

El modelo de competitividad sistémica y la pertinencia de la promoción de los *clusters* productivos como vía para lograr el desarrollo local

JORGE ANTONIO MEJÍA RODRÍGUEZ

Introducción

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

Se parte de la premisa de que, si bien existe el conocimiento de este paradigma por parte de algunas de las autoridades y agentes regionales y locales de nuestro país, la falta de comprensión y el desconocimiento de la mayoría de los gobiernos estatales de este enfoque, orilla a descartar dichas políticas en sus programas de promoción del

desarrollo y de expansión empresarial, respectivamente. Algunas de las interrogantes que se imponen al respecto, serían: ¿es pertinente promover la competitividad sistémica y los *clusters* como vía de desarrollo local? ¿Son viables las estrategias de colaboración y asociación empresarial a nivel regional y local? ¿Es posible impulsar formas de participación colectiva y autogestiva a nivel microempresarial? ¿Seguirá imperando la desconfianza interempresarial en su interrelación operativa cotidiana entre las mipymes y, por ende, los bajos niveles de productividad, calidad e innovación imperantes?

La respuesta a estas interrogantes tiene que ver con la validez del argumento, que incluso trasciende los ámbitos locales y regionales, de que es mejor competir en grupo que hacerlo aisladamente, así como de la impostergable necesidad de comenzar a cambiar la forma tradicional de pensar y operar de los pequeños empresarios mexicanos en general, y de Jalisco en particular. Al respecto, los hechos refieren que tal perspectiva parece haberse iniciado —al menos como política de fomento local en la entidad de 1994 a 2000—; sin embargo, destaca el hecho de que no se le ha dado la continuidad debida a este tipo de políticas durante la presente administración panista en el periodo 2001-2007, no obstante algunos incipientes resultados positivos obtenidos por la pasada administración en la entidad en ese sentido.

El modelo de competitividad sistémica

Este modelo constituye un marco de referencia para los países industrializados o para aquéllos en vías de serlo, el cual pretende consolidar el desarrollo regional competitivo. Para ello, la consolidación en la dimensión de la política económica nacional, de la estabilización macroeconómica, es una premisa necesaria que indirectamente presiona a las empresas para que mejoren su gestión, aunque esto no es suficiente para que se genere el desarrollo de la competitividad, pues cada vez adquiere mayor importancia la puesta en marcha de políticas mesoeconómicas volcadas a consolidar la capacidad de negociación generada entre el estado y los diversos actores sociales para impulsar el entorno socioeconómico regional y local. De esta manera, si el modelo de competitividad sistémica se pretende instaurar en una región pero sin una integración social, sin duda es un proyecto sin perspectivas, dado que involucra un proceso de transformación social que va más allá de la simple corrección del entorno macroeconómico.

La competitividad sistémica surge como contrapropuesta de la ortodoxia económica dominante, ya que las políticas macroeconómicas en la nueva versión de la industrialización, se apoyan en el desarrollo de las capacidades tecnológicas y sociales impulsadas por las políticas micro y mesoeconómicas, que contribuyen a condensar los efectos acumulativos del aprendizaje y la innovación (Casalet, 1997).

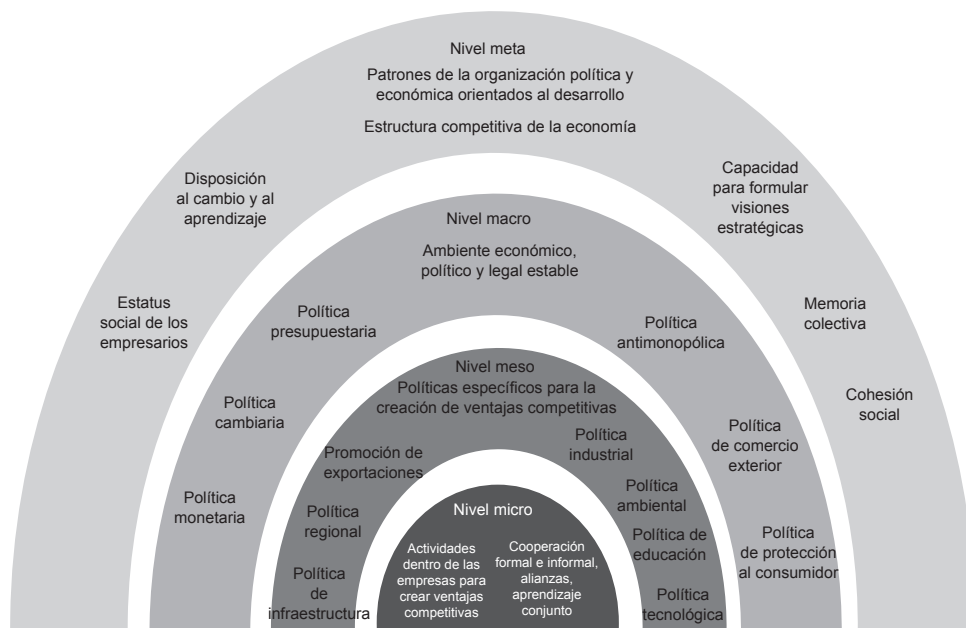
Estos conceptos serán precisados en seguida; sin embargo, es importante considerar que también en el desempeño competitivo de las empresas, como organizaciones complejas, los resultados están determinados por un proceso de aprendizaje arduo e incierto en el que influyen las relaciones que se generan tanto en el interior como en el exterior de la misma. Así, el conjunto de transformaciones que plantea la competitividad sistémica, entraña nuevos agentes y modalidades operativas en las

cuales adquieren importancia los factores vinculados con la calidad, la normalización de los productos, la formación de redes y la cooperación interempresarial, así como el conjunto de interfases que se tejen entre las empresas e instituciones dedicadas a establecer un entorno socioeconómico favorable a la innovación.

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

Si analizamos el cuadro 1, a primera vista quizá no nos queda claro el hecho de que todos los elementos mencionados son importantes para las estrategias de desarrollo en cada una de las dimensiones indicadas; sin embargo, si complementamos dicho análisis de la competitividad con el cuadro 2, que presenta las características de las diferentes políticas y factores por niveles de acción que la determinan, el panorama general se completa.

Cuadro 1. Nivel de competitividad sistémica
Niveles analíticos



Fuente: Meyer-Stamer (2000).

Para efecto de asimilar el contenido del modelo de competitividad sistémica, Jörg Meyer-Stamer precisa la dimensión de cada uno de los niveles de interacción competitiva; en resumen, dicho autor los define como:

Nivel meta (1). El elemento de competencia de los sistemas representa un motivo central de acción en aquellos países que se consideran como un modelo alternativo al que es, al fin y al cabo, el sistema dominante del capitalismo anglosajón.

Nivel macro. La importancia de las condiciones básicas internacionales (5) y nacionales (6) no requieren de mayores explicaciones, pues ante situaciones macroeconómicas turbulentas, la cooperación a menudo nace en el contexto del dilema de los prisioneros que se repite, y si las reglas del juego se alteran frecuentemente, no puede hablarse de repetición.

Cuadro 2
Algunos factores que determinan la competitividad sistémica en diferentes niveles de agregados de la política

	<i>Supranacional</i>	<i>Nacional</i>	<i>Regional</i>	<i>Local</i>
Meta	Competencia de diferentes modelos de economía de mercado 1	Modelo nacional de desarrollo. Sistema Nacional de innovación 2	Identidad regional. Capacidad estratégica de actores regionales 3	Capacidad de cooperación de actores locales. Confianza. Ambiente creativo 4
Macro	Mercado internacional de capitales 5	condiciones básicas macroeconómicas (ej. sistema tributario, opciones de financiamiento) 6	Política presupuestaria sólida. Capacidad de inversión del gobierno 7	Política presupuestaria sólida. Capacidad de inversión del gobierno. Ambiente atractivo. Calidad de vida 8
Meso	Política industrial y de tecnología de la Unión Europea. Protocolo de Montreal 9	Promoción de nuevas tecnologías. Promoción de exportaciones, Instituciones específicas de financiamiento. Política ambiental orientada a sectores. 10	Promoción económica regional. Centro de demostración tecnológica. Institutos de investigación y desarrollo. Institutos de formación política ambiental. 11	Promoción de la economía local y del mercado de trabajo. Institutos de capacitación. Centros de tecnología y de nuevos empresarios. Asociaciones competentes 12
Micro	Empresas internacionales encadenamientos globales de commodities 13	Empresas de tamaño medio y grande. Redes dispersas	PyMes clusters regionales 15	Pymes. <i>Clusters</i> locales incipientes

Nivel meso (9). En términos supranacionales, la existencia de un nivel meso resulta evidente en el caso de la Unión Europea. En otros lugares, como en el Mercosur, se ha intentado llevar a cabo actividades en este nivel y en un nivel global. Por ejemplo: el Protocolo de Montreal también tiene las características de una política de nivel

meso. Al interior de los países resulta más difícil atribuir tareas en el nivel meso en los ámbitos nacional y local de manera clara; sin embargo, existe por lo menos un grupo de tareas que puede atribuirse genéricamente con certeza: el estímulo, el apoyo y la valoración de actividades descentralizadas por medio del nivel siguiente superior.

Nivel micro. En muy contadas ocasiones las empresas locales se orientan hacia el ámbito local.

En general, Meyer-Stamer señala que la ventaja del modelo de competitividad sistémica se halla en el hecho de que es lo bastante abierto como para comprender las fortalezas y las debilidades centrales que determinan potenciales de desarrollo local y regional.

En ese sentido, la discusión polarizada y absurda en torno a los efectos de la globalización tuvo como consecuencia que, hasta ahora, la interacción entre estructuras locales y globales no haya sido estudiada suficientemente. De manera que cualquier argumento se encuentra aún en estado embrionario. No obstante, el desarrollo local y regional, la promoción de la economía y la creación de empleos, constituyen fenómenos que la economía y las ciencias sociales han puesto de moda, y el hecho de que así sea significa que se trata de temas cargados de expectativas.

En caso de que en un futuro próximo se le dé un gran peso a las medidas locales y regionales de promoción y de creación de empleos —como parece ser el caso no sólo en la cooperación técnica internacional—, no dejarán de producirse decepciones en esta dimensión. Aun así, ellas serán resultado de una realidad: las posibilidades de actuación, en los niveles local y regional, no son infinitamente grandes; y sería fatal abandonar toda estrategia e intento de dirigir el desarrollo económico en los niveles nacional y supranacional (Meyer-Stamer, 2000).

¿Qué es un *cluster*?

En términos generales, se trata sencillamente de un conjunto de empresas de una determinada región, dedicado a una misma rama productiva y en el que cada uno de sus integrantes agrega valor a la cadena. Es “una economía de escala con transferencia de tecnología y disponibilidad de recursos humanos calificados”, según The Southern Rural Development Center de Estados Unidos (*Expansión*, 2003: 178). Otra definición define el *cluster* como “masas críticas de empresas con un inusitado éxito competitivo en algún campo particular y localizados en una nación, estado o región (Porter, 1998: 2).

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

El nuevo concepto de desarrollo de las empresas, de acuerdo con Hillebran, Mesner y Stamer (1996), se refiere a que las empresas ya no compiten de una manera descentralizada y hasta aislada, sino en forma de *clusters* industriales, es decir, como

“grupos empresariales organizados en redes de colaboración”. Algunos ejemplos de *clusters* exitosos en el mundo son: el ceramista de Castellón, España; el de telecomunicaciones en Estocolmo, Suecia; el automotriz en Estiria, Austria, y los muchos desarrollados en Italia de calzado, textiles y cerámica, fundamentalmente.

Los enfoques anteriores coinciden en que los *clusters* se caracterizan por algunos elementos en común (Altemburg y Meyer-Stamer, 1999: 1694); entre los más importantes, se mencionan:

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

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

Por su parte, una tipología de *clusters* es desarrollada por Altemburg y Meyer-Stamer (1999) para el caso específico de América Latina. El primero se refiere a *clusters supervivientes de empresas a micro y pequeña escala*; este tipo de *clusters* tienen un potencial competitivo limitado y se desarrollan en condiciones macroeconómicas desfavorables, por lo que son más importantes en la creación de oportunidades de empleos. La segunda clasificación se refiere a la *masa de productores más avanzados y diferenciados*; aquí se trata de *clusters* más consolidados, pero que sin embargo enfrentan fuertes retos en la creación de un ambiente de negocios que favorezca el aprendizaje, la innovación y la constante superación. El tercer tipo corresponde a los *clusters de las corporaciones transnacionales*; éstos son dominados por empresas extranjeras, pero pueden ser utilizados para estimular la superación de las economías locales mediante su integración a la cadena de valor.

Por otra parte, el entorno institucional local se convierte en uno de los principales retos que se han mencionado dentro de la política pública orientada al desarrollo de los *clusters*, y se resume en la capacidad de transferir el concepto de *cluster* hacia políticas de crecimiento concretas. Para llevar a cabo esta tarea, se requiere de una comprensión tanto de la economía de los *clusters* como de su metodología. Para ello es necesario conocer cuáles son sus beneficios y los factores que confluyen en el proceso de constitución de un *cluster*; sin embargo, también se reconoce que la tarea no es sencilla, ya que muchos de los elementos que los constituyen son de carácter cualitativo y, por lo tanto, difíciles de medir con las relaciones sociales o la identidad cultural con el territorio (Hernández Pérez, 2004: 8).

De igual modo, habría que agregar que la dinámica del desarrollo de un *cluster* depende en gran medida de la efectividad de cada una de las empresas involucradas, del contacto estrecho y permanente con universidades, instituciones educativas, centros de investigación y desarrollo, instituciones de información y extensión tecnológica, instituciones financieras, agencias de asesoría para la exportación, organizaciones empresariales locales y regionales y, en fin, de un red de intra e interrelaciones con las propias empresas del *cluster*, oficinas gubernamentales de promoción a nivel local y regional.

Beneficios de un cluster

Si el objetivo es generar una estructura horizontal entre pymes de un mismo sector, sus ventajas son cuali y cuantitativas. Entre las más importantes están:

- Genera mayor valor agregado.
- Menor costo unitario de los insumos.
- Poder de negociación.
- Estandarización de los productos.
- Garantía de abastecimiento regular.
- Reportes gerenciales para mayor manejo administrativo.
- Manejo eficiente de la información.

Asimismo, la clave de los *clusters* exitosos es que por lo menos comparten cuatro características:

- Estrategia común.
- Flujo de información.
- Capacitación privada acorde con requerimientos.
- Activo gobierno local.

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

Tipos de clusters

Hasta hace poco tiempo no se hacía hincapié en las diferencias entre los diversos tipos de conglomerados. Se pensaba que todas las áreas especializadas que se caracterizaban por una importante presencia de pymes eran similares, con las mismas ventajas y los mismos problemas. Un profundo conocimiento del fenómeno del desarrollo de las pymes ha demostrado que, a pesar de los aspectos comunes, los sistemas en estas

empresas son mucho más complejos y que su comprensión es parcial cuando se las agrupa bajo el concepto estandarizado de “conglomerados de pymes o de *clusters*”.

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

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

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

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

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

1. Los que dependen de empresas externas, como contratistas principales para los subcontratistas locales.
2. Sistemas independientes, transformadores de materias primas locales (productos agroalimentarios), o importadores de materias primas (textiles, metalúrgicos, etc.), y que organizan el ciclo de la producción en el sistema local.
3. Sistemas abiertos, capaces de activar subcontratistas externos o invertir fuera del área local, y aun en el exterior.

Es evidente, pues, que en la medida que se desarrollan los conglomerados, tienden a transitar de las dos primeras a la tercera categoría. Por ello y con base en las variables anteriores, los *clusters* se pueden agrupar en tres categorías principales: embrionarios, consolidados y maduros.

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

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

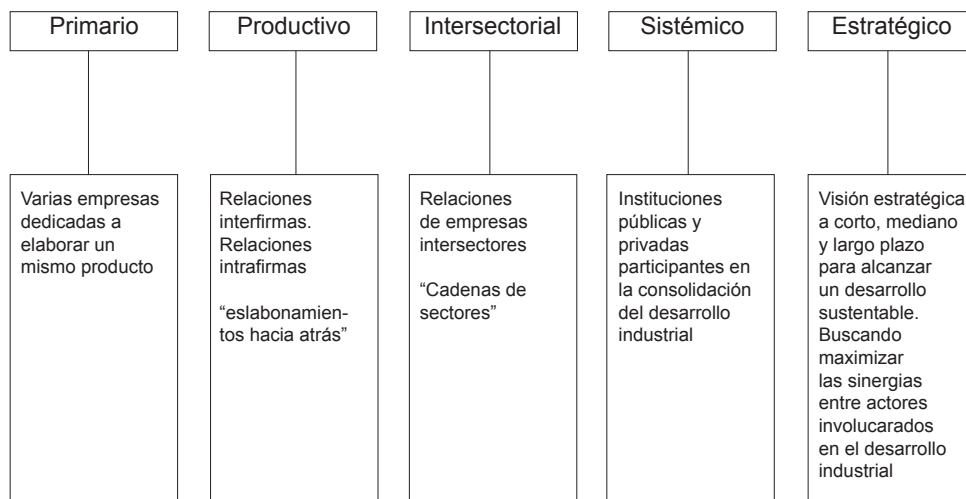
Otro elemento que se debe tener en cuenta es la ubicación de los sectores productivos. Los *clusters* de pymes se pueden situar en la periferia, o aun en comunidades rurales; otros en poblaciones de tamaño mediano; otros en el marco del aparato industrial de las ciudades medianas/grandes. Debe también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

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

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

Otra forma más sencilla de concebir los diferentes tipos de *clusters* es como lo muestran Jorge Carrillo y Alfredo Hualde, en su estudio sobre las peculiaridades del *cluster* electrónico asentado en la ciudad de Tijuana, el cual se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 3
Tipos de *clusters*



Lecciones aprendidas de los *clusters* italianos

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

Los casos de estudio italianos han demostrado que existen numerosos tipos de conglomerados de pymes. Sus características difieren de manera significativa, como pudo observarse en la clasificación anterior. Sin embargo, existen algunos denominadores comunes en los sistemas más dinámicos de pymes, y son estos factores en los que debería ponerse hincapié, más allá de consideraciones políticas. Estos factores se resumen en las siguientes observaciones:

El desarrollo de un conglomerado de pymes es un proceso a largo plazo. Éste es determinado por las perspectivas positivas y las condiciones locales favorables (conocimientos técnicos, cohesión social, fuerza laboral flexible, etcétera). Además, se facilita por la configuración de las redes locales y de las actividades comunes que abaten las barreras de acceso y minimizan el riesgo de la inversión.

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

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

La promoción y la difusión de las innovaciones son realizadas mediante relaciones empresariales de interacción, especialmente si existe una empresa líder o un grupo de empresas líderes. Con esto, el éxito individual de una empresa líder puede resultar un poderoso estímulo para la innovación.

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

Los clusters en la formación del mercado regional

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

vado interés, ya que permite explicar la diversidad de la especialización y la particularidad de los productos fuera del campo económico (Casalet, 1997).

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

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

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

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

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

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

En México se ha avanzado en la creación de una red de apoyos institucionales dirigidos a las pymes, pero todavía se transita por un sendero defensivo; se emprenden apoyos a la regionalización, a los encadenamientos productivos y a la cooperación entre las pymes, pero éstos constituyen intentos aislados y no una red articulada. Las limitaciones de la información y la difusión eficaz de los recursos y la escasa transparencia, dificultan la consolidación de relaciones más complejas. A esto se agrega la débil vinculación entre la investigación, la formación técnica y la actividad industrial (Casalet, 1999).

La pertinencia de la promoción de los *clusters* productivos como vía para lograr el desarrollo local

Jörg Meyer-Stamer sostiene que la promoción de *clusters* es apenas una de las variantes para permitir la movilización de la economía en los niveles locales y territoriales. Desde un punto de vista sistémico representa, a fin de cuentas, uno de varios modelos relacionados con la promoción económica local y territorial. En los países en vías de desarrollo representa una nueva tendencia hacia la descentralización de la promoción económica de la política tecnológica, la promoción de las pequeñas y medianas empresas y sus respectivas actividades. En muchos de los países industrializados, sin embargo, la promoción económica local ya es un hecho consumado cuyas características, no obstante, en los últimos tiempos se han modificado en forma considerable. Si anteriormente la promoción económica significaba en primer lugar la disponibilidad de áreas físicas, con el transcurso del tiempo su perfil se fue ampliando; esta visión panorámica puede observarse en el cuadro 4.

Ahora bien, en ciudades y regiones donde se practica en particular una política de participación activa y creativa, más allá de una buena promoción económica convencional, hoy en día puede observarse esto por medio de un modelo que podría ser descrito bajo la forma de cuatro triángulos, según se observa en el cuadro 5, en donde el primer triángulo esboza los destinatarios de la promoción económica. Como se sabe, la promoción económica y la promoción de las industrias incluyen medidas directas para impulsar empresas, así como medidas indirectas para el desarrollo de instituciones de apoyo (“área meso”) relacionadas con las propias empresas. Resulta significativo diferenciar entre tres tipos de grupos de empresas: las empresas residentes, los nuevos inversionistas y los nuevos empresarios. Tal diferenciación es importante por dos motivos:

En primer lugar, para cada uno de estos grupos de destinatarios existen instrumentos específicos —al lado de diversos elementos comunes—. La promoción de empresas residentes incluye la mediación entre empresas y administración, así como todos los instrumentos que se discuten frente al tema de promoción hacia las pymes. En segundo lugar, la creencia de que la promoción económica estimula, en lugar de desalentar la instalación de nuevas empresas, no resulta siempre obvia en cualquier parte. A decir verdad, el significado relativo de los tres grupos que son objeto de la promoción, varía entre las localidades y en el tiempo. Aunque cabe mencionar que

no siempre se logra una correlación estrecha entre las medidas dirigidas a estos tres destinatarios: empresas residentes, nuevos inversionistas y nuevos empresarios. Ello depende, entonces, de los objetivos específicos que persiga la política regional y local de promoción económica, pudiendo ésta orientarse hacia la instalación de nuevas empresas, que sean complementarias a las existentes, fortaleciendo así el perfil y la competencia de la región. O bien promocionando la creación de nuevos empresarios en conexión con las empresas existentes, pero variando su orientación hacia la búsqueda de conglomerados.

Cuadro 4
Evolución típica de la promoción económica



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

Los factores objetivos de mayor importancia son:

- La localización geográfica en relación con los mercados de compra y venta.
- Los nexos con la red de transportes (carretera, tren acuático o aéreo).
- Oferta y demanda de empleos (nivel salarial, disponibilidad de mano de obra calificada adecuada).
- Disponibilidad de terrenos.
- Costos relacionados con la energía y con el medio ambiente.
- Trabajo y administración municipales.

- Ofertas promocionales (incentivos fiscales, subsidios, etcétera).

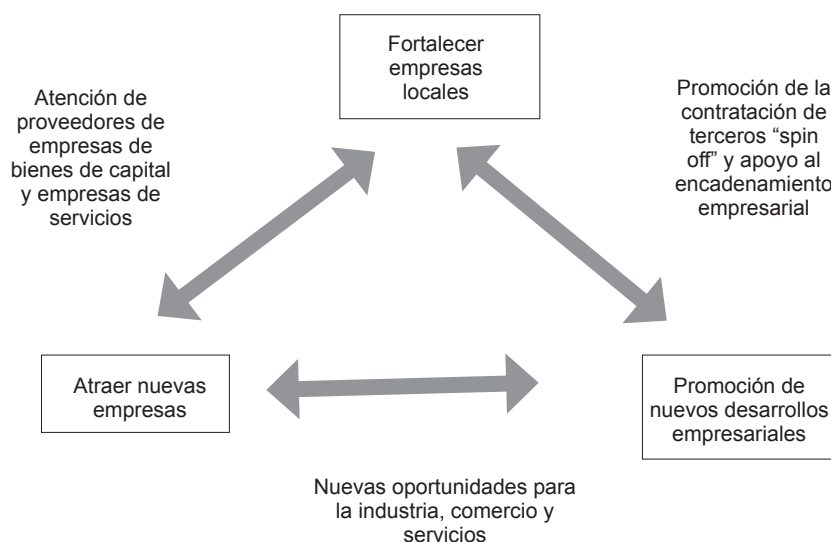
Los factores subjetivos más importantes para la localización de empresas son:

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

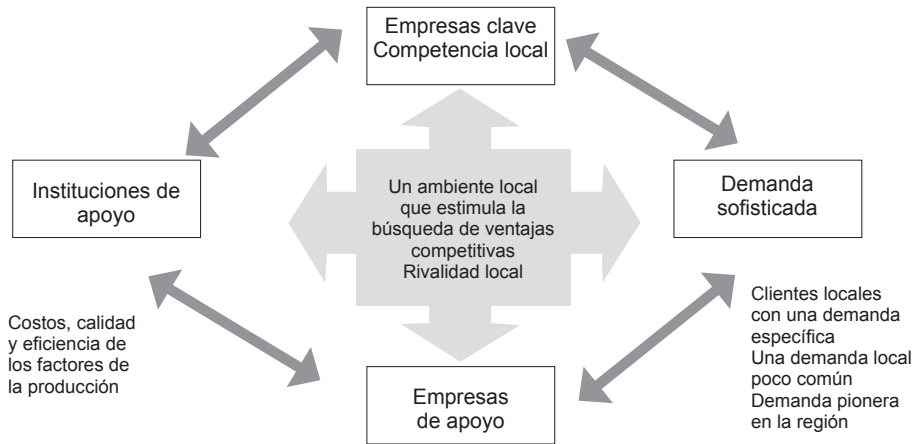
Los instrumentos de promoción económica se relacionan con estos factores de localización. Como pudo apreciarse en el cuadro 5, ahí se presentan los principales elementos.

Por otra parte, Meyer-Stamer indica que el concepto de la competitividad está presente en las masas críticas de empresas, lo cual puede observarse gráficamente en el cuadro 6, que muestra el diamante de Michael Porter. Por medio de este diamante, Porter realiza un resumen de sus análisis sobre las ventajas competitivas de la localización, y concluye que son cuatro los factores interconectados los que determinan la competitividad. En otras palabras, lo anterior representa también una visión analítica de los factores de localización, destacando algunos de sus factores subjetivos. Como puede verse, la argumentación de Porter representa una visión de carácter más analítico y detallado, basado en múltiples investigaciones sobre los factores determinantes de la competitividad.

Cuadro 5
Triángulo de promoción de empresas



Cuadro 6
Diamante de Michael Porter



Una masa crítica de proveedores, contratación de terrenos y prestadores de servicios
Clusters en lugar de empresas aisladas

Por otro lado, para entender mejor la relación entre la promoción económica y las políticas de localización, Meyer-Stamer nos presenta el cuadro 7, en donde puede verse que, al estudiar las actividades que influyen realmente en la promoción y configuración del desarrollo económico local y regional, se ha descubierto que abarcan algo más que la simple promoción económica. Aquí, dos áreas de acción adicionales resultan de importancia: la promoción del empleo, y la planeación urbana y regional.

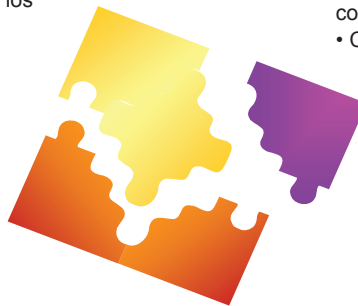
Cuadro 7
Triángulo de la política de localización

Promoción económica:

- Preparación y reciclaje de terrenos
- Distritos y condominios de alta calidad
- Fortalecimiento de la imagen y de los factores intangibles

Promoción de empleo:

- Programas de empleo e ingreso con capacitación
- Casas populares



Planeación urbana y regional:

- Crear espacios estructurados
- Crear un perfil específico
- Aumentar la calidad urbana y del medio ambiente

Adicionalmente, en fechas recientes se ha podido observar un proceso de aproximación de interdependencias, que se manifiesta en el hecho de que instituciones de estas áreas cooperan cada vez más, se crean instrumentos complementarios, y las disciplinas científicas comienzan a tomar en cuenta los trabajos respectivos de otras disciplinas. Finalmente, para completar la visión de conjunto de los factores de localización empresarial, el último triángulo se conoce como el triángulo del desarrollo sustentable, cuyos elementos serían el desarrollo económico, ecológico y social.

La importancia de la cooperación local en los clusters

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

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

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

En los últimos años, la importancia de crear *clusters* o conglomerados para competir en los mercados globalizados despierta una atención cada vez mayor. El saber que éstos se originaron a partir del éxito que tuvieron los *clusters* industriales europeos y, después, al efectuarse estudios en países en desarrollo en torno a casos exitosos de pequeñas y medianas empresas participando en mercados internacionales, pero con resultados muy desiguales; se alude a dichas experiencias para subrayar la importancia de la cooperación entre empresas que se agrupan en *clusters*.

Ahora bien, el hincapié en la cooperación local no significa que ésta represente la única ventaja que ofrecen los *clusters*. Lejos de ello, existe el consenso, dentro de la literatura en la materia, de que la ventaja primordial de formar parte de un *cluster* (especialmente en las empresas pequeñas) reside en la obtención de economías externas a nivel local.

Al agruparse en *clusters*, los productores logran especializarse con mayor facilidad en diferentes etapas complementarias del proceso de producción, consiguen atraer proveedores de insumos especializados, así como compradores para sus productos; se crean grupos de trabajadores especializados, y las ideas y prácticas novedosas se difunden con rapidez. Por ello numerosos análisis de *clusters* contemporáneos confirman la importancia de estas economías externas a nivel local (Schmitz, 2000).

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

Conclusiones

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

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

Asimismo, la problemática del entorno local debe ir aparejada en resolver las dificultades operativas en que tradicionalmente están envueltas la mayoría de los mipymes, es decir, es urgente fomentar iniciativas de asociación colectiva que rompan con el contexto de desconfianza y de diferentes formas de intermediarismo en la comercialización de los insumos y productos que generan estas empresas, la falta de incentivos y carencias en la capacitación, tanto de los microempresarios como de sus trabajadores, la erradicación de la incultura de la incompetencia y de la falta de innovación y de calidad de los productos y servicios que elaboran. Por tanto, la vía más idónea para corregir esos marcados desfases y desajustes es promoviendo la formación de *clusters*, vía el mecanismo de los agrupamientos empresariales, los cuales pueden constituirse por medio de la figura jurídica de las empresas integradoras, ya existente en México desde la década pasada.

Referencias bibliográficas

- Altemburg, T., y Jörg Meyer-Stamer (1999) "How to promote *clusters*: policy experiences from Latin America", *World Development*, vol. 27, núm 9, septiembre, Washington.
- Casalet, M. (1997) "Redes empresariales y aprendizaje tecnológico", *Comercio Exterior*, vol. 47, núm. 8, agosto, México.
- (1999) "Descentralización y desarrollo económico local en México", *Comercio Exterior*, diciembre. México: Bancomext/SNC.
- Dini M. (1996) "Políticas públicas para el desarrollo de redes de empresas: la experiencia chilena", *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, año 2, núm. 3, México.
- Expansión* (2003) núm. 874, p. 178.
- Hernández Pérez, Angelina (2004) *Tendencias recientes de reestructuración productiva regional: el desarrollo de los clusters productivos*, mayo. Guadalajara: UdeG-Departamento de Estudios Regionales-CUCEA.
- Hillebran, Esser, Messner y J. Stamer (1996) *Competitividad sistémica: nuevo desafío a las empresas y a la política*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Meyer-Stamer, Jörg (2000) "Estrategias de desarrollo local y regional: *clusters*, política de localización y competitividad sistémica", *El mercado de valores*, septiembre. México: Nafinsa, pp. 19-31.
- Schmitz, Hubert (1999) "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Valley, Brazil", *World Development*, vol. 27, núm. 9, septiembre, Washington.
- (2000) "¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de *clusters* industriales en el sur de Asia y América Latina", *El mercado de valores*, año LX, núm. 9, septiembre. México: Nafinsa, pp. 5-17.
- Porter, Michael (1998) "*Clusters* and the New Economics of Competition", *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre, p. 2.