

ECONOMÍA BASADA EN LA CREATIVIDAD: LECCIONES DESDE LA NUEVA GEOGRAFÍA ECONÓMICA POR ERNESTO PIEDRAS RESUMEN

Típicamente, la repartición de recursos naturales en el territorio global no se ha dado de manera homogénea. Algunos países, regiones y ciudades han tenido la fortuna de contar con una cantidad y diversidad importante de éstos, mientras que otros, ya sea por su tamaño o su ubicación, no cuentan con una dotación significativa. Como uno de sus diversos efectos, ello ha contribuido a generar una brecha de desarrollo entre las distintas regiones.

Sin embargo, la creatividad en su dimensión económica es un insumo productivo que detona la generación de empleo, inversión, producción, etc., que no necesariamente ha seguido patrones o consideraciones geográficas en su distribución geográfica.

En consecuencia, la economía basada en la creatividad y las industrias creativas representan una oportunidad irremplazable para generar crecimiento económico y desarrollo en diversas regiones y ciudades en todo el mundo, especialmente en aquellas que han carecido de los remas recursos los países en desarrollo.

La Ciencia Económica tiene que aportar elementos al respecto, ya que si bien la creatividad puede tener una distribución relativamente homogénea, esta puede cambiar en función de los incentivos que tengan los creadores y demás participantes en este tipo de industrias.

En particular, la rama de la Nueva Geografía Económica (NGE) estudia el fenómeno de la formación de aglomeraciones y de localizar los principales determinantes para el establecimiento y desarrollo de la operación económica integral. La NGE trata de responder preguntas como por qué la actividad económica

se suele concentrar geográficamente, cómo evoluciona la distribución económica y qué factores hace que evolucione, todo esto bajo un enfoque de retornos crecientes a escala, costos de trasportación y movilidad de los factores de la producción como factores principales de la concentración de la actividad económica.

En México, como en todos los países del mundo, las industrias creativas tienden a concentrarse en distintas regiones específicas o *clusters*. De hecho, una explicación de la concentración espacial de las empresas, los consumidores y trabajadores se encuentra directamente relacionada con la existencia de externalidades positivas dentro de las llamadas "economías de aglomeración". Esto es, que la concentración por si sola crea un entorno favorable para la ubicación de la actividad económica, aumentando la productividad e incentivando el crecimiento.

En el caso particular de las Industrias Creativas esta propiedad se conserva, generando beneficios económicos, de experiencia, eficiencias y costos de transacción relativamente más bajos para todas aquellas actividades basadas en la creatividad que se encuentren ubicadas en una zona o región específica.

La creatividad y la cultura son un claro ejemplo de una actividad con dimensión económica de rendimientos crecientes a escala tanto por sus altos costos fijos como por la especialización necesaria¹. Por esto, las industrias creativas no están distribuidas de forma simétrica sino que tienden a concentrarse en determinados lugares. Además de que es importante mencionar que el principal insumo de estas industrias creativas, la creatividad, es desplazable o transferible con relativa facilidad hacia grandes centros de consumo y producción.

Asimismo, otro elemento clave utilizado por la NGE es el análisis del costo de transporte como determinante de la concentración. Cuando se toma en cuenta que las empresas tienen que cubrir ciertos costos de transporte derivados de la

¹ Los retornos a escala se definen como la relación que existe entre la producción y los costos unitarios del producto. Por lo tanto decir que una industria tiene retornos constantes a escala significa que el costo unitario de producir un bien es el mismo que producir a mayor cantidad. De la misma forma en una industria con rendimientos crecientes a escala los costos unitarios de producción disminuyen en cuanto a la cantidad producida aumenta.

distribución de los bienes a los centros de consumo. En la práctica, se puede observar que las empresas encuentran incentivos para establecerse en lugares cercanos a los consumidores finales y que los proveedores intermedios tienen incentivos en establecerse cerca de las industrias que abastecen. Esto no solo permite la reducción de costos de transporte sino también hace más eficientes los procesos de abastecimiento y disminuye los tiempos.

Debido a la concentración de las empresas los factores móviles de la producción se atraen a este mismo grupo. Los trabajadores tienen mejores trabajos y mayor diversidad de oportunidades que se traducen en mayor consumo si se encuentran cerca de dónde hay más actividad económica. La concentración de las personas en una región conlleva a una mayor demanda de bienes de consumo en esa región que a la vez hace que sea más atractivo para los productores situarse en esa región. Este efecto se puede observar notoriamente en el caso de algunas Industrias Creativas como lo es el Teatro, ya que se encuentra concentrada en ciertas ciudades debido a la masa crítica de espectadores necesaria para una producción teatral, atrayendo así de todo el país a los actores que quieren participar en esta industria. Además un espectáculo de este tipo tiene una serie de industrias relacionadas que proporcionan los insumos necesarios como coreógrafos, maquillistas, vestuario, ingenieros de sonido y asistentes de producción, entre otros.

La NGE también ha encontrado distintas de externalidades² que se obtienen al establecerse en grupos y que se dividen en pecuniarias y no pecuniarias.

Las externalidades pecuniarias se refieren a los efectos de interacción mediadas por los mercados. Estas interacciones se pueden dividir en dos tipos: interacciones entre empresas y los hogares e interacciones entre las empresas. Por ejemplo, en una ciudad se encuentran los consumidores que constituyen el público de una función de danza o que requieren de arte o artesanías para decorar sus casas u oficinas.

² Externalidad: Actividades que afectan a otros para mejor o para peor, sin que éstos paguen por ellas o sean compensados. Existen externalidades cuando los costos o los beneficios privados no son iguales a los costos o los beneficios sociales.

En cuanto a las externalidades no pecuniarias, estas se refieren a los efectos que surgen de la aglomeración de los factores de producción y otros agentes pero que no son obtenidos a través de relaciones con el mercado. Estas externalidades se realizan a través de procesos que afectan directamente a la utilidad de un individuo o la función de producción de una empresa.

En los efectos de aglomeración se puede apreciar que existe una relación circular debido a que la demanda de bienes de consumo de las personas de cierto *cluster* puede atraer a empresas y que las empresas de cierto *cluster* pueden atraer a trabajadores. A esta relación se le conoce como causalidad circular y resulta en una especie de “círculo virtuoso” que tiende a centralizar la producción y el consumo alrededor de grandes ciudades.

En este ensayo se pretende utilizar los conceptos de la Nueva Geografía Económica con el fin de explicar la concentración de las industrias creativas en polos de desarrollo tales como regiones y/o ciudades específicas. Además esto genera impactos multiplicadores a raíz del “círculo virtuoso” que surge por la aglomeración de consumidores, producción y mano de obra.