Hoshino y Hanono, 1994; Dombois, 1990).

El patrón de localización de las empresas maquiladoras de autopartes consistió en establecerse cerca de las plantas ensambladoras de autos, y en el Norte de México. De esta manera surtirían a las empresas automotrices establecidas en el centro del país y podrían exportar con menores costos al mercado estadounidense. De igual forma, aprovecharían mano de obra sin tradición sindical y espacios menos congestionados, y coadyuvarían a la política de descentralización de la industria, impulsada por el gobierno mexicano (Carrillo, 2016; Zapata *et al*., 1994). Las empresas establecidas en esta etapa son: Nissan 2 en Aguascalientes (1982), Ford en el Estado de México (1970), General Motors en Ramos Arizpe, Coahuila (1981), Ford Hermosillo (1986) y Chrysler, junto con Fiat, en Saltillo, Coahuila (1981).

Etapa 3. Integración de México a la globalización y firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte

En esta etapa se instrumentó una nueva estrategia de desarrollo, consistente en la apertura comercial del país y el fomento de las exportaciones. Esta fue la respuesta de México a la depresión económica que se vivió a mediados de la década de los ochenta, originada por el aumento de la deuda externa, la alta inflación, los desequilibrios en la balanza comercial del país, el déficit fiscal y el desempleo. Todo ello obligó a México a realizar una reestructuración productiva y, por ende, de la industria automotriz.

En esta etapa el Estado mexicano promulgó decretos en 1983, 1989, 1995 y 2003, para regular el sector automotor. El de 1983 tenía el objetivo de racionalizar las líneas de ensamble y los modelos, así como estandarizar las partes. El de 1989 perseguía el fomento y la modernización, por lo que se orientó a impulsar el desarrollo de esta industria en México para consolidar los avances que había tenido y ampliar su participación en la economía internacional. El decreto de 1995 incorporó reformas a las disposiciones sobre esta industria y las disposiciones del TLCAN. Por último, el decreto de 2003 buscaba fortalecer la competitividad y desarrollar el mercado interno; su ob-

jetivo era apoyar la competitividad de la industria terminal y el desarrollo del mercado mexicano de automóviles (Secretaría de Economía, 2012).

Firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte

En 1994 entró en vigor el TLCAN, firmado por Canadá, Estados Unidos y México, convenio que ha impulsado, en mayor medida, el crecimiento y desempeño de la industria automotriz en México, en las últimas tres décadas. Aunque México, desde antes, tenía cierto grado de integración en el sector automotor con los países que serían sus socios, el TLCAN institucionalizó la integración de la industria entre los tres países firmantes (Covarrubias, 2014; Carbajal y Del Moral, 2014).

El TLCAN ha representado un parteaguas para el desarrollo y la evolución de la industria automotriz establecida en México, porque aleja a este sector del proteccionismo y lo consolida como un sector exportador, superavitario, competitivo, innovador y representativo de las economías de los tres países, en términos de su aportación al producto interno bruto total y manufacturero, así como en lo referente a sus encadenamientos con otras industrias, la atracción de inversión extranjera y la generación de empleos (Carbajal y Del Moral, 2014).

En cuanto a la localización, las empresas armadoras y de autopartes, en esta etapa, dejan de privilegiar los estados fronterizos para establecerse en las entidades del Bajío: Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro y San Luis Potosí. Se observa una gran cantidad de inversión extranjera directa por parte de empresas multinacionales estadounidenses, europeas y asiáticas —estas últimas, principalmente japonesas—, ya que la región ofrecía condiciones favorables, debido a factores como cercanía con respecto a los mercados locales, extraordinarias vías de comunicación, mano de obra barata y capacitada, apoyos de los gobiernos estatales y extensas redes de proveeduría (Carrillo, 2016; Covarrubias, 2016).

Las empresas establecidas en esta etapa son: Toyota, en Baja California (2004); General Motors, en Silao, Guanajuato (1995); Honda, en El Salto, Jalisco (1995); General Motors, en San Luis Potosí (2007); Volkswagen y General Motors, en Silao (2003); Mazda, en Salamanca (2013), y Honda, en Celaya (2014); Nissan 2, en Aguascalientes (2013), y Kia, en Monterrey (2016) (Carrillo, 2016).

2.2. Localización de la industria automotriz en México[6]

De acuerdo con datos de ProMéxico (2016), las regiones donde se ha localizado el sector automotor son: Noroeste, Noreste, Centro y Bajío, cada una de ellas, conformada por entidades federativas especializadas en la proveeduría de determinados productos y sistemas. Por ejemplo, la región del Bajío, conformada por Jalisco, Aguasca-

6. En este apartado se muestra la localización y el giro de las empresas de la rama automotriz de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (2013), las regiones donde se establecieron y los países de procedencia. Se hace énfasis en la proliferación de inversiones asiáticas en el Bajío.

lientes, Guanajuato, Querétaro y San Luis Potosí, se especializa en la producción de autopartes: estampados, componentes eléctricos, frenos y sus partes, productos de hule, partes para motor y transmisiones para automóviles. En ella se localizan trece plantas que produjeron 1,585,366 vehículos ligeros en 2016, mientras que, en el país, había 40 plantas automotrices y de motores, con una producción de 3,483,435 vehículos ligeros (mapa 1).

Mapa 1
Localización y especialización de la producción de autopartes T1 México

Fuente**:** ProMéxico (http://www.promexico.gob.mx/documentos/sectores/autopartes.pdf).

Acuerdos comerciales entre México y países asiáticos

Una de las razones por las que México se ha convertido en un país atractivo para las inversiones en la industria automotriz es su política de apertura comercial. Las empresas armadoras aprovechan la condición del país de plataforma de exportación

para acceder a los mercados con los que México ha firmado acuerdos comerciales en América del Norte y del Sur, la Unión Europea y Asia, y específicamente con la región Asia-Pacífico, como miembro del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) (ProMéxico, 2016). En el cuadro 1 aparecen los nombres de los acuerdos comerciales entre México y los más importantes países asiáticos: Japón, Corea del Sur, China, India, Israel y Singapur.

Cuadro 1
Acuerdos comerciales entre México y países asiáticos

País firmante	*Tratado o acuerdo comercial*	*Fecha de la firma*
Singapur	Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones con el Gobierno de la República de Singapur	12 de noviembre de 2009
India	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de la India para la Promoción y Protección de las Inversiones	21 de mayo de 2007
China	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11 de julio de 2008
Corea	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Corea para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones	14 de noviembre de 2000
Japón	Acuerdo Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ).	17 de septiembre de 2004

Fuente**:** Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría de Economía. Comercio Exterior/ Países con Tratados y Acuerdos firmados por México (https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico).

Es importante señalar que la firma del Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ), en 2004, representa para México la oportunidad de exportar al mercado japonés y de atraer inversiones que incrementen la producción, el empleo y la competitividad en México. Es un acuerdo de cooperación que le ayuda al país a estimular las pequeñas y medianas empresas, así como a obtener transferencia de tecnología y capacitación laboral de empleados mexicanos (*Diario Oficial de la Federación*, 2005).

2.3. Política para promover el desarrollo de la industria automotriz mexicana

El sector automotor ha ocupado un lugar especial en la estrategia de industrialización de México, y es uno de los pocos sectores nacionales que han estado sujetos a programas de desarrollo específicos establecidos por decreto para regular la producción, las ventas y las importaciones de vehículos y autopartes. Tales decretos no han sido coherentes entre sí, más bien han reflejado los cambios que ha tenido la posición del gobierno en la política industrial mexicana (Moreno Brid, 1996, citado en Carbajal y

Del Moral, 2014). En la figura 1 se aprecian los decretos promulgados por el gobierno mexicano en relación con la industria automotriz.

Figura 1
Decretos relacionados con la industria automotriz promulgados por el gobierno de México

Decreto de integración **(1962)**	• Desarrollar la industria automotriz, mejorar balanza de divisas y adquirir tecnología.
Decreto que fija las bases para el desarrollo **(1972)**	• Fortalecer la participación del capital mexicano
Decreto para el fomento **(1977)**	• Generar divisas, incrementar fabricación de vehículos y motores, y fortalecer integración nacional.
Decreto para la racionalización **(1983)**	• Racionalizar líneas de ensamble y modelos y estandarizar partes.
Decreto para el fomento y modernización **(1989)**	• Fomentar el Desarrollo de la industria para consolidar los avances y ampliar su participación en la economía internacional
Reformas TLCAN al decreto de 1989 **(1995)**	• Incorporar las disposiciones resultantes del TLCAN
Fortalecimiento de la competitividad y desarrollo del mercado interno **(2003)**	• Apoyo a la competitividad de la Industria terminal y desarrollo del mercado interno de automóviles

Fuente: Secretaría de Economía (2012).

2.4. El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y la industria automotriz

El eje México Próspero, del PND, tiene como objetivo principal desarrollar los sectores estratégicos del país, mediante la activación de una política de fomento económico para incrementar la productividad de los sectores dinámicos —automotriz y de autopartes, aeroespacial, electrónico y químico— de la economía mexicana, a escala regional y en forma equilibrada.

Se propone el PND como un programa de desarrollo innovador, para el periodo 2013-2018, enfocado en lograr el objetivo sectorial de desarrollar una política de fomento industrial e innovación que promueva el crecimiento económico equilibrado por sectores, regiones y empresas, mediante dos estrategias, una sectorial y otra trans-

versal. La estrategia sectorial pretende: 1) impulsar la productividad de los sectores maduros, 2) incrementar la competitividad de los sectores dinámicos, 3) atraer y fomentar sectores emergentes, 4) incentivar el desarrollo de proveeduría para integrar y consolidar cadenas de valor que coadyuven a la creación de clústeres, y 6) promover la innovación en los sectores con el esquema de participación de la academia, el sector privado y el gobierno, lo que se conoce como triple hélice. La estrategia transversal, por su parte, impulsa el desarrollo de proveedores, los clústeres regionales, la innovación y el capital humano (Secretaría de Economía, s/f).

3. El sector automotor de origen asiático en la región del Bajío

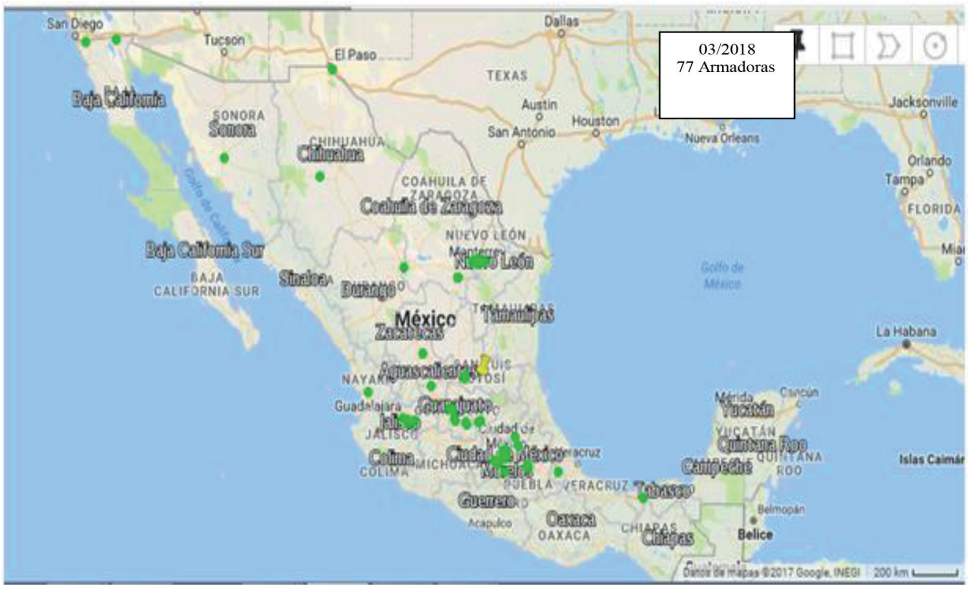
El sector automotor forma parte del sector manufacturero.[7] Incluye una serie de empresas y actividades agrupadas en ensambladoras y fábricas de autopartes, y abarca: 1) armadoras: industria terminal, dedicada al ensamble de autos; 2) proveedoras de las armadoras o industria de autopartes: *tier*[8] 1, *tier* 2 y *tier* 3, y 3) proveedoras de los fabricantes de autopartes. En este trabajo se aborda el sector automotor como sinónimo de industria automotriz.[9] Cuando se hable de empresas automotrices asiáticas se tratará, principalmente, de compañías japonesas, chinas o coreanas.

3.1. La distribución de empresas armadoras en la región del Bajío

En México existen 76 empresas armadoras, entre nacionales y extranjeras. En la región del Bajío es donde se concentran más que en el resto de las regiones; de las 21 establecidas, siete se localizan en Guanajuato, cuatro en Aguascalientes, dos en San Luis Potosí, cuatro en Querétaro y seis en Jalisco.

7. Según el INEGI, el sector manufacturero comprende todas las empresas o unidades económicas dedicadas, principalmente, a la transformación mecánica, física o química de materiales o sustancias para obtener productos nuevos; el ensamble en serie de partes y componentes fabricados; la reconstrucción en serie de maquinaria y equipo industrial, comercial, de oficina y otros, y el acabado de productos manufacturados mediante el teñido, el tratamiento calorífico, el enchapado y procesos similares. Incluye la mezcla de productos para obtener otros diferentes como aceites, lubricantes, resinas plásticas y fertilizantes. El trabajo de transformación se puede realizar en sitios como plantas, fábricas, talleres, maquiladoras u hogares.
8. La palabra *tier* se refiere a un orden o clasificación de componentes, en este caso, para la industria automotriz.
9. La industria automotriz incluye dos grandes rubros: 1) fabricación de automóviles o vehículos ligeros, así como la fabricación de partes para vehículos automotores, y 2) fabricación de vehículos pesados (camiones, camionetas, tractocamiones).

Mapa 2
Distribución de empresas armadoras automotrices en México, marzo de 2018



Fuente**:** DENUE (2017), INEGI. Consultado en mayo de 2018.

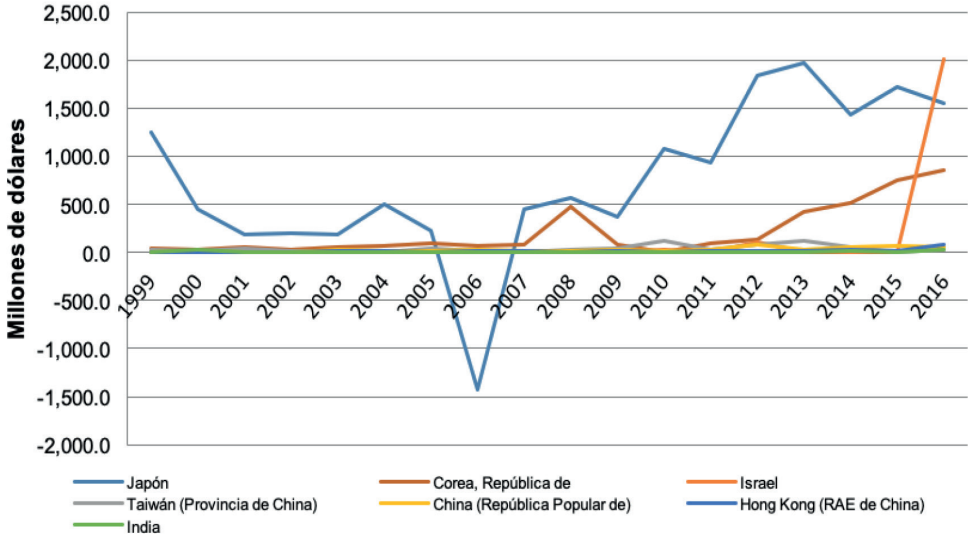
La presencia de empresas asiáticas en el Bajío inició en 2011. A partir de ese año se han instalado varias ensambladoras de origen japonés, que se han convertido en el imán que ha atraído a empresas fabricantes de autopartes (Hoshino, 2018 [2014]).

En el Bajío se encuentran importantes complejos de producción de vehículos ligeros y motores de origen asiático —en su mayoría japoneses—, distribuidos de la siguiente manera: Nissan y Nissan-Daimler en Aguascalientes, Honda en Jalisco, y Mazda, Hyundai, Honda y Toyota en Guanajuato. Los complejos de camiones y autobuses que se localizan en la región son: Hino, del grupo Toyota, en Guanajuato; Nissan, Scania y Camiones y Autobuses, en Querétaro.

3.2 Evolución de la inversión asiática en México

La gráfica 1 muestra cómo ha evolucionado la inversión de los diferentes países asiáticos en México, de 1999 a 2016. En ella se destaca el predominio de la inversión japonesa en el país.

Gráfica 1
Inversión extranjera directa de países asiáticos en México, 1999-2016



Fuente: Secretaría de Economía.

3.4. Producción

La producción total de vehículos en el Bajío, en 2016, fue significativa (cuadro 2). Las 17 empresas terminales produjeron, en total, 1,585,366 vehículos ligeros, mientras que, en todo el país, 40 plantas de producción ensamblaron 3,483,435 vehículos. En términos porcentuales, la región del Bajío representa el 42.5% de las armadoras, y en la nación, el 45.51% de los vehículos ligeros (ProMéxico, 2018). Los principales productos que fabrican las empresas de autopartes[10] establecidas en el Bajío son: estampados, componentes eléctricos, frenos y sus partes, productos de hule, partes para motor y transmisiones para automóviles.

10. Fabrican equipo eléctrico y electrónico y sus partes, motores de gasolina y sus partes, carrocería y remolques, partes de sistemas de dirección y de supervisión, partes de sistemas de frenos, partes de sistemas de transmisión, asientos y accesorios interiores, piezas metálicas troqueladas y otras partes.

Cuadro 2
Número de plantas y producción de vehículos ligeros por región, 2016

	Plantas de producción automotriz y de motores	*Participación respecto al total*	*Vehículos ligeros producidos*	*Participación respecto al total*
Región del Bajío	17	**42.5 %**	1,585,366	**45.51 %**
Guanajuato	6		786,860	
Aguascalientes	4		552,731	
San Luis Potosí	3		186,467	
Jalisco	1		59,308	
Querétaro	3		0	
Región Centro	11 total	27.5 %	927.696	26.63 %
Puebla	2		414,703	
Estado de México	7		202,029	
Morelos	1		310,964	
Hidalgo	1		0	
Región Noreste	9 total	22.5 %	551,782	15.84 %
Coahuila	4		444,282	
Nuevo León	3		107,500	
Chihuahua	2		0	
Región Norte	3 total	7.5 %	418,591	12.02 %
Baja California	2		97,145	
Sonora	1		321,446	
Total	40	100 %	3,483,435	100 %

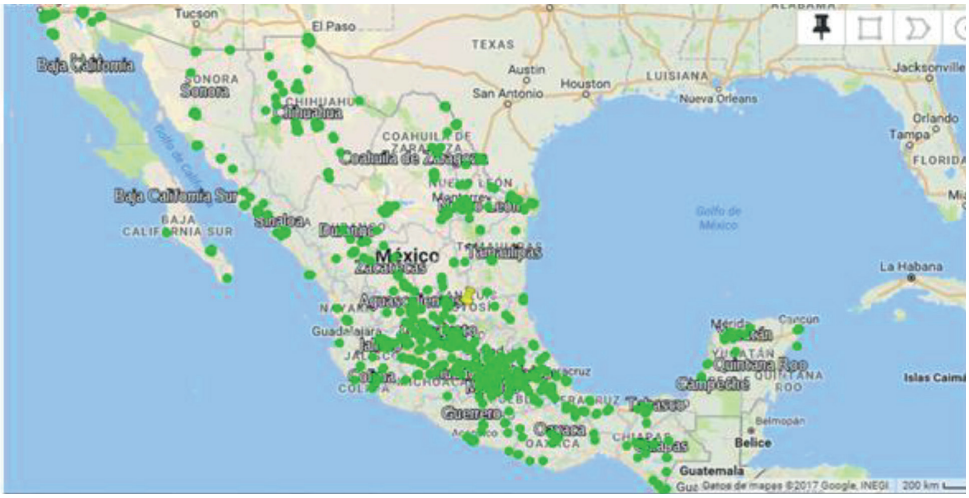
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de ProMéxico (http://mim.promexico.gob.mx/work/models/mim/Resource/74/1/images/info_estatal_esp_17.pdf).

De acuerdo con el DENUE, en marzo de 2018 había 2,745 empresas de autopartes en el país. De este conjunto, JETRO[11] hace un listado de 333[12] que podrían ser proveedoras de empresas automotrices japonesas (cuadro 3). De ellas, 179 se localizan en el Bajío; destacan los estados Querétaro y Guanajuato por: 1) concentrar el mayor número de empresas que JETRO considera como potenciales proveedoras de empresas japonesas establecidas en México; 2) contar con empresas proveedoras que ofrecen una mayor variedad de procesos y productos; 3) incluir más de la mitad de los pro-

11. La Japan External Trade Organization, JETRO, por su sigla, fue fundada en 1958 y es un organismo autónomo gubernamental de Japón, que tiene como principal tarea la promoción del comercio internacional de dicho país.
12. Esta cifra corresponde, únicamente, a aquellas dedicadas a la elaboración de productos y a procesos que incluyen: aislantes acústicos y térmicos a partir de fibras textiles, cables, corte láser, electrónica, estampado, forja fría, fundición (aluminio, zamak), hule, inyección de plástico, maquinado, materia prima, moldes y troqueles, recubrimientos, resortes, tornillos, tratamiento térmico y tubería.

cesos o productos de proveeduría del sector automotor[13] en la región, y 4) acoger el mayor número de empresas armadoras.

Mapa 3
Ubicación de empresas de autopartes en México



Fuente: DENUE 2017, INEGI. Consultado en mayo de 2018.

Cuadro 3
Selección de empresas asiáticas de proveeduría
del sector automotor en el Bajío, 2018

Empresa	*Número de empresas o establecimientos*	*Participación porcentual*
Nissan	1	17
Honda	2	26
Denso	1	17
Jatco	2	26
Sumitomo	1	17
Total	745 100%	

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos del DENUE, INEGI. Consultado el 24 de julio de 2018.

13. Tales como aislantes acústicos y térmicos, cables, corte láser, electrónica, estampado, forja fría, fundición (aluminio, zamak), hule, inyección de plástico, maquinado, materia prima, moldes y troqueles, recubrimientos, resortes, tornillos, tratamiento térmico y tubería. Información tomada de https://www.jetro.go.jp/world/cs_america/mx/autoparts.html.

En 2014, la participación del Bajío en la producción de autopartes *tier* 1 fue de cerca del 28%, en cuanto al número de plantas localizadas, por debajo de la cifra de la región Noreste, cuya participación se acerca al 39%.

Cuadro 4
Localización y especialización de la producción de autopartes tier 1 por región, 2014

Región	*Especialización*	*Entidades federativas*	*Número de plantas proveedoras*	*Participación porcentual*
Noreste	Productos/sistemas: aire acondicionado, sistemas automotrices, partes plásticas, partes para el sistema eléctrico, partes para motor y maquinados.	Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Tamaulipas	198	38.75
Bajío	Productos/sistemas: estampados, componentes eléctricos, frenos y sus partes, productos de hule, partes para motores y transmisiones de automóviles.	Aguascalientes, San Luis Potosí, Querétaro, Jalisco, Guanajuato.	142	27.79
Centro	Productos/sistemas: asientos, aire acondicionado, gatos hidráulicos tipo botella, componentes de interiores, partes para motor, sistemas eléctricos, estampados y suspensión.	Estado de México, Ciudad de México (D.F.), Morelos, Veracruz, Tlaxcala, Yucatán, Puebla, Hidalgo.	101	19.77
Noroeste	Productos/sistemas: sistemas de aire acondicionado y calefacción, componentes de interiores, accesorios y sistemas eléctricos para automóviles.	Baja California, Baja California Sur, Durango, Sinaloa, Sonora.	70	13.70
		Totales	511	100

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de ProMéxico y la Secretaría de Economía.

De la ubicación de las armadoras y su necesidad de proveeduría *tier* 1, 2 y 3 se deduce que estas contribuyen a la existencia y supervivencia de numerosas empresas de proveeduría localizadas en Guanajuato y Querétaro, con una concentración acorde con la distribución de las empresas automotrices japonesas en el Bajío. Guanajuato tiene a Honda, Toyota, Mazda, Denso, Mitsubishi Mitsuir y Mumitomo; Aguascalientes, a Nissan, Yazaki, Jatco y Sumitomo; Querétaro, a Mitsubishi; San Luis Potosí, a Yazaki, y Jalisco a Honda (cuadro 5).

Cuadro 5
Empresas mexicanas de proveeduría del sector automotor y empresas más poderosas establecidas en el Bajío, 2017

Estado/ número de empresas	*Proceso (producto)*	*Número de empresas*	*Participación porcentual*	*Empresas japonesas más poderosas en el Bajío*
Querétaro (151)	Cables, estampado, forja fría, fundición (aluminio, zamak, etcétera), maquinado, hule, inyección de plástico, moldes y troqueles, recubrimientos, resortes, tornillos, tratamiento térmico, tubería, otros.	82	45.56	Mitsubishi. Fabricación de maquinaria y equipo para levantar y trasladar; de equipo eléctrico y electrónico y sus partes para vehículos automotores.
Guanajuato (185)	Corte láser, electrónica, estampado, forja fría, fundición (aluminio, acero), inyección de plástico, maquinado, materia prima, moldes y troqueles, recubrimientos, resortes, tornillos, tratamiento térmico.	53	29.44	Honda. Fabricación de automóviles y camionetas; de otras partes para vehículos automotrices. Toyota. Producción del modelo Corolla. Mazda. Producción de automóviles y camionetas (modelos Mazda 2 y Mazda 3). Honda. Producción de vehículos y transmisiones. Denso. Fabricación de equipo eléctrico y electrónico y sus partes para vehículos automotores. Mitsubishi Corp. Producción de compuestos de plásticos para la industria automotriz. Mitsui. Manufactura de sistemas de chapas y bisagras automotrices. Sumitomo. Fabricación de llantas y cámaras.
San Luis Potosí (108)	Estampado, fundición (acero), inyección de plástico, maquinado, materia prima, moldes y troqueles, recubrimientos, tornillos, tubería.	25	13.89	Yazaki. Manufactura y venta de arneses, componentes e instrumentos automotrices.
Jalisco (163)	Estampado, forja fría, fundición (acero), inyección de plástico, recubrimientos, tornillos.	10	5.56	Honda. Fabricación de piezas metálicas troqueladas para vehículos automotrices.

Estado/ número de empresas	*Proceso (producto)*	*Número de empresas*	*Participación porcentual*	*Empresas japonesas más poderosas en el Bajío*
Aguascalientes (93)	Estampado, fundición, hule, inyección de plástico, maquinado, moldes y troqueles, resortes.	9	5.00	Nissan. Fabricación de motores de gasolina y sus partes para vehículos automotores; de automóviles y camionetas. Yazaki. Manufactura y venta de arneses, componentes e instrumentos automotrices. Jatco. Fabricación de partes de sistemas de transmisión para vehículos automotores. Sumitomo Corp. Fabricación de equipo eléctrico y electrónico y sus partes para vehículos automotores.
Total		179	100	

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de JETRO, Clúster Industrial y DENUE, INEGI.

3.5. Factores de atracción de inversión asiática en el Bajío

El sector automotor opera en función de las condiciones de la dinámica económica, las políticas de fomento industrial y de atracción de inversión, la dinámica de crecimiento y la cercanía con respecto a las principales plantas armadoras. Con el aumento de la demanda de automóviles se incrementa la necesidad de las empresas de producir más automóviles y su interés en ello, lo cual estimula la demanda de productos, procesos y servicios que impactan las actividades económicas que inciden en el nivel de empleo, entre otros aspectos.

En la región del Bajío, los factores de atracción de empresas automotrices asiáticas son: las ventajas de atender los mercados de los países donde invierten, la presencia de empresas japonesas con gran dinamismo económico e industrial, contar con infraestructura y equipamiento urbano adecuados en los lugares de destino, la seguridad y la cercanía geográfica con el mercado de Estados Unidos; los acuerdos y tratados de libre comercio —en especial el TLCAN, para acceder a mercados de América del Norte— sudamericanos y europeos, la existencia de empresas ensambladoras y de autopartes de vehículos ligeros y motores norteamericanas, asiáticas y europeas establecidas en la región, la apertura de plantas de las principales empresas productoras de vehículos pesados, la amplia red de proveeduría de empresas *tier* 1, 2 y 3; la mano de obra barata y calificada, las políticas públicas y de apoyo institucional de los gobiernos de los estados que integran esta región, los conglomerados de empresas automotrices que conforman varios clústeres en la región y, finalmente, el Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón y los gobiernos locales. Todos han sido factores que han contribuido a consolidar las actividades bilaterales de comercio, inversión y cooperación que han beneficiado al Bajío.

Debemos añadir otros factores de atracción, tales como la gran cantidad de armadoras existentes en el Bajío, que representan el 42.5% del total y producen el 45.5% de los vehículos ligeros del país, y la participación importante de empresas de autopartes localizadas en la región, pues representan el 27.79% del total,[14] la presencia de las principales empresas productoras de vehículos pesados y motores del mundo[15] que se encuentran en esta zona, y sus empresas de capital japonés: Yazaki, Jatco, Sumitomo Corp, Denso, Mitsubishi Corp, Mitsui, Sumitomo y Yazaki. También están presentes Hino Motors, Hyundai, Man Truck & Bus (ecuatoriana y coreana), Scania (sueca), Automotive Trucks (Ensambladora Camiones Foton), Carrocerías Hermanos Becerra, Sanoh Industrial de México y Daimler. Finalmente, la concentración de empresas japonesas en el Bajío atrae a otras empresas asiáticas.

Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo es identificar los factores que explican la localización de las empresas automotrices de origen asiático en la región del Bajío, y conocer la estructura y el dinamismo de la inversión de la industria automotriz asiática en esta región.

Partiendo de las reflexiones derivadas de las diversas teorías del desarrollo regional que explican la localización de las empresas, la formación de clústeres y los sistemas regionales de innovación, que fueron revisadas, así como de la historia del sector automotor de capital asiático en la región, y las políticas públicas implementadas para favorecer a dicho sector, se definió que la inversión de empresas de origen japonés ha sido parte esencial de la configuración histórico-geográfica de esta industria en el Bajío. Aunque la inversión extranjera directa asiática en el sector automotor comparte características con la de otras regiones, tiene la particularidad de que existe una creciente presencia de empresas japonesas en los estados Aguascalientes y Guanajuato, establecidas con el fin de proveerles insumos a las principales ensambladoras localizadas en la región, ya sean de origen asiático, estadounidense o europeo.

La decisión de las primeras empresas japonesas de establecerse en el Bajío se debió a su localización geográfica cercana al mercado de Estados Unidos, país con una creciente demanda de autos compactos, que se convirtió en mercado potencial para la industria automotriz asiática. A lo anterior contribuyó la disminución de los costos del comercio exterior como resultado de los acuerdos comerciales de Japón con Estados Unidos, y el TLCAN. Posteriormente, el desarrollo de un clúster automotriz en el Bajío y el de los que ya se desarrollaban en las regiones Centro y Norte del país, se convirtieron en un importante factor de atracción de México para empresas

14. En la zona se encuentran plantas de grandes empresas productoras de vehículos ligeros y de motores como Honda, Mazda, Volkswagen, Nissan, Toyota, Fca México y General Motors, que atraen a otras empresas.
15. Cummins, Hino, Scania y MAN Camiones y Autobuses, Kenworth, Freightliner, Isuzu, Volvo, Dina, International y Mercedes-Benz.

proveedoras extranjeras. La existencia en esta región de un conglomerado industrial conformado por empresas ensambladoras y de autopartes, tanto de vehículos ligeros como de motores, la presencia de las principales empresas productoras de vehículos pesados, el surgimiento de una amplia red de proveeduría de empresas *tier* 1, 2 y 3, la disponibilidad de mano de obra barata y calificada, así como las políticas públicas locales de apoyo institucional, propiciaron la llegada de empresas del sector al Bajío. Finalmente, el Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón ha consolidado las actividades bilaterales de comercio, inversión y cooperación con los gobiernos locales, lo que ha beneficiado a esta área geográfica.

Los estados Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro y San Luis Potosí constituyen la zona geográfica o nodo regional más importante para la industria automotriz en México. En ellos se asienta actualmente un conglomerado de empresas automotrices conformado por las ocho empresas ensambladoras de automóviles más sobresalientes de la industria automotriz mexicana: Nissan, Honda, Toyota, Mazda, Volkswagen, BMW, Daimler AG y General Motors. Las armadoras japonesas han sido un factor relevante para atraer a otras empresas asiáticas a la región del Bajío.

En el Bajío existen 142 empresas automotrices de autopartes *tier* 1, 2, 3 y 4. El clúster automotriz que conforman es el segundo más importante, después del clúster del Noroeste, por el dinamismo de su crecimiento en inversión extranjera directa, pues en él se encuentran cien firmas líderes en autopartes, y porque representan el 28 % de la producción del país en *tier* 1.

Las economías externas han sido fundamentales en la innovación derivada de la dinámica económica de los clústeres productivos de alta tecnología que se han desarrollado en México. Las políticas públicas de los estados que conforman la región del Bajío son fundamentales para crear la sinergia necesaria entre el clúster automotriz y la economía local, y la participación de Guanajuato y Aguascalientes es primordial para que exista una integración capaz de derramar impactos tecnológicos y de innovación positivos en la región, mediante políticas que coadyuven a una mayor colaboración en la tríada academia-empresa-gobierno, conocida como triple hélice.

Entre los aspectos negativos, cabe destacar la falta de empresas nacionales y locales que puedan producir insumos con la calidad, el precio y la entrega oportuna que demandan las empresas ensambladoras niponas en la región, así como las firmas europeas y norteamericanas, debido a que el gobierno federal y los gobiernos estatales no cuentan con una política industrial a largo plazo para crear eslabonamientos con las empresas locales y aprovechar esta importante red de inversión asiática en la zona.

Los impactos ambientales de la industria automotriz y de autopartes, así como la tendencia a transitar de la producción de autos actual a la de autos eléctricos, como respuesta a la nueva economía con responsabilidad ambiental, son temas pendientes en la agenda de investigación, pues sin duda modificarán algunos patrones de localización de clústeres con el potencial de convertirse en sistemas regionales de innovación.

Con los hallazgos de este estudio, se aportan elementos relevantes que contribuyen al análisis prospectivo de la renegociación del TLCAN en el sector automotor, ya

que este tema se ha convertido en un eje estratégico en la agenda de discusión trilateral entre Canadá, Estados Unidos y México.

Bibliografía

Altemburg, T. y J. Meyer-Stamer (1999), "How to promote Clusters: Policy Experiences from Latin America", *World Development*, 27(9), pp. 1693-1713. Disponible en: https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00081-9. Consultado: 20 de abril de 2018.

Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) (2014a), "Situación y tendencias del sector automotor en México". Disponible en: https://drive.google.com/folderview?id=0B5fj11Y67z3zMTBJdXEzN3VrUkk&usp=sharing&tid=0B5fj11Y67z3zVGFxV2FtTkhjMm8.

_____ (2014b), "Información estadística". Disponible en: http://www.amia.com.mx.

Bacattini, G. (2002), "Del distrito industrial marshalliano a la 'teoría del distrito' contemporánea. Una breve reconstrucción crítica", *Investigaciones Regionales*, 1(1), pp. 9-32. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28900101. Consultado: 16 de abril de 2018.

Booz, Allen e Infotech Hamilton (1987), *La industria de autopartes. Estudio elaborado para el Gobierno de México, Secofi y Bancomext*, México.

Carbajal Suárez, Y. y L. del Moral (2014), "El desempeño del sector automotor en México en la era TLCAN. Un análisis a 20 años", *Paradigma Económico*, 2, pp. 95-126.

Carrillo, J. (1990), "Cambio tecnológico, organizacional y en las estructuras de control", en J. Carrillo (comp.), *La nueva era de la industria automotriz en México*, México, El Colegio de la Frontera Norte.

Carrillo Regalado, S. (2016), "Determinantes de la localización regional de la inversión externa directa manufacturera. El caso de la IED japonesa en el sector automotor, 2006-2014", *21º Encuentro Nacional sobre el Desarrollo Regional en México*, Mérida, Yucatán, Amecider-ITM, pp.1-20.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2004), "Desarrollo productivo en economías abiertas". Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/13057/1/S0400002_es.pdf. Consultado: 3 de mayo de 2018.

Covarrubias Valdenebro, A. (2014), "Explosión de la industria automotriz en México: de sus encadenamientos actuales a su potencial transformador". Disponible en: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/10645.pdf.

_____ (2017), "La geografía del auto en México. ¿Cuál es el rol de las instituciones locales?", *Estudios Sociales*, 27(49), pp. 213-241.

Dawkins, Casey J. (2003), "Regional Development Theory: Conceptual Foundations, Classic Works and Recent Developments", *Journal of Planning Literature*, pp. 131-172.

Diario Oficial de la Federación (DOF) (1993), "Decreto de promulgación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte", 20 de diciembre.

_____ (2005), "Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón". Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=791358&fecha=31/03/2005.

Dombois, R. (1990), "Economía política y relaciones industriales en la industria automotriz mexicana", en J. Carrillo (comp.), *La nueva era de la industria automotriz en México*, México. El Colegio de la Frontera Norte.

El País (2017), "Plantas de automóviles en México", 24 de enero. Disponible en: https://elpais.com/especiales/2017/plantas-armadoras-de-autos-en-mexico/.

Fox, K. A. y T. Krishna Kumar (1965), "Papers of the Regional Science Association", 15: 57. Disponible en: https://doi.org/10.1007/BF01947866.

Hoshino, T. (2018 [2014]), *Red de proveeduría de la industria automotriz en México. ¿Es posible la incorporación de las empresas mexicanas?* (trad. Taku Okabe), México, Universidad de Guadalajara.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)) (s/f), "Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)". Disponible en: http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/.

_____ (2009), "Sistema de Consulta de Censos Económicos 2009". Disponible en: http:// www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/saic/default.asp?s=est&c=1716.

Isard, Walter (1956), *Location and Space-Economy. A General Theory Relating to Industrial Location, Market Areas, Land Uses, Trade and Urban Structure*, London, The Technology Press of Massachusetts Institute of Technology and John Wiley & Sons Inc. New York.

Japan External Trade Organization (JETRO). Disponible en: https://www.jetro.go.jp/world/cs_america/mx/autoparts.html.

Japan External Trade Organization (JETRO) México (s/f), "Estadísticas. Japón: comercio con México". Disponible en: https://www.jetro.go.jp/mexico/Estadisticas.html. Consultado: 10 de mayo de 2018.

Markusen, A. y A. Gadwa (2010), *Creative Placemaking.* Disponible en: https://www.arts.gov/sites/default/files/CreativePlacemaking-Paper.pdf. Consultado: 20 de junio de 2018.

Marshall, Alfred (1890), *Principles of Economics: An introductory volume*, Canada, Rod Hay's Archive for the History of Economic Thought, McMaster University.

Micheli, Y. (1990), "Prólogo", en J. Carrillo (comp.), *La nueva era de la industria automotriz en México*, México, El Colegio de la Frontera Norte.

Moreno Brid, J. C. (1996), "Mexico's Auto Industry after NAFTA: a Successful Experience in Restructuring?", *Working Paper*, 232, Notre Dame, the Helen Kellogg Institute for International Studies-University of Notre Dame.

Moncayo Jiménez, Edgard (2001), *Evolución de los paradigmas*, Santiago de Chile, ILPES CEPAL/Naciones Unidas (Serie *Gestión Pública*).

Niembro, A. (2017), "Hacia una primera tipología de los sistemas regionales de innovación en Argentina", *Investigaciones Regionales*, 38, pp. 117-149. Disponible en: http://wdg.biblio.udg.mx:2048/login?url=https://search.proquest.com/docview/1968338201?accou. Consultado: 23 de junio de 2018.

Organization for Economic Co-operation & Development (OECD) (2007), "Globalizations and Regional Economies. Can OECD Regions compete in Global Industries?", *Reviews of regional innovation*. Disponible en: https://www-oecd-ilibrary-org.wdg.biblio.udg.mx:8443/docserver/9789264037809-en.pdf?expires=1532393961&id=id&accname=oid050425&checksum=7234C163D79A00958AD42BF209635EC5. Consultado: 16 de junio de 2018.

_____ (2012), "Promoting Growth in all Regions". Disponible en: https://www-oecd-ilibrary-org.wdg.biblio.udg.mx:8443/docserver/9789264174634-en.pdf?expires=1532394785&id=id&accname=oid050425&checksum=EEC475E30529672B0BD445916A655D35. Consultado: 8 de mayo de 2018.

Pacheco Espejel, Arturo A. (2010), "El Taylorismo: implicaciones técnicas y políticas", *Gestión y estrategia*, México, UAAzcapotzalco, pp. 89-96.

Piore, Michael J. y Charles F. Sabel (1987), The Second Industrial Divide 1984 New York: Basic books, 354 pp., hc., *Journal of Peace Research*, 206.

Pons, X. A.; Gibaja Martíns, J. J. y M. D. Parrilli, (2014), "Evaluación de la fragmentación en los sistemas regionales de innovación: una tipología para el caso de España", *Investigaciones Regionales*, 28, pp. 7-35. Disponible en: http://www.orkestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/articulos/01Alberdi.pdf. Consultado: 16 de junio de 2018.

Porter, Michael E. (1990), "The Competitive Advantage of Nations", *Harvard Business Review*, pp. 73-93.

ProMéxico (s/f), Electrónico. Información estatal. Inversión y comercio. Electrónico. Autocosmos.com. Disponible en: http://mim.promexico.gob.mx/work/models/mim/Resource/74/1/images/info_estatal_esp_17.pdf. Consultado: 10 de mayo de 2018.

_____ (2015), "Perfil del sector automotor". Disponible en: http: //mim.promexico.gob.mx/work/models/mim/Resource/71/1/images/290716_Automotriz_esp.pdf. Consultado: 25 de julio de 2015.

Rabellotti, R. (1999) "Recovery of a Mexican Cluster: Devaluation Bonanza or Collective Efficiency?", *World Development*, 27(9), p. 1571. Disponible en: https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00071-6. Consultado: 21 de abril de 2018.

Santillán, M. (2017), "Razones para apoyar a Ford en lugar de castigarla", 6 de enero. Disponible en: https://noticias.autocosmos.com.mx/2017/01/06/razones-para-apoyar-a-ford-en-lugar-de-castigarla. Consultado: 23 de julio de 2018.

Schmitz, H. (1999), "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil", *World Development*, 27(9), pp. 1627-1650. Disponible en: https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00075-3. Consultado: 13 de mayo de 2018.

Scott, A. J. (1992), "The Roepke Lecture in Economic Geography the Collective Order of Flexible Production Agglomerations: Lessons for Local Economic Development Policy and Strategic Choice", *Economic Geography,* 68(3), pp. 219-233. Disponible en: https://www.jstor.org/stable/144183. Consultado: 10 de enero de 2018.

Secretaría de Economía (2004), "El TLCAN y el sector equipo de transporte y autopartes", *Comercio Exterior,* 54, pp. 357-362. Disponible en: http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/65/9/RCE9.pdf

_____ (2012), "Industria automotriz". Disponible en: http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Monografia_Industria_Automotriz_MARZO_2012.pdf. Consultado: 10 de mayo de 2018.

Storper, M. (1997), *The Regional World*. Disponible en: https://www.guilford.com/books/The-Regional-World/Michael-Storper/9781572303157. Consultado: 27 de enero de 2018.

Tsushima, Y. (2014), "Factores de inversión directa de empresas japonesas en México: industria de televisores vs. industria de automóviles", Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca. Disponible en: https://www.uhu.es/IICIED/pdf/5_7_empresa.pdf. Consultado: 18 de junio de 2018.

Zapata, F.; Hoshino, T. y L. Hanono (1994), *La restructuración industrial en México. El caso de la industria de autopartes*, México, El Colegio de México.

Crecimiento económico o ecodesarrollo: ¿Tiene sentido crecer de la forma en que lo hacemos?

PABLO SANDOVAL CABRERA[1]

Resumen

¿Cuál es la naturaleza? y ¿cuáles son las causas de la riqueza de las naciones? fueron las preguntas que dieron origen a la ciencia económica en el siglo XVIII e inauguraron una escuela de pensamiento económico conocida como "los clásicos", cuyo representante más conocido, por ser considerado precisamente el padre de la economía, fue Adam Smith. La respuesta que dieron estos pensadores fue que la fuente de la riqueza, motor del crecimiento económico de las naciones, estaba determinada por la acumulación de recursos por naturaleza escasos (tierra, trabajo y capital), por el crecimiento demográfico (a largo plazo, limitado por la propia disponibilidad de recursos), así como por la especialización productiva como estrategia de optimización en el uso de dichos recursos, y del mercado como mecanismo asignador de los recursos en la economía.

Bajo estas premisas, era evidente que a largo plazo, una vez utilizados plenamente los recursos de la sociedad, se alcanzaría lo que llamaron "el estado estacionario", es decir, un momento en el tiempo a partir del cual sería imposible seguir creciendo. En este análisis es entendible la relevancia que otorgaron los clásicos al comercio internacional, debido a que constituye una válvula de escape al "estado estacionario", al poner a disposición recursos no utilizados (por ejemplo, tierra para el cultivo) y mercados para los excedentes productivos.

En el fondo, domina en ellos la idea de que el crecimiento tiene límites, debido a la disponibilidad de recursos, por naturaleza, finitos. Tres aspectos destacan en la noción de crecimiento elaborada por esta escuela de pensamiento económico:

Fecha de recepción: 6 de enero de 2019. Fecha de aceptación: 6 de febrero de 2019.

1. Universidad de Guadalajara (casapa2636@gmail.com).

- Aceptaban que el crecimiento dependía, fundamentalmente, de los recursos disponibles, por naturaleza escasos.
- Por consecuencia, reconocían que el crecimiento, de forma necesaria, tenía límites.
- Acreditaban la importancia de la acumulación de capital y la dinámica económica a largo plazo.

En una segunda fase, en la evolución de la noción de crecimiento, se intenta romper con la idea de que el crecimiento tiene límites, al agregarse, como determinante, el progreso tecnológico. A partir de los trabajos que realiza Solow (1956), desde mediados del siglo XX, se acepta que la aplicación productiva de la ciencia y la técnica permite romper con la "camisa de fuerza" que significa la limitación de factores productivos que conducen al estado estacionario. Solow concluye que el crecimiento económico es algo más que la suma de las aportaciones marginales de los factores productivos. Este "algo más" es a lo que posteriormente se le llamó en la literatura económica el "residuo de Solow": un valor añadido que no se explicaba por la aportación cuantitativa de los factores productivos en juego y que él le acreditó al progreso tecnológico aplicado al proceso productivo.

A partir de este momento se pensó que el progreso tecnológico rompería con cualquier barrera (natural o técnica) que obstruyera el crecimiento de la economía, y que lo haría un proceso de expansión ilimitado. El crecimiento estaría en función de tres elementos fundamentales:

1. La disponibilidad de capital físico
2. La expansión de las capacidades productivas del hombre
3. La evolución de la ciencia y la tecnología con fines productivos

Desde entonces dominó en la teoría y la política económicas la creencia de que, al poner todos los esfuerzos y las capacidades sociales en pos del crecimiento, a largo plazo, la expansión económica permitiría combatir la pobreza mediante el incremento del empleo y los ingresos reales de los trabajadores y sus familias; sin embargo, la realidad ha refutado, una y otra vez, este postulado de la teoría económica convencional.

Palabras clave: crecimiento, economía, medio ambiente
Código JEL: O13, O20

Economic growth or eco-development: Does it make sense to grow the way we do?

Abstract

What is the nature and causes of the wealth of nations? It was the question that gave rise to economic science in the eighteenth century, and that inaugurated a school of economic thought known as "the classics", whose most well-known representative, to be considered precisely the father of the economy, was Adam Smith. The answer

given by these thinkers was that the source of wealth and engine of economic growth of nations, was determined by the accumulation of resources (land, labor and capital) by nature scarce, by population growth (long term limited by the own availability of resources), as well as by the productive specialization as strategy of optimization in the use of the same ones and of the market like allocating mechanism of the resources in the economy.

Under these premises, it was evident that in the long term, once the resources of society were fully utilized, what was called "the steady state" would be reached, that is, a moment in time from which it would be impossible to continue growing. Under this framework of analysis it is understandable the relevance given by the classics to international trade, because it constitutes an escape valve to the "steady state" by making available unused resources (for example land for cultivation) and markets for surpluses productive.

Basically, they dominate in them the idea that growth has limits, due to the availability of resources, by nature, finite. Three aspects stand out in the notion of growth elaborated by this school of economic thought:

- Accepting that growth depended fundamentally on available resources, which are scarce by nature.
- Consequently, they recognized that growth necessarily had limits.
- The importance accorded to the accumulation of capital and the long-term economic dynamics.

In a second phase, in the evolution of the notion of growth, we try to break with the idea that growth has limits, by adding, as a determinant of it, to technological progress. From the work carried out by Solow (1956) since the mid-twentieth century, it is accepted that the productive application of science and technology allow breaking the "straitjacket" that means the limitation of productive factors, which lead to the stationary state. Solow concludes that economic growth is something more than the sum of the marginal contributions of productive factors to find what was later called in the economic literature, the "residue of Solow." That is, an added value that was not explained by the quantitative contribution of the productive factors at stake and that he credited to the technological progress applied to the productive process.

From this moment it was thought that technological progress would break with any barrier (natural or technical) that would obstruct the growth of the economy, making this a process of unlimited expansion.

The growth would be based on three fundamental elements:

1. The availability of physical capital
2. The expansion of the productive capacities of man and,
3. The evolution of science and technology for productive purposes.

Since then, he has dominated in economic theory and politics the belief that by putting all social efforts and capabilities in pursuit of growth, in the long term, the economic expansion that this would bring, would reduce poverty by increasing employment and

real income the workers and their families. However, reality has refuted, again and again, this postulate of conventional economic theory.

1. La idea del crecimiento ilimitado ante la crisis ambiental

A pesar de todo, la idea modernista del dominio de la razón y del progreso como un valor consustancial a la civilización occidental (Furtado, 1983) fue adquiriendo un estatus preponderante e incuestionable al hacerse evidente, gracias a la dinámica científica y tecnológica, y a su aplicación en casi todos los ámbitos de la vida social y económica.

La ciencia y la tecnología como inductores de la vida social y económica, y como solución de todos los males, de la mano del mercado como ente orientador de las decisiones de consumo y producción, harían posible un crecimiento sin límites: se alcanzaría el pleno empleo de los recursos e incrementarían los ingresos y el consumo de la gente de forma sostenida; consecuentemente, aumentarían, de manera casi automática, los niveles de bienestar y la calidad de vida.

Esta concepción del crecimiento como un proceso ilimitado se mantuvo hasta el último cuarto del siglo xx, cuando los problemas económicos (bajas tasas de crecimiento económico, desempleo, crisis financieras, desigualdad norte-sur, etcétera), ambientales (cambio climático, pérdida de recursos bióticos, erosión del suelo y escasez de agua) y de desarrollo humano (estancamiento de la esperanza de vida en países del sur, emergencia de nuevas enfermedades, incidencia de enfermedades como el VIH y la tuberculosis en países pobres, mortandad infantil, analfabetismo, pobreza y exclusión) pusieron en tela de juicio las bondades que ofrecía la moderna sociedad tecnocientífica.

Desde inicios de la década de los setenta, se generaron dudas en la comunidad científica sobre los impactos y costos sociales y ambientales que el modelo de crecimiento generaba. En 1972, en un artículo, dos de los más importantes economistas del siglo XX, J. Tobin y W. Nordhaus, se preguntaban si tenía sentido crecer en la forma en que lo hacía la economía, hasta ese momento.

Respecto al significado del término crecimiento, aclaran que, "como muchas palabras cargadas de valor, crecimiento puede significar diferentes cosas para distintas personas en distinto tiempo" (Tobin y Nordhaus, 1972: 511).

Estos autores fueron de los primeros economistas en realizar un serio cuestionamiento a la concepción dominante sobre crecimiento económico, especialmente a la visión neoclásica. Pusieron en entredicho la idea de que una política de crecimiento dirigida a acercar el ritmo de la economía al nivel del producto potencial, mediante medidas de política económica, que propicien el avance tecnológico e incrementen de forma directa el producto potencial por medio de la acumulación de capital físico y humano, pueda traducirse, incuestionablemente, en una mejora sustancial del bienestar. Su argumento cuestiona la creencia de que la mejora del bienestar dependa exclusivamente de la cantidad per cápita de bienes y servicios disponibles, sin que tenga en cuenta aspectos como:

- La salud de los individuos y de la sociedad
- El ocio y las actividades productivas fuera del mercado
- La calidad ambiental y de los recursos naturales

Tobin y Nordhaus (1972) reconocen que el agotamiento de los recursos naturales está relacionado con el crecimiento poblacional y con los procesos de urbanización que lo acompañan. En este sentido, recomiendan buscar el equilibrio entre crecimiento poblacional y utilización de recursos naturales, mediante las siguientes medidas:

a) Corregir el sistema de precios
b) Desalentar las tecnologías altamente contaminantes
c) Diseñar instrumentos que posibiliten interiorizar los costos de la reproducción, así como de la contaminación, aunque este esfuerzo plantee un fuerte desafío metodológico y de política ambiental

Es cierto que, a pesar de criticar la noción neoclásica de crecimiento, mantienen una postura que se relaciona con esta escuela, la economía ambiental, pues proponen alternativas de solución que se mueven entre opciones tecnológicas y de mercado.

Sin embargo, son de los primeros economistas que reconocen las desamenidades o externalidades negativas que acompañan la expansión urbana y el crecimiento económico y demográfico.

Con el fin de medir los impactos (costos), en términos de bienestar, que la vida urbana implica, proponen asociar los altos salarios que se ofrecen en las ciudades con la densidad poblacional existente en un territorio específico, en la medida en que ello es valorado por la gente al tomar decisiones en relación con la residencia y la ocupación.

En este contexto, la respuesta de los autores a la pregunta que da origen a su trabajo se sintetiza en el reconocimiento de que no es pertinente crecer de la forma en que lo hacemos, debido a los altos costos sociales y ambientales que el crecimiento tiene, y que no son considerados en los sistemas de cuentas nacionales convencionales que toman el producto interno bruto (PIB; o nacional bruto, PNB) como un indicador esencial de bienestar.

En su trabajo, Tobin y Nordhaus definen un nuevo indicador de bienestar socioeconómico (IBS) mediante una reclasificación de los gastos de consumo e inversión, que son la base para el cálculo del PIB (o PNB) —por ejemplo, de los gastos defensivos que son considerados como costo y no como inversión—, la consideración de otros valores que habitualmente son excluidos de las cuentas nacionales —tales como el ocio, el trabajo doméstico, los servicios y los recursos que aporta la naturaleza—, y un indicador para integrar los impactos de los procesos de urbanización.

Desde que fueron diseñados los primeros Sistemas de Cuentas Nacionales del Producto y del Ingreso, se ha utilizado el PIB (o PNB) para medir el crecimiento económico, entendido como la suma de los valores añadidos en la actividad productiva de todos los agentes económicos en un periodo de tiempo y en una delimitación geográfica determinada: empresas, unidades familiares y gobiernos, en sus distintos niveles.

El uso de este indicador no solo ha sido descriptivo (como señal de la dinámica económica de un país), sino también normativo; es decir, se ha tomado como medida de bienestar; sin embargo muchos economistas coinciden en que está lejos de constituir un buen indicador de los niveles de bienestar y de la calidad de vida de una sociedad. Esta distinción, respecto de la utilidad e importancia del indicador, ha abierto un amplio debate en relación con las diferencias entre crecimiento y desarrollo económico que, por supuesto, aquí no se abordan de manera amplia. En el mejor de los casos, se acepta que el crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente, para alcanzar mayor bienestar y desarrollo de un país.

Si se asume que este indicador mida adecuadamente el valor creado de los distintos activos productivos, se impone una limitante fundamental: dicha contribución debe estar expresada en términos monetarios para poder ser registrada, lo que equivale a decir que los bienes y servicios generados por los distintos agentes económicos deben ser comercializados; esto es: deben estar sujetos al escrutinio del sistema de precios. De ser así, quedarían excluidas todas aquellas actividades que, aun siendo generadoras de valor, no son comercializables; por ejemplo, las actividades de subsistencia de muchas comunidades rurales, el trabajo doméstico y las contribuciones que realiza el medio ambiente.

Este hecho tiene un sinnúmero de implicaciones económicas y puede inducir, como ha ocurrido, a cometer errores de política económica; entre los más preocupantes: "el promover, y al parecer validar, la idea de que aceleradas tasas de crecimiento económico pueden ser alcanzadas y sostenidas explotando la base de recursos naturales" (Repetto *et al.* 1989: 3), lo que genera desigualdades sociales y mayor pobreza.

Este fenómeno de crecimiento ilusorio es, desgraciadamente, más crítico en los países que están en proceso de desarrollo, debido a que el peso relativo de la explotación de recursos naturales en sus exportaciones y en su PNB es mayor, en comparación con los países industrializados. Lo más grave es que parece que no son conscientes de ello.

En general, se acepta que los sistemas de cuentas nacionales convencionales (SCNC) presentan diversas deficiencias u omisiones en el tratamiento que les dan a los recursos naturales y a los servicios que presta el medio ambiente; se cuentan entre estas, las siguientes:

- Las cuentas económicas convencionales se limitan casi exclusivamente a productos y servicios con precios de mercado, por lo que quedan excluidos aquellos bienes y servicios naturales *o actividades no remuneradas* (como el trabajo doméstico) que, aunque no son *fácilmente* comercializables, tienen una importancia económica central. (Repetto *et al.*, 1989; Nordhaus *et al.*, 1999; Peskin *et al.*, 2001).
- El PNB y el PIB, variables claves para medir el desempeño de una economía, están definidos sobre la base, únicamente, de la producción final de bienes y servicios de mercado, sin tener en cuenta los importantes servicios que presta la naturaleza ni, por consecuencia, las variaciones que sufren los stocks de recursos medioambientales (Nordhaus *et al.,* 1999).
- A pesar de que se supone que las cuentas nacionales se sustentan en el principio de renta o ingreso hicksiano, que define la "Producción Nacional Neta como

el máximo monto que puede ser consumido mientras el capital quede intacto" (ibíd.: 184), las pérdidas de "capital natural" y su depreciación no son consideradas en la contabilidad del producto y el ingreso, a diferencia del capital físico, que sí es contabilizado en su depreciación.

- Las cuentas convencionales tratan los llamados "gastos defensivos", como los realizados en el combate a la contaminación —tratamiento de aguas residuales, tratamiento y eliminación de residuos,[2] etcétera— como inversiones, es decir, en forma positiva; no en forma negativa, como sería lo correcto (ibíd.: 45).
- Los sistemas de contabilidad nacional convencional ignoran los efectos sociales que conlleva el crecimiento: el incremento en la pobreza y la polarización social (por diferencias en los niveles de ingreso y riqueza), entre otros.
- Por último, se ignoran, en las cuentas convencionales, los llamados servicios medioambientales de calidad (*environmental quality services*), tales como la recreación y el ocio, el impacto visual-estético, la absorción de desechos; todos ellos, con importantes efectos en el producto y el bienestar de cualquier nación (Peskin, *et al.*, 2001, y Duran y Ruesga, 1996).

Pareciera ser cada vez más claro (al menos en los círculos académicos no ortodoxos) que las opciones de crecimiento, medidas a través del PIB, sustentadas en el uso y consumo irrefrenable de recursos naturales, generadoras de exclusión social y económica, son insostenibles a largo plazo, pues ponen en riesgo el bienestar de las generaciones presentes y futuras, no solo de la especie humana, sino también de todas las especies vivas del Planeta.

Hoy es evidente que las condiciones del Planeta no son propicias para sostener los actuales patrones de consumo y producción, debido al cambio climático, al incremento de la pobreza y las desigualdades sociales y económicas. Se vive en un paradójico escenario donde la mayor pobreza, que se concentra en los países del hemisferio sur, se relaciona con los mayores recursos naturales en un contexto de reconfiguración de las capacidades productivas entre regiones y países, debido al cambio climático.

2. El ecodesarrollo como respuesta a la noción convencional de crecimiento

El término ecodesarrollo se empezó a difundir a principios de los años sesenta; su autoría se le atribuye al empresario canadiense Maurice Strong, quien después sería el organizador de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre medio ambiente, ce-

2. Es decir, la actividad productiva no solo aporta bienes a la economía, sino también "males" (desechos y contaminación en general), y los gastos destinados a combatirlos se contabilizan, paradójicamente, como producto o ingreso final, cuando lo correcto sería restarlos del ingreso nacional. Esta omisión es escandalosa para algunos países. De acuerdo con la "ley de Leipert", los gastos defensivos en Alemania están aumentando más rápido que el PIB, de tal suerte, que cada vez es necesario un incremento mayor del ingreso para proteger a la ciudadanía y al medio ambiente de los daños colaterales provocados por el propio crecimiento económico, lo que es, a todas luces, absurdo (Leipert, 1994).

lebrada en Estocolmo, en 1972, y de la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, veinte años más tarde. Aunque también se dice que el economista polaco, naturalizado francés, Ignacy Sachs, quien fue consultor de la ONU para temas de medio ambiente y desarrollo, propuso el término para conciliar el aumento de la producción con el respeto a los ecosistemas, para mantener las condiciones de habitabilidad de la Tierra (López, 2008: 17).

Tan importante como la titularidad del término lo es comprender que emerge como resultado del pensamiento complejo, que se nutre de la multidisciplinariedad e interdisciplinariedad para el estudio de una realidad que rebasa los estrechos marcos de análisis que ofrecen las disciplinas, desde su parcialidad.

> El concepto de eco desarrollo proviene de una doble problemática contra los partidarios del crecimiento salvaje, que predica una fuga hacia adelante en el mal desarrollo como medio de corregir todos los males, pero también contra los zegistas (partidarios de la tasa de crecimiento cero), víctimas de la absolutización del criterio ecológico llevado a tal grado que implica la pérdida de visión antropocéntrica del mundo, que es aquella de todas las filosofías humanas (Sachs, 1981: 15).

Este concepto pone en el centro de su análisis al ser humano, sin que ello implique un antropocentrismo a ultranza, sino su renuncia; obligadamente remite a lo local como escenario natural; exige el trabajo en las comunidades locales con una visión endógena, pero sin caer en el aislamiento o la autarquía. Sachs (ibíd.: 18) explica que

> no se puede manifestar más que ahí en donde están y viven las gentes, es decir, localmente (…) se trata de ayudar a la sociedad civil a convertirse en el tercer sistema de poder, a tomar conciencia de su rol, a convertirse en una entidad en sí misma, comenzar a hablar con su propia voz, a imponer sus opciones plurales, en fin (…) no puede tener éxito sin la iniciativa, el compromiso y la imaginación popular necesaria para cubrir los objetivos sociales y para poner en evidencia las soluciones específicas susceptibles de realizarse, lo que nos remite otra vez al nivel local.

La nueva noción de desarrollo invita a hacer un manejo adecuado de los recursos provenientes de la naturaleza en el plano local y regional, con el fin de satisfacer el bienestar material de la población; pugna por el uso de los recursos, que no ponga en riesgo las capacidades de la naturaleza para solventar las necesidades de los que no están.

> Ofrece, en principio, un criterio de racionalidad social diferente a la lógica mercantilista, fundado sobre postulados éticos complementarios, de solidaridad sincrónica con la presente generación y de solidaridad discrónica con las generaciones futuras: El primer postulado remite a la problemática de acceso equitativo a los recursos y su distribución; el segundo obliga a alargar el horizonte temporal mucho más allá del tiempo del economista y provoca así un trastorno a nivel de las herramientas habitualmente utilizadas para arbitrar entre el presente y el futuro (Sachs, 1981: 14).

Se busca alcanzar, de esta forma, la complementariedad ecológica más que la propia especialización económica.

Este rasgo es fundamental para entender los principios a partir de los cuales se construye el modelo sustentable exigido por la sociedad actual, modelo que toma como elemento fundacional la complementariedad ecológica, social y económica, de forma equilibrada, al no admitir el sacrificio de lo ambiental y lo social a favor de un mayor crecimiento económico.

Para lograrlo, se propone la adopción de un estilo tecnológico particular, basado, principalmente, en la utilización de ecotécnicas para la producción de alimentos, en la eliminación gradual de las fuentes de energías derivadas de los recursos fósiles, y en nuevas formas de organización y participación social en torno a los problemas sociales, ambientales, y en todo aquello que incide en el bienestar del ser humano. Dicho de otra forma, se exigen nuevas formas de organización social y económica que no pueden ser posibles sin renunciar, de manera explícita, al modelo actual de desarrollo y al fundamentalismo de mercado como motor de su dinámica.

Si bien los debates sobre este concepto sufrieron un ligero estancamiento, desde finales de la década de los setenta, debido a "que su planteamiento central giraba en torno a un desarrollo regional y no a un proyecto de desarrollo que trascendiera dichas fronteras" (Arias, 2003: 3-4), podemos considerar que ecodesarrollo antecede, fundamenta y trasciende lo que hoy se conoce como desarrollo sustentable: ambos coinciden en la necesidad de centrar las acciones en los seres humanos, por encima, incluso, del propio crecimiento económico.

En 1983, el Secretario General de las Naciones Unidas pidió a la doctora Gro Harlem Brundtland, primera Ministra de Noruega y defensora del medio ambiente y de los derechos de la mujer, que presidiera un grupo de trabajo llamado Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, cuyos objetivos eran:

- Proponer estrategias a largo plazo para alcanzar el desarrollo sustentable.
- Hacer recomendaciones para una mayor cooperación entre los países con diferentes niveles de desarrollo para aspirar a propósitos comunes que consideraran la interrelación entre los hombres, los recursos naturales, el medio ambiente y el desarrollo.
- Analizar las vías mediante las cuales la comunidad internacional pudiera tratar con mayor eficacia los problemas relacionados con el medio ambiente.
- Definir un programa de acción que incluyera objetivos y propuestas de solución a los problemas relacionados con la protección y el mejoramiento del medio ambiente mundial.

Tres años después, esta comisión, conformada por miembros de 21 países, concluyó que la transición a formas sustentables de desarrollo era posible, y se publicó, en 1987, el informe correspondiente, denominado *Nuestro futuro común*, mejor conocido como *Informe Brundtland*.

En las sucesivas reuniones realizadas —Río de Janeiro, Brasil, en 1992; Johannesburgo, Sudáfrica, en 2002; Cancún, México, en 2010; Río de Janeiro, 2012, y Lima,

Perú, en 2014—, se continúan reconociendo los principios nodales del desarrollo sustentable, entre otros:

- Su enfoque humano. Al centrar los esfuerzos del desarrollo en la consecución del bienestar, y al poner a la persona en el centro del desarrollo, como actor y destinatario.
- Su contenido ético. Al insistir en la solidaridad intra y transgeneracional, en el reconocimiento de los demás, los que están y los que no.
- La cooperación como reconocimiento, no solamente de la corresponsabilidad que se tiene en la generación de los problemas sociales, económicos y ambientales, sino también en sus soluciones.
- La urgencia de atender dichos problemas, debido a su agudización; particularmente los relacionados con el cambio climático, la pobreza y los bajos niveles de crecimiento económico observados en las últimas décadas.

Desafortunadamente, a pesar de los acuerdos multilaterales, los avances observados son nimios, debido a la ausencia de condiciones vinculantes que obliguen a los países de mayor desarrollo relativo y a los de economías emergentes como China, Rusia, Brasil e India, a modificar sus patrones productivos y de consumo, particularmente los relacionados con el consumo de combustibles fósiles. Hoy, China supera a Estados Unidos en su contribución al cambio climático, y está por encima de países desarrollados como Alemania, Gran Bretaña y Canadá (Porter, 2014: 4).

Podemos concluir que, entre los problemas que obstruyen el avance sustancial hacia modelos de sustentabilidad, destacan los siguientes:

- La falta de compromiso de los países industrializados —como Estados Unidos, Japón, China, Rusia y algunos europeos— para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y sus desechos sólidos y tóxicos.
- El seguir pensando que las soluciones tecnológicas y de mercado son suficientes para superar los problemas ambientales, económicos y sociales existentes.
- El argumento de algunas economías emergentes —como Rusia, Brasil, China e India— de tener derecho histórico para crecer, aun a costa de generar grandes emisiones de gases de efecto invernadero —China ya supera a Estados Unidos en este rubro.
- La dificultad para aceptar que es posible pensar en otras soluciones, que si bien ponen en entredicho las bondades ofrecidas por el capitalismo y la sociedad moderna, pueden ser viables, atendiendo a la experiencia histórica de otras culturas.

Esta nueva modalidad de desarrollo implica, asimismo, nuevos retos para la investigación científica y para la planificación, pues acepta diversas lecturas de la realidad, y distintas alternativas de solución a los problemas relacionados con el atraso, el cambio climático y la interacción entre sociedades en un contexto de globalización. En ella destaca la fuerza que tiene lo local y la preeminencia de lo humano en la definición de los cursos y las estrategias de acción que se deben seguir.

Las principales preguntas en torno a esta nueva noción de desarrollo se deben a una notable falta de especificidad, así como al hecho de no reconocer que algunos de sus postulados son incompatibles con el capitalismo, a tal punto, que muchas de las ideas originales planteadas en el *Informe Brundtland* han sido moldeadas políticamente para hacer creer que el desarrollo sustentable es absolutamente viable en los sistemas de economía de mercado si "pintamos" de verde al capitalismo mediante medidas básicamente de carácter cuantitativo, como la reducción de gases de efecto invernadero (GEI), mayores inversiones en tecnologías "limpias", entre otras. Han sido estos aspectos los que han dificultado el diseño y la aplicación de estrategias que vinculen las dimensiones sociales, económicas y ecológicas, que le den sentido a un discurso académico ya existente, dirigido a redimensionar la filosofía del ecodesarrollo *versus* el discurso oficial del desarrollo sustentable.

Ciertamente, desde una perspectiva conciliadora, se puede concebir como una etapa de transición (Beriain, 1996) que inicia con la defensa de la conservación de la naturaleza y con la lucha contra la desigualdad y la pobreza, que tiene como fundamento ético "la solidaridad discrónica con las generaciones futuras" (Sachs, 1988), en tanto se generan mejores condiciones para la conformación de una nueva sociedad. En este proceso, algunas propuestas de cambio relacionadas con el ecodesarrollo pueden, de forma gradual, ser aceptadas por el sistema social y económico dominante, dentro de ciertos parámetros difíciles de determinar, sin tomar en consideración los diferentes frentes de lucha de los excluidos del sistema y la capacidad de respuesta de quienes ostentan el control económico y político (García, 2007; Leff, 2011; Salas *et al.*, 2011).

Para explicarlo de otra forma, en esta primera fase, "los objetivos del eco desarrollo deberán integrarse a un proceso de reconstitución de las relaciones sociales de producción que, si bien tiene mayor importancia, no sustituye la necesidad de llevar a cabo una práctica de eco desarrollo como parte de una política de cambio social" (Leff, 1978: 308).

El asunto clave, derivado de lo dicho hasta aquí, consiste en clarificar, para la mayoría de las personas, la lucha por transformar el modelo de vida fundado en relaciones asimétricas de poder, excluyente y empobrecedor, que pretende perpetuar los intereses económicos y geopolíticos de una porción muy pequeña de ganadores, en contra de una gran mayoría de perdedores, representados por los más de 2,800 millones de pobres que viven, principalmente, en los países del sur.

3. La insustentabilidad urbana

Ante el evidente panorama de urbanización y aparición consustancial de grandes zonas metropolitanas, se empieza a articular, en el ámbito político, primero, luego en el académico, un discurso específico que intenta dar cuenta del impacto de la vida urbana en el cambio climático y en las condiciones ambientales, en general.

Se constata, al menos, una fuerte correlación entre el incremento de las áreas urbanas y el decremento o depreciación de recursos como agua, bosque, selva y recur-

sos bióticos, en general, además del incremento en los niveles de contaminación por bióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero, particularmente después de la revolución industrial, lo que ha dejado como secuelas el calentamiento global y el cambio climático.

A mediados de los años noventa, la OCDE y la ONU Hábitat comenzaron a plantear la necesidad de que las políticas urbanas debían articularse a partir de tres componentes: los mecanismos de mercado, el progreso tecnológico y las relaciones de poder, en un contexto de globalización (Bruston, 1999). Se puede inferir, a partir de este planteamiento, que los problemas urbanos deberían ser abordados en el contexto de las economías de mercado, sin poner en entredicho la propia viabilidad del sistema.

Por ello no es extraño que en las experiencias de abordaje para el tratamiento de los problemas urbanos, entre ellos los relacionados con los impactos ambientales derivados de la dinámica urbana, lo que se observa sean estrategias de mitigación o resarcimiento, bajo una perspectiva de sustentabilidad frágil, que dista mucho de ofrecer soluciones integrales.

Ante esta evidencia se han suscitado diversas críticas por la forma en que se ha afrontado el complejo entramado de problemas ambientales, sociales y económicos, que tienen su asidero en el territorio urbano.

> El fundamento conceptual de la sustentabilidad urbana debe expresar una problemática mucho más abarcadora que la que se contempla en la planeación urbana tradicional (reducción de la contaminación, manejo efectivo de desechos, estrategias para reverdecer las plazas, los parques, calles y áreas residenciales). La visión moderna sobre la sustentabilidad urbana debe incluir la agenda social (terminar con las formas de violencia social, intolerancia y exclusión), la búsqueda de nuevos tipos de desarrollo económico y tecnológico centrados en el ser humano; la revitalización o invención de la democracia, la coexistencia y codesarrollo de los diferentes grupos étnicos, religiosos y lingüísticos y sus comunidades, etcétera (Breheny, 1992; Petrella, 1998; Balbo, 2002) (Peniche y Romero, 2014: 29).

El tema de la sustentabilidad urbana debe ser abordado con una perspectiva holística e integral, sin duda alguna, pero también con una perspectiva global, en la que los límites entre lo urbano y lo rural desaparezcan, al igual que las fronteras entre territorios; además, se exige una posición conceptual en el diagnóstico y en el diseño de las políticas y estrategias cimentadas en la sustentabilidad dura, y no en la frágil, contrario a lo planteado por organismos como la OCDE, el Banco Mundial y la propia Organización de las Naciones Unidas, quienes proponen, prioritariamente, soluciones de mercado y de tipo tecnológico, para afrontar los problemas ambientales, sociales y económicos.

Quedan supeditados los aspectos de inclusión, distribución equitativa de los recursos, la valoración ética y de existencia de la naturaleza, la cohesión social y los necesarios avances que deben darse en la gobernanza, a los imperativos del crecimiento económico y la productividad (Reporte de las ciudades 2012-2013, UNHábitat, 2012). De lo dicho se concluye que el origen de los problemas ambientales está en los estilos de vida propios de las sociedades capitalistas modernas y, por tanto, en el modelo de

desarrollo vigente. Es un problema global que atañe a todas las esferas de la vida, pero que se expresa con mayor nitidez en las ciudades, en momentos en que la expansión urbana es irrefrenable y representa un atractivo para las grandes masas de marginados del "progreso", que ven en ellas una alternativa para salir del atraso.

Ante la lentitud de la política y la concertación para afrontarlo como un problema global y estructural, la aceleración del cambio climático y sus efectos en los ciclos naturales están dibujando un nuevo mapa de las capacidades productivas de regiones y países, que va de la mano de una ampliación de la pobreza, la inequidad y la falta de oportunidades, principalmente, en los países de menor desarrollo relativo, por ser los que disponen de menos recursos para hacerles frente a los retos que este conjunto de fenómenos impone.

Hoy, organismos como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el Banco Mundial (BM), coinciden en que también impactan de forma negativa las condiciones de pobreza global, sobre todo de los países de menor desarrollo relativo.

Es tan relevante el fenómeno del cambio climático (CC), que el propio Banco Mundial, otrora escéptico ante sus efectos, desde hace algunos años, lo ha colocado en el centro de la misión del organismo, debido a su repercusión en las condiciones económicas del mundo, que se reflejan en caídas sustanciales del PIB en las naciones de menor desarrollo relativo, con una innegable incidencia en el crecimiento de los índices de pobreza.

Desafortunadamente, son los países de menor desarrollo relativo los más vulnerables al cambio climático, por diversas razones:

En primer lugar, debido a que, al seguir basando un alto porcentaje de su PIB y de su comercio exterior en la producción y exportación de materias primas y alimentos, se ven afectados por la irregularidad en los ciclos de lluvia, así como por la mayor incidencia de sequías, heladas e inundaciones.

En segundo lugar, al tener menor acceso a la tecnología necesaria para aminorar los efectos del CC, estos son mayores, aunque inciden de forma desigual en la población.

En tercer lugar, por la notable debilidad y disfuncionalidad de sus instituciones, es más difícil establecer y respetar reglas formales que coadyuven a afrontar social y políticamente los efectos del CC.

En último lugar, por los altos niveles de pobreza y desigualdad que tienen estos países, y porque son los grupos de población más pobres los más afectados, el CC propicia una mayor desigualdad social y económica.

El círculo vicioso generado por el CC se cierra con los efectos que este genera sobre la responsabilidad que asumen los países respecto de qué compromisos y acciones deben implementar para mitigar sus consecuencias. Es decir, a mayor vulnerabilidad de los países pobres, mayor dependencia de los ricos, no solamente en términos científicos y tecnológicos, sino también, y de manera esencial, en relación con la necesidad de que estos asuman verdaderos compromisos para hacer frente al calentamiento global, y que consideren que, aun no habiendo ganadores a largo plazo, a corto plazo sí, y estos son los países ricos.

Como se ha insistido a lo largo de este ensayo, para reducir los impactos desiguales que está generando el CC no basta con soluciones tecnológicas o de mercado; el contexto desigual que se dibuja en el mundo demanda soluciones de fondo que, sin duda, implican cambios radicales en la forma en que nos relacionamos con nuestro entorno natural, en las formas y las reglas del juego social y económico, y en los mecanismos de asignación de los recursos, es decir, en el metabolismo social. Estas transformaciones solo se pueden conceptualizar a partir de una nueva racionalidad, sustento de nuevas relaciones entre los sujetos, y entre estos y su entorno.

Para realizar esta transición intelectual y ética debemos reconocer, en principio, tal y como lo como lo plantea De Sousa (2011: s/p), que "en el fondo de la injusticia social, en el sentido más amplio, hoy en día, hay un problema de injusticia cognitiva. Hay un problema de destrucción (o sojuzgamiento) de conocimientos alternativos, sin lo cual, el conocimiento hegemónico no lograría ser hegemónico".

En la misma línea de pensamiento, Leff (2012) sostiene que las soluciones para garantizar la sustentabilidad del Planeta deben fundamentarse en una racionalidad, o mejor, en un conjunto de racionalidades, distintas a la instrumental y de mercado, para generar el diálogo y el debate abierto en torno a las distintas visiones del mundo, paso necesario e imprescindible para dar contenido a una

> sustentabilidad fundada en una política de la diversidad y la diferencia, [que] implica bajar de su pedestal al régimen universal dominante del mercado como medida de todas las cosas, como principio organizador del mundo globalizado y del sentido mismo de la existencia humana. Necesitamos rescatar las visiones alternativas, las epistemologías del sur, para ver el mundo con otros ojos (De Sousa, 2011: s/p).

Deconstruir el paradigma de la economía es desenmascarar la ficción y la perversión que encierra la retórica del discurso de la globalización —pensar globalmente y actuar localmente—, que en la práctica lleva a imponer la lógica del mercado en lo local, a incorporarlo en todos los poros de nuestra piel y de nuestra subjetividad, a insertarlo en los resquicios de nuestra sensibilidad y nuestra intimidad" (Leff, 2012: 23).

Significa también el reconocimiento de una falsa debilidad para actuar en un mundo que nos concibe como anónimos seres inertes, incapaces de influir en el curso de las cosas. El discurso de la globalización, "nos dice que nuestras acciones pueden y suelen tener efectos globales; pero no tenemos ni sabemos a ciencia cierta cómo obtener los medios para planificar e instrumentar acciones globalmente". Bauman (2010: 81) lo plantea de la siguiente forma: "la 'globalización' no se refiere a lo que nosotros, o al menos los más ingeniosos y emprendedores, queremos o esperamos hacer, sino a lo que nos sucede a todos".

Por esta razón, el nuevo discurso sobre el quehacer de los grupos locales en las tareas para construir un mundo sustentable debe transitar por un esfuerzo de recuperación de lo "casi" perdido. Y no nos referimos al territorio y sus recursos, sino a la propia capacidad para pensar, para decir, para actuar. Los individuos, desde lo local, tienen poco poder para reorientar lo que está más allá, lo llamado global.

Debemos cambiar la óptica en la que nos quiere limitar el mal llamado pensamiento "dominante" o "único", si pretendemos trascender los cambios realizados en los ámbitos económico (fortalecimiento del mercado, apertura y desregulación económica) y tecnológico, y llegar a soluciones que, necesariamente, deben atender lo socioorganizativo y lo cultural, para diseñar de forma colectiva, como fundamento de inclusión, una sociedad más equitativa, incluyente, responsable, participativa y comprometida. Bajo estas premisas, y solo a partir de ellas, será posible construir una economía más equitativa, solidaria y cooperativa, que abra posibilidades a una sociedad sustentable y con futuro.

4. Economía solidaria y comercio justo

En lo expuesto hasta aquí, pareciera ser claro que las sociedades, en sus muy diversos perfiles socioculturales, y la humanidad en su conjunto, deben apostar por otros principios y valores en la determinación de sus relaciones sociales y económicas, si es que se desea transitar hacia un escenario más incluyente, equitativo, justo y solidario.

Esto implica transitar hacia referentes de organización social y económica distintos a los hasta ahora impuestos por los órganos y mecanismos de dominación; referentes que deben sustentarse en principios como la solidaridad, la cooperación, la ayuda mutua, el respeto intra y transgeneracional, la interdependencia solidaria, la equidad, la justicia y la inclusión. Afortunadamente, ya se han elaborado propuestas que apuntan en este sentido y que exponen como soportes para la configuración de ciudades más equitativas e incluyentes, es decir, más sustentables, la economía solidaria y el comercio justo.

La economía solidaria

Bajo los principios de la economía solidaria, el concepto de competitividad comienza a adquirir una connotación diferente; ya no se refiere, exclusivamente, al aprovechamiento de las ventajas que un territorio tiene, sean comparativas o competitivas, sino también al fortalecimiento de la cooperación y la complementariedad.

La interrogante importante deja de ser cómo adquirir ventajas sobre los demás; se sustituye por qué hacer para alcanzar una posición interdependientemente aceptable para compartir, cooperar y complementar las cadenas comerciales, técnicas, de inversión, culturales y sociales, bajo una perspectiva de economía solidaria.

Lo primero que debe cambiar de manera radical es el lugar del mercado, y parte del reconocimiento de que, para su funcionamiento socialmente adecuado, se debe otorgar un papel protagónico a los actores que participan en él. Ello significa convertir el mercado de actores anónimos en un mercado con perspectiva social.

Este nuevo mercado debe sustentarse en redes de producción, distribución y consumo de bienes y servicios, de aprendizaje e información perfectamente entrelazadas y basadas en principios "éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un espacio

urbano o rural específico formado tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos" (Bauman, 2010).

Estamos hablando de una nueva forma de ver la sociedad y la economía, esta última, en un tránsito de una economía centrada en el capital y la ganancia, a otra centrada en el ser humano, lo que se ha llamado "economía con rostro humano o economía solidaria".

Las redes de cooperación que están en la base de la economía solidaria deben permitir el despegue de:

- La economía solidaria en su conjunto
- Las empresas de nueva creación y de aquellas que desean participar en las redes de cooperación, sean de carácter nacional o externas
- Los proveedores de servicios y complementadores con compromiso social
- Los practicantes de un comercio justo
- Los productores primarios que se ajustan a principios ecológicos (ibíd.)

Los integrantes del mercado social, que están en la base de la economía solidaria, son múltiples; entre ellos:

- Empresas y entidades productoras de bienes intermedios o finales, que cumplan los criterios establecidos (respeto al medio ambiente, empleo estable y de calidad, inserción de colectivos desfavorecidos, compromiso con el entorno, democracia y participación, trascender el beneficio económico como único fin, igualdad, cooperación, transparencia, fines sociales, arraigo al territorio, calidad, mejora de la legislación vigente, entre otros)
- Empresas y entidades distribuidoras (cooperativas de consumo y de transporte y logística, redes de intercambio, tiendas de comercio justo y de agricultura ecológica) que cumplan también los criterios establecidos
- Consumidores conscientes y responsables, es decir, que compran según criterios ecosociales; consumidores que no solo compren, sino que también quieran caminar juntos en esa transformación del mercado y de la economía (ibíd.)

Un sistema económico, con las características mencionadas, debe complementarse con otras entidades de mayor relevancia:

- Un mercado financiero con una función distinta a la de la financiación y la especulación, que no esté alejado de la economía real, sino puesto al servicio de esta, mediante la conformación de cooperativas de servicios financieros, la extensión del crédito y, especialmente, de microcréditos que sean accesibles a las organizaciones productoras, a partir de fondos de inversión y bonos solidarios, para cubrir las necesidades de financiación, entre otros.
- Un mercado de trabajo que provea de información suficiente y accesible sobre tipos de empleo, salarios ofrecidos y perfiles solicitados, desde las mismas empresas y demás entidades generadoras de empleo de carácter social y solidario, a los buscadores de empleo, de tal forma que los costos de transacción que implican el

equilibrio entre oferta y demanda de empleo sean prácticamente nulos; que evite la especulación, el intermediarismo y la precariedad en el empleo.

- Servicios de soporte diversos como organizaciones de representación laboral, patronal, asociaciones, organizaciones sociales de distinto tipo, medios de comunicación socialmente responsables, instituciones formadoras de recursos humanos, centros de investigación e innovación, organismos sociales de evaluación y auditoría social y ambiental, por citar algunos (ibíd.).

El funcionamiento de un sistema así supone que cada integrante de la red (nodo) —consumidor, productor, distribuidor, generador de información, conocimiento, innovación y aprendizaje— se vincule con el resto mediante algunas de las actividades que se realizan en el mercado social, de forma que participe activamente en la red a partir del consumo de la mayor cantidad de bienes y servicios elaborados por los miembros del mercado social, sea como empresa o como consumidor final.

Todos los bienes y servicios que circulan en el mercado social deben cumplir tres condiciones (ibíd.):

- Ser socialmente útiles
- Ser ecológicamente sostenibles
- Haber sido producidos con equidad y democracia

El proceso se cierra con la creación de nuevas empresas que van cubriendo los espacios vacíos en los ciclos productivos del mercado social, en un permanente proceso de cooperación solidaria y creativa que alimenta las redes, debido a que también genera nuevos conocimientos, cultura y relaciones sociales.

Como ya se señaló, en un contexto de economía solidaria, el propio concepto de competitividad se transforma, porque lo que se busca no es la obtención de ventajas de una relación comercial, financiera o de cualquier tipo, sino el fortalecimiento de la cooperación y la complementariedad. Ahora, lo que determina a este tipo de economía es el cumplimiento de las tres condiciones del mercado social, así como las posibilidades para mejorar el bienestar de las personas, no en detrimento de otros grupos sociales, sino mediante el fortalecimiento de las redes de cooperación con perspectiva de sustentabilidad.

La definición de qué y cómo transitar hacia un modelo así exige la participación colectiva, la gerenciación social de los cambios (Kliksberg, 1999), de las estrategias que deben implementarse, del papel de los actores en el proceso, y de los factores y variables sobre los que se debe actuar, con el fin de optimizar los esfuerzos y los resultados dirigidos a mejorar las condiciones de vida de la sociedad en su conjunto, en el contexto de una economía solidaria.

Comercio justo

En 1949, Raúl Prebish publica un trabajo titulado “Desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas”. En él, da cuenta de las relaciones

de intercambio desigual que ocurren entre productos primarios, originados en países atrasados, y productos manufacturados, elaborados y exportados por países industrializados. Dichas relaciones se traducen en menores excedentes para los primeros países, lo que afecta sus capacidades de ahorro, acumulación y crecimiento económico.

Lo interesante de su análisis reside en la explicación que da de las causas que generan dicha desigualdad, que tienen su origen en el ámbito institucional, no en el económico, y se resumen en el hecho de que la diferencia de productividades, mayor en la industria que en las actividades primarias —que debiera traducirse en un menor precio de los productos industrializados, en comparación con los primarios—, no ocurre por dos razones fundamentales:

1. Debido a la fuerza política de los sindicatos de los países industrializados, que no están dispuestos a aceptar disminuciones en los salarios de los trabajadores.
2. Por el poder de mercado de las grandes empresas oligopólicas que controlan el comercio mundial y que no están dispuestas a reducir su tasa de ganancia.

El periodo que considera en su análisis abarca desde 1876 (=100) hasta 1947; sin embargo, la caída tendencial en la relación de términos de intercambio es evidente y, prácticamente, se ha mantenido constante, salvo en los primeros años de la década del setenta y del segundo milenio, etapas en las que se observa una ligera recuperación de la relación de términos de intercambio a favor de los productos primarios.

La composición del comercio internacional favorece los productos de alta tecnología y los servicios, por lo que la inequidad en las relaciones comerciales y de intercambio se mantiene favorable a los países industrializados, que controlan los flujos comerciales y de servicios de estos tipos de bienes, e incluso han pasado a dominar el comercio de los llamados *commodities* —entre los que se encuentran el petróleo, los productos mineros y los cereales—, a través de una compleja red de grandes empresas oligopólicas ubicadas en los principales países productores, la mayoría de ellos desarrollados, conectadas a través de los centros comerciales y de futuros, localizados en países como Suiza, Estados Unidos y Gran Bretaña.

Los países más pobres del orbe, antes líderes en la producción de productos primarios, desarticularon su sector primario con la promesa de que el cambio estructural, dirigido hacia la industrialización, los sacaría del atraso, hecho que no ocurrió, salvo en los casos de los multicitados tigres asiáticos (Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur y Singapur), quienes, combinando adecuadamente políticas activas y de mercado, y con la asesoría y el apoyo financiero de occidente (renta estratégica), lograron saltar al club de países de renta per cápita alta.

Los demás países, como México, Brasil, Argentina, Filipinas, Tailandia e Indonesia, no desarrollados, se estancaron en la producción de manufacturas básicas, intermedias y algunas pocas de alto contenido de capital, sin poder transitar hacia las industrias del conocimiento, con bajos niveles de productividad en un contexto de atraso, inequidad, pobreza y desigualdad en la distribución de la riqueza.

En momentos en que el comercio de mercancías, capital y conocimiento se ha intensificado y es parte fundamental de la economía mundial, las reglas del juego eco-

nómico siguen favoreciendo a las empresas oligopólicas y a sus países de residencia, la mayoría de ellos, ubicados en el hemisferio norte.

Esto quiere decir que, a pesar de la intensificación de las relaciones comerciales y financieras, debido a la eliminación gradual de las políticas proteccionistas, desde finales de los setenta, estas relaciones siguen siendo desiguales, ya que las reglas del comercio y las finanzas internacionales son asimétricas y favorecen a los países más ricos.

Con la nueva estructura económica y financiera mundial, y la expansión intensiva de las TIC, la producción, el comercio y el consumo de mercancías y servicios de todo tipo se han estandarizado bajo modelos que favorecen el control de grandes empresas e instituciones multinacionales, en perjuicio de los países más pobres.

En el mejor de los casos, los países pobres participan en las cadenas globales de maquila y ensamble de productos manufacturados, y en algunas ramas de la llamada "nueva economía", como electrónica, maquinaria y equipo, aeronáutica y automotriz. Destacan los pocos vínculos con sus economías nacionales, los mínimos contenidos de insumos locales y los empleos precarios.

Bajo este modelo, los países de menor desarrollo relativo exportan mano de obra y materias primas que son incorporadas a las partes, componentes o productos finales, cuyo comercio corre a cargo de las grandes empresas transnacionales extranjeras, residentes en países industrializados.

De esta manera se registra una transferencia neta de riqueza, por medio del comercio, de los países pobres hacia los ricos. Además, se estima que "la distribución del consumo está seriamente desequilibrada, el 20% de la gente más rica del mundo consume casi el 75% de los recursos naturales del planeta" (El ABC del comercio justo: 2002, 36).

A raíz de estos hechos, desde los años sesenta, ha surgido un movimiento mundial por el "comercio justo". Su origen se remonta a la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), celebrada en Ginebra, en 1964, bajo el lema "Comercio, no ayuda", en la que se buscaba generar un espacio comercial que garantizara a los países del Sur vender sus productos en el Norte.

El comercio justo ha pasado por varias etapas a lo largo de su desarrollo. Empezó con la distribución de los primeros productos en mercados informales de países ricos, seguida de la búsqueda de avalar la procedencia del producto, la calidad y el respeto por la naturaleza, mediante sellos de garantía. Se destaca la creación de varias instituciones dedicadas a esta actividad; por ejemplo, "en 1989 se creó la Federación internacional de comercio alternativo (IFAT), que reúne organizaciones de comercio justo de África, Europa, Asia, Australia, Norteamérica y Sudamérica" (IICA, 2008: 16). En la actualidad, lo que se busca es dirigir a los productores a formar parte de los procesos de comercialización, a fin de que incidan en el control del mercado de sus propios productos.

Cuando se habla de mejorar la calidad de vida de los productores más desfavorecidos del comercio internacional, se hace referencia a la necesidad de generar un cambio en la forma de pensar el intercambio comercial, lo que exige el rescate de los

valores más esenciales como la justicia, la equidad y la solidaridad. Esto, sin duda, trastoca radicalmente las reglas comerciales actuales impuestas por organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, en contubernio con las empresas oligopólicas transnacionales y los gobiernos de los países ricos.

En este sentido, incorporar el comercio mundial como eje de una economía más justa, y encontrar formas, instrumentos e incentivos para avanzar hacia un comercio más justo, equitativo y sustentable, constituyen una condición necesaria para lograr la competitividad sustentable de las ciudades y los países, como opción para reducir la brecha existente en términos de equidad, acceso a la ciencia y la tecnología, y mejoras sostenidas en la calidad de vida en los países pobres, respecto de los ricos.

Con este propósito, es necesario realizar serios esfuerzos para instaurar valores como la justicia, la equidad, la solidaridad y el respeto a la naturaleza, entre los diferentes actores que participan e inciden en el comercio internacional. Es preciso diseñar una estructura institucional de carácter global que dé forma a las reglas del comercio, la inversión y la movilidad de factores productivos, sobre la base de dichos valores.

Un buen referente al respecto son los requisitos que deben tener las organizaciones productoras para incorporarse a las redes de comercio justo, exigidos por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura; entre ellos:

- Garantizar un funcionamiento democrático en la toma de decisiones de la organización productora y una redistribución de los beneficios a los trabajadores, que favorezca una mejora de sus condiciones de vida y de la comunidad.
- Respetar los derechos humanos y garantizar que no exista explotación infantil.
- Asegurar la participación en condiciones de igualdad de mujeres y hombres, tanto en la retribución como en la toma de decisiones.
- Velar por el medio ambiente en la producción y comercialización.
- Producir con calidad y primar la transformación del producto en origen,
- Garantizar la transparencia en cuanto a la gestión, la producción y la formación de precios (IICA, 2008: 20).

Bajo este marco institucional se estimula la asociación y organización de productores de países desarrollados y en vías de desarrollo, se crean fondos colectivos para la financiación de los procesos productivos, se da asistencia técnica y asesoría sobre conocimiento de mercados y estrategias de comercialización en mercados internacionales, se garantizan mejores salarios a los trabajadores y se promueve que los productos no se exporten como materia prima, sino con un valor agregado, para que se obtengan mayores ganancias. Estas acciones permiten mejores condiciones laborales y salariales, y concientizan a los productores sobre la importancia de preservar la cultura en el proceso productivo hasta la etapa final de venta del producto.

El otro actor importante, en el círculo del comercio justo, es el consumidor, debido a que tiene el poder para exigir el cumplimiento de los requisitos establecidos, durante todo el proceso, desde la producción, el etiquetado, envasado, almacenaje,

comercialización, hasta la distribución del producto o el servicio. En este sentido, el consumidor debe ser un sujeto activo y crítico al momento de tomar sus decisiones de compra y consumo, para garantizar el cumplimiento de tales exigencias.

De esta forma,

> el comercio justo fomenta el desarrollo integral y sostenible para lograr un consumo más responsable a través de la educación, sensibilización y formación de los consumidores, así como de las instituciones y agentes públicos y privados, a través de múltiples campañas, denuncias, movilizaciones, talleres, etcétera; creando una fuerte conciencia ciudadana que merma el poder que actualmente tienen las grandes corporaciones trasnacionales (El ABC del comercio justo, 2002: 39).

El engranaje esencial para la expansión del comercio justo lo constituyen las cadenas de tiendas creadas con este fin, que propician un mayor acercamiento entre los productores, y entre estos y los consumidores, para difundir la cultura y las condiciones de elaboración del producto, así como transmitir información sobre las tendencias de mercado y las exigencias competitivas, sin trastocar los valores y principios que lo rigen. Afortunadamente "en los últimos años, la red de tiendas se está extendiendo por todo el mundo, de modo que ya es posible encontrar tiendas de Comercio Justo incluso en algunos países del Sur. Hoy día, en Europa hay aproximadamente 3000 tiendas de Comercio Justo" (ibíd.: 12).

Finalmente, se debe destacar la importante función de la sociedad civil, sobre todo, de las organizaciones no gubernamentales (ONG), en el fomento y la expansión del comercio justo. Las ONG pueden constituirse en entidades para la gestión y obtención de fondos de ayuda para el desarrollo; por su función social y política pueden generar una mayor consciencia en la ciudadanía y presionar a los gobiernos y organismos internacionales a signar acuerdos, a diseñar políticas y nuevas reglas del juego económico, a favor del comercio justo y de una economía solidaria.

En el mismo sentido, el Estado también es esencial, como gestor e impulsor de iniciativas ciudadanas, como ente financiador, y constituye un vector relevante para apoyar el comercio y la economía solidaria, mediante la facilitación de infraestructura, información, asesoría y tecnología necesaria.

Las nuevas propuestas de organización socioeconómica, relacionadas con el ecodesarrollo, la economía solidaria y el comercio justo, parten de reconocer que los mercados tienen "fallas" y que, por tanto, las políticas de apertura comercial, de desregulación económica, de privatizaciones y debilitamiento de las instituciones de no mercado, no son la solución, sino parte del problema; constituyen un adecuado punto de partida para reflexionar, creativamente, en la búsqueda de alternativas de organización social y económica que ofrezcan mayores posibilidades de participación en la toma de decisiones sobre qué hacer con el territorio y sus recursos, bajo una perspectiva de sustentabilidad en la construcción de un mejor futuro.

Un buen principio, tal y como se ha expuesto en esta investigación, consiste en aceptar que no existe un único camino que nos acerque a una sociedad más justa, equitativa, solidaria y sustentable. Pero el curso que se tome debe revalorar el lugar

de la sociedad civil en los procesos de desarrollo y en la implementación de soluciones a los diversos problemas con los que se relaciona: pobreza, inequidad, desempleo, discriminación, deterioro ambiental, exclusión social, etcétera. Asimismo, debe tenerse en claro que cada alternativa de desarrollo tiene implicaciones éticas y consecuencias diferentes.

Lo que aquí se propone se inscribe en el ámbito de la economía solidaria y el comercio justo, opciones para fortalecer la participación social y la solidaridad entre generaciones. Para hacerlo posible, "los valores tienen que formar parte integral del desarrollo. Sin una población bien preparada y saludable, y sin cultura, confianza mutua y valores éticos, los aparentes logros económicos tenderán a ser efímeros" (Kliksberg, 1999: 159). Pensar y actuar así supone la implementación de un enfoque humano en la economía, en las relaciones sociales y políticas y en la búsqueda de la productividad y competitividad para alcanzar una más justa participación en la sociedad y la economía globales.

Finalmente, es relevante insistir en que el comercio justo y la búsqueda de una economía solidaria, al fundarse en valores como la equidad, la solidaridad, la democracia, el respeto y compromiso con el medio ambiente —que necesariamente deben sustentar las relaciones económicas y comerciales globales, en la pretensión de construir un mundo más justo y equitativo—, constituyen dos pilares fundamentales en la configuración teórica de un modelo de crecimiento sustentable.

Conclusiones

La pregunta esencial que dio origen a la economía, ¿qué determina la riqueza de las naciones?, sigue siendo válida en el contexto actual de sociedad del riesgo y crisis ambiental, aunque la respuesta que dieron los economistas clásicos, referida a la acumulación de factores, ya no lo sea. Tampoco es válida la explicación que dieron los neoclásicos sobre las causas del crecimiento y de la "acumulación de riqueza", pues ponía el énfasis en el crecimiento de la productividad como resultado de la penetración del progreso científico-tecnológico en los procesos productivos. Las aseveraciones de esta escuela de pensamiento económico sobre el crecimiento ilimitado de la economía, debido a la aplicación del progreso tecnológico a la producción, bajo condiciones de libre cambio (competencia) , hoy son ampliamente confrontadas por las condiciones medioambientales, el agotamiento de los recursos naturales y el cambio climático, expresión de un planeta que es finito y que impone límites naturales al crecimiento económico promovido bajo el modelo de economía de mercado.

La realidad actual exige el replanteamiento del modelo de desarrollo caracterizado por estilos de consumo, producción y asignación de bienes y servicios altamente dependientes del consumo de energía, materias primas, agua y alimentos, que no es compatible con un mundo, cuyos recursos son limitados.

Algunas de las alternativas que emergen desde la academia y el pensamiento sojuzgado, y que ya han sido aplicadas en algunas regiones de Latinoamérica, Europa y Asia, se basan en principios no exclusivamente antropogénicos; reconocen el valor

intrínseco de la naturaleza. Entre estas nuevas formas de relación social y con la naturaleza, también llamado metabolismo social, se encuentran el ecodesarrollo, la economía solidaria y el comercio justo. Sobre estos derroteros —y otros que afortunadamente se comienzan a debatir en grupos académicos no convencionales—, derivarán nuevas propuestas de organización socioeconómica.

Bibliografía

Aguilera, F. y V. Alcántara (1994), *De la economía ambiental a la economía ecológica*, Madrid, Fuhen/Icaria.

Arias, M. (2003), "Desarrollo sustentable: Una propuesta ante la desilusión del progreso", Academia Nacional de Educación Ambiental, México, septiembre de 2003. Disponible en: http://www.ambiental.ws/anea.

Bauman, Z. (2010), *Mundo consumo*, México D.F., Paidos. Disponible en: www.economiasolidaria.org.

Beriain, J. (1996), *Integración en las sociedades modernas*, Barcelona, Anthropos.

De Sousa, B. (2010), *Descolonizar el saber. Reinventar el poder*, Montevideo, Trilce.

_____ (2011), "Epistemologías del sur. Utopía y praxis latinoamericana", *Revista Internacional de Filosofía Latinoamericana y Teoría Social*, 16(54), pp.17-39.

Duran G. y S. M. Ruesga (1996), "Nuevos instrumentos para el análisis económico: La contabilidad ambiental", *Boletín Económico del ICE*, núm. 2484, España.

El ABC del comercio justo (2002), "El comercio justo como herramienta de cooperación al desarrollo". Disponible en: http://www.unican.es/NR/rdonlyrres/F49F-C0E4-42E2-4505-9048 E58B3FB3373E/53900/abc_del_comercio_justo.pdf.

Furtado, Celso (1983), *Breve introducción al desarrollo, un enfoque interdisciplinario*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.

García, E. (2007), "Los límites desbordados. Sustentabilidad y decrecimiento", *Trayectorias*, IX(24), Nuevo León, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (2008). Disponible en: http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/DesRural/Publicaciones%20 Desarrollo%20Rural/El%20comercio%20justo.pdf.

Kliksberg, Bernardo (1999), *Hacia una economía con rostro humano*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.

Leff, Enrique (1978), "Falacias y aciertos del eco-desarrollo", *Comercio Exterior*, 28(3), México D.F.

_____ (2011), "Sustentabilidad y racionalidad ambiental: hacia otro programa de sociología ambiental", *Revista Mexicana de Sociología*, 73(1), México D.F., Universidad Nacional Autónoma de México.

_____ (2012), *Discursos sustentables*, 1ª reimpresión, México D.F., Siglo XXI Editores.

Leipert, C. (1994), "Los costos sociales del crecimiento económico", en F. Aguilera y V. Alcántara, *De la economía Ambiental a la Economía Ecológica*, Madrid, Fuhen/Icaria.

López, V. (2008), *Sustentabilidad y desarrollo sustentable: origen, precisiones conceptuales y metodología operativa*, México, Trillas.

Nordhaus, W. D. y C. K. Edward (Ed.) (1999), *Nature's Numbers*, Washintong, D.C., National Academy Press.

Nordhaus, W. D. y J. Tobin (1972), "Is Growth Obsolete?", *Cowles Foundation Paper*, 398. Disponible en: http://cowles.econ.yale.edu/P/cp/p03b/p0398b.pdf.

Peniche Camps, Salvador y Martín G. Romero Morett (2014), *Guadalajara. En busca de una ciudad mejor para vivir plenamente*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

Peskin, H. M, y M. S. de los Ángeles (2001), "Accounting for Environmental Services: Contrasting the SEEA and the ENRAP Approaches", *The Review of Income and Wealth*, 47(2), junio, pp. 203-219.

Prebish, R. (1949), "El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas", *El Trimestre Económico*, XIV(63), pp. 347-421, México D.F., Fondo de Cultura Económica.

Reppeto, R. *et al.* (1989), *Wastin Assets: National Resources in the National Income Accounts*, World Resources Institute.

Sachs, I. (1981), "Eco-desarrollo, concepto, aplicación, beneficios y riesgos", *Agricultura y Sociedad*, 18, pp. 9-32.

Turismo deportivo: Consideraciones conceptuales y actores para fomentar el desarrollo territorial en destinos turísticos

PEDRO ALFONSO RAMOS SÁNCHEZ[1]
ANGÉLICA RUTH TERRAZAS JUÁREZ[2]

Resumen

Este trabajo se centra en describir el turismo deportivo desde sus antecedentes y relevancia, como herramienta para el desarrollo. Mediante un estudio exploratorio, la investigación documental permitió la descripción histórica de la evolución del turismo deportivo y de su importancia en el contexto mundial y nacional; se analizaron conceptos de turismo deportivo y se propuso un concepto propio que considera la orientación aplicada al desarrollo; todo esto, mediante la utilización de metodología de la Organización Internacional de Estandarización, ISO 10241, y recomendaciones para la redacción de definiciones. También se identificaron los actores involucrados, así como su importancia para fomentar el desarrollo territorial en los destinos. Las principales conclusiones apuntan a destacar la importancia de esta actividad para generar desarrollo.

Palabras clave: turismo deportivo, actores en turismo deportivo, desarrollo territorial.

Código JEL: L.83 Sports, Gambling, Restaurants, Recreation, Tourism

---

Fecha de recepción: 05 de julio de 2018. Fecha de aceptación: 7 de octubre de 2018.

1. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. ramossa99@yahoo.com.
2. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. a_ruthtj@yahoo.com.mx.

Sports tourism: conceptual considerations and actors to promote territorial development in tourist destinations

Abstract

This work focuses on describing sports tourism from its background and relevance as a development tool. Through an exploratory study, documentary research allowed a historical description of the evolution of sports tourism and its relevance in the global and national context, concepts of sports tourism were analyzed and an own concept is proposed considering the orientation applied to development, all this using methodology of the International Organization for Standardization, ISO 10241 and recommendations for writing definitions. The actors involved were also identified, as well as their role in promoting the development in destinations. The main conclusions aim to highlight the importance of this activity to generate development.

Keywords: sports tourism, actors in sports tourism, territorial development

JEL code: L.83 Sports, Gambling, Restaurants, Recreation, Tourism

Introducción

La práctica deportiva tiene mayor trascendencia hoy, con la expansión del turismo, que es producto de la sociedad contemporánea, de mayor tiempo libre e ingreso disponible. Esto tiene múltiples impactos de orden económico y sociocultural, e implica un elaborado esquema de planificación que fomente beneficios en el desarrollo del destino, y en las condiciones de vida de sus habitantes; la idea es aprovechar esta modalidad turística como herramienta facilitadora de grandes alcances.

Turismo y deporte están relacionados en la creación de una modalidad turística: el turismo deportivo. El presente trabajo aborda los aspectos más significativos para comprender este tipo de turismo, destacar y valorar la importancia de su aprovechamiento. Con este fin se presentan la diversidad de actores involucrados y la necesidad de planificación y esfuerzo conjunto para su instauración y la obtención del máximo rendimiento, y la necesidad de usarlo como herramienta de desarrollo.

Se trata de un estudio exploratorio en el que la investigación documental permite la descripción de la evolución del turismo deportivo y de su importancia en el contexto mundial y nacional; también se analizan diversos conceptos de turismo deportivo y se propone uno propio, a partir de los principios fundamentales de la Organización Internacional de Estandarización, ISO 10241 (1992), y las recomendaciones para la redacción de definiciones de Vilches y Rodríguez (2008).

Como implicaciones prácticas y sociales, el uso del concepto propuesto está diseñado para fomentar esta modalidad turística, como referencia guía que fomente el desarrollo territorial, para el uso de los actores involucrados en el sector público, privado y social y que estos a su vez también utilicen el cuadro propuesto de los diferentes entes involucrados en el turismo deportivo y que identifiquen a los posibles

protagonistas para involucrarlos en esta modalidad turística; también hace posible que los diversos actores comprendan sus alcances desde la óptica del desarrollo territorial y el beneficio múltiple que ofrece no solo en lo deportivo, sino también en lo económico y lo social.

En la primera parte se describe la importancia del deporte en la historia, a partir de su expresión en diversas culturas, desde su origen, con la celebración de juegos tradicionales, la evolución y el desarrollo de las olimpiadas, hasta llegar al deporte moderno que hoy conocemos. El segundo apartado se centra en describir los cambios constantes de la sociedad, que hicieron que el deporte adquiriera importancia significativa —en el mundo y en México—, y presentar sus impactos y alcances. En la tercera parte se presentan definiciones de turismo deportivo de autores diversos, y se propone un concepto adecuado a los fines de este trabajo, cuyos objetivos son fungir como documento introductorio al turismo deportivo y visualizar sus alcances como modalidad turística —se describen también sus actores y su complejidad—, a fin de incentivar su aplicación para fomentar productos y destinos. En el cuarto apartado se abordan los elementos que involucran el desarrollo de destinos a partir del turismo deportivo, la importancia de que este se utilice, y los riesgos de no realizar una buena planificación.

Las principales conclusiones y recomendaciones apuntan a que es muy importante contemplar el turismo deportivo como fenómeno en el que participan diversos actores, desde diferentes escenarios —local, regional, estatal, mundial—, y que implica organización, gestión y planificación detallada que permitan dimensionar el alcance que se requiere tener y el nivel. El turismo deportivo se puede proyectar como instrumento territorial, y en sus diferentes niveles de práctica y en los distintos ámbitos territoriales de actuación, se pueden generar inversiones y recursos que permitan explorar nuevas tendencias. Las conclusiones y recomendaciones también orientan hacia la gestión en la aplicación de los principios de colaboración entre el sector público y el privado, para consolidar una infraestructura adecuada en los espacios turísticos que puedan ser potenciales para el turismo deportivo, y hacia la generación de nuevas áreas de negocio que complementen la oferta pública y turística deportiva. Esto ayuda a dimensionar el alcance que se quiere tener mediante el deporte y hasta qué nivel se puede proyectar su utilización como instrumento de desarrollo territorial.

1. El deporte a través de la historia

El estudio de la evolución del deporte en la historia es, sin duda, de gran importancia, ya que nos permite conocer el origen de la cultura del deporte y cuál ha sido su evolución a través del tiempo; además, la influencia que ha tenido sobre las personas y en las transformaciones de las sociedades.

Muchas culturas fueron célebres gracias a sus juegos tradicionales y populares, que solo practicaban por diversión y recreación. La mayoría se trasformó en deporte, tras la aplicación de reglas. Tal es el caso del juego de pelota de los mayas y aztecas, que fue un juego ritual. Consistía en golpear una pelota de resina de árbol con las

caderas y los glúteos; no se jugaba, ni se juega, con las manos. La intención del juego era introducir la pelota por un aro de piedra. Aún se practica en México y Guatemala, como expresión de folclor regional. Se hace alusión al carácter sagrado, a las reglas y las características de las canchas ubicadas por todo el territorio, y a la peculiaridad de la vestimenta y las costumbres de sus jugadores (Macías, 2011).

Los persas practicaban el juego de la pelota encendida. Esta actividad se realizaba como ritual en el periodo agrícola, de marzo a abril, como tributo al sol. Los premios consistían en caballos y esclavos. Ahora se practica entre dos equipos, de cinco jugadores cada uno, cuyo objetivo es hacer llegar la pelota a la meta para lograr un tanto. "El juego ha demostrado que aunque es una manifestación cultural, religiosa y espiritual milenaria, es perfectamente compatible con lo contemporáneo" (Macías, 2011: 3).

Egipto también tiene importantes antecedentes en el deporte. Decker (1992) nos ofrece un estudio sistemático de las fuentes de información sobre cada uno. El autor hace la observación de que, en muchas ocasiones, se puede encontrar información de un mismo deporte, en diferentes tipos de fuentes, por ejemplo, resto de material deportivo —como es el caso de ocho carros encontrados en la tumba de Tutankamón, seis de ellos, presumiblemente utilizados para la guerra, la caza y competiciones deportivas; también encontraron arcos de madera y de asta animal—, o algún tipo de imagen —en el complejo arquitectónico del templo de Amón, en Karnak, existen representaciones deportivas: numerosas escenas de cacería y de la carrera ritual que formaba parte de la celebración del aniversario del faraón (Decker, 1992: 8).

Egipto tiene múltiples vestigios de la práctica deportiva en su cultura, como es el caso de las tumbas de los príncipes del Reinado Medio, que contienen lo que se puede llamar un manual de ilustraciones de lucha, que era la especialidad deportiva del Egipto Medio, la estela de Amenofis II, calificada como el más hermoso retrato de un rey deportista. Ejemplos representativos de la escultura deportiva en Egipto podrían ser, además, la imagen de Tutankamón cazando hipopótamos, y las estatuillas de luchadores y de mujeres acróbatas.

> En cuanto a las instalaciones o lugares en donde se celebraba el deporte, llama la atención de que, pese a su afición, no construyeron, en general, instalaciones deportivas, como hipódromos o canchas de juego, excepto la pista de la carrera ritual del rey Djoser (III dinastía), que formaba parte de su monumento funerario (López, 2000: 16).

En Creta, considerada la cuna de la civilización europea, los habitantes se dedicaban a la danza, a las carreras pedestres, a la lucha y a los combates contra toros. Creta se hizo famosa por su cultura del juego del toro.

> La tauromaquia, el elemento deportivo más importante. Algo parecido a las corridas de toros. La forma del salto implicaba que el joven torero, tomaría al toro de los cuernos en la embestida y voltearía por encima del toro sin apoyarse en su lomo, cayendo de pie a uno de los lados. Los frescos del palacio de Cnossos muestran a los cretenses practicando otros deportes: el boxeo y la caza de animales y la pesca. Otro deporte que se realizaban en Creta, era el baile y la danza (Macías, 2011: 3).

La cultura griega fue de las más influyentes en lo deportivo. A ella le debemos la figura de la victoria dentro del deporte: la corona de ramas de olivo que se le daba al vencedor, la cual confirmaba la superioridad del ganador en relación con los demás participantes. A los griegos también se les atribuyen los juegos olímpicos. Los primeros se celebraron en una región situada en la parte occidental del Peloponeso, durante doce siglos (cada cuatro años desde 884 a. C. hasta 394 d. C.). La ciudad seleccionada para la realización de esta festividad fue Olimpia, donde se encuentra el primer estadio, el Estadio de Olimpia.

La aportación de filósofos como Aristóteles, Platón y Thales de Mileto, es muy importante dentro del deporte griego y, por tanto, de las olimpiadas. Cuando Grecia fue conquistada en un primer momento por el pueblo macedonio, y después por el Imperio Romano, se terminaron los juegos (olimpiadas), porque los romanos no entendieron el sentido que les daban los griegos (Gillet y Lamarca, 1971). Con el paso del tiempo, los romanos sustituyeron los juegos de estadio por los de circo; destacaron el pugilato, el pancracio, las carreras de carros y el hipódromo, violentos y brutales; los verdaderos juegos atléticos fueron abandonados.

Macías (2011) hace una reseña de la Edad Media y el Renacimiento. En la primera etapa se abandona todo tipo de práctica física; la doctrina de la Iglesia desprestigia todo aquello relacionado con la actividad física, por estar ligado al aspecto material de la persona. Las actividades físicas que se realizaban se orientaban a la preparación de los caballeros para la guerra. Se practicaban deportes como tiro con arco, equitación, esgrima y caza. El objetivo era prepararse para las justas y los torneos.

Una vez terminada la época oscura de la Edad Media comienza el Renacimiento. Surgen movimientos que imitaban las culturas antiguas (griega y romana), que trataban de rescatar el espíritu de aquellas épocas. La actividad física vuelve a ser importante para el hombre; tiene como finalidad mantener la salud. El hombre ya no vive para evitar ir al infierno por sus pecados; ahora aspira a disfrutar de ella y realizarse. La religión da paso a la ciencia. Grandes pedagogos impulsan la necesidad de las prácticas físicas con finalidad higiénica, recreativa y militar. El deporte siguió desarrollándose como una actividad meramente competitiva y practicada por una pequeña porción de la sociedad, hasta el advenimiento de la Modernidad.

En la Edad Moderna, a principios del siglo XVIII, se inicia la verdadera socialización del deporte, a partir de su introducción en la clase pudiente, en forma de juegos por equipos. Los antiguos deportes de guerra se convierten en deportes de combate como el boxeo o la lucha (Macías, 2011: 5-6).

Los cambios socioculturales y económicos que produce la nueva organización de la sociedad surgen en el siglo XIX: una parte de los ciudadanos empieza a tener tiempo libre. Ya entrada la Modernidad, la Revolución Industrial trajo consigo una gran movilidad de personas, que colaboró con la difusión del deporte, promovido principalmente por Inglaterra. Esto influyó en el gran número de competencias que se llevaron a cabo entre distintas universidades de Europa. Por esta razón, Gran Bretaña es considerada la cuna del deporte contemporáneo, y es centro y referencia principal de la contemporaneidad:

1. Gran Bretaña es el origen de casi todos los deportes actuales. Los británicos definieron el atletismo como se conoce actualmente (salto de longitud, vallas, obstáculos...), también definieron la mayoría de los juegos de equipo más destacados como el rugby, fútbol, polo, y crearon el boxeo.
2. Fueron los creadores de las normas y [los] reglamentos de todos estos deportes, y acertaron de tal manera que esas reglas siguen vigentes en su mayoría.
3. Fueron los que introdujeron ingredientes absolutamente indispensables como las apuestas, el concepto de récord, el entrenamiento y el trabajo en equipo, y el concepto de imparcialidad (Rodríguez, 2010: 2).

El siglo XX, caracterizado por sus avances tecnológicos, permite que el deporte sea difundido a lo largo y ancho del planeta, y forme parte de la vida cotidiana de las personas. La actividad se realiza con fines políticos, como práctica para mejorar la salud o por el simple gusto de ser deportista y ejercitarse.

En la actualidad, la práctica deportiva es el resultado de múltiples factores de orden económico, social, psicológico y cultural, ya que está relacionada con beneficios para la salud y la mejora de la calidad de vida de las personas que la realizan. Todo esto es producto de la disponibilidad de mayor tiempo libre y de ingresos en las sociedades; además, por la tendencia a la utilización de espacios naturales y el consumo de alimentos saludables.

2. Turismo deportivo: Importancia en el mundo y en México

La evolución y los cambios constantes en la sociedad implican la introducción de nuevos hábitos culturales; este es el caso de la necesidad de esparcimiento y de realizar actividad física, que involucre al deporte. Por ello existe una demanda variada que hoy motiva al disfrute del turismo deportivo. Esta actividad no solo permite el disfrute y la recreación, sino también transformaciones importantes en lo económico, lo social, lo cultural, lo ambiental y lo político, debido a que tiene una raíz más profunda. Esto ha fomentado la aparición de foros diversos.

> El deporte supone actualmente uno de los fenómenos sociales de mayor arraigo, el cual además cuenta con una elevada capacidad de movilización. Además posee una gran importancia social así como una importante dimensión económica que si bien son difíciles de cuantificar, se consideran un motor de desarrollo, que implican indirectamente a un gran número de diferentes actividades entre las que se incluyen otras industrias relacionadas con el sector, en las que el deporte constituye un eje vertebrador fundamental (Gálvez, Fernández, García y García 2016: 755).

El primer congreso internacional sobre turismo deportivo se celebró en 1986, y fue organizado por el International Council of Sport Science and Physical Education y el Internacional Council for Health Physical Education and Recreation; y desde 1994, el Sports Tourism International Council viene organizando encuentros anuales sobre

esta temática (Latiesa y Paniza, 2006). La asimilación de estos conceptos en la época contemporánea tiene apenas 32 años y sigue en evolución.

> El deporte es de gran importancia para el desarrollo del ser humano en distintas áreas, como la social, económica, física y psicológica. La práctica del deporte tiene influencia sobre la salud física y psicológica de las personas, ya que las personas que realizan ejercicio, en general son más sanas que las que no lo hacen, esto porque el deporte puede ayudar a la prevención de enfermedades relacionadas con el sedentarismo, así como problemas psicológicos como la depresión y los efectos del estrés, además existe evidencia de relación entre la práctica de actividad física y ciertos beneficios psicológicos para niños y adolescentes, principalmente en lo que se refiere a la autoestima (Calfas y Taylor, 1994).

Los antecedentes más significativos para la evolución de la combinación turismo deporte son los mencionados por el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial de Turismo (OMT), que en 1999 crearon un acuerdo de cooperación, en el que ambos organismos formularon la importancia de la relación que existe entre el turismo y el deporte; coordinaron esfuerzos para aumentar y mejorar los vínculos entre dichas actividades. En febrero de 2001 se celebró en Barcelona la 1ª Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo, a la que asistió un importante número de especialistas (World Tourism Organization, 2002).

Weed y Bull (2004) consideran que el turismo deportivo es un derivado de la interacción de la actividad, la gente y el lugar, lo cual abre un panorama de relaciones entre los visitantes. Estos pueden ser espectadores, atletas, oficiales y dignatarios participantes en los eventos deportivos. La relación entre turismo y deporte se vuelve más estrecha cuando se habla de ocio (Lisbona, Medina y Sánchez, 2008). Ambos sistemas, deportivo y turístico, son actividades destacadas en las prácticas de ocio de la población contemporánea; de hecho, ambas permiten el uso de servicios como hospedaje, transporte y alimentación.

> El tiempo, el desarrollo y la duración de los eventos o deportes pueden igual facilitar o inhibir el compromiso en actividades turísticas en un destino. Esas planeaciones espaciales y temporales de los eventos de deportes pueden fuertemente influenciar la recepción de visitantes a que gasten (Jones, 2001).

Por esta razón es importante considerar que el turismo deportivo tiene que ser una actividad planificada, que provenga de una agenda en la que se pueda sumar, y no restar, el impacto positivo que ofrece a los practicantes y a la población de los lugares donde se celebren estos eventos.

Además, los deportes (en particular los domésticos) ofrecen la ventaja de rehabilitar corrientes de viajes en tiempos de crisis (Toohey, Taylor y Choong-Ki, 2004). Los eventos deportivos motivan a las personas a realizar actividades involucradas con el turismo y el deporte, sin importar la situación económica, ya sea como espectadores o como participantes. Un ejemplo claro es un mundial de futbol *soccer*, que reúne a grandes multitudes provenientes de todos los rincones del mundo, y deja una derrama

económica en la comunidad anfitriona, además de otros beneficios, como ser un destino turístico potencial.

El deporte ofrece un amplio rango de oportunidades de desarrollo en destinos turísticos nacionales, regionales y locales (Hinch y Higham, 2004).

> Pocas fuerzas en sociedades contemporáneas generan corrientes de viajes tan significantes y heterogéneos como el deporte. Lo que es más, los deportes son motivados por sí mismos y se asocian con experiencias de visitantes enriquecedoras y diversas, contribuyen al perfil y a la peculiaridad de destinos turísticos (Weed y Bull, 2004: 3).

Contar con el entendimiento de los impactos del turismo deportivo y de las técnicas para su manejo de forma apropiada es un factor crítico para los intereses de desarrollo de destinos de turismo deportivo. Múltiples autores han identificado la importancia de este segmento como parte fundamental para el desarrollo de una región. El crecimiento en demanda por deporte puede aumentar la afluencia de visitantes a ambientes construidos y naturales (Bale, 1989). Los deportistas, las culturas deportivas y los íconos deportivos atribuyen significados únicos a los lugares con los cuales están asociados (Andrews y Jackson, 2001). El aprovechamiento de la contribución de deportes y equipos de deportes, nacionales y regionales, diferencia los destinos turísticos (Higham y Hinch, 2003). Existe potencial para atraer la atención de los medios, por los perfiles de deportistas célebres cuando visitan un destino (Andrews y Jackson, 2001). Las historias deportivas relacionadas con un destino (turístico) ayudan a formar su imagen (Gammon y Kutzman, 2002).

También existen factores sociales importantes que han dado impulso a esta actividad; una de ellas es la existencia, cada vez mayor, de parejas sin hijos, mujeres trabajadoras, familias menos numerosas, que generan nuevas necesidades y más recursos destinados al ocio. De igual forma incide la tendencia, durante el presente siglo, al crecimiento de las zonas urbanas, donde se generan los principales consumidores de deporte y turismo (Mill, 1990).

En la Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo celebrada en Barcelona, en 2001, se expusieron los siguientes puntos:

- El deporte está empezando a ser un factor importante en la oferta de los destinos turísticos, pues permite diferenciarlos y hacerlos más competitivos internacionalmente.
- Los grandes acontecimientos deportivos constituyen una excelente campaña de imagen para el destino que quiera potenciar su vertiente turística. Deporte y turismo son fuentes de innovación en la forma del empleo del tiempo libre.
- Es previsible un incremento de las actividades de turismo deportivo en contacto con la naturaleza. Al mismo tiempo, asistiremos a un importante aumento de las experiencias realizadas en entornos artificiales.
- Se hace necesaria la cooperación entre la iniciativa pública y la privada, ya que los intereses no son divergentes, sino complementarios. En este escenario de cooperación, las poblaciones locales son elementos imprescindibles para la consolidación de una actividad de larga duración (Keller, Breiter, Duc y Salamin, 2002).

Los expertos muestran el turismo deportivo como un área de oportunidad a desarrollar.

En América, y en el mundo, de forma creciente, el turismo deportivo es utilizado comúnmente como una herramienta para impulsar el desarrollo económico. Algunos estudios han demostrado que la programación de deportes amateurs puede tener un retorno significativo en los beneficios económicos de las comunidades anfitrionas. Debido a estos impactos positivos, es importante que los eventos se programen en una agenda de multieventos a celebrar cada año, que puedan estimular a las pequeñas ciudades (Freeman, 2015).

En México el turismo deportivo puede representar una gran derrama económica, beneficiosa para las comunidades anfitrionas, ya que cuenta con infraestructura y áreas naturales adecuadas para realizar actividades deportivas, y que atraen visitantes. Esto se debe lograr sin afectar las áreas naturales, en trato amigable con el medio ambiente. En la actualidad, México es impulsor de este tipo de turismo, pues tiene todas las características para ser sede de distintos deportes, debido a su variedad de climas y escenarios. Ha sido sede de algunos eventos: Juegos Olímpicos de 1968, Copa Mundial de Soccer México 1970 y 1986, VII Copa de Oro CONCACAF 2003, Mundial de Beisbol 2009, Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011, XXI Campeonato Mundial de Taekwondo de 2013, XXII Juegos Centroamericanos y del Caribe 2014, y Gran Premio de México Fórmula 1 2015 y 2016. Estos eventos generaron empleos e impulsaron el turismo en las ciudades sede.

Es importante señalar que tales ofertas turísticas empiezan a manifestar diferentes problemáticas en México, por ejemplo, "la falta de emprendedores dispuestos a explotar las regiones del país" (Clavijo, 2006: 1). El turismo es uno de los principales motores de la economía de mexicana, por lo que crear nuevos productos y segmentar mercados es una de las necesidades prioritarias del sector. El turismo deportivo representa una oportunidad que demanda mayor atención; por eso es primordial conocer sus partes y cómo organizarlo.

3. Turismo deportivo, enfoque actual y actores

En las sociedades desarrolladas el poder viajar, o desplazarse, se ha extendido a todos los sectores de la población, por lo que ha adquirido una gran importancia social, económica, cultural y política. Esta realidad exige tener un mayor conocimiento del fenómeno. Armadans (2002) considera que la actividad ocio-turística presenta múltiples dimensiones en que puede ser analizada e interpretada (temporal, económica, social, cultural, etcétera), y que estamos ante un fenómeno complejo de las sociedades avanzadas. El turismo se convirtió en una de las más importantes actividades de fines del siglo XX, consecuencia, como indica Dumazedier (2000), del surgimiento de las sociedades del tiempo libre, lo que dio pie a ser una de las principales actividades económicas de la presente centuria (Millán y Peñalver, 2004). De esta forma, el turismo es uno de los principales candidatos para llegar a ser, a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo; en este contexto cobraría relevancia de orden global.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo:

> El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Organización Mundial de Turismo, 1991).

Este concepto abarca la comprensión del fenómeno turístico como un conjunto de actividades que influyen en el orden económico, social y cultural de las personas, ya sea por motivos de ocio o de negocios, y el tiempo que se puede permanecer como turista. De esta forma establece la posibilidad de distintas motivaciones turísticas; una de ellas, el deporte.

La idea es repasar cómo puede darse la unión del deporte y el turismo, hasta abordar algunas de las definiciones que se han empleado en la actualidad y lograr una que aporte un amplio espectro, aplicable a su fomento y a su análisis.

Hace varias décadas que se está desarrollando la conexión entre turismo y deporte, lo que ha generado un nuevo campo de conocimiento científico. Este vínculo, asegura Gil (2003), se percibe en el aprovechamiento de otros espacios turísticos, en el medio natural, donde la oferta de bienes y servicios está adquiriendo un creciente interés en la recreación y el esparcimiento.

La Real Academia Española (RAE) define al deporte como la "actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas". De igual manera, da a conocer una segunda definición: "Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre" (Real Academia Española, 2016).

Los intentos de relacionar el deporte, la recreación, la diversión y el ejercicio físico están en aumento, pues las tendencias apuntan a un mayor aprovechamiento del tiempo libre y la preocupación por mejorar el físico y la salud, así como al interés por aprovechar los espacios naturales y preservarlos.

El turismo pasa a ser una de las fuentes de riqueza primordiales en el mundo, mientras que el deporte se consolida como principal actividad físico-recreativa de ocio (García y Ruiz, 2004; Sallent, 1991). Deporte y turismo constituyen dos grandes fenómenos sociales del siglo XX, y lo previsible es que se sigan destacando, en el seno de las sociedades desarrolladas de donde han emergido (Pigasseau, Bui-Xuan y Gleyse, 1999).

Se han desarrollado múltiples definiciones de turismo deportivo. Hall y Weiler (1992) señalan que son "Aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual" (Hall, 1992: 144).

Es por esto la importancia de entender dicha modalidad turística como compleja, como fenómeno que involucra a todo un conjunto de personas con interés turístico-deportivo, con amplias posibilidades de aprovecharse. Sin embargo, no todos los que realizan este tipo de turismo participan de igual forma; unos lo asumen como recreación, otros, como actividad comercial, tal es el caso de los entrenadores y acompañantes de atletas de alto rendimiento o de equipos amateurs —se les paga por acompañar

al atleta—. De cualquier forma, el turismo deportivo impacta en la economía del destino donde se realiza el evento, pues se hace uso de los diversos servicios disponibles.

Heinemann (1993) comenta cómo el deporte constituye un producto de consumo que está al servicio de clientes potenciales. Esta modalidad debe ofrecer relajación, aventura, diversión y distinción, y además, ser rentable, lo que lo convierte en un sector económicamente atractivo con capacidad para competir en mercados muy dinámicos.

Para Ross (2001), "El turismo deportivo se refiere a la experiencia de viajar para involucrarse en o para ver actividades deportivas. Es generalmente reconocido que existen tres tipos de turismo deportivo: Eventos deportivos, turismo deportivo activo y turismo deportivo de nostalgia" (Ross, 2001: 3).

El turismo deportivo de eventos incluye olimpiadas, copas del mundo, torneos locales, estatales y nacionales, de algún deporte. El turismo deportivo activo implica a los individuos que viajan para participar en algún evento o competición deportiva; también se suele incluir a los deportistas amateurs y a los que comparten la experiencia de involucrarse en algún viaje deportivo como una forma de esparcimiento. El turismo deportivo de nostalgia se refiere al viajar a una atracción relacionada con los deportes, como un museo o un campo deportivo de importancia histórica (Ross, 2001: 4). Tiene que ver con lugares relacionados con deportes o eventos masivos que han desarrollado su propia mística: salones de la fama deportivos, como el Salón de la Fama del Basquetbol en Springfield, Massachusetts; museos deportivos, como el del Cricket en Lords, en Londres, y lugares deportivos famosos, como el estadio olímpico de Atlanta o el de Barcelona, el Estadio de los Yankees en Nueva York. Estos lugares se convierten en patrimonio y en lugares de visita obligatoria para el turismo (Gibson, 1998: 64).

Dentro de las actividades relacionadas con el deporte y el turismo, hay quienes diferencian turismo deportivo y deporte turístico. Subdividen el turismo deportivo en definición dura: cuando hay participación activa o pasiva en un evento competitivo o deportivo; ejemplo: en los juegos olímpicos o en algún torneo de fútbol, y definición suave: cuando asumen una participación activa en deportes con fines de recreación; ejemplo: el senderismo o un paseo en bicicleta. Por otra parte, subdividen el deporte turístico en definición dura, que implica que los visitantes participen en una forma menor de deporte o esparcimiento; ejemplo: mini golf, boliche, o la renta temporal de una cancha de tenis, y en definición suave, considerada una actividad secundaria a la motivación del viaje; ejemplo: hacer deporte en un crucero o alguna actividad al visitar una granja (Gammon y Robinson, 2003: 3).

Al buscar una definición para la conexión entre deporte y turismo, se puede afirmar que hay dos elementos fundamentales: la noción de desplazamiento o viaje de un lugar a otro, y la realización de alguna práctica física o deportiva, o la asistencia a algún espectáculo deportivo durante el viaje. Estos dos elementos otorgan al viaje una connotación de turismo activo y con motivaciones relacionadas con las actividades físico-deportivas (Brasileiro, Rebollo y Medina, 2008: 78).

Ya se han presentado varios criterios sobre la relación existente entre el deporte y el turismo. Algunos apenas asocian lo deportivo a los deportes reglamentados, y otros

involucran aspectos sencillos como dar un paseo o participar activamente en prácticas recreativas. Esto puede representar una comprensión incompleta del turismo deportivo y de sus alcances.

Para los fines de este trabajo se exponen diversas definiciones de diferentes autores para lograr una inmersión en el fenómeno del turismo deportivo y tener una perspectiva más completa. En este contexto se coincide con la idea de Brasileiro *et al*. (2008).

> Asumimos el concepto turismo deportivo, tanto para caracterizar a las actividades físico-deportivas, como para las actividades físico-recreativas demandadas en la actividad turística. Por lo tanto, el binomio turismo y deporte, tanto como área de estudio o como práctica de ocio, ha visto su eclosión[3] y popularización a partir de la segunda mitad del siglo XX, constituyéndose en un mercado con gran rentabilidad social y económica y un campo de estudio con muchas preguntas y problemáticas para ser resueltas (Brasileiro *et al*. 2008: 79).

Glyptis y Cooper (1991) y Glyptis, Bramham, Mommaas y Poel (1989) introdujeron los términos "amateur general" y "especialista", para referirse a los diferentes niveles de compromiso, en lo que respecta a la participación como deportista amateur, que quiere decir que la persona se involucra con una actividad sin pretensiones serias, pero sí quiere obtener algún conocimiento o desarrollo dentro de la actividad y diferenciarse del otro segmento que solo es espectador.

Maier y Weber (1993) encontraron nichos de mercado específicos; identificaron cuatro grupos principales que se caracterizan por la intensidad de los deportes que se realizan en determinados destinos. Clasificaron a los turistas deportivos en cuatro segmentos: atleta de alto rendimiento, deporte de masas, deporte ocasional y deporte pasivo (Maier y Weber, 1993: 38).

A partir de la consideración de las ideas de los autores anteriores, se propone ampliar el concepto de turismo deportivo, con la finalidad de que sea una herramienta que permita un conocimiento más detallado del turismo deportivo como modalidad turística con alcances económicos, sociales y culturales, y que implica la participación de diversos actores con diferentes niveles de participación e impacto (empresa u organización, gobierno local, estatal, regional, nacional o internacional); una herramienta que considere la importancia de la planificación y las metas que se fijen para su aprovechamiento. En este trabajo se propone un nuevo concepto de turismo deportivo:

Es una modalidad turística que consiste en la participación activa en un deporte, puede ser como profesional, amateur o deportista de ocasión, incluye a las personas que acompañan a estos deportistas, también a los espectadores de los eventos deportivos; todos ellos ejercen actividades por ocio o por negocio, fuera del lugar de residencia habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, lo que genera múltiples interrelaciones de tipo económico-comercial y sociocultural, donde puede

3. Eclosión: aparición o manifestación súbita de un movimiento social, histórico o político, cultural, etcétera.

fomentarse la participación activa de múltiples actores para la búsqueda de beneficios particulares y de bien común.

Para satisfacer la demanda de usuarios del turismo deportivo es necesario considerar que en él interactúa un número mayor de instituciones diversas y de individuos. La idea es tener en cuenta un enfoque en el que esta diversidad pueda coordinarse y crear productos y destinos turísticos mejor adaptados para atender este tipo de turismo. La revisión bibliográfica permitió entender la complejidad del turismo deportivo e identificar sus principales actores, responsables de diseñar y operar esta modalidad turística.

Figura 1

Actores en el turismo deportivo

Fuente: Elaboración propia.

4. Turismo deportivo, herramienta en el desarrollo territorial

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) define el desarrollo territorial como un proceso de construcción del entorno, impulsado por interacciones entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de dis-

tintos actores, y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio (CEPAL, 2017). De la lectura de este concepto podemos inferir que es necesario tener identificados a los actores que pueden generar acciones, a través del impulso del turismo deportivo como palanca, y de la aplicación del concepto propuesto en este trabajo, para que el turismo deportivo se considere una oportunidad que atraiga a los destinos múltiples beneficios; sin embargo, para lograr esto es necesario identificar los alcances y la proyección que se quieren tener, a partir de la consideración de las limitaciones en cuanto a infraestructura deportiva y turística, los eventos especiales y los segmentos de mercado específicos que se quieran atraer. El trabajo conjunto de los actores es muy importante, ya que es mediante la suma de esfuerzos que se pueden lograr resultados de mayor alcance, y que estos formen parte del desarrollo en un destino. La respuesta está en la planificación derivada de la idea de utilizar al turismo deportivo para impulsar el desarrollo territorial.

La adecuada planificación de un evento deportivo puede aportar al destino innumerables beneficios: mejoras urbanísticas, mejoras en las infraestructuras y servicios, dotación de instalaciones y equipamientos deportivos, reforzamiento del sentimiento de pertenencia a la comunidad (Getz, 2003).

Los beneficios directos obtenidos durante la celebración de grandes eventos deportivos —como las nuevas infraestructuras y los ingresos de los visitantes— son complementados con un importante desarrollo turístico posterior al propio evento (Collins, 1991; Getz, 2003; Kolsun, 1988); es decir, los eventos deportivos ayudan a la publicidad del destino y con la positiva influencia en el desarrollo turístico local (Ritchie, 1984). Son muchas las ventajas derivadas de acoger grandes eventos deportivos, sin embargo no solo estos eventos implican beneficios; también pueden considerarse competiciones locales, regionales, estatales y nacionales. La idea es mejorar la infraestructura deportiva y que esta perdure para beneficio de la población.

Existen seis razones por las que las ciudades deben presentar su candidatura como sede de este tipo de evento: "Para atraer visitantes, para romper la estacionalidad de un destino, atraer la atención de los medios y mejorar la imagen del destino, dinamizar los recursos de un destino, fidelizar visitantes, conseguir la renovación de destinos maduros" (Getz, 1991: 60).

Pero existe la contraparte de qué es lo que sucede si no se organizan de forma adecuada estas actividades turísticas deportivas. Muchos deportes están asociados con ambas posibilidades de impacto a corto y largo plazo. Los deportes que atraen grupos grandes de espectadores pueden generar impactos inmediatos: problemas en el tránsito vehicular, vandalismo, comportamiento antisocial y de inseguridad pública, entre otros. Estos impactos pueden interrumpir la vida de los residentes de la comunidad, generar resentimiento o antagonismo por parte de la comunidad anfitriona. De esta forma contribuyen a los efectos de aversión que pueden detractar del interés turístico de un destino (Faulkner, Tideswell y Weston, 1998).

Por esto es muy importante considerar a todos los actores del turismo deportivo y lograr una coordinación adecuada que estimule el buen desarrollo y la planificación de eventos, que eviten o minimicen los impactos negativos que el turismo es capaz de

generar. Se debe generar un círculo virtuoso de efectos positivos en el que la investigación y el seguimiento de metodologías y modelos eficientes garanticen maximizar los impactos beneficiosos de esta actividad.

> Esta reorientación de los estudios turísticos es sin duda un gran reto para la academia, en un momento en el que crece el número de investigadores que se interesan por la «cuestión turística» en sus articulaciones locales y globales; y lo es para quienes tendrían que aprovechar estas nuevas avenidas de conocimiento, como los que diseñan, planifican y gestionan los destinos turísticos (Ruso, 2016: 27).

El desarrollo sustentable de los destinos turísticos de deporte necesita de planeadores de destinos, organizaciones turísticas y actores de la industria que sean conscientes de los impactos sociales, culturales, económicos y ambientales del turismo deportivo (Hunter y Green, 1995).

Un ejemplo positivo: el gobierno de Albania ha incorporado al turismo deportivo en su visión estratégica, mediante la mejora de infraestructura y la educación especializada para preparar a las personas que atienden este sector (Palushi, Çitozi y Spahiu, 2015).

El turismo deportivo bien planificado ofrece oportunidades para eventos de pequeña, mediana y gran escala.

Otro ejemplo es el caso particular del Gran Premio de Motociclismo de España. Este acontecimiento deportivo ha contribuido a mejorar la imagen de la ciudad de Jerez de la Frontera, provincia de Cádiz, como destino turístico, y la ha reposicionado en el mercado turístico (Fernández, 2014).

Gibson, Kaplanidou y Kang (2012) hacen referencia a la comunidad de Gainesville, en la Florida, Estados Unidos, donde ha sido muy importante contar con un inventario de facilidades para el turismo deportivo —capacidad en los hoteles, un grupo de voluntarios y una comisión de deportes—, importante para aprovechar el turismo sustentable en su modalidad de turismo deportivo a pequeña escala.

Independientemente de la dimensión del evento, lo importante es crear un portafolio de eventos integral, en el que se incorporen acciones del gobierno y de organismos independientes, que cumplan múltiples propósitos para los anfitriones en los destinos. Los eventos no deben ser acciones aisladas; deben incorporarse a la mercadotecnia del destino y considerar el desarrollo sustentable (Getz, 2013).

Son muchos los retos y las oportunidades que el turismo deportivo enfrenta, por eso es de importancia sustantiva considerar el alcance que puede ofrecer a un destino o región, involucrar a todos los actores y aplicar los conocimientos de forma consciente. Esto contribuirá a mejorar las condiciones de desarrollo de la sociedad en general.

Conclusiones

La competencia deportiva tiene como raíz la supervivencia, que es expresión básica de la naturaleza humana: se corría mejor, se saltaba mejor y se era más ágil para salvar la

vida. Ha evolucionado hasta llegar a la práctica deportiva, siempre presente en diversas culturas, hasta socializarse como hoy la conocemos.

En la actualidad, la práctica deportiva es el resultado de múltiples factores de orden económico, social, psicológico y cultural, ya que está relacionada con múltiples beneficios para la salud y la calidad de vida de las personas. Todo esto es producto de mayor tiempo libre e ingreso disponible en las sociedades, así como de la tendencia creciente a utilizar espacios naturales para el deporte y mejorar la salud.

La valoración del deporte y de los atletas lleva al disfrute de la actividad no solo como participante sino también como espectador y como inversionista, lo que genera múltiples interrelaciones de orden económico y sociocultural, con capacidad de influir en el desarrollo de destinos y la formación de productos turísticos. Estos impactos múltiples deben ser generados de forma consciente, desde la perspectiva amplia del desarrollo territorial y de los actores que participan en su entramado, para lograr buenos resultados, acordes a un proceso de planificación estratégica.

Es muy importante concebir el turismo deportivo como un fenómeno en el que ocurre la participación de diversos actores desde diferentes niveles —local, regional, estatal o mundial—, que implica organización, gestión y planificación detallada. Entender a los actores presentes en el fenómeno ayuda a dimensionar el alcance que se quiere tener, y a establecer cómo impulsar el desarrollo bajo el esquema territorial y turístico. La definición de turismo y desarrollo que se propone en este trabajo cumple con el objetivo de instruir y de fomentar la puesta en marcha, de forma consciente, de acciones a favor del desarrollo, más allá de lo deportivo, que trasciendan lo económico y lo social. Reconoce la importancia de la planificación.

Bibliografía

Andrews, D. L. y S. J. Jackson (2001), *Sports Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity*, New York, Routledge.

Armadans Tremolosa, I. (2002), *Actividad de ocio-turístico y personas mayores. Análisis de diferencias sociales entre "viajeros" y "no viajeros*, Universitat de Barcelona.

Bale, J. (1989), *Sports Geography*, London, E y FN Spon.

Brasileiro, M. D. S.; Rebollo, S. y J. C. C. Medina (2008), "Turismo deportivo de litoral: un análisis desde la oferta", *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 29(3).

Calfas, K. J. y W. C. Taylor (1994), "Effects of Physical Activity on Psychological Variables in Adolescents", *Pediatric Exercise Science*, 6, pp. 406-406.

Clavijo, D. (2006), "Apuesta por la naturaleza", *Empresa y Empresarios*, 5, México D.F. Disponible en: http://empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos. php?id_sec=6&id_art=142. Consultado: 9 de junio de 2016.

Collins, M. F. (1991), "The Economics of Sport and Sports in the Economy: some International Comparisons", en C. P. Cooper (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 3, London, Belhaven Press, pp. 185-214.

Decker, W. (1992), *Sports and Games of Ancient Egypt*, Yale University Press.

Dumazedier, J. (2000), "Metamorfosis del trabajo y surgimiento de una sociedad del tiempo libre", *Ocio y desarrollo humano. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio*, pp. 19-23.

Faulkner, B.; Tideswell, C. y A. M. Weston (1998), "Leveraging Tourism Benefits from the Sydney 2000 Olympics", ponencia, Sport Management Association of Australia and New Zealand, Gold Coast, Australia, 26-28 de noviembre.

Fernández, M. T. (2014), "El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso", *Cuadernos de Turismo*, núm. 33.

Freeman, K. M. (2015), "Inexpensively Estimating the Economic Impact of Sports Tourism Programs in Small American Cities", *Indiana Business Review*, 90(1), 1.

Gammon y Robinson (2003), *Sport and Tourism: A Conceptual Framework*.

Gammon, S. y J. Kutzman (2002), "Sport Tourism: Principles and Practice", *Sport Tourism: Principles and Practice*.

García, M. y F. Ruiz (2004), "El ocio y la recreación físico deportiva en la sociedad española actual", en *Actas del IV Congreso Internacional de Educación Física e Interculturalidad. El deporte, unión de culturas*.

Gálvez-Ruiz, P.; Fernández-Gavira, J.; García-Fernández, J. y J. García-Villar (2016), "Número especial: Investigación en economía y gestión del deporte", *Intangible Capital*, 12(3), pp. 755-758. Disponible en: http://dx.doi.org/10.3926/ic.779.

Getz, D. (1991), *Festivals, Special Events, and Tourism*, Van Nostrand Reinhold.

_____ (2003), "Sport Event Tourism: Planning, Development and Marketing", en S. Hudson (ed.), *Sport and Adventure Tourism*, New York, Haworth Hospitality Press, pp. 49-88.

_____ (2013), *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research*, Cognizant Communication Corporation.

Gibson, H. J. (1998), "Sport Tourism: a Critical Analysis of Research", *Sport Management Review*, 1(1), pp. 45-76.

Gibson, H. J.; Kaplanidou, K. y S. J. Kang (2012), "Small-scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism", *Sport Management Review*, 15(2), pp. 160-170.

Gil, A. M. L. (2003), "La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza", *Cuadernos de turismo*, 12, pp. 131-150.

Gillet, B. y M. D. Lamarca (1971), *Historia del deporte*, Oikos-tau.

Glyptis, S. A. y C. P. Cooper (1991), "Sport and Tourism", *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 3, pp. 165-183.

Glyptis, S.; Bramham, P.; Henry, I.; Mommaas, H. y H. Poel (1989), "Public Sector Sport and Recreation Initiatives for the Unemployed in Britain's inner Cities", *Leisure and Urban Processes: Critical Studies of Leisure Policy in Western European Cities*, pp. 156-174.

Hall, C. M. y B. Weiler (1992), "Adventure, Sport and Health Tourism", *Special Interest Tourism*, pp. 141-158.

Heinemann, K. (1993), "Sport in Developing Countries", *The Sports Process: A Comparative and Developmental Approach*, pp. 139-150.

Higham, J. E. S. y T. D. Hinch (2003), "Sport, Space and Time: Effects of the Otago Highlanders Franchise on Tourism", *Journal of Sports Management*, 17(3), pp. 235-257.

Hinch, T. y J. Higham (2004), *Sport Tourism Development*, Clevedon, Channel View Publications.

Hunter, C. y H. Green (1995), *Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship?*, Routledge.

ISO 10241 (1992), *International Terminology Standards - Preparation and Layout*.

Jones, I. (2001), "A Model of Serious Leisure Identification: The Case of Football Fandom", *Leisure Studies*, 19(4), pp. 283-298.

Keller, P.; Breiter, M.; Duc, N. y F. Salamin (2002), *Sport and Tourism*, World Trade Organization.

Kolsun, J. (1988), "The Calgary Winter Olympics visitor study", *The Operational Geographer*, 16, pp. 15-17.

Latiesa, M. y J. L. Paniza (2006), "Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis", *Revista Internacional de Sociología (RIS)* (44), pp. 133-149.

Lisbona, Medina y Sánchez (2008), "El turismo deportivo: visiones críticas sobre posibilidades de desarrollo local en España y México", en L. Cantero, F. Medina y R. Sánchez, *Actualidad en el deporte: Investigación y aplicación*, pp. 165-179.

López, J. R. (2000), *Historia del deporte*, vol. 20.

Macias, J. (2011), "Paseo por la historia del deporte". Disponible en: http://www.csicsif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_39/JUAN_G_MACIAS_1.pdf. Consultado: 12 de marzo de 2016.

Maier, J. y W. Weber (1993), "Sports Tourism in Local and Regional Planning: Case of the Middle-Mountain Region of Upper Franconia", *Tourism Recreation Research*, 18(2), pp. 33-43.

Mill, R. C. (1990), *Tourism The international Business*, New Jersey, Prentice Hall International.

Millán, E., y M. Peñalver (2004), "Oferta turística y generación de empleo en un espacio rural: el Noroeste murciano", IX Coloquio de Geografía del Turismo Ocio y Recreación, Zaragoza del, 21.

Organización Mundial del Turismo (1991), "Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes", Ottawa, Canadá.

Palushi, R.; Çitozi, R. y E. Spahiu (2015), "The Contribution of Faculty of Physical Activity and Recreation in the Development of Sport Tourism in Albania", *Journal of Human Sport and Exercise*, 10(1proc), pp. 515-520.

Pigeassou, C.; Bui-Xuan, G. y J. Gleyse (2003), "Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field", *Journal of Sport Tourism*, 8(1), pp. 27-34.

Real Academia Española (2016), *Diccionario de la Lengua Española*. Disponible en: http://dle.rae.es/?id=CFEFwiY. Consultado: 3 de marzo de 2016.

Ritchie, J. R. B. (1984), "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues", *Journal of Travel Research*, 23(1), pp. 2-11.

Ross, D. (2001), "Developing Sports Tourism", *An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners,* University of Illinois, National Laboratory for Tourism and Ecommerce. Disponible en: http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Sport%20Tourism/Sport-Tourism%20Development%20Guide.pdf. Consultado: 25 de mayo de 2016.

Rodríguez, A. (2010), "El origen del deporte contemporáneo en los países centrales y su legado en la evolución de la Educación Física", *Revista Digital-Buenos Aires*, núm. 15.

Sallent, O. (1991), "Deporte y Turismo: un campo fascinante", *Apuntes, Educación Física y Deportes*, núm. 26, pp. 53-59.

Toohey, K.; Taylor, T. y Lee Choong-Ki (2004), "The FIFA World Cup 2002: the Effects of Terrorism on Sport Tourists", *Journal of Sport Tourism*, 8(4), in press.

Vilches, B. y A. Rodríguez (2008), "Sobre el definir: recomendaciones para la redacción de definiciones", *Revista Mapping*, núm. 129, pp. 16-19.

Weed, M., y C. Bull (2004), *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Oxford, Elsevier.

World Tourism Organization (2002), "Sport and Tourism - Introductory Report" (Deporte y Turismo - Informe Introductorio).

Expresión económica
Revista de análisis

Lineamientos a autores de trabajos a publicar

Contenido de los artículos

1. *Expresión Económica* es una revista orientada, principalmente, al análisis crítico de la política económica y sus soluciones, en la región, el país y en el contexto internacional.
2. El trabajo deberá ser inédito y no estar en otro proceso, o en dictamen, antes, durante o después del envió a *Expresión Económica*.
3. Debe contener, al inicio, un resumen de no más diez renglones, en español y en inglés.
4. Además, las palabras clave que deberán presentarse en español e inglés, y la clasificación JEL correspondiente.

Arbitraje

1. Todos los artículos recibidos son sometidos a evaluación y dictamen, por parte de dos árbitros anónimos especializados. En caso de obtener resultados contradictorios, la contribución será enviada a un tercer árbitro, para su análisis. Los resultados son inapelables.
2. Una vez recibido el dictamen correspondiente, se dará a conocer al autor el resultado. En caso de que el dictaminador recomiende algunas modificaciones, el autor deberá realizarlas a fin de que el artículo sea publicado; además, redactará una carta en la que explique el modo en que atendió las recomendaciones, con el objeto de dar respuesta al trabajo realizado por los árbitros.

Formato de los artículos

1. Los trabajos deberán tener entre 25 y 30 cuartillas de extensión, tamaño carta o A4, a espacio y medio, con un margen de 3 cm a cada lado; estará escrito en letra *Times New Roman*, a 12 puntos. Estas cuartillas incluyen cuadros, anexos y referencias bibliográficas.
2. Las referencias bibliográficas, hemerográficas, electrónicas o de cualquier tipo, deben cubrirse, obligatoriamente, en el sistema de la Asociación Estadounidense de Psicólogos, APA (American Psychological Association), en la última versión disponible.

3. Los gráficos, cuadros, mapas, tablas o cualquier otro material ilustrativo, además de estar incluidos en el archivo principal del trabajo, deberán enviarse por separado, en el formato del programa en que fueron elaborados, con la especificación del lugar de inserción en el texto. Todos los materiales ilustrativos deben contener título, número consecutivo, explicaciones sobre los conceptos y las referencias correspondientes. Si son gráficas, debe incluirse la tabla original de datos e indicar el programa y el método empleados para su elaboración. Los mapas pueden prescindir de la tabla de datos, pero no del método y el programa usados.
4. Los trabajos Pueden ser enviados en español, inglés y francés. En el caso de los artículos en español e inglés, el resumen y las palabras clave deben estar en ambos idiomas; para los escritos en francés, en francés e inglés.
5. Los trabajos que se presenten de manera incompleta o que no cumplan con alguna de las especificaciones anteriores, no serán aceptados.
6. Los formatos permitidos son DOC, DOCX (*word*), ODS (*writer*) y LaTeX. El formato RTF es aceptado con algunas restricciones.

Envío de los artículos

1. Los artículos pueden enviarse por tres vías:
   a) Al correo electrónico expresioneconomica@cucea.udg.mx.
   b) Directamente, en CD, DVD, USB o algún otro medio no arqueológico, en la coordinación de la revista: Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), Departamento de Economía, edificio K, tercer nivel (K-302), cubículo de la revista.
   c) Directamente, en CD, DVD, USB o algún otro medio no arqueológico a la dirección:
   Revista Expresión Económica
   C.P. 45100
   Periférico Norte 799, Departamento de Economía, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), Edificio K, Tercer Nivel (K-302). Núcleo Universitario Los Belenes.
   Zapopan, Jalisco, México.
   Tel. (33) 3770 3300 Ext. 25213

   Serán rechazados los trabajos que no se entreguen por medíoslas vías referidas.
2. Todos los materiales para los artículos deben ir juntos —gráficos, cuadros, mapas, tablas o cualquier otro material ilustrativo—. Además de estar incluidos en el archivo principal del trabajo, deberán enviarse por separado, en el formato del programa con que fueron elaborados, para conservar la calidad al editar.
3. Los artículos deben enviarse o entregarse, con una hoja de datos personales, debidamente llenada por cada uno de los autores, en los formatos RTF, DOC, DOCX, ODS, PDF, JPG, PNG. Podrá ser entregada en formato electrónico o impreso.

4. La recepción de artículos permanece abierta durante todo el año. La ubicación del trabajo en la revista atiende al orden de recepción y a la cantidad de trabajos requeridos para concretar el número. Esto significa que se acomodará el artículo en los números posteriores o del periodo de gestión.

Expresión económica
Revista de análisis

1. Título del artículo

2. Nombre completo del autor

3. Título con que desea aparezca en el artículo

4. Dirección:*
   Calle: Núm.:
   Colonia: CP: Cd.: Estado:
   País:
   No. de teléfono: Celular:
   Correo electrónico:**

5. Actividad(es) que realiza actualmente

6. Institución(es) en la que presta sus servicios o realiza sus estudios**

7. Breve biografía (*curriculum*) (que no exceda seis renglones)

* En el caso de la dirección, puede optar por la de su domicilio particular o la de la institución. Será requerida para el envío del ejemplar de la revista en que se publique su trabajo.

** El correo electrónico y la afiliación institucional aparecerán en la revista, como medios de identificación y contacto.

Universidad de Guadalajara

Doctor Miguel Ángel Navarro Navarro
Rector general

Doctor Carlos Iván Moreno Arrellano
Vicerrector ejecutivo

Maestro José Alfredo Peña Ramos
Secretario general

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Maestro José Alberto Castellanos Gutiérrez
Rector

Maestro José Alberto Becerra Santiago
Secretario académico

Doctor Jesús Arroyo Alejandre
Director de la división de economía y sociedad

Doctor Martin G. Romero Morett
Jefe del departamento de economía