

# Las economías de aglomeración como una industria cultural

Lic. Yaraí Morales Herrera<sup>1</sup>

## RESUMEN

Las economías de aglomeración se pueden convertir en industrias culturales, es decir, son comunidades que destacan en la elaboración de productos gastronómicos, festivales, cinematografía, artesanías, entre otros. Esto es una alternativa económica que fortalece la economía regional y beneficia en la creación de nuevas políticas públicas, a que generen estabilidad económica en el país.

## ABSTRACT

The economies of agglomeration can be converted into cultural industries, that is, they are communities that excel in the elaboration of gastronomic products, festivals, cinematography, crafts, among others. This is an economic alternative that strengthens the regional economy and could benefit in the creation of new public policies, generate economic stability in the country.

**Palabras Clave:** economía de aglomeración, industria cultural, tequio y FIR-Artesanal

**Keywords:** agglomeration economies, cultural industries, tequio and FIR-Artesanal.

## 1. Conceptualización de Economía de aglomeración e industria cultural

Las economías de aglomeración (economías de especialización), son las empresas que se localizan de una forma irregular en un mismo territorio, es decir se concentran en determinadas áreas con la finalidad de aprovechar los beneficios que surgen de localizarse cerca de empresas del mismo rubro. Los beneficios están relacionados con el mejor aprovechamiento de las economías de escala.

“De acuerdo con la teoría de los sistemas urbanos (Henderson, 1974; Dixit y Stiglitz, 1977; Rivera-Batiz, 1988; Abdel-Rahman y Fujita,

1990; Krugman, 1991; Anas y Xiong, 2003), una ciudad puede considerarse el resultado estático o dinámico que equilibra dos fuerzas: la fuerza de la aglomeración, que crea beneficios para que las personas y las empresas estén cerca unas de otras, y la fuerza de dispersión, que crea costos vinculados a esta afluencia. La primera de estas tendencias otorga racionalidad a la existencia de las ciudades, mientras que la segunda limita su tamaño. El tamaño óptimo de una ciudad es el resultado de la tensión entre economías de localización, que actúan como fuerza amalgamadora y la densidad urbana, que tiende a dispersar a la población. En la literatura se distinguen dos tipos de aglomeración que producen externalidades positivas para la existencia de las ciudades: las

<sup>1</sup> Licenciada en Administración de Negocios Internacionales, Responsable del Congreso – Tequio: FIR-Artesanal. Feria artística y artesanal de la Universidad Veracruzana, en el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores Económicos y Sociales (IISES). Interesada en el desarrollo de temas como: industrias culturales, ciudades creativas, eventos artísticos y culturales. Email: ymohe.05@gmail.com

externalidades de localización o externalidades Marshall-Arrow-Romer (Abdel-Rahman y Anas, 2004), que surgen de las transferencias de conocimiento dentro de una misma industria o entre industrias complementarias, y las externalidades de urbanización o de Jacobs-Porter, que emergen de la transferencia de conocimientos entre industrias. Estos modelos subrayan la importancia de la diversidad en el incremento de la productividad y la eficiencia económica y sugieren que el crecimiento de un país aumenta en virtud de las características heterogéneas de las ciudades. Las pruebas empíricas indican que las ganancias en materia de eficiencia son relevantes (Quigley, 1998)."

Con base en lo anterior, las economías de localización hacen referencia a la aparición de reducciones en los costos y mejoras en la producción cuando las empresas que pertenecen a sectores relacionados se sitúan cerca unas de otras, generando ventajas de tres tipos: la disponibilidad de mano de obra calificada, la difusión de conocimiento y la disposición de bienes. Al mismo tiempo facilita la aparición de un mercado de trabajadores calificados más amplio y flexible, en el que los costos son más bajos para los microempresarios. Por último, la concentración de empresas de un sector favorece la localización de sus proveedores especializados en el entorno cercano.

Las economías de urbanización se refieren al tamaño de la aglomeración, descentralizando un sector, afectando a todas las empresas que se hayan en una localización específica.

Por otra parte las industrias culturales y creativas de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) considera "aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objetivo principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial" (UNESCO, 2016). Bajo este argumento, la UNESCO busca fomentar un desarrollo sostenible en la economía, favoreciendo la capacidad comercial

por medio de productos culturales.

La "industria cultural" o, desde el planteamiento de Felipe Buitrago e Ignacio Duque, "economía naranja"<sup>2</sup> se divide en dos:

**Bienes Creativos:** Artes visuales y performáticas, artesanía, audiovisual, diseño, nuevos medios.

**Servicios Creativos:** Arquitectura, cultura y recreación, investigación y desarrollo, publicidad.

De acuerdo a esta clasificación, Buitrago y Duque tienen el objetivo de proponer nuevas oportunidades económicas a empresarios, ciudades y gobierno. Tomemos como ejemplo Hollywood, es una industria cinematográfica de entretenimiento de artes visuales. Hollywood en esta perspectiva de industria cultural, se enmarca en los bienes creativos, siendo una empresa generadora de millones de dólares al año y fuentes de empleo. La propuesta de Hollywood fue posible, a la inversión privada para difundir las artes y promocionar la creatividad cultural.

La idea "economía naranja" expuesta por Buitrago y Duque no es una metodología de trabajo sino una manera de visualizar un sector que la "economía formal" ha dejado relegado: la cultura. Bajo este enfoque se entiende que la creatividad, la innovación y las expresiones propias de la cultura dejan de ser recursos de libre acceso y se convierten en bienes comerciales.

En México el patrimonio natural, material y cultural que existe es basto. Podemos mencionar expresiones culturales que han dado nombre y contenido a festivales como "Cumbre Tajín", "Hay festival", "Huey Atlitxayotl", el festival Cervantino, entre muchos más. Cada una de estas propuestas tienen como núcleo una expresión cultural que dota de identidad a sujetos y lugares y que, además, genera una dinámica económica en la región, ya que personas nacionales e internacionales participan como espectadores propiciando una derrama

2 Se entiende como "Economía Naranja" el conjunto de industrias culturales que comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales, los servicios creativos y los deportes. (Felipe Buitrago e Ignacio Duque, 2013; pag. 39).

económica en turismo, hotelería y servicios. El trabajo con este tipo de propuestas, es decir, festivales con enfoque cultural, es importante en la medida que son generadoras de empleo, promotoras de la cultura, las artes y detonan el desarrollo local.

## 2. Competitividad en el mercado local

En el entendimiento de los conceptos de economía de aglomeración e industrias culturales y creativas dota de diversas mejoras (económicas, sociales y culturales) a cada rincón de México, con altos beneficios en el producto interno bruto (PIB) del país, ya que los estudios sobre el desarrollo de México muestran que ha sido regionalmente desequilibrado y la tendencia apunta a un agravamiento de esos desequilibrios en el futuro. “Un indicador importante de la desigualdad regional lo constituye el índice de marginación desarrollado por el Consejo Nacional de Población (CONAPO). La marginación se expresa como un proceso de exclusión de la población y la dificultad para propagar el progreso técnico en conjunto de la estructura productiva y en las regiones del país. El índice de marginación es una medida resumen que permite diferenciar a las localidades censales del país según el impacto global de las privaciones que padece la población (César Garcés Fierros 2016)”

La marginación a nivel local se puede combatir por medio de procesos productivos e industrias culturales, subsanando las cuatro dimensiones que propone el índice de marginación que son: educación, vivienda, ingresos monetarios y distribución de la población; en el caso específico de Veracruz, en la zona centro del estado, (Coatitlán, Monte Blanco, La Joya, San Antonio Limón Totalco, Naolinco, San Miguel Aguasuelos, Miahuatlán, Misantla, entre otras), son lugares competitivos, ya que se especializan en la producción de artesanía o procesos artesanales, en diferentes ramas, pero se relacionan por la calidad en sus productos, teniendo la

oportunidad de comercializar a nuevos mercados, siendo el extranjero una oportunidad de negocio, algunos productores exportan de una forma indirecta, mediante bróker. El fortalecimiento de la economía regional se vería beneficiada, al cambiar el pensamiento cultural de apreciación a los productos importados a un pensamiento valorizado del consumo local.

## 3. A modo de conclusiones: Propuesta económica alternativa.

La Universidad Veracruzana y el Instituto de Investigaciones en Estudios Superiores Económicos y Sociales (IIESES), año con año realiza un evento denominado “Congreso tequio<sup>3</sup> de la Red Vitae V.I.D.A. Feria Internacional Regional, Científica, Artística y Artesanal (FIR-Artesanal)”, el cual, busca construir una identidad empresarial a las economías de aglomeración congregadas en la zona centro del estado de Veracruz. El evento congrega a diversas entidades gubernamentales y empresas privadas para brindar información de recursos de la mejora productiva, maquinaria o equipo y emprendimiento; siendo el congreso una plataforma que ofrece y propicia un espacio de diálogo propositivo y pro-activo entre académicos, estudiantes y productores artesanales, compra-venta y exposición de productos, artes escénicas y la experiencia de conjugar estas vertientes en un breve periodo de tiempo en un mismo lugar.

La ciudad de Xalapa, Ver., es la sede que cobija a una red de artesanos, que trabajan en vinculación con el IIESES, y la Red Vitae V.I.D.A., contando aproximadamente con 1500 productores, a quienes reconocen, el trabajo de su loable labor en la búsqueda del conocimiento significativo, en el cual, plasman en sus productos, historias, vivencias, tradiciones y alegrías, que llegan a nosotros en manjares gastronómicos, piezas de arte invaluables y diseños exclusivos. Es por esto que con el Congreso Tequio propone una nueva vertiente que se asemeja a las

3 Del idioma del náhuatl (azteca), que se habla desde el siglo XIV, es el idioma indígena más hablado en la actualidad en México. Tequio proviene de “tequitl” que significa trabajo o tributo, y alude una forma de organización en beneficio colectivo.

industrias culturales, como alternativa de desarrollo económico.

Los empresarios artesanales en un trabajo colaborativo se fusionan con la FIR-Artesanal, en búsqueda de nuevos espacios de vinculación y difusión, siendo la “VI edición” la que se presente en la Feria Internacional del libro Universitario (FILU), teniendo una participación con un stand de artesanías de los productores.

### Referencias

Buitrago F. y Duque I, (2013), **Economía Naranja**, Washington: BID.

Carrillo, J., 2000: Aglomeraciones locales o clusters globales?: Evolución empresarial e institucional en el norte de México. El colegio de la frontera, Friedrich Ebert Stiftung.

Cesar Garces Fierros (2006). “situación demográfica México”, 28 de febrero 2017, Sitio web: [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/La\\_situacion\\_demografica\\_de\\_Mexico\\_20\\_06](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/La_situacion_demografica_de_Mexico_20_06)

Jacques F., Masahisa F., 2002: *Economics Of agglomeration cities, industrial locations And regional growth*.

Melchol Moreno Yahive. Año 2009 Estrategia de Desarrollo Empresarial para la Producción, Distribución de calzado y productos de piel de Naolinco Ver. <http://www.tdx.cat/handle/10803/6789>

UNESCO, (2016), **Industrias Creativas**, 2 de febrero del 2017, de UNESCO Sitio web: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

Yamila, E., Gonçalves, F., Porcile, G.(2010). Municipios brasileños: economías de aglomeración y niveles de desarrollo 1997 y 2007. *Revista CEPAL*, 101, (2010). Recuperado 26 de marzo 2017 desde: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/revista/noticias/articuloCEPAL/7/40427/P40427.xml&xsl=/revista/tpl/p39f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>