

¿LA INDUSTRIA JOYERA DE JALISCO COMO UN CLÚSTER CREATIVO EN UNA CIUDAD EN CRECIMIENTO?

Diana Elena Serrano Camarena¹

RESUMEN

A partir de este milenio creció el interés por las industrias creativas y el potencial de sus herramientas para diseñar las políticas clave, particularmente aquellas ciudades que se ubican en los centros urbanos. Este crecimiento aparece en ciudades en donde se concentra de dos a tres veces la proporción de la población.

Este es el caso de la Industria Joyera de Jalisco, como lo señalan León-Montes M. y Jaén Jiménez B. (2013) se concentra principalmente en la ciudad de Guadalajara; a nivel nacional, la participación de Jalisco en cuanto al número de unidades económicas se ha incrementado de 1999 a 2009. La joyería en Jalisco es un sector compacto y homogéneo que tiene un dinamismo diferente a lo ocurrido a las otras industrias de tipo tradicional, como son calzado, textil, vestido. Este dinamismo ha tenido que ver con la implementación de estrategias por parte de las empresas y por la construcción, aunque no de manera intensa, de capital social. El dinamismo desarrollado por esta industria también ha tenido impacto directo sobre el desarrollo local de la región metropolitana de Guadalajara, el cual se ve reflejado en el desempeño económico de esta industria a nivel estatal y nacional.

Para este documento se toma la metodología que Bagwell S. (2008) realizó en su trabajo sobre “Clústeres creativos y ciudades en crecimiento” para hacer un primer acercamiento al análisis de la Industria Joyera de Jalisco y medir como Bagwell (2008) señala el rápido crecimiento de

¹ Maestría en Ciencias Sociales, especialidad Desarrollo Social y Trabajo, CUCSH, Universidad de Guadalajara, Tel.: 3338244468, mauhazsc@outlook.es

las industrias creativas que han permitido creer que el sector creativo puede proveer de oportunidades de empleo mejor valorado para los residentes locales de estas ciudades.

Además, se consideró relevante investigar la Industria Joyera Jalisciense por la falta de investigaciones en este campo de estudio y a la fértil explicación desde los clúster creativos y ciudades en crecimiento.

Palabras clave: Industria joyera, clúster creativo, ciudad en crecimiento

INTRODUCCIÓN

A partir de este milenio creció el interés por las industrias creativas y el potencial de sus herramientas para diseñar las correspondientes políticas clave, particularmente para aquellas ciudades que se ubican en los centros urbanos de las mismas. Este crecimiento aparece en ciudades en donde se concentra de dos a tres veces la proporción de la población.

En Londres por ejemplo, 1 de cada 5 de los nuevos empleos son solicitados en las industrias creativas. Las industrias creativas son vistas como una fuente de innovación para las economías del conocimiento, que proveen de un ilimitado número de suministros de nuevas ideas para potenciar los procesos y productos que atraviesan diferentes industrias, puesto que éstas son percibidas y vinculadas con la diversidad, y dirigidas a la innovación anunciada como la mayor fuente de competitividad para las ciudades multiculturales como es el caso de Londres.

Este es el caso de la Industria Joyera de Jalisco, como lo señalan León-Montes M. y Jaén Jiménez B. (2013) se concentra principalmente en la ciudad de Guadalajara; a nivel nacional, la participación de Jalisco en cuanto al número de unidades económicas se ha incrementado de 1999 a 2009. La joyería en Jalisco es un sector compacto y homogéneo que le ha llevado a tener un dinamismo diferente a lo ocurrido a las otras de tipo tradicional, como son calzado,

textil, vestido. Este dinamismo en mucho ha tenido que ver con la implementación de estrategias por parte de las empresas y por la construcción, aunque no de manera intensa, de capital social. El dinamismo desarrollado por esta industria también ha tenido impacto directo sobre el desarrollo local de la región metropolitana de Guadalajara, el cual se ve reflejado en el desempeño económico de esta industria a nivel estatal y nacional.

Para este documento se toma la metodología que Bagwell S. (2008) realizó en su trabajo sobre “Clústeres creativos y ciudades en crecimiento” para hacer un primer acercamiento al análisis de la Industria Joyera de Jalisco y medir como Bagwell (2008) señala en la Ciudad Fringe, sobre el rápido crecimiento de las industrias creativas que han permitido creer que el sector creativo puede proveer de oportunidades de empleo mejor valorado para los residentes locales de estas ciudades. El incremento de sectores en las nuevas industrias creativas ha sido importante en la provisión de empleo tanto de mano de obra especializada como la no especializada. Las industrias creativas son vistas como las que cuentan con el potencial de incluir una amplia diversidad de personas.

Las ventajas competitivas de la localidad del Centro de Guadalajara *Versus* la estrategia de crecimiento de la ciudad de acuerdo con Porter (1995) quien fue tomado por Bagwell (2008) identificó cuatro principales ventajas de la ciudad en crecimiento: ubicación estratégica, demanda del mercado local, integración con los clústeres regionales, recursos humanos especializados, y liderazgo empresarial que exploten estas ventajas experimentan el crecimiento económico. El Enfoque de crecimiento de la ciudad se centra en el desarrollo de planes estratégicos de acción concreta para desencadenar y desarrollar estas ventajas competitivas.

De esta manera, se trata de quienes están al frente de lugares que buscan la regeneración de estrategias de mercadotecnia, contribuyen a través de la creación de espacios culturales y campañas de renovación de imagen, para la regeneración y renovación de abundantes edificios y áreas urbanas deprimidas o abandonadas de los centros de las ciudades.

De la misma forma, para los gobernantes, el concepto de clústeres de negocios creativos, enfatizan la importancia de la localidad y los vínculos interfirma o redes de trabajo para la productividad, visto así y siendo particularmente importante en el contexto de las ciudades, la clusterización está pensada como para encabezar las mejores ventajas para las empresas y las regiones en las que operan, incluyendo el incremento de competitividad, alta productividad, la formación de nuevas firmas, crecimiento y rentabilidad, incremento de empleos e innovación. Como resultado de los gobiernos y políticos responsables alrededor del mundo los clusters creativos han sido el soporte como estrategia de desarrollo económico.

Por ello, los clústeres creativos son los mismos que están a favor del concepto de trabajo de las industrias creativas y el desarrollo de estos son centrales para las estrategias económicas que atraviesan las agencias de desarrollo regional, tanto en el Reino Unido como en otras regiones del mundo. Los clústeres creativos han sido promovidos con la intención de que de un nuevo significado a los lugares donde se encuentran, ya que se concentran en la regeneración de localidades deprimidas de las ciudades (Porter 1995), esto fue inspirado en el modelo de regeneración de las localidades impulsado por las empresas; lo que ha permitido la introducción de las Estrategias de Crecimiento de la Ciudad (CGS, *City Growth Strategy* por sus siglas en inglés) iniciativa del Reino Unido.

Las Ciudades en Crecimiento se enfocan en los aspectos positivos y el potencial de cambiar las dificultades de diversas áreas del interior de la ciudad, más que en sus problemas y aspectos

negativos; los cuales se pueden apreciar en las principales áreas de intervención de los gobiernos. En este caso, los recursos se enfocan en ser la clave de apoyo de los clústeres de empresas que se les ha visto con el potencial para impulsar el desarrollo económico local y de ese modo crear empleos y bienestar para los residentes locales.

La Ciudad Fringe un área del norte de Londres, es un importante centro de industrias creativas, cuenta con 8 por ciento de empresas del sector creativo. La Ciudad *Fringe*, Estrategia de Ciudad en Crecimiento, cuenta en su ubicación con seis clusters creativos como son Joyería, Moda, Muebles, Publicidad, Multimedios Digitales y Turismo Cultural.

Bagwell, Susan (2008) de la Universidad Metropolitana de Londres, publica en la Revista Industrias Creativas² se enfoca en el clúster de la joyería, debido a que considera que es uno de los clústeres más estables para poner a prueba la validez de las Estrategias de las Ciudades en Crecimiento y enfocarse en el contexto de las características de las industrias creativas y el desarrollo económico local.

CUESTIONES CLAVE DE LOS CLÚSTER

Existen diferentes definiciones de clústeres, pero la más reconocida es la aportación de Michael Porter (1998). Porque define un clúster como una concentración geográfica de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, instituciones asociadas y empresas en industrias conexas. Las empresas están conectadas en red entre sí y operan en las proximidades de una localidad. Por ello, se considera que tienen una ventaja competitiva. Numerosos estudios de investigación han tratado de identificar lo que constituye el éxito de estas agrupaciones y cómo la política puede apoyar de manera eficaz (Lundequist y Power

² *Creative Industries Journal*

2002; DTI 2004) en una revisión de la literatura realizada por el DTI (2004) identificó tres factores críticos y de éxito como los indicadores de estos grupos:

- Presencia de redes en funcionamiento y en asociación
- Una sólida base de innovación con apoyo a las actividades de Investigación y Desarrollo.
- La existencia de una base sólida de habilidades y conocimientos.

La tarea de identificar los clúster y la evaluación de su función, se ha visto obstaculizada por la falta de claridad en las definiciones; por ejemplo, el grado en que las empresas deben interactuar de forma local ha sido definido como un clúster. Los especialistas se han planteado preguntas acerca de la importancia relativa de los vínculos locales (Wolfe y Gertler 2004; Simmie 2004), y si la aglomeración en lugar de la clusterización es más probable que sea un reflejo de las economías urbanas (Gordan y McCann 2000; Wolfe y Gertler 2004). La extrema flexibilidad del concepto, y su falta de límites geográficos claros, ha llevado a identificar a los clúster como un "concepto caótico" (Martin y Sunley 2001; DTI 2004) y las políticas de clúster como "conceptos resbaladizos en espacios resbaladizos" (Bailey 2003; Lundequist y Power 2002; Markusen 1999). La medida en que la intervención pública puede ayudar a crear clúster exitosos o apoyar los existentes, pero está lejos de ser clara. Un estudio detallado de más de 250 iniciativas de clúster (Sölvell y Ketels 2003) sugiere que las iniciativas de clúster parecen tener más éxito si se centran en un sector fuerte y ubicado en un lugar con un buen ambiente de negocios. Un concepto compartido enmarcado en la competitividad y el acceso a un pequeño presupuesto operacional para financiar una oficina con un facilitador de clúster dedicado, también resultó ser importante. Pero muchos de estos clúster regionales no tienen éxito, y muchos que lo hacen, lo hacen así por un tiempo y luego se detienen (Enright 2002). Otros argumentan que los clúster eficaces son el resultado de un proceso de auto-selección de las empresas (Cooke y Morgan, 1998) como aquellos que no pueden ser apoyados por la intervención pública. A pesar de la enorme popularidad de los clúster entre los responsables

políticos y los profesionales, y el gran número de iniciativas de clúster, hay poca evidencia para demostrar lo que logran en diferentes circunstancias y lugares (Andersson et al 2004;. Simmie 2004). En cambio ha habido, como en Atherton (2003) notas, que han sido un vínculo explícito entre la formación de clústeres y el desarrollo económico. Por lo tanto, como Enright (2002: 16) argumenta, "tenemos que afinar nuestro análisis de los clúster regionales y las políticas de desarrollo de los clúster para ver si la clusterización se va a utilizar como base de éxito para el desarrollo económico". Enright enfatiza que para caracterizar la variedad de clústeres, es necesario comprender que la situación de desarrollo de clústeres, radica en la importancia de los procesos de identificación y de selección de los clúster, los vínculos entre las fallas del mercado y las estrategias basadas en clústeres, así los clústeres con base estratégica son apropiados en un contexto particular.

INDUSTRIAS CREATIVAS, CLÚSTERES CREATIVOS Y REGENERACIÓN

Las industrias creativas, y clústeres creativos tienen distintas características que los diferencian de otros tipos de empresas y tipos de clústeres empresariales. Las industrias creativas las ha definido el Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS) del Reino Unido como "aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y talento con una riqueza potencial en la creación de empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual" (DCMS 1998). Las industrias creativas se caracterizan por un alto grado de habilidad individual y están comprometidas y con la cultura del lugar donde se encuentran, sus objetivos creativos superan los beneficios que les regresa el potencial comercial, se caracterizan por su organización flexible, empleos temporales, trabajos que responden a un proyecto en lugar de una fuerza de trabajo permanente. Además, se trata de unidades productivas de pequeñas y medianas empresas que tienen un lugar más destacado en las industrias creativas que en la mayoría de los otros sectores de la economía. (DCMS 2006). Así, los clústeres creativos difieren de los clústeres empresariales convencionales debido a "factores

adicionales que son fundamentales para su desarrollo y forma, y sus objetivos son diferentes de los convencionales clústeres empresariales porque cuentan con factores críticos adicionales para su desarrollo y procesos de producción en fondo y forma, entre ellos se refieren a los objetivos de la empresa, los objetivos culturales, así como de crecimiento de la empresa "(LDA 2005). El potencial percibido de los clústeres creativos se dirigen a una serie de aspectos políticos que ha dado lugar a una serie de programas diseñados específicamente para promoverlos. Las estrategias de apoyo a los sectores creativos se pueden encontrar en todo el mundo. Estos han incluido iniciativas tales como la provisión de área de trabajo, asesoramiento empresarial y capacitación, financiamientos y préstamos, así como el desarrollo de la infraestructura física y suave (LDA 2005). Miles (2005) pone de relieve la cantidad de financiamiento que recientemente se ha gastado en proyectos culturales a través del Presupuesto de Regeneración Individual (SRBs por sus siglas en inglés) en el Reino Unido. En 1998-1999, por ejemplo, el área de Cultura en SRBs ha generado un presupuesto equivalente a la mitad del de las Artes en el sector público (Miles 2005). Los programas han sido diseñados para estimular el crecimiento económico, mejorar la oferta turística de la ciudad, remodelar los edificios para nuevo uso, y atender los problemas sociales y de exclusión. Con frecuencia se hacen intentos para abordar estos problemas con el establecimiento de objetivos dentro de un solo programa. No obstante, al analizar las estrategias creativas adoptada por varias ciudades del mundo se encontró que las estrategias creativas están siendo utilizadas para cumplir con diferentes criterios, y podría decirse que potencialmente con objetivos estratégicos contradictorios (desarrollo económico versus inclusión social, empresa creativa/innovación versus economías visitantes) (LDA 2005). La Fundación Nacional para la Ciencia, Tecnología y las Artes (NESTA por sus siglas en inglés), argumenta puede hacer cambiar de opinión a los inversionistas, ya que les anima a ver las industrias culturales diferentes de otros negocios. Existen iniciativas que dirige el sector público que necesitan estar mejor conectadas entre sí,

con el fin de crear una mayor y más coherente inversión en el 'paisaje' para nuevas empresas creativas (NESTA 2005).

Como parte del estado del conocimiento en términos cronológicos de los clústeres, Czamanski, S.yL.A.d.P.Q. Ablas (1979). Identificó los clústeres industriales y complejos: con una comparación de métodos y conclusiones que presentó en la Revista *Urban Studies* 16 (1): 61-80. En su trabajo hizo una revisión de forma sistemática relativa a la identificación de clústeres y complejos, o de grupos de industrias vinculadas por flujos de bienes y servicios, o que muestran una localización significativa y de atracción mutua. Los estudios se clasifican de acuerdo con el método utilizado para la identificación, y para su enfoque espacial. Se encontraron 60 tipos de agrupamientos industriales, existentes por los distintos estudiantes de la agregación espacial de industrias. No obstante, muchos mostraron sólo pequeñas diferencias en su composición sectorial. La similitud de los resultados a pesar de la diversidad de los métodos utilizados, el grado de desagregación sectorial, y las áreas examinadas fue sorprendente. Un conjunto de tablas comparativas de los resultados se presentó junto con un análisis detallado de los métodos y resultados.

Por su parte, en una revisión desde la geografía empresarial Yeung, H. W.-c. (2000). En su texto "Organizing the firme in industrial geography I: networks, institutions and regional development." En la revista *Progress in Human Geography* nos dice que la empresa en la geografía industrial va más allá de ser una entidad económica; también es una construcción socioespacial incrustada en discursos y prácticas más amplias (Yeung, 1998a; véase también Oinas, 1997; Taylor, 1999). Esta reconfiguración de las concepciones de la firma en la geografía industrial, por tanto, ayuda a dar sentido a la diversa y plural gama de los estudios geográficos industriales en los últimos años (véase también el ahorro y Olds, 1996; Schoenberger, 1998). La visión pluralista de las firmas en la geografía industrial, sin embargo,

plantea un importante problema para su estudio porque puede haber cierta superposición con los materiales y estudios elegidos para su revisión por otros informes recientes sobre la política para el progreso de la economía (Barnes, 1995; 1996b; 1998) y geografías del dinero y las finanzas (Leyshon, *El progreso en Geografía Humana* 24,2 (2000).

Desde la perspectiva de Phelps, N. A. (2004) en su trabajo sobre "Clusters, Dispersion and the Spaces in Between: For an Economic Geography of the Banal" que publicó en la revista *Urban Studies* señaló que mientras la clusterización geográfica de las actividades económicas siga siendo un rasgo permanente del paisaje industrial y fuente perenne de interés teórico y empírico, la escala geográfica a la que las economías externas y los efectos aglomerativos son discutidos para operar está en aumento. Tales cambios en la forma espacial y las posibles causas de la aglomeración en el tiempo plantean para este autor estas preguntas: ¿Cómo debemos analizar los cambios en la extensión espacial de las economías externas y los efectos de aglomeración? ¿Debemos prestar más atención a los tipos de espacios económicos banales lanzados como partes cada vez más difusas de la aglomeración? Para responder a estas cuestiones, el autor nos sugiere hacer un recorrido por la teoría marshalliana y neo marshalliana y para responder la segunda pregunta, cabe señalar que una parte del valor del análisis de la base económica de gran parte pasa por alto lugares intermedios "banales" y radica en lo que pueden revelar sobre el funcionamiento de las formas difusas de aglomeración. El caso de Tully, J. y N. Berkeley (2004).) nos muestran en su investigación "Visualising the Operating Behaviour of SMEs in Sector and Cluster: Evidence from the West Midlands." que la política de clústeres en el Reino Unido, han sido perseguidos por las Agencias de Desarrollo Regional (ADR), ya que han adoptado rápidamente una definición simplista en los sectores industriales y sus cuotas de localización. La evidencia extraída de un estudio del comportamiento operativo de las pymes pertenecientes a dos industrias manufactureras tradicionales; componentes de automóviles y vestido, ofrece una crítica de este enfoque.

Mientras que la industria de componentes de automóviles ha designado al clúster como parte clave y de alta prioridad para su proceso, la industria del vestido no lo hace. El estudio de casos de ambas industrias, presenta a las empresas dentro y fuera de las definiciones de clústeres de RDA y exhiben una gama muy similar de características de comportamiento. Sin embargo, sobre la base de la política de clústeres definida, una industria goza de mucho más apoyo de las políticas que el otro. En este caso, el trabajo comienza a cuestionar la lógica de la política de clústeres RDA y se pregunta si tendrían un mayor impacto de la política una forma más sofisticada y localmente usada de clústeres, como la visualización y comportamiento de las empresas en lugar de poner énfasis en las cifras de empleo.

Más adelante cronológicamente, Popp, A., S. Toms, et al. (2006). en su trabajo "Industrial districts as organizational environments: Resources, networks and structures." *Management & Organizational History*, combinan perspectivas económicas y sociológicas sobre las organizaciones con el fin de obtener una mejor comprensión de las fuerzas que configuran las estructuras de los distritos industriales (ID) y las organizaciones de las que en efecto están constituidas, para ello combinan la teoría de recursos (RBV) y la teoría de la dependencia, con ellas explican la evolución de las diferentes estructuras de la industria. Los autores exponen el trabajo de Toms y Filatotchev para la especialización y consideran la teoría de distribución de recursos y de la dependencia. El artículo tiene implicaciones importantes para las interpretaciones convencionales en los ámbitos de los negocios y de la historia de la organización y de las principales áreas de la teoría hasta ahora consideradas por separado, en particular el modelo Chandleriano de jerarquía corporativa en contraste con la alternativa de los clústeres de pequeñas y medianas empresas.

En otro estudio del mismo año, Schoales, J. (2006). "Alpha Clusters: la innovación creativa en las economías locales." Examina un conjunto de industrias, incluyendo la inversión financiera, la

moda y la cultura que tienden a predominar en ciertas ciudades como Nueva York y Londres. En ese trabajo identificó que el uso de esos datos sobre los establecimientos comerciales y los salarios corresponden a Estados Unidos y Canadá, el autor muestra que estas industrias presentan un nivel muy alto de concentración espacial osentido, Schoales (2006) propuso que estas industrias son muy dependientes del clúster debido al inherente ritmo de innovación de productos. Las implicaciones para el análisis del desarrollo económico se consideran en el contexto de la política de clústeres y la innovación. El autor sugiere que el fomento de la innovación en estas industrias requieren de diferentes enfoques que comúnmente están desplegados por las redes de industrias con tecnología.

Markusen, A., G. H. Wassall, et al. (2008). "Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches." *Economic Development Quarterly* 22(1): 24-45. Este artículo revisa los aspectos conceptuales y operativos en la definición del sector creativo su arte y núcleo cultural. Utilizan datos de los establecimientos para medir el empleo de la industria creativa, los datos del nivel de la empresa, y otros datos ocupacionales. Los autores examinan cómo se conceptualiza el empleo en el sector cultural en tres estudios de economía cultural pioneras impulsadas por agendas políticas y grupos distintivos. Las opciones sobre las que las industrias, las empresas y las ocupaciones a incluir afectan el tamaño y el contenido de la economía cultural resultante. Al comparar estos tres estudios, los autores muestran que la economía creativa del Metro de Boston varía en tamaño desde menos de 1% a 49%, aunque la mayoría de las definiciones culturales van desde 1% a 4%. Los autores exploran cómo los políticos pueden utilizar una combinación de métodos para producir una caracterización más rica de la economía cultural regional y reflexionar sobre la importancia de usar los métodos con el buen manejo de números en la aplicación de la política cultural en la formación de regiones creativas.

En 2009, Catungal, J. P., D. Leslie, *et al.* en su artículo "Geographies of Displacement in the Creative City: The Case of Liberty Village, Toronto." Nos identifican que las industrias creativas se asocian cada vez más con el empleo, el turismo y la atracción y retención de talento en el discurso del desarrollo económico. Sin embargo, existe la necesidad de poner en primer plano los intereses involucrados en la promoción de la ciudad creativa y las implicaciones políticas de este tipo de políticas. Este artículo analiza la nueva formación de la industria en "*Liberty Village*" un recinto de la industria cultural en los barrios céntricos de Toronto, Canadá. La atención se centra en las estrategias del lugar y la toma de decisiones en el trabajo por la construcción de "*Liberty Village*". En particular, el documento explora una serie de desplazamientos asociados a los distritos creativos, centrándose en tres escalas, en particular el nivel de la ciudad, el barrio y el propio recinto. Un examen de estos desplazamientos pone en primer plano la naturaleza controvertida del concepto de la ciudad creativa.

Otro texto sobre el tema, es el de Clifton, N. (2009). Sobre el "Segundo seminario de la Asociación Red de Investigación de Estudios Regionales sobre Industrias Creativas y las Regiones - Las industrias creativas, escenas, ciudades, lugares: dimensiones idiosincrásicas de la economía cultural, en Cardiff, el artículo analiza los aspectos más destacados de la Asociación Red de Investigación de Estudios Regionales sobre Industrias Creativas y las Regiones segundo seminario celebrado en Cardiff, País de Gales en abril de 2009 en el que se centraron las conexiones entre los lugares y el desarrollo de las industrias creativas. Para el caso, el profesor Lech Suwała discutió las fuerzas espaciales de la creatividad y los campos creativos. Otra profesora Amanda Brandellero habló sobre la participación de los trabajadores migrantes en las industrias culturales.

El siguiente estudio de Evans, G. (2009). "Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy."

El autor nos presenta los resultados de un estudio internacional de las políticas y estrategias de la industria creativa, basada en una revisión de las iniciativas y planos de ciudades creativas del sector público y sus razones subyacentes. Además de este estudio y una revisión de la literatura que acompaña, se realizaron entrevistas con altos funcionarios políticos e intermediarios de Europa, América del Norte, África y el sudeste de Asia. El documento considera que el alcance y la escala de los llamados nuevos clústeres industriales, en sectores culturales y creativos locales y centros creativos sub-regionales, son objeto de intervenciones de política de inversión pública y privada. La expansión semántica y simbólica de las industrias culturales y su concentración en los antiguos y decrecientes distritos industriales, a las industrias creativas, y ahora las economías del conocimiento y la experiencia, se revelan en términos económicos, sectoriales y espaciales. Mientras que la convergencia y la emulación de la política son evidentes, que se manifiesta por la promoción de espacios creativos y grupos de la industria y las versiones de los medios digitales y la ciencia de la ciudad; todo esto impulsado por un meta-análisis de crecimiento de la nueva economía, pero que se está logrando por viejas intervenciones económicas industriales y razones políticas. Estos se utilizaron para justificar la reurbanización de zonas industriales antiguas y residuales, con las ciudades utilizando el espacio creativo/espacio del conocimiento como una panacea para poner en práctica la expansión de la ciudad y de regeneración de los planos más amplios.

De acuerdo con Williams, S. and E. Currid-Halkett (2011). "The Emergence of Los Angeles as a Fashion Hub: A Comparative Spatial Analysis of the New York and Los Angeles Fashion Industries" la industria de la moda de Estados Unidos es una lente útil para ver la transformación de los sistemas económicos urbanos del país. Inicialmente de vanguardia industrial, la moda se ha convertido en un sector más orientado al diseño y una parte central de la economía cognitiva cultural. La moda es también una clara demostración del lugar específico

de la ventaja comparativa y la especialización, intensamente vinculado a un producto/lugar. El documento traza la evolución de la industria de la moda de 1986 a 2007, centrándose en Nueva York y Los Ángeles. La composición de la industria en cada localidad demuestra en cada ciudad la ventaja comparativa y estas ventajas pueden ser determinantes clave de su futura fortuna. El uso de sistemas de información geográfica (SIG), en la industria de la moda de forma espacial y territorial se estudia dentro de los subsectores de la industria, y se pueden apreciar los patrones espaciales y de ordenamiento geográfico como emergen. La industria puede estar enfrentando una reconfiguración de la geografía económica; Sin embargo, los patrones espacio-estructural de la industria de la moda persisten dentro de cada ciudad. También encontramos que la moda, como la alta tecnología se observan en un lugar como es en este caso Hollywood, y el lugar tiende a producir aglomeraciones de redes regionales y fuertes ciudades sede y la localización de determinados sectores. Nuestros resultados son consistentes con las observaciones teóricas y empíricas más grandes en el paisaje post-industrial.

Por su parte, Dempster, A. M. (2012). En el artículo "Maverick message: The legacy of the Creative Industries Observatory" revisa los objetivos de la investigación y las contribuciones del Observatorio de Industrias Creativas, con base en la Universidad de las Artes de Londres, de 2006 a 2009 como un proyecto patrocinado por el gobierno, el Observatorio fue diseñado para apoyar el desarrollo de los sectores creativos y culturales en el Reino Unido y fomentar las relaciones con las organizaciones creativas en los mercados mundiales clave, como China y la India. En este artículo se describe cómo en su breve historia, el Observatorio ha contribuido a la comprensión de la industria paisaje creativo, la relación entre los diferentes sectores creativos y los procesos del mundo real de la práctica creativa. Como tal, se mejoró en los debates de definición y academias, así como en informar a los encargados de formular políticas.

Para ser más precisos Cox, A., A. MacLeod, *et al.* (2013). "Defining defining: The creative industry of definition" reflexiona sobre los cambios de definición de las industrias creativas con referencia al artículo "Reino Unido abandona la artesanía de la lista de las industrias creativas", publicado en Deezen (2013) Los temas tratados fueron la importancia de las habilidades críticas, habilidades interpretativas y el conocimiento contextual, los rápidos cambios en el uso de la tecnología y los medios digitales en las industrias creativas y el impacto de actitudes de los productos artesanales en torno a nociones de diseño, forma y función.

INDUSTRIA DE LA JOYERÍA EN EL MUNDO

En primer lugar tenemos el caso de Ashra, S. (2005) con el tema "Emerging Indian Industries: The Case of Gems & Jewellery Sector Impending Constraints and Future Prospects" En este artículo, se muestra la industria de gemas y joyas de la India, los procesos del diamante, se identifica que la base en la industria es artesanal, es decir, se cuentan con unidades que fabrican joyas que compiten con fábricas modernas que utilizan maquinaria y operaciones computarizadas. Las joyas de la India y las unidades de joyería han creado una red mundial de oficinas en cada punto de acceso en el mapa de la industria del diamante. El crecimiento en las gemas y las exportaciones de joyería es un récord entre los grandes sectores de exportación de la India. De hecho, la industria de piedras preciosas y joyería se presenta como un caso de estudio perfecto para discutir cómo construir la competitividad de las industrias de la India. Este sector ha crecido hasta convertirse en una de las principales industrias orientadas a la exportación en el país y la contribución a las exportaciones totales de mercancías (va de 20 a 30 por ciento de las exportaciones de manufacturas). Este sector registró un volumen de negocios de exportación de 14 millones de dólares durante el año 2004. Ahora, incluso el Gobierno de la India percibe el sector de las gemas y joyería no sólo por potencial y una gran fuente de divisas, sino también con la idea central de regeneración del empleo, puesto que contribuye de manera importante.

El cortado y pulido de diamantes (CPD); las piedras preciosas de colores; joyas de oro que representa 97 por ciento de las gemas y las exportaciones de joyería de la India. Según GJEPC, India representa el 80 - 85 por ciento del mercado de CPD del mundo en términos de volumen, 55 - 60 por ciento en términos de valor.

La industria ha mostrado un impresionante crecimiento y ha sido capaz de lograr una posición dominante en los diamantes y se perfila como el sector de la joyería de más rápido crecimiento en el mundo. El apoyo adecuado extendido por el gobierno en términos de políticas pragmáticas ha ayudado significativamente en ayudar a la India a ser un centro mundial de gemas y joyería, tanto en la industria manufacturera y el comercio. Sin embargo, mucho más tiene que pasar para que el potencial de este sector sea plenamente.

De Propriis, L. y Ping Wei (2007) "Gobernabilidad y Competitividad en el Distrito Joyería de Birmingham" Basándose en el debate existente sobre la relación entre la gobernanza de los sistemas locales de producción (es decir, clústeres o distritos industriales) y el desarrollo de las localidades, analiza la estructura de las redes entre empresas y la cooperación, así como la estructura de gobierno, en la zona de las joyerías, en el Barrio de joyería de Birmingham (BJQ). El BJQ un distrito industrial marshalliano histórico urbano en el umbral del siglo XX; incluso hoy en día, en una pequeña red de calles, todavía hay un gran número de empresas de joyería y bisutería u oficios afines. De hecho, la BJQ sigue siendo un ejemplo notable de una industria localizada con una reserva de mano de obra altamente calificada, una extensa división externa del trabajo a través de empresas especializadas y un tejido de relaciones sociales. Desde la Segunda Guerra Mundial, los shocks tecnológicos y la aparición de una competencia más dura han dañado la organización de la producción del distrito, además de repercutir en su capacidad de ser innovadores y competitivos en los mercados nacionales y extranjeros. La sostenibilidad de la zona de las joyerías en el BJQ es uno de los principales objetivos de los responsables

políticos y los organismos locales. Sin embargo, como lo es en el proceso de reinventarse a sí mismo un distrito industrial manufacturero estancado en un distrito creativo urbano, su existencia misma está amenazada por la transformación de las partes de la zona en un lugar popular en el cual se da vivir, comer y beber. En este contexto, la participación de empresas de joyería en los procesos de toma de decisiones es de vital importancia para garantizar que los intereses y necesidades de todos los grupos de interés se expresan y sean llevados a bordo.

De acuerdo con Bagwell, S. (2008) en su trabajo sobre "Creative clusters and city growth" Inspirado por el gurú de la gestión estadounidense Michael Porter (1995), la iniciativa de la estrategia del crecimiento de la ciudad, ha promovido clústeres empresariales como medio de fomentar la regeneración de las zonas desfavorecidas de la ciudad principal en el Reino Unido. En este documento Bagwell (2008) revisa el caso de la Fringe City zona de Londres donde seis clústeres creativos están en la mira como un medio para estimular desarrollo económico local y la inclusión social. La autora toma como base de línea de investigación el clúster joyería y explora el grado en que este clúster gana ventaja competitiva de su ubicación interior de la ciudad y la medida en que es capaz de contribuir a la regeneración de la zona local. También proporciona una crítica de la teoría de Porter y contribuye a la comprensión de cómo los clústeres creativos pueden actuar como una herramienta para la regeneración del centro urbano de la ciudades.

Nuevamente, De Propriis, L. and P. Wei en (2009) con su texto "Creativity and Space: the opportunity of an urban creative jewellery cluster" presenta como el objetivo del artículo explorar los determinantes respecto al desempeño de las empresas en la joyería en el barrio de Birmingham (BJQ) teniendo en cuenta la creatividad y la innovación; acceso de las empresas al mercado y la creación de redes. El artículo utiliza el análisis cualitativo y cuantitativo, y tiene por objeto determinar el papel de compromiso de las empresas para el desarrollo de una casa o la

capacidad creativa externa sobre su capacidad para crecer. La novedad del artículo es considerar un grupo potencial creativo, el grupo de la joyería en el BJJ, y analizar sus motores de crecimiento, incluyendo la creatividad.

Por otro lado, Soni-Sinha, U. (2009) en su trabajo "Flexible work, gender and globalised production: A study of the jewellery sector in North India" presenta como la reestructuración de las economías del mundo en los años 1980 y la década de 1990 ha dado lugar a debates en torno a la globalización, feminización y la flexibilidad. A la luz de estos debates macroeconómicos, este artículo analiza la relación de la feminización y masculinización de flexibilidad en el contexto microeconómico de la producción de la joyería en la Zona de Procesamiento de Exportación Noida (NEPZ) y Delhi. Compara la flexibilidad en el sector de la joyería hecha a mano, que es en gran parte informal, a la joyería hecha a máquina, que es cuasi-formal. La mayoría de los debates sobre la flexibilidad foco en el lado de la oferta y la eliminación o rigidez institucional impiden el funcionamiento de las fuerzas del libre mercado. Estos debates se centran en las cuestiones de la flexibilidad organizativa, la flexibilidad del mercado laboral y la flexibilidad funcional del empresario. Este estudio va más allá del empleo y el trabajador para examinar la flexibilidad para los actores intermedios que intervienen en la producción. En el sector de la joyería hecha a mano, tanto en Delhi y NEPZ, la flexibilidad del mercado laboral se está produciendo con una mano de obra en gran parte masculinizada. En joyería hecha a máquina, hay una ligera feminización de estado flexible, pero no está marcado. La división sexual del trabajo, por lo tanto, es sólo una pequeña parte de lo que constituye la flexibilidad, en todo caso.

Por último y como el estudio más significativo por ser de México y en específico de Jalisco, León-Sánchez, M. y Jaén Jiménez. B (2013) en su artículo sobre "Capacidad empresarial y capacidad social: fuentes del desarrollo local, el caso de la industria joyera de Jalisco" nos

plantean que en los últimos cuarenta años en diversas regiones de México, como Jalisco, se ha dado empuje al desarrollo de industrias denominadas como “modernas”, tal como la electrónica y el software; ello con la finalidad de incrementar el crecimiento y fomentar el desarrollo; todo esto ha ido en detrimento de aquellas industrias consideradas como “tradicionales” (calzado, textil, joyería), industrias que durante mucho tiempo han sido la base del desarrollo productivo de estas regiones. Las políticas que en materia industrial han seguido estos países ha sido impulsar a las primeras bajo el supuesto de que ellas son las que incorporan tecnología de punta, mientras que las segundas incorporan poca tecnología en sus procesos productivos y en general no innovan. Sin embargo el comportamiento industrial ha dado muestra de que lo anterior constituye una falacia. Las políticas gubernamentales que se implementaron en materia industrial dieron como resultado el incremento en la participación productiva de las actividades industriales denominadas “modernas”, tal como la electrónica y software; sin embargo, aquellas actividades de tipo tradicional como la joyería; no sólo mantuvieron sino que incrementaron su dinamismo productivo y comercial. Esta dinámica se observa en la absorción de empleo y en la participación productiva a nivel nacional. La industria joyera es un ejemplo de ello, pues a partir de la generación de la capacidad empresarial, del capital social y el trabajo conjunto con el gobierno, entre otros; ha logrado influir en el desarrollo local de la región. Por tal motivo los autores analizan esta industria tratando de destacar, a partir de entrevistas a actores claves y de un análisis cuantitativo a tal industria, los factores elementales que impactaron en el desarrollo local de Jalisco.

¿LA JOYERÍA DE JALISCO ES UN CLÚSTER CREATIVO EN UNA CIUDAD EN CRECIMIENTO?

La presencia de la joyería en el estado, de acuerdo con León-Montes M. y Jaén Jiménez B. (2013) es desde la década de los cuarenta, el desempeño de esta industria indican estos autores fue discreto hasta antes de la década de los noventa. A partir de esta década la

industria joyera ha sufrido una serie de cambios en su dinámica productiva. Estos cambios, han tenido mucho que ver con la implementación de estrategias de tipo empresarial, pues su desempeño en diversas variables económicas ha sido importante tanto a nivel estatal como nacional. A nivel nacional, la participación de Jalisco en cuanto al número de unidades económicas se incrementó en siete puntos porcentuales de 1999 a 2009.

El incremento en la absorción de mano de obra de esta última rama se debe en gran parte a la dinámica comercial en la que está inmersa la industria joyera a nivel internacional, donde ante el incremento del oro y la plata, diversas empresas han optado por la elaboración, maquila e importación de productos de bisutería. No obstante esta problemática las empresas manufactureras de piezas de joyería, a base de piedras y metales preciosos en el estado, han optado por estrategias encaminadas al diseño e innovación, mismas que han colaborado al incremento no sólo de la producción, sino también del valor agregado.

El incremento en estas variables resulta destacable debido a que la mayoría de las empresas integrantes de esta industria son de tamaño pequeño; de tal manera que la estructura de esta industria joyera en el estado se podría señalar que es en términos generales homogénea. Esta industria para el año 2003 estaba constituida aproximadamente en un 97% por micro y pequeñas empresas, y ya para el 2008 la micro y pequeña empresa representaba el 99.2%; la mediana representó el 0.83% y la gran empresa prácticamente desapareció; en esta industria la grande empresa representa tan sólo el 0.57% de la industria. El que la mayor parte de las empresas sean de tamaño micro y/o pequeño tiene ciertas ventajas, entre las que podemos destacar el que las empresas se enfrenten a los mismos obstáculos para su crecimiento, pero también tienen las mismas oportunidades del mercado. Quizás la principal condición de igualdad en la industria es el precio de la materia prima básica: el oro y plata, lo que sin duda hace que las condiciones sean más igualitarias. Esto da pie a suponer que la industria se

acerca a un mercado semejante al de competencia monopolística. El dinamismo adquirido en la industria joyera en el estado, sobre todo en los últimos veinte años, es palpable tanto en la producción como en la dinámica del comercio exterior. Según datos de la Cámara Joyera, la industria joyera genera 20 mil empleos y produce 7.5 toneladas de oro y 150 toneladas de plata al año.

BIBLIOGRAFÍA

Ashra, S. (2005) Emerging Indian Industries: The Case of Gems & Jewellery Sector Impending Constraints and Future Prospects. *Asia Pacific Business Review*, 1, 129-139.

Bagwell, S. (2008) Creative clusters and city growth. *Creative Industries Journal* Volume 1 Number 1, 1, 31-46.

Catungal, J. P., Leslie, D. & Hii, Y. (2009) Geographies of Displacement in the Creative City: The Case of Liberty Village, Toronto. *Urban Studies*, 46, 1095-1114.

Clifton, N. (2009) Second seminar of the Regional Studies Association Research Network on Creative Industries and the Regions -- Creative industries, scenes, cities, places: idiosyncratic dimensions of the cultural economy, April 2009, Cardiff. *Creative Industries Journal*, 2, 113-115.

Cortright, J. (2002) The Economic Importance of Being Different: Regional Variations in Tastes, Increasing Returns, and the Dynamics of Development. *Economic Development Quarterly*, 16, 3-16.

Cox, A., Macleod, A. & Wall, A. (2013) Defining defining: The creative industry of definition. *Creative Industries Journal*, 6, 83-87.

Czamanski, S. & Ablas, L. A. D. Q. (1979) Identification of Industrial Clusters and Complexes: a Comparison of Methods and Findings. *Urban Studies*, 16, 61-80.

De Propriis, L. & Ping Wei (2007) Governance and Competitiveness in the Birmingham Jewellery District. *Urban Studies*, 44, 2465-2486.

De Propriis, L. & Wei, P. (2009) Creativity and Space: the opportunity of an urban creative jewellery cluster. *Creative Industries Journal*, 2, 37-56.

Dempster, A. M. (2012) Maverick message: The legacy of the Creative Industries Observatory. *Creative Industries Journal*, 5, 11-19.

Evans, G. (2009) Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, 46, 1003-1040.

- Held, J. R.** (2004) Regional Variation and Economic Drivers: An Application of the Hill and Brennan Methodology. *Economic Development Quarterly*, 18, 384-405.
- Hauge, A.** (2012) Creative industry: Lacklustre business - Swedish fashion firms' combination of business and aesthetics as a competitive strategy. *Creative Industries Journal*, 5, 105-118.
- León-Sánchez, M. & Jaén Jiménez, B.** (2013) Capacidad empresarial y capital social:fuentes del desarrollo local, el caso de la industria joyera en Jalisco. *Ra Ximhai Universidad Autónoma Indígena de México*, 9, 47-64.
- Markusen, A., Wassall, G. H., Denatale, D. & Cohen, R.** (2008) Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. *Economic Development Quarterly*, 22, 24-45.
- Maielli, G.** (2011) Book Review: Dario Gaggio, *In Gold We Trust: Social Capital and Economic Change in the Italian Jewelry Towns* Princeton University Press: Princeton, NJ, 2007; 352pp.: 100691126976, £31.95 (hbk). *Management & Organizational History*, 6, 425-427.
- Phelps, N. A.** (2004) Clusters, Dispersion and the Spaces in Between: For an Economic Geography of the Banal. *Urban Studies*, 41, 971-989.
- Pollard, J. S.** (2004) From Industrial District to 'Urban Village'? Manufacturing, Money and Consumption in Birmingham's Jewellery Quarter. *Urban Studies*, 41, 173-193.
- Popp, A., Toms, S. & Wilson, J.** (2006) Industrial districts as organizational environments: Resources, networks and structures. *Management & Organizational History*, 1, 349-370.
- Schoales, J.** (2006) Alpha Clusters: Creative Innovation in Local Economies. *Economic Development Quarterly*, 20, 162-177.
- Soni-Sinha, U.** (2009) Flexible work, gender and globalised production: A study of the jewellery sector in North India. *Contributions to Indian Sociology*, 43, 381-409.
- Sykes, C.** (1953) The Metallurgical Industries of Sheffield. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers*, 167, 231-234.
- Tully, J. & Berkeley, N.** (2004) Visualising the Operating Behaviour of SMEs in Sector and Cluster: Evidence from the West Midlands. *Local Economy*, 19, 38-54.

Watts, H. D., Wood, A. M. & Wardle, P. (2003) 'Making Friends or Making Things?': Interfirm Transactions in the Sheffield Metal-working Cluster. *Urban Studies*, 40, 615-630.

Williams, S. & Currid-Halkett, E. (2011) The Emergence of Los Angeles as a Fashion Hub: A Comparative Spatial Analysis of the New York and Los Angeles Fashion Industries. *Urban Studies*, 48, 3043-3066.

Yeung, H. W.-C. (2000) Organizing “the firma” in industrial geography I: networks, institutions and regional development. *Progress in Human Geography*, 24, 301-315.