

DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS “JUAN
J. RENAU PIQUERAS”

LA INFLUENCIA DEL DISTRITO INDUSTRIAL Y DEL
SUBSECTOR EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL. UNA
APLICACIÓN AL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN

FRANCISCO PUIG BLANCO

UNIVERSITAT DE VALENCIA
Servei de Publicacions
2007

Aquesta Tesi Doctoral va ser presentada a València el dia 24 de Gener de 2007 davant un tribunal format per:

- D^a. Martina Menguzzato Boulard
- D. Josep Antoni Ybarra Pérez
- D. Xavier Molina Morales
- D^a. Sonia Suárez Ortega
- D^a. Esther Sánchez Peinado

Va ser dirigida per:
D. José Pla Barber

©Copyright: Servei de Publicacions
Francisco Puig Blanco

Depòsit legal:

I.S.B.N.:978-84-370-6764-3

Edita: Universitat de València
Servei de Publicacions
C/ Artes Gráficas, 13 bajo
46010 València
Spain
Telèfon: 963864115



UNIVERSITAT DE VALÈNCIA
Facultat d'Economia.

***La influencia del distrito industrial y del subsector
en la actividad empresarial. Una aplicación al
sector textil-confección.***

Tesis Doctoral presentada por:

Francisco PUIG BLANCO

Dirigida por:

Dr. José PLA BARBER

Departamento de Dirección de Empresas "*Juan José Renau Piqueras*"
Facultad de Economía
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Valencia, 2006

Dedicatoria.

A mis padres,
a mis 5 hermanos (Isabel, Azucena, Juan, Miguel Ignacio y Cecilia) y
a Ana.

*La vida no es la que uno vivió,
sino la que uno recuerda y cómo la recuerda para contarla.*

“Vivir para contarla” (Gabriel García Márquez)

Agradecimientos.

De todos los retos personales que a lo largo de mi vida he afrontado, este trabajo ha sido, sin lugar a dudas, el más duro y el que mayor satisfacción me ha producido.

A diferencia de los anteriores, en éste ha sido fundamental la ayuda de unas cuantas personas sin cuya colaboración no habría sido posible. A todas ellas: GRACIAS.

Como se suele decir, no están todos los que son, pero son todos los que están. Así que vaya el más profundo de los agradecimientos a mi familia, fundamentalmente por haber sabido comprenderme de forma tan sabia durante el largo camino. También quiero dejar constancia del extraordinario apoyo que he recibido de ATEVAL. No me olvido de la contribución de Luis Pomer ni tampoco de la ofrecida por mis colegas de la Jaume I de Castellón.

Por último, también quiero reconocer la ayuda de mis compañeros del Departamento de Dirección de Empresas “*Juan José Renau Piqueras*” (PDI y PAS) y, de forma muy concreta, la de Pepe Pla. Oficialmente es mi director de tesis, pero en la realidad un amigo con mayúsculas.

Mi gratitud hacia todos.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1. Las redes y los distritos industriales	9
1.1 Las relaciones interorganizacionales y las redes: un análisis de configuraciones.	12
1.1.1 El enfoque organizativo.	14
1.1.2 La perspectiva social.	15
1.1.3 La perspectiva estratégica.	17
1.1.4 Modelos de redes territoriales.	20
1.2 Los distritos industriales como unidad de análisis.	25
1.2.1 Antecedentes teóricos y bases conceptuales.	25
1.2.2 Situación actual y clarificación terminológica.	29
1.2.3 La investigación sobre distritos industriales.	33
1.3 Implicaciones estratégicas de los distritos industriales.	37
1.3.1 Las características sociales y organizativas: personas, relaciones y empresas.	37
1.3.2 La organización productiva: la especialización flexible.	46
1.3.3 El efecto distrito: resultados económicos y no económicos.	49
1.4 Conclusiones e hipótesis.	56
Capítulo 2. La internacionalización y los distritos industriales	59
2.1 La deslocalización industrial: conceptualización y evolución.	62
2.2 Los distritos industriales ante los nuevos escenarios económicos.	69
2.2.1 La deslocalización en los distritos industriales.	76
2.3 El efecto localización en los procesos de internacionalización de las empresas.	85
2.3.1 El modelo de Uppsala y en modelo basado en la Innovación.	86
2.3.2 El enfoque de Redes.	93
2.4 Conclusiones e hipótesis.	101
Capítulo 3: El sector textil-confección.....	105
3.1 Caracterización del sector textil-confección.	107
3.1.1 Evolución de su demanda.	109
3.1.2 Delimitación del sector.	112
3.1.3 Proceso productivo.	114
3.2 El sector textil-confección en el contexto europeo y en la industria española.	120
3.2.1 Evolución y situación actual en la UE-25.	120
3.2.2 La industria textil en España: similitudes con la UE-25 y rasgos propios.	128
3.2.3 Situación actual del textil-confección español.	135
3.3 Concentración y especialización territorial del textil en la Comunidad Valenciana.	142
3.3.1 La industria en la Comunidad Valenciana: peso y antecedentes.	142
3.3.2 La importancia económica del textil-confección.	145
3.3.3 Situación actual del textil-confección valenciano: distritualización, especialización productiva y crisis.	148
3.4 Conclusiones e hipótesis.	155

Capítulo 4: Diseño de la investigación, metodología y análisis de la muestra... 161

4.1 Delimitación del distrito industrial.	162
4.1.1 Perspectivas en la delimitación geográfica del distrito industrial.	162
4.1.2 La aplicación para la identificación de distritos industriales del textil-confección en España.	172
4.2 Metodología.	180
4.2.1 Población y muestra del estudio.	180
4.2.2 Cuestionario.	181
4.2.3 Estudio de campo.	184
4.3 Análisis de la muestra: descriptivo y asociaciones.	187
4.3.1 Análisis descriptivo.	187
4.3.2 Estudio de las asociaciones entre las variables de la muestra.	194

Capítulo 5. Análisis y discusión de los resultados..... 201

5.1 El espacio estratégico de las empresas.	203
5.1.1 Análisis de escenarios.	203
5.1.2 Diagnóstico estratégico.	207
5.1.3 Análisis de necesidades estratégicas y políticas.	211
5.2 Operativización y análisis estratégico previo.	216
5.2.1 Operativización de las variables independientes.	216
5.2.2 Operativización de las variables dependientes.	217
5.2.3 Análisis estadístico previo de las variables de internacionalización.	224
5.3 El efecto del distrito industrial en las percepciones.	227
5.3.1 El efecto del distrito industrial en las percepciones del diagnóstico estratégico.	228
5.3.2 El efecto del distrito industrial en las percepciones de las estrategias y políticas públicas.	231
5.4 El efecto del distrito industrial en la actividad internacional.	236
5.4.1 El efecto del distrito industrial en el inicio de la actividad internacional.	237
5.4.2 El efecto del distrito industrial en la intensidad de la actividad internacional.	240
5.5 El efecto del subsector en las percepciones.	244
5.5.1 El efecto del subsector en las percepciones del diagnóstico estratégico.	245
5.5.2 El efecto del subsector en las percepciones de las estrategias y políticas públicas.	248
5.6 El efecto del subsector en la actividad internacional.	252
5.6.1 El efecto del subsector en el inicio de la actividad internacional.	253
5.6.2 El efecto del subsector en la intensidad de la actividad internacional.	255

Capítulo 6. Conclusiones, límites y futuras investigaciones..... 259

Anexos..... 269

Anexo I: Cuestionario	269
Anexo II: Cuadros estadísticos	273

Referencias bibliográficas..... 273

Índice de figuras

Figura 1.1: Redes estratégicas.	18
Figura 1.2: Esquema de red.	37
Figura 1.3: El modelo de flexibilidad de la empresa.	47
Figura 2.1: Esquema del capítulo 2.	61
Figura 2.2: Flujos de inversiones en millones de euros.	65
Figura 2.3: Destino y origen sectorial de las inversiones extranjeras y españolas.	66
Figura 2.4: Evolución en millones de euros de la cifra de comercio exterior de las manufacturas tradicionales en España (2000-05).	67
Figura 2.5: El modelo de Uppsala de la internacionalización.	84
Figura 2.6: El mecanismo básico de la internacionalización.	86
Figura 2.7: El modelo de la internacionalización basado en la innovación.	88
Figura 3.1: Comparación del gasto en 2000 y 2004.	107
Figura 3.2: Evolución experimentada en el tramo 2000-04.	107
Figura 3.3: El proceso productivo del textil-confección.	111
Figura 3.4: Porcentajes de producción mundial del textil-confección en el año 2000.	117
Figura 3.5: Balance del comercio internacional del textil-confección de la UE en el periodo 2001-04.	120
Figura 3.6: Principales destinos de las exportaciones del textil-confección de la UE en 2004.	121
Figura 3.7: Principales orígenes de las importaciones del textil-confección de la UE en 2004.	122
Figura 3.8: Mapa de localización de las principales CC.AA. textiles españolas.	126
Figura 3.9: Mapa de localización de las principales provincias textiles españolas.	127
Figura 3.10: Evolución en millones de euros de las cifras de comercio exterior del textil-confección español en el periodo 2000-05.	128
Figura 3.11: Estructura media de las empresas del textil-confección por tramos de asalariados en el periodo 2004-04.	130
Figura 3.12: Evolución de la tasa de cobertura en el periodo 2001-05.	133
Figura 3.13: Evolución en millones de euros de las cifras de producción del textil-confección español en el periodo 2000-05.	133
Figura 3.14: Evolución en miles de las cifras de ocupados del textil-confección español en el periodo 2001-05.	134
Figura 3.15: Evolución en el número total de empresas del textil-confección con asalariados en el periodo 2000-04.	134
Figura 3.16: Evolución porcentual del número de empresas textil-confección con asalariados en el periodo 2000-04.	135
Figura 3.17: Evolución porcentual del número de empresas del textil-confección por tamaños en el periodo 2000-04.	135
Figura 3.18: Evolución de las tasas de decrecimiento anual de algunos indicadores del textil-confección.	136
Figura 3.19: Porcentajes de población ocupada de la Comunidad Valenciana por sectores económicos.	137
Figura 3.20: Reparto de las empresas por subsectores y localización.	147
Figura 3.21: Evolución en millones de euros de las cifras de comercio exterior del textil-confección valenciano en el periodo 2001-05.	147
Figura 3.22: Evolución comparada de las tasas de decrecimiento anual del textil-confección español y valenciano.	149
Figura 4.1: Mapa de las concentraciones geográficas del textil-confección en España.	171
Figura 4.2: Origen provincial de los encuestados.	179
Figura 4.3: Localización distritual.	180
Figura 4.4: Tamaño por número de empleados.	182

Figura 4.5: Antigüedad en el sector.	182
Figura 4.6: Estructura por subsectores.	183
Figura 4.7: Actividad internacional.	185
Figura 5.1: Valoración sobre la situación actual y futura.	196
Figura 5.2: Evolución de la actividad internacional.	198
Figura 5.3: Test de normalidad a las variables originales de la internacionalización.	215
Figura 5.4: Test de normalidad a las variables transformadas de la internacionalización.	216
Figura 5.5: Esquema de las hipótesis del efecto distrito en las percepciones.	218
Figura 5.6: Esquema de las hipótesis del efecto distrito en la internacionalización.	226
Figura 5.7: Gráfico boxplot del inicio de la actividad internacional según la localización.	228
Figura 5.8: Gráfico boxplot de la intensidad de la actividad internacional según la localización.	230
Figura 5.9: Esquema del efecto subsector en las percepciones.	233
Figura 5.10: Esquema de las hipótesis del efecto subsector en la internacionalización.	240
Figura 5.11: Gráfico boxplot del inicio de la actividad internacional según el subsector.	242
Figura 5.12: Gráfico boxplot de la intensidad de la actividad internacional según el subsector.	243

Índice de tablas

Tabla 1.1: Definiciones de redes.	13
Tabla 1.2: Perspectivas de estudio en las redes.	19
Tabla 1.3: Modelos de industrias clusterizadas.	22
Tabla 1.4: Algunos de los pasajes más relevantes del trabajo de Marshall sobre las ventajas de las aglomeraciones territoriales.	25
Tabla 1.5: Tipología de economías de aglomeración.	26
Tabla 1.6: Definiciones de distrito industrial.	31
Tabla 1.7: Perspectivas de análisis de los distritos industriales.	34
Tabla 1.8: Estudios a nivel empresa sobre el "efecto distrito".	53
Tabla 2.1: Modelos de reorganización de las actividades de la empresa.	63
Tabla 2.2: Tipología de respuestas de las PYMES a la globalización.	69
Tabla 2.3: Respuestas de los distritos industriales a la globalización.	82
Tabla 2.4: La internacionalización y el enfoque de Redes.	93
Tabla 2.5: Estudios empíricos sobre el "efecto localización" en la actividad internacional.	97
Tabla 3.1: La industria textil a partir de la NACE Rev. 1.	108
Tabla 3.2: Actividades incluidas en los epígrafes 17 y 18 de la CNAE.	109
Tabla 3.3: Áreas de utilización de los textiles técnicos.	115
Tabla 3.4: La producción textil-confección en la UE en 2001.	118
Tabla 3.5: La ocupación del textil-confección en la UE en 2001.	118
Tabla 3.6: Resumen de la evolución y situación actual del textil-confección en la UE.	123
Tabla 3.7: Distribución y coeficientes de especialización del textil-confección español a nivel autonómico.	125
Tabla 3.8: Distribución de los principales coeficientes de especialización del textil-confección español a nivel provincial.	126
Tabla 3.9: Geografía de la internacionalización de la empresa española del textil-confección.	129
Tabla 3.10: Valor añadido bruto por sectores económicos en 2001.	138
Tabla 3.11: Principales magnitudes económicas de la industria valenciana.	141
Tabla 3.12: Principales sectores productivos de la industria valenciana.	142
Tabla 3.13: Valor añadido de la industria textil-1998-99.	143
Tabla 3.14: Comparativa de empleados por sectores y subsectores a nivel nacional y autonómico.	145
Tabla 3.15: Comparativa de empresas por sectores y subsectores a nivel nacional y autonómico.	146

Tabla 3.16: El sector textil-confección en 2006.	150
Tabla 4.1: Perspectivas en la delimitación geográfica del distrito industrial.	166
Tabla 4.2: Localización municipal de los principales coeficientes de especialización del textil-confección español.	170
Tabla 4.3: Población ocupada y coeficientes de especialización de las principales concentraciones geográficas.	171
Tabla 4.4: Ficha-resumen de la metodología.	178
Tabla 4.5: Principales municipios de la muestra.	180
Tabla 4.6: Otras localizaciones significativas.	181
Tabla 4.7: Asociación entre tamaño y localización.	186
Tabla 4.8: Asociación entre antigüedad y localización.	187
Tabla 4.9: Asociación entre localización y subsector.	187
Tabla 4.10: Asociación entre tamaño y subsector.	188
Tabla 4.11: Asociación entre antigüedad y subsector.	188
Tabla 4.12: Asociación entre tamaño y actividad internacional.	189
Tabla 4.13: Asociación entre antigüedad y actividad internacional.	189
Tabla 4.14: Asociación entre localización y actividad internacional.	190
Tabla 4.15: Asociación entre subsector y actividad internacional.	190
Tabla 4.16: Resumen del tipo de relación existente entre las variables de la muestra.	191
Tabla 5.1: Relación entre el estado de salud actual y la evolución futura.	197
Tabla 5.2: Relación entre la percepción del estado de salud actual y la evolución de las exportaciones.	199
Tabla 5.3: Factores estratégicos del entorno.	200
Tabla 5.4: Factores estratégicos internos.	202
Tabla 5.5: Matriz DAFO.	202
Tabla 5.6: Necesidades estratégicas.	204
Tabla 5.7: Actuaciones públicas.	205
Tabla 5.8: Resumen del análisis factorial.	211
Tabla 5.9: Etiquetas de las variables internas.	213
Tabla 5.10: Etiquetas de las variables de actuaciones públicas.	214
Tabla 5.11: Aplicaciones y resultado de la transformación.	216
Tabla 5.12: Valoración del entorno en función de la localización.	219
Tabla 5.13: Resultados del análisis de regresión en el bloque interno.	221
Tabla 5.14: Valoración de las estrategias en función de la localización.	222
Tabla 5.15: Resultados de la regresión en el bloque políticas.	223
Tabla 5.16: Resumen del contraste de las hipótesis sobre el distrito y las percepciones.	224
Tabla 5.17: Resumen del efecto distrito en el inicio de la internacionalización.	227
Tabla 5.18: Resumen del efecto distrito en la intensidad internacional.	229
Tabla 5.19: Resumen del contraste sobre el distrito y la internacionalización.	231
Tabla 5.20: Valoración del entorno en función del subsector.	233
Tabla 5.21: Valoración de las estrategias en función del subsector.	236
Tabla 5.22: Resumen del contraste de las hipótesis sobre el subsector y las percepciones.	237
Tabla 5.23: Resumen del efecto subsector en el inicio de la internacionalización.	241
Tabla 5.24: Resumen del efecto subsector en la intensidad internacional.	243
Tabla 5.25: Resumen del contraste sobre el subsector y la internacionalización.	244
Tabla 6.1: Conclusiones del trabajo.	251

INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes y justificación.

La actividad empresarial constituye uno de los pilares sobre los que descansan las economías modernas. Dada su amplitud estudiar la forma que cualquier elemento tiene sobre la misma supone un reto difícilmente abordable para cualquier investigador, de ahí que este trabajo se focalice especialmente en sólo un sector como es el textil-confección. La cuestión de por qué se ha elegido éste, así como la relacionada con la decisión de analizar la influencia en el mismo de la localización y la especialización productiva, y la forma en que se ha llevado a cabo, son algunos de los principales aspectos que se abordan en esta introducción.

El origen de nuestro interés por el sector textil-confección nació a finales de la década pasada, al reconocer que su pervivencia estaba seriamente amenazada por la globalización. Los dramáticos efectos que una hipotética desmantelación podría causar en determinadas regiones muy dependientes de esta industria de nuestro entorno más próximo, supusieron un primer elemento motivador que nos condujo a recopilar diversa información relacionada con el tema. La lectura de algunos trabajos, como los de G. Becattini y M. Porter, que abordaban experiencias exitosas en ese sector y en otros relacionados, como los que se enmarcan bajo la denominación de manufacturas tradicionales, nos situó en una primera dimensión de corte más amplio: las redes territoriales de empresas. Con posterioridad, las propias características sociales y organizativas de nuestro textil y el plus competitivo que ese modelo reticular puede proporcionar, nos llevaron a adoptar como unidad de análisis los distritos industriales.

Sin embargo, parte de la literatura distritual consultada y algunos de los primeros resultados de nuestras investigaciones alertaban de cierta heterogeneidad en la participación y explotación que del territorio y su plus competitivo hacían las empresas y, derivado de ello, de ciertas inconsistencias en las conclusiones obtenidas. Algunas de las principales fuentes que entonces reconocimos fueron metodológicas. Con posterioridad, la participación en un proyecto nacional promovido por el Ministerio de Industria y desarrollado a través de diferentes instituciones estatales ratificó esa apreciación.

De acuerdo con J. Ruskin, si el trabajo de la ciencia consiste en sustituir con hechos las apariencias y con demostraciones las impresiones, nuestro trabajo debía de asumir el reto de prestar más atención a aspectos que los investigadores habían dejado un poco de lado, como son la delimitación del área geográfica de estudio y de la propia industria. Este último aspecto es especialmente relevante cuando se observa el diferente impacto que la globalización tiene sobre cada uno de sus subsectores. Por tanto, con la elección del distrito industrial y del subsector como sendas unidades de análisis, estábamos persiguiendo cubrir la supuesta laguna investigadora de la influencia que directamente y de forma comparada ambos elementos ejercían sobre la actividad empresarial.

El siguiente paso de nuestro trabajo consistió en la elección de los elementos sobre los que se llevaría a cabo el análisis de esa influencia: las percepciones directivas y la estrategia internacional. El primero de ellos tiene un doble origen. Por un lado, porque existe la creencia comúnmente aceptada en la literatura de que las percepciones directivas actúan como condicionantes de las decisiones estratégicas. Por otro, a causa de la propia experiencia práctica que obtuvimos con el proyecto nacional antes comentado. En efecto, las distintas entrevistas con los empresarios, instituciones y trabajadores, la colaboración en dos Paneles de Expertos formados por diversos agentes económicos de relevancia para el sector, y el intercambio de interesantes experiencias con otros investigadores, nos permitió intuir que estas percepciones eran inconstantes debido a la localización y especialización.

El reconocimiento por parte de los investigadores económico-empresariales de que la estrategia de internacionalización, en su versión más amplia, se configura como una respuesta clave para el entorno actual, fue un claro determinante de su elección. Por un lado, porque, como éstos argumentan, puede proporcionar importantes ventajas a las empresas derivadas de explotar nuevos mercados (crecimiento, diversificación de riesgos, rentabilidad, economías de escala), del aprovechamiento de ventajas fiscales y de mano de obra más barata o de escapar de las presiones de la dura competencia local. Y por otro, porque la propia orientación global de esta industria y de los distritos industriales está provocando importantes cambios en su modelo organizativo que plantean serias dudas sobre su futuro.

Por todo ello, la tesis de este trabajo es *validar que en un mismo sector de actividad empresarial (el textil-confección) existen diferencias en aspectos como las percepciones directivas y su internacionalización. Y que esas diferencias están influidas por la localización de las empresas en un distrito industrial y por el subsector de pertenencia (especialización).*

2. Situación actual.

Las condiciones del contexto en el que se desenvuelve la actividad empresarial están generando cambios en la organización del aparato productivo de la empresa. Hoy en día el entorno económico se caracteriza por una globalización, niveles de competencia y desregulación que nunca antes se habían visto. Su carácter cambiante, dinámico e incierto está obligando a las empresas de todas las dimensiones y nacionalidades a modificar sus estrategias de adaptación al medio, con importantes costes económicos y no económicos, y con el riesgo de que esa inadaptación pueda suponer su desaparición. El resultado de esa evolución de la economía son nuevos cambios en los modelos de organización de la actividad productiva.

En efecto, las formas convencionales y más conocidas por nuestro tejido quedan cuestionadas, y surge así la necesidad de incorporar un nuevo enfoque que mejor sepa adaptarse a esas exigencias de cambio. Pensamos que no hay mucho donde elegir: redirigirse hacia los subsectores menos amenazados por esa globalización y, simultáneamente, adoptar algunas de las variantes del modelo en red.

De entre las distintas representaciones de ese modelo, los denominados distritos industriales han destacado por sus efectos para incrementar la competitividad de las empresas que los forman. Este tipo de organización industrial consiste en una concentración geográfica de empresas de un mismo sector, donde destacan de sus unidades tres aspectos principales: sus peculiares características organizativas-productivas, el ámbito social en la que éstas se hallan inmersas y su orientación global.

Por tanto, las relaciones entre distritos industriales y especialización, internacionalización y globalización son intensas y sugieren la necesidad de considerar el comportamiento de las empresas bajo la conjunción de todos esos aspectos.

De un lado, porque los distritos industriales y la especialización productiva de los mismos, incrementan el nivel de competencias de sus empresas al favorecer los procesos de innovación y apertura a los mercados exteriores, de la misma manera que mejoran las tasas de productividad y potencian la actividad emprendedora. Su análisis nos permite comprender por qué un subsector industrial como el textil-hogar es más competitivo en una parte que en otra, también permite explicar por qué y dónde se localizan la mayoría de empresas excelentes del mismo y, lo que creemos que hoy en día es más importante, supone un referente básico como sistema organizativo que nos proporciona importantes lecciones para afrontar los retos futuros de esta y otras industrias similares. No es de extrañar por ello que, como indican Pyke y Sengenberger (1992), desde ahora el problema de las PYMES manufactureras, más que su tamaño, será el estar solas.

De otro, porque la estrategia de internacionalización de la empresa se configura como una respuesta clave para el entorno actual. Por ejemplo, a nivel institucional, en la industria textil ya estamos asistiendo a una toma de consideración bastante amplia en estos aspectos, con la implantación de diversos programas públicos de apoyo a las empresas en materia de exportación, innovación y formación de plantillas. También se observan, sin embargo, interesantes iniciativas privadas que están promoviendo la concienciación de las empresas para que comprendan los nuevos escenarios a los que deben hacer frente y que están impulsando la investigación en estos temas en aras a conseguir un cambio y adaptación a los retos más eficaz.

Y por último, porque la globalización presenta una serie de retos para un amplio conjunto de actores. En este sentido, destacamos el de organismos encargados de desarrollar políticas de apoyo, y el de la propia Universidad, que entre otros, tiene el cometido de impulsar y favorecer el conocimiento, desarrollar las mejores prácticas y potenciar la investigación.

Sin embargo, los continuos cambios a los que estamos asistiendo cuestionan la potencialidad y validez del modelo organizativo del distrito industrial y en general, de la industria tradicional. Por un lado, surgen importantes dudas sobre el efecto en los mismos de los cambios en el escenario competitivo; es más, aceptado el atractivo del distrito por los beneficios que aporta a sus empresas, surge la reflexión sobre si eso es un argumento eficaz para no cambiar de actividad y/o localización; y por otro, respecto a cuál debe ser el papel que el Estado puede hacer en la defensa y promoción de ambos.

Según lo anteriormente expuesto, el objetivo de esta investigación es examinar para una industria concreta como es el textil-confección, la influencia de la localización y actividad productiva de las empresas en las percepciones directivas y en la internacionalización.

3. Desarrollo del trabajo.

Para alcanzar el objetivo propuesto, este trabajo se ha articulado en torno a cinco capítulos. Los tres primeros, de carácter más teórico, revisan las principales aportaciones relativas al fenómeno de las redes, los distritos industriales y la internacionalización; asimismo, sirven para contextualizar el sector textil-confección. Además, en un apartado final de cada uno de estos capítulos se han resumido las principales conclusiones y se han especificado las hipótesis a contrastar. Los dos siguientes abordan la metodología de la investigación y presentan los resultados empíricos obtenidos.

El capítulo primero se inicia con la revisión de las distintas aportaciones hechas al modelo de organización industrial en red, situándonos de esa forma en la perspectiva del territorio. Para, a partir de ese punto, estudiar, conceptualizar y comprender un tipo concreto de red territorial como es el distrito industrial. Este capítulo se completa con el análisis de las implicaciones estratégicas que tiene para las empresas su pertenencia.

Una vez situados en los distritos industriales, en el capítulo segundo se revisa la principal literatura estratégica en búsqueda de un marco teórico que nos permita explicar y comprender la internacionalización de la empresa y el efecto que la localización industrial ejerce sobre la misma. Ese trabajo se aborda desde una doble perspectiva: a) la internacionalización (globalización) como impulsora de los procesos de deslocalización y el distrito industrial como inhibidor del mismo; y b) la internacionalización (estrategia) como acción a desarrollar por parte de las empresas y el distrito industrial como moderadora de la misma.

Si en los anteriores capítulos analizamos con carácter general la importancia de lo local frente a lo global, en éste el mencionado binomio se aplica específicamente a la industria textil-confección. Para ello, previamente se lleva a cabo un estudio tendente a caracterizar sus principales rasgos y a establecer

un diagnóstico sobre su situación más global. Posteriormente, ese análisis se centra de forma más local en la Comunidad Valenciana. Ese último aspecto nos lleva a finalizar esta parte más teórica con tres importantes conclusiones que van a guiar y condicionar la ulterior investigación: a) el sector está inmerso en una crisis estructural (los indicadores analizados así lo ratifican), b) el textil valenciano está fuertemente especializado en las manufacturas del hogar y c) existe una fuerte concentración geográfica que comparte rasgos distrituales en torno a las poblaciones de Alcoi y Ontinyent.

Una vez revisadas las principales teorías, obtenido el diagnóstico del textil y derivadas las principales hipótesis de contraste, nos situamos en la segunda parte del trabajo, que gira en torno al análisis de los datos obtenidos mediante encuesta postal a una muestra de 201 empresas con actividad en ese sector.

Al respecto el capítulo cuarto, se encarga de establecer y describir las primeras fases del proceso de investigación de este trabajo: delimitación geográfica del distrito industrial y metodología seguida en la misma. La primera sección expone el proceso seguido para definir los municipios que se han considerado como distrituales. La siguiente describe la población objeto de estudio, el cuestionario y la recogida de datos. Por último, se realiza un análisis descriptivo de la muestra y de las principales asociaciones entre las variables de la muestra (tamaño, antigüedad, localización, subsector y actividad internacional). Ese estudio nos indica la fuerte relación (asociación) entre el distrito industrial y el subsector Hogar, la fluctuante relación entre ambas variables y la actividad internacional, y la alta independencia que existe entre las variables del tamaño y la antigüedad con respecto a la localización y la especialización productiva.

El capítulo quinto cubre tres aspectos diferentes y a su vez muy interrelacionados entre sí. En el primer apartado, se analiza el espacio estratégico de las empresas de la muestra. El fin de ese análisis, de carácter descriptivo, es el conocimiento de cómo valoran y perciben los encuestados la situación y evolución de su industria, así como establecer una relación de

diferentes aspectos claves en la actividad empresarial: amenazas, oportunidades, debilidades, fortalezas, necesidades estratégicas y políticas públicas. En la segunda sección, se realiza un trabajo estadístico previo tendente a acomodar paramétricamente las distintas variables del estudio. En las siguientes secciones se contrastan la totalidad de las hipótesis planteadas en los capítulos 1, 2 y 3. Concretamente, en las secciones tercera y la cuarta se estudia, mediante contraste de varianzas, el modelo logit ordinal y la comparación de medias, cómo influye el distrito industrial en las percepciones directivas y en la actividad internacional. En las siguientes dos secciones, la quinta y la sexta, mediante idénticas técnicas estadísticas, se mide el efecto del subsector sobre los mismos aspectos.

Por último, se especifican las principales conclusiones del estudio, se reflejan algunas limitaciones y se proponen futuras líneas de investigación.

Deseamos concluir este apartado introductorio destacando un aspecto que puede pasar desapercibido a causa de las condiciones establecidas inicialmente en el estudio: sus resultados no deben conducir únicamente a pensar que sólo son aplicables a la industria textil valenciana. Al contrario, creemos que tienen interesantes extensiones hacia otros ámbitos geográficos más amplios, así como hacia otras industrias que comparten muchos rasgos con ésta, como son las encuadradas bajo la denominación de “manufacturas tradicionales”. Por tanto, desde una perspectiva más amplia, sostenemos que esas conclusiones deben permitir reducir la incertidumbre en la toma de decisiones empresariales, al mismo tiempo que pueden servir a las distintas instituciones a ajustar y orientar las medidas más adecuadas para afrontar la difícil situación por la que atraviesan esos sectores de la actividad empresarial.

CAPÍTULO 1: LAS REDES Y LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

La actividad de las empresas está cada vez más inmersa en un complejo y variado conglomerado de relaciones (redes) que éstas deben mantener y desarrollar con el fin de poder adaptarse eficazmente a los constantes cambios del entorno competitivo (Jones et al., 1997). Ese hecho, que no ha pasado desapercibido a los investigadores de diversas ramas de conocimiento (Sociología, Estadística, Ciencias Políticas, Geografía Económica, etc.), se ha materializado en un creciente interés por las redes de empresas.

Entre los investigadores que estudian el fenómeno relacional de las empresas pueden observarse dos grandes planteamientos (Möller y Svahn, 2003): uno que contempla a las redes como el medio en el que hoy en día se desarrolla toda la actividad económica “*network of organizations*”; y otro, más centrado en las características y efectos de las redes, y en la densidad, multiplicidad y reciprocidad de las relaciones de intercambio entre sus miembros “*network organization*”. A su vez, dentro de este segundo planteamiento teórico, es posible identificar tres perspectivas principales de estudio: la organizativa (Ghosal y Bartlett, 1990), la social (Granovetter, 1985) y la estratégica (Gulati et al., 2000). En cada una de las mismas son diversos los elementos que configuran la red, las relaciones entre éstos o la importancia que se asigna al territorio.

De forma específica, es dentro de la perspectiva estratégica donde un tipo concreto de redes, como son las de base territorial, cobran máximo protagonismo, ya que las mismas son consideradas como una forma de organizar la actividad empresarial que puede incrementar notablemente la capacidad competitiva de las empresas. Una de las representaciones de redes territoriales más estudiadas son las concentraciones geográficas de empresas de

una misma actividad económica. Ese modelo puede proporcionar un conjunto de beneficios que no están al alcance de las empresas aisladas (economías externas) (Parr, 2002ab).

Desde un punto de vista conceptual, cuando esa concentración agrupa a un número elevado de unidades, PYMES principalmente, que pertenecen a una misma industria, estamos hablando fundamentalmente de *clusters*¹ y/o distritos industriales².

Como se ha mencionado, las ventajas que obtienen las empresas por pertenecer a un cluster/distrito industrial se han asociado a una mayor capacidad competitiva. La influencia que ese territorio tiene sobre las empresas allí instaladas ha sido ampliamente investigada y contrastada en las características estructurales de las empresas como en su performance económica y no económica (Porter, 1990; Bagella y Becchetti, 2000), permitiendo de esa forma explicitar algunos de los efectos de la localización. Sin embargo, como se apunta en algunos trabajos (Paniccia, 1998; Becchetti et al., 2003; Becattini, 2004), existen ciertas limitaciones en esa línea de estudios, algunas de carácter metodológico y otras de alcance.

Dentro de esas carencias destacan las del estudio o análisis de la influencia de esos territorios en las percepciones directivas. Por todo ello, y dado que son los distritos industriales una parte de la unidad de análisis sobre la que se va a desarrollar la investigación, el objetivo de este capítulo es doble. Por un lado, el estudio de los antecedentes y conceptualización de un tipo concreto de red como son los distritos industriales y, por otro, comprender algunas de las implicaciones que la localización en los mismos tiene para la actividad empresarial.

¹ Aunque en el libro de Porter (1999) se traduce cluster como cúmulo, en este trabajo utilizaremos el anglicismo *cluster* para referirnos a esa concentración geográfica de empresas.

² A pesar que en la literatura empresarial la denominación de distrito industrial se confunde con otros conceptos tales como: technópolis, sistema productivo local, sistema industrial socio-territorial, aglomeración, cúmulo, área industrial, *milieux* o medios y complejo industrial; nosotros emplearemos única e indistintamente las denominaciones de cluster y/o distrito

Para alcanzar el objetivo propuesto, se ha estructurado este trabajo en cuatro partes. En la primera, se analizan las principales configuraciones desde las que se puede abordar el estudio de las redes de empresas y sus relaciones. A continuación, la segunda sección revisa y discute el distrito industrial como unidad de análisis en la investigación relacional económica-empresarial; en la tercera se estudian las principales implicaciones estratégicas de ese modelo de organización y se establecen las bases metodológicas para su análisis y, finalmente, la cuarta parte está dedicada a resumir las principales conclusiones, desde las que se derivan algunas hipótesis teóricas para su contrastación en la parte empírica.

industrial. Sólo cuando se hallan establecido sus bases metodológicas nos centraremos en los distritos industriales.

1.1 Las relaciones interorganizacionales y las redes: un análisis de configuraciones.

Las relaciones interorganizacionales y las redes han recibido por parte de la literatura económico-empresarial una considerable atención en los últimos años³. La causa de ese interés se debe en buena parte a los beneficios que proporciona la red, tales como permitir a las empresas disponer de unos recursos complementarios difícilmente alcanzables de otra forma, compartir y distribuir riesgos o el acceso a información complementaria, aunque esas ganancias de pertenencia a la red no están exentas del riesgo de dependencia estratégica. En cualquier caso, los investigadores han enfocado el estudio de las interacciones entre actores usando distintos niveles de análisis y siguiendo diferentes perspectivas, favoreciendo con ello el desarrollo de una “jungla terminológica”.

En general, en esa investigación se han considerado dos niveles de análisis: a) el diádico, que incluye la relación entre dos actores, y b) el múltiple, que abarca las relaciones entre un número mayor de actores. En el primer caso se analiza los vínculos individuales que unen a dos organizaciones, mientras que en el segundo, es el conjunto de vínculos que conforman el sistema organizativo el centro de atención, esto es, la maraña que integra las acciones coordinadas de las diversas organizaciones que resultan interconectadas (García, 1996).

³ Un indicador de esa preocupación se materializa en la cantidad de libros editados y números monográficos de revistas especializadas dedicados enteramente a esta temática. Por ejemplo, respecto a los libros publicados más recientemente se tiene lo siguiente: Benko y Lipietz (dirs.) (1992): *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*; Nohria y Eccles (eds.) (1992): *Networks and Organizations. Structure, form and action*; Axelsson y Easton (eds.) (1993): *Industrial networks: a new view of reality*; Grabber (ed.) (1993): *The embedded Firm. On the socioeconomics of industrial networks*; Maillant, Quevit y Senn (eds.) (1993): *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional*; Johansson, Karlsson y Westin (eds.) (1994): *Patterns of a Network Economy*; Staber, Schaefer y Sharma (eds.) (1996): *Business Networks: prospects for regional development*; Ebbers (ed.) (1997): *The formation of interorganizational networks*; OCDE (1997): *Redes de empresas y desarrollo local*; Martin (ed.) (1999): *Small Firms and Network Economies*. Y relativo a monográficos en revistas internacionales o *special issue* destacamos: *International Studies of Management and Organization* (1997-98), vol. 27, núm. 4; *Organization Studies* (1998), Fall; *Strategic Management Journal* (2000), vol. 21.

Respecto al segundo nivel de análisis planteado, la literatura ha venido haciendo referencia al mismo bajo la denominación de red o *network*. Sin embargo, tras una revisión de este concepto son varias las definiciones y significados que se pueden obtener (tabla 1.1).

Tabla 1.1: Definiciones de redes.

“Una red es el conjunto de personas conectadas por relaciones que determinan unos lazos entre sus miembros” (Aldrich y Zimmer, 1985).

“Las redes son un modo de organización que está entre la jerarquía (empresa integrada) y el mercado (relaciones puramente externas)” (Thorelli, 1986).

“Las redes se pueden ver como un modo de organización susceptible de ser usado por los directivos y empresarios para posicionar sus empresas en niveles competitivos superiores” (Jarillo, 1988).

“La red puede ser vista como un conjunto de “nudos “ o “posiciones” ocupadas por empresas independientes, y un conjunto de relaciones que implican acuerdos entre estas empresas” (Menguzzato, 1992: 40).

“Las redes son grupos de empresas coordinadas por mecanismos de mercado en vez de por cadenas jerárquicas” (Miles y Snow, 1992).

“Las redes pueden ser contempladas como un conjunto de empresas, entre las que no existe una relación de subordinación, que mantienen diversos vínculos cooperativos, por medio de los cuales son capaces de realizar acciones conjuntas coordinadas” (García, 1993).

“La red puede definirse como dos o más organizaciones involucradas en relaciones a largo plazo” (Snodgrass, 1993).

“Una red es un conjunto de relaciones de confianza entre personas que forman un grupo social” (Casson, 1995).

“La red es el conjunto de relaciones formales e informales en torno al empresario” (Vázquez, 1999).

Fuente: elaboración propia.

Tras una primera lectura de las definiciones expuestas se puede llegar a un consenso inicial en cuanto a que una red, *network*, es un concepto difícil de abordar, una noción abstracta que hace referencia a un tipo de nodos (personas, instituciones o empresas) y a las relaciones que unen estos nodos (Fombrum, 1982; Knoke y Kuklinsky, 1983; Britto, 2001).

Pero además, si se analizan con mayor detenimiento esas definiciones se observa que en función de los elementos que integran las redes y las características de las relaciones entre sus miembros, éstas pueden clasificarse en tres perspectivas de estudio alternativas (Grandori y Soda, 1995; Ebers y

Jarillo, 1998; Oliver, 1998 e Inkpen y Tsang, 2005): a) organizativa o *intraempresa*, cuya principal característica es que abarca distintos elementos internos a la empresa; b) social, destaca de la misma el hecho de que implica la participación del empresario y del conjunto de personas que hay establecidas en torno a éste y c) estratégica o *interempresas*, cuyo rasgo más sobresaliente es que incluye a diferentes tipos de organizaciones.

1.1.1 El enfoque organizativo.

El principal antecedente teórico de esta perspectiva hay que buscarlo en la Teoría de los Costes de Transacción (Williamson, 1979), según la cual las redes encuentran su justificación en términos de eficiencia económica.

Buena parte de la investigación que ha adoptado esta perspectiva ha estado interesada más en el origen y elementos que constituyen sus formas que en los resultados de pertenecer a las mismas. Al respecto, Perrow (1992) argumenta que las causas de la emergencia de las redes de empresas hay que buscarlas en el giro hacia la producción flexible, la crisis del capitalismo y los interrogantes planteados sobre la eficiencia del modelo de la gran empresa integrada; por su parte, autores como Ghoshal y Bartlett (1990) estudian el caso particular de empresas desintegradas internacionalmente como son las multinacionales que están agrupadas bajo una misma unidad decisional.

Por ello, los elementos que forman la red son diferentes en función de la desagregación que se haga de las actividades de la cadena de valor. En esa línea y siguiendo a Bueno (1996) y a Fernández y Arranz (1999) se pueden identificar dos grandes modelos organizativos: “federal” y “trébol”.

El modelo federal ha sido especialmente puesto en práctica por aquellas empresas que han tenido que ajustar sus estructuras a las nuevas exigencias organizativas derivadas de las estrategias corporativas adoptadas (Buckley y Casson, 1976; Fernández, 1994).

El modelo trébol, por su parte, es el reflejo de las estrategias operativas. En este caso, la red se forma por el establecimiento de acuerdos, generalmente de subcontratación, entre diferentes unidades organizativas autónomas. El proceso se inicia cuando la empresa principal encarga a otra/s empresa/s realizar una parte o la totalidad de una función (generalmente la productiva y/o secundaria), y se desarrolla y traduce en un complejo entramado de relaciones que deben permitir una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a los entornos cambiantes. También es frecuente que parte de las actividades que se reservan las cubran temporalmente con mano de obra flexible, reservando sus competencias distintivas para su personal establecido más cualificado (Tomás et al., 1997; Fernández y Arranz, 1999).

En definitiva, desde esta perspectiva las redes de empresas son consecuencia de la respuesta adoptada por las empresas para hacer frente a los retos que el entorno económico plantea. Más allá de las relaciones que surjan entre los elementos que las forman, en este enfoque el centro de interés se traslada hacia el contraste de las formas adoptadas. De esta forma, su principal interés radica en la capacidad explicativa que nos ofrecen para comprender las respuestas que desde el diseño organizativo han adoptado las empresas.

1.1.2 La perspectiva social.

El estudio de las redes que se hace desde la perspectiva social supone concebir la empresa inmersa en un complejo entramado de relaciones entre diferentes agentes económicos. El interés de esa investigación está más centrado en las relaciones entre los elementos que en sus propias características (Gulati y Garciulo, 1999). El principal antecedente teórico de esta perspectiva es la teoría de redes, desde cuyos postulados básicos se sugiere que son la posición de los actores dentro de su red de relaciones y el contenido de esas relaciones los que afectan a sus oportunidades de acción (Oliver, 1998).

Uno de los trabajos más influyentes es el de Granovetter (1985) y su concepto de *embeddedness*. Para este autor, en la línea expuesta, la actividad de las

empresas se desarrolla incrustada, insertada o arraigada entre diversas relaciones sociales y empresariales con importantes resultados económicos no considerados por los economistas tradicionales.

Algunos trabajos, como los de Szarka (1990) y Curran et al. (1993) han puesto de manifiesto la importancia que el entorno social tiene en el desarrollo de la PYME; por su parte, Aldrich y Zimmer (1985) también han valorado de forma similar el efecto de estas redes en el emprendedor⁴; y en igual sentido se manifiestan Hite y Hesterly (2001) al afirmar que la importancia de la red es variable según el momento del ciclo de vida en el que se haya inmersa la empresa, destacándose como crucial en la etapa de nacimiento o introducción.

La naturaleza y evolución de estas redes puede explicarse a partir de las ideas centrales de la teoría del desarrollo endógeno⁵, según la cual los sistemas de empresas locales y las relaciones entre las empresas son uno de los mecanismos a través de los que se producen los procesos de crecimiento y cambio estructural de las economías locales y regionales, conformándose los modelos de redes en un instrumento útil para explicar algunos fenómenos como la dinámica de las organizaciones empresariales y de los sistemas productivos locales (Vázquez, 1999).

De esta forma, desde la perspectiva social es posible identificar diferentes formas de redes: 1) en función de las relaciones formales e informales que se establezcan entre las empresas; 2) según las transacciones que alberguen sean de información (relaciones técnicas) o de bienes y servicios (transacciones comerciales); y por ser más relevante para esta perspectiva, 3) según estén construidas: a) las *redes personales*, principalmente proporcionarían información y recursos; y b) las *redes de empresas*, las cuales proporcionarían

⁴ La palabra *emprendedor* ha recibido diferentes tratamientos en la literatura económica, en este trabajo el concepto hará referencia tanto a los nuevos empresarios (los que crean nuevas empresas) como a los que ya han accedido anteriormente a esa condición pero que llevan a cabo nuevos proyectos como el de abordar nuevos mercados o introducir nuevos procesos.

⁵ Este modelo supone llevar a cabo el crecimiento aprovechando el conjunto de recursos humanos y naturales propios de una zona determinada.

información sobre negocios, asesoramiento técnico, recursos financieros y materiales, e incluso alianzas estratégicas (Vázquez, 1999).

Desde estos planteamientos Bramanti y Senn (1993) clasifican las redes a partir de dos variables: a) grado de formalización de las relaciones o *visibilidad* y b) nivel de *complejidad* o del grado de compromiso adquirido de las mismas. Esto permite identificar relaciones caracterizadas por unos valores bajos en ambos ejes, es decir aquellas que supongan poca formalización y compromiso adquirido. Aquí se situarían las redes personales y las informales de empresa, cuyo denominador común es tratarse de relaciones implícitas o tácitas. Y en el otro extremo se situarían las redes explícitas codificadas las cuales estarían basadas en fuertes compromisos adquiridos por los socios.

En síntesis, esta perspectiva nos alerta de la necesidad de considerar el contexto social en el que se sitúan las empresas. Por tanto, el conocimiento de la influencia del espacio en el que se desarrolla la actividad económica y las relaciones que tienen lugar en el mismo son supuestamente aspectos claves para explicar el funcionamiento y la dinámica empresarial de los modelos de organización de base territorial.

1.1.3 La perspectiva estratégica.

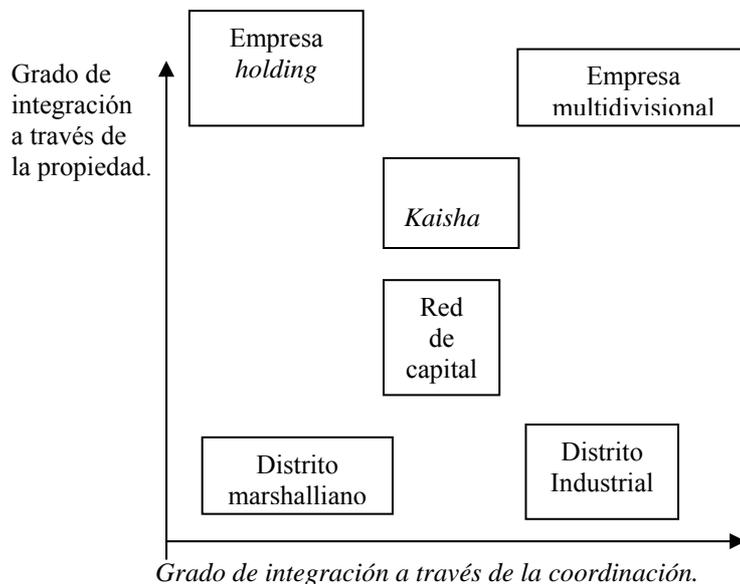
En la perspectiva estratégica el interés científico por las redes de empresas se ha basado principalmente en las consecuencias estratégicas que tiene para las empresas la pertenencia a las mismas, especialmente para las de menor dimensión (Gulati et al., 2000). Los antecedentes teóricos de este enfoque se encuentran en la aceptación del supuesto de que las redes son resultado del proceso evolutivo del entorno (Oliver, 1998).

Buena parte de los investigadores aquí alineados han centrado sus estudios en algunos de los siguientes frentes: a) en estimar los efectos económicos y no económicos que para las empresas puede tener la pertenencia a la red (Human y Provan, 1997); b) en determinar cómo influyen en el desarrollo estratégico

(Johanson y Mattson, 1988; Kogut, 2000); y c) en valorar su capacidad para la adquisición de capacidades competitivas (McEvily y Zaheer, 1999) o medir su importancia como factor determinante de los procesos de internacionalización (Welch y Welch, 1996), entre otros.

En este enfoque es habitual que el estudio de las diversas formas que dibujan las redes se desarrolle a partir de dos dimensiones, que en unos casos vienen delimitadas por el grado de estructuración (especialización) de las actividades productivas incluidas, y por el nivel de jerarquía (autonomía) entre las empresas participantes (Fernández, 1996); y en otros casos, como el representado en la figura (1.1), en función de las relaciones de control patrimonial entre los participantes (eje vertical); y b) según la intensidad, alcance y compromiso de los miembros con la red (eje horizontal) (Langlois y Robertson, 1995). Como se observa, se identifican seis posibles tipos de redes: los holdings, la empresa multidivisional, la *kaisha*, la red de capital riesgo y las redes de base territorial: los distritos marshallianos (clusters) o industriales (becattinianos).

Figura 1.1: Redes estratégicas.



Fuente: adaptado de Langlois y Robertson (1995).

Independientemente de las clasificaciones, desde esta última propuesta se puede apreciar que la característica compartida entre ambos modelos de redes

territoriales o distritos es la de una baja integración (alta independencia) de sus empresas, mientras que se diferencian en el nivel de coordinación (intensidad, alcance o compromiso) entre sus participantes.

En definitiva, la perspectiva estratégica tiene en cuenta de forma simultánea las relaciones de poder, el grado de especialización y el territorio de las empresas participantes. Permite con ello identificar realidades caracterizadas por la presencia de diferentes tipos de empresas, explicar modelos no sometidos jerárquicamente y comprender las implicaciones que puede suponer en la actividad y en las estrategias de las empresas. Tal y como se muestra en la tabla (1.2), se diferencia de las otras perspectivas, además del objeto de su estudio, en que los principales componentes de las redes son las propias empresas (ni partes de la organización ni otros actores) y que las relaciones entre ellas están basadas en una dependencia estratégica mutua (cooperación) variable.

Tabla 1.2: Perspectivas de estudio en las redes.

	Elementos que integran la red	Características de las relaciones	Interés de la investigación	Algunos modelos
Organizativa	Unidades organizativas.	Basadas en el poder. Estructuradas.	Formas que adopta.	Federal. Trébol.
Social	Empresas y actores sociales.	Basadas en la confianza. Nada estructuradas.	Las propias relaciones: formalización, intensidad y complejidad.	Personales. Informales.
Estratégica	Empresas independientes.	Cooperación. Estructuración variable.	Consecuencias estratégicas.	Clusters. Distritos industriales.

Fuente: elaboración propia.

Esos niveles de dependencia que destacan del enfoque estratégico dibujan diferentes estadios y tipos de redes territoriales cuyas extensiones son observables en cualquier actividad económica. Dado que nuestro trabajo se enmarca dentro del sector manufacturero, en el siguiente epígrafe vamos a clasificar los diferentes tipos de redes territoriales de empresas industriales cuya característica compartida es la alta autonomía de sus empresas.

1.1.4 Modelos de redes territoriales.

La representación de variantes de concentraciones territoriales de empresas que las industrias ofrecen es amplia y diversa. Reflejan distintas combinaciones, diferentes estadios evolutivos, que esas unidades especializadas y sus capacidades han adoptado para hacer frente a los cambios, fundamentalmente a los de tipo tecnológico y de mercado (Guerrieri y Pietrobelli, 2000). Como consecuencia de ello existen muchos modelos de industrias concentradas geográficamente. Una revisión de las principales tipologías, centrada en las empresas que los forman, su actividad o los fines para las que fueron creadas, como sugieren Amin y Robins (1992), nos permitirá establecer una caracterización que nos será útil para focalizar nuestro estudio.

Uno de los primeros trabajos desde los que se han contemplado (y modelizado) esas concentraciones se debe a Brusco (1992). Este autor identifica cuatro modelos de aglomeraciones territoriales de pequeñas empresas: modelo del artesano tradicional, modelo del subcontratista dependiente, modelo de distrito industrial de primera generación y modelo de distrito industrial de clase II. Los dos primeros modelos, que tuvieron lugar hasta mediados de los años 70, se caracterizaban por ser el resultado de las estrategias de descentralización productiva de las grandes empresas. En la actualidad existen distritos de primera generación y de clase II; ambos tienen en común que las empresas que los forman tienen una dependencia muy baja de la gran empresa, y les diferencia la intervención externa del gobierno local (clase II) o no (primera generación) (Brusco, 1992).

Otro trabajo con el marcado propósito de estilizar redes territoriales se debe a Markussen (1996). Desde el mismo, se amplían el elenco de aglomeraciones, y sobre las bases de la orientación y de las estructuras de gobierno identifica cinco tipos: distritos industriales marshallianos, distritos industriales italianos, distritos *Hub-and-Spoke*, *Satellite Industrial Plataform* y distrito *State-anchored*. Los dos primeros tienen en común los elementos distintivos de estas aglomeraciones: pequeñas y medianas empresas de base local que disfrutaran de

las externalidades de la mano de obra especializada y de la difusión del conocimiento; difieren en las estructuras de coordinación y cooperación, ya que están mucho más desarrolladas en el modelo italiano.

La denominación de distritos *Hub-and-Spoke* abarca aquellas situaciones en las que una importante concentración de empresas está dominada por una o varias empresas grandes, con la particularidad añadida de compartir pocos elementos del territorio. La denominación de *Satellite Industrial Platform* se corresponde con la concentración territorial de instalaciones externalizadas en esa localización de filiales o partes del proceso productivos de una gran empresa, a menudo por las ventajas en costes. Y finalmente, el distrito *State-anchored* se asimila a un gran parque tecnológico que gira alrededor de una o más instituciones del sector público (Markussen, 1996).

Propuestas conceptualizadoras como las de Altenburg y Meyer-Stamer (1999) y de McCormick (1999) han surgido con el objeto de hacer más eficaces las políticas de promoción industrial. La idea clave para estos autores es que los distintos estadios tecnológicos y los diferentes elementos (unidades) que caracterizan al territorio dibujan distintos modelos organizativos que demandan alternativos esfuerzos en política económica.

De un lado, Altenburg y Meyer-Stamer (1999) distinguen entre *clusters* de supervivencia, *clusters* avanzados y *clusters* de nuevas tecnologías. Los primeros, están formados por pequeñas empresas que, debido a la ausencia de servicios conexos y de apoyo, requieren intervenciones públicas en esta línea. Los *clusters* avanzados y de nuevas tecnologías están dominados principalmente por grandes empresas externas al mismo; en estos casos, el supuesto implícito es que el mantenimiento de los mismos con políticas que estimulen la innovación, el aprendizaje y la mejora continua favorecerán el crecimiento económico de la zona y potenciarán el surgimiento de más iniciativas locales.

Por su parte, McCormick (1999), de acuerdo a los procesos de industrialización del territorio, plantea la existencia de tres tipos diferentes de concentraciones geográficas de una industria: a) el *cluster preindustrial*, definido como aquel que se inicia en la senda del desarrollo; b) el *cluster industrializado*, que se corresponde con un modelo que potencia y facilita los procesos de especialización de sus unidades y c) el *cluster industrial complejo*, más próximo al concepto más común, que se caracteriza porque produce de manera estable y competitiva para una variedad más amplia de mercados.

Por último, también destacamos la propuesta de Brenner (2000). En la misma se distinguen cinco grandes modelos de concentraciones geográficas: a) los distritos industriales marshallianos, b) los distritos industriales italianos; c) los *clusters* industriales; a menudo los tres utilizados indistintamente; d) los distritos tecnológicos, que estarían formadas por filiales, fases del proceso productivo y actividades de I+D descentralizadas de la gran empresa y que se localizan en determinadas áreas industriales; y e) los *milleu* o medios innovadores, que son zonas caracterizadas por una fuerte actividad innovadora resultado de los contactos frecuentes y acciones colectivas de un elenco más amplio de actores allí localizados, como pueden ser centros tecnológicos y universidades.

Dado que a nuestro entender, la propuesta de Brenner (2000) captura los principales elementos descritos en las anteriores clasificaciones y que es la que está más ampliamente utilizada por la literatura económico-empresarial, esta última caracterización va a servir de guía en nuestro trabajo.

En definitiva, tal y como se viene argumentando y se resume en la tabla (1.3), un cluster o un distrito industrial no son cualquier concentración territorial de empresas, ni tampoco, adoptan un modelo único.

Tabla 1.3: Modelos de industrias clusterizadas.

Autores	Perspectiva del trabajo	Tipología propuesta
Brusco (1992)	Temporal y evolutiva de las concentraciones de pequeñas empresas	Modelo del artesano tradicional Modelo del subcontratista dependiente Modelo del distrito industrial de primera generación Modelo del distrito industrial de clase II
Markussen (1996)	Empresas componente y estructuras de gobierno	Distritos industriales marshallianos Distritos industriales italianos Distritos <i>Hub-and-Spoke</i> <i>Satellite Industrial Plataform</i> Distrito <i>State-anchored</i>
Altenburg y Meyer-Stamer (1999)	Estadios tecnológicos de la aglomeración.	<i>Clusters</i> de supervivencia <i>Clusters</i> avanzados <i>Clusters</i> de nuevas tecnologías
McCormick (1999)		<i>Cluster</i> preindustrial <i>Cluster</i> industrializado <i>Cluster</i> complejo
Brenner (2000)	Integradora.	Distritos industriales marshallianos Distritos industriales italianos <i>Clusters</i> industriales Distritos tecnológicos <i>Milleu</i> o medios innovadores

Fuente: elaboración propia.

No obstante, y con el objetivo de poder establecer las bases para su posterior estudio como unidad de análisis, se hace necesaria una matización previa entre los conceptos de cluster y distrito industrial (marshalliano o italiano), ya que en muchas ocasiones ambos son intercambiables: un distrito industrial siempre es un cluster, pero no lo contrario (Schmitz, 1995).

El concepto de cluster industrial, regional, económico o de empresas tiene su origen, tal y como luego se verá, en los trabajos de Marshall sobre las aglomeraciones industriales. Los sustantivos de cluster o de distrito industrial han servido para identificar tanto a las redes de empresas de base territorial en general como a los sistemas productivos en particular, generando de esa forma distintas denominaciones para explicar un mismo fenómeno. Por ejemplo, Silicon Valley y la Ruta 128 están denominadas indistintamente por Saxenian (1994) como distrito industrial y cluster, y esa misma localización de empresas por Enright (1998) como cluster regional. O como ocurre con la concentración empresarial del sector cerámico italiano en torno a la ciudad de Sassuolo, a la

que Porter (1990, 1999) se refiere como cluster regional/industrial y la mayoría de autores italianos como distrito industrial.

En efecto, como está bastante claro y aceptado que un cluster (industrial) es una concentración geográfica de empresas del mismo sector (industrial), y al igual que el distrito industrial, esa aglomeración se trata de un área limitada por una o unas pocas industrias relacionadas, en las que destacan dos aspectos principales: la especialización productiva y las relaciones que se mantienen entre las empresas; inspirados por trabajos como los de Gordon y McCann (2000) y propuestas como la de Becattini (2002), cuando el estudio de esas aglomeraciones se haga desde la perspectiva más amplia de modelo de organización industrial y de los determinantes de su competitividad se utilizarán indistintamente los conceptos de cluster y distrito industrial; pero si el interés se centra en las características sociales y organizativas de esa aglomeración utilizaremos únicamente el concepto de distrito industrial.

1.2 Los distritos industriales como unidad de análisis.

1.2.1 Antecedentes teóricos y bases conceptuales.

Los antecedentes teóricos de los distritos industriales se hallan en el pensamiento de Alfred Marshall, cuando en sus escritos apunta que esa forma de organización industrial puede proporcionar ciertas ventajas a las empresas instaladas en la zona de influencia. Esas ventajas tienen su origen en las economías externas resultantes de la división del trabajo entre las unidades especializadas y un espacio geográfico que reúne unas determinadas características geográficas, sociales y culturales.

Concretamente Marshall (1890), al final del Capítulo IX del Libro IV, distingue las economías internas (resultado de las inversiones de los recursos de la propia empresa, de su organización y de la eficiencia de su management) de las economías externas (dependientes y como resultado del desarrollo general de la industria). Aunque por la definición dada a éstas últimas pueda deducirse que no están ligadas especialmente a la proximidad geográfica, ya que pueden ser cosechadas en lugares bien alejados en el que se originaron, sí que es ampliamente aceptado que son particularmente significativas en las industrias concentradas geográficamente.

De hecho, el propio Marshall introduce el concepto de economías externas para explicar dos grandes aspectos: a) como un *determinante de la localización* de una actividad en un territorio⁶, que junto con otros como las condiciones físicas (clima, recursos naturales, comunicaciones para el comercio...), la existencia de una determinada demanda y la casualidad, explicarían las concentraciones geográficas de empresas; y b) como *fuerza de ventajas competitivas* para las

⁶ Hay que destacar que el primer análisis teórico que de manera explícita se encargó de estudiar las economías derivadas de las aglomeraciones de empresas lo desarrolló A. Weber (1929): *Theory of Location of Industries*. En ese trabajo, se analizan como los ahorros en costes de transporte y de mano de obra influyen positivamente como determinantes principales de localización de la industria (Richardson, 1969). Para el caso español, Fernández (1996) evidencia que las economías de aglomeración desempeñan un papel trascendental en las decisiones de localización de las empresas industriales.

empresas que se dedican a una misma industria y que están próximas geográficamente. Asimismo, en páginas siguientes, y como se resume en la tabla (1.4), profundiza en el análisis de las ventajas que obtienen.

Tabla 1.4: Algunos de los pasajes más relevantes del trabajo de Marshall sobre las ventajas de las aglomeraciones territoriales.

Entorno que favorece la innovación	“Los misterios de la industria pierden el carácter de tales y están, como si dijéramos en el aire y los niños aprenden mucho de ellos de un modo inconsciente. El buen trabajo es apreciado como se merece; los inventos y las mejoras en la maquinaria, en los procedimientos de trabajo y en la organización general de una empresa, son estudiados rápidamente para dilucidar sus méritos o defectos: si una persona lanza una idea, ésta es adoptada por los demás, que la modifican conforme a sus propias observaciones, y de ese modo se transforman en fuente de nuevas ideas”.
Maquinaria especializada	“Y pronto las actividades subsidiarias se establecen en las proximidades proporcionando a la industria principal útiles y materiales, organizando su tráfico y atendiendo de diversos modos a la economía de su material. (...) Asimismo, el uso económico de la maquinaria costosa puede a veces desarrollarse en un alto grado en un distrito en que exista una gran producción conjunta de la misma clase, aunque ninguna de las fábricas posea un capital muy grande, pues las industrias subsidiarias, que se dedican cada una a una rama del proceso de la producción y trabajan para muchas fábricas principales de sus cercanías, están capacitadas para emplear constantemente maquinaria muy especializada en los mejores tipos de y para hacerla trabajar con un mayor rendimiento, amortizando pronto su coste, aunque éste haya sido elevado y muy rápida su depreciación”.
Trabajadores cualificados	“Una industria localizada concentra una gran ventaja del hecho de ofrecer un mercado constante de mano de obra especializada. Los patronos acostumbran a dirigirse a cualquier lugar donde esperan encontrar probablemente una buena selección de trabajadores dotados de la habilidad especial, mientras que los que buscan trabajo van, naturalmente, a los lugares donde hay muchos patronos que necesitan obreros de su especialidad y donde pueden, por tanto, encontrar un buen mercado. El dueño de una fábrica aislada, aunque pueda disponer de una gran cantidad de obra de un carácter general, encuentra a menudo dificultad en conseguir trabajadores dedicados a la especialidad que le interesa, y un obrero especializado, cuando está sin trabajo, no lo halla siempre de un modo fácil en su oficio”.

Fuente: Marshall (1890).

Las bases teóricas marshallianas junto con los desarrollos teóricos weberianos han dado origen a un vasto cuerpo de literatura interdisciplinar centrada en la definición, condiciones, factores generadores y estilización de esas economías derivadas de las aglomeraciones territoriales de empresas, generando con ello cierta confusión terminológica, que hace que nos detengamos en su estudio.

Según Parr (2002ab), las economías de aglomeración se definen como el ahorro en costes que resulta de la concentración de la producción en una localización dada, bien para la empresa individual o para la industria en general. Éstas tienen su origen en los precios más bajos a los que las empresas adquieren los inputs, por los menores costes de transacción y por las continuas interdependencias que favorecen la acumulación de conocimiento y aprendizaje. Esos ahorros tienen importantes consecuencias a largo plazo en la

curva de costes unitarios de una empresa y, por tanto, en la configuración de las industrias.

Por eso, en este análisis que se está desarrollando, es interesante que nos detengamos brevemente a reflexionar las cuestiones derivadas sobre las condiciones que la actividad económica debe reunir para que una industria evolucione hacia la concentración territorial. En este sentido, Steile y Schiele (2002) distinguen un primer tipo de condiciones que denominan necesarias y sin las cuales es técnicamente imposible que se dé: divisibilidad del proceso productivo y transportabilidad del producto final. Esto significaría que un proceso productivo como el del acero fundido no es apropiado para el desarrollo del distrito. Y un segundo grupo de condiciones que denominan suficientes. En orden de importancia, esos factores son: larga cadena de valor, múltiples competencias, redes de innovadores y mercado volátil. En la medida en que cohabiten esos factores, las posibilidades de que esa industria evolucione hacia la aglomeración serán mayores.

A su vez, las economías de aglomeración, también según Parr, pueden dividirse en dos bloques: a) internas, o aquellas que dependen enteramente de la empresa (o del modo en la que lleve a cabo sus estrategias de crecimiento), y b) externas, que son aquellas que van más allá del control de la propia empresa y son dependientes de la existencia y acciones de otras empresa. Esos dos tipos de economías de aglomeración (externas e internas) permiten ser vistas desde la perspectiva de escala (se producen cuando se aumenta el volumen de producción), alcance (la diversidad de producción de dos o más productos resulta más eficiente que si se hace de forma separada) y complejidad (ahorros conseguidos por la participación de la empresa en diferentes etapas del proceso de producción que no se alcanzarían si el producto lo fabricara una empresa especializada pero que no estuviera conectada). La observación conjunta de todo esto se refleja en el tabla (1.5).

Tabla 1.5: Tipología de economías de aglomeración.

Dimensión	Economías internas	Economías externas
Escala	Economías de la integración horizontal.	Economías de localización.
Alcance	Economías derivadas de la integración lateral.	Economías de urbanización
Complejidad	Economías derivadas de la integración vertical	Economías de complejidad-actividad.

Fuente: Parr (2002a).

La interpretación, a efectos de clarificación terminológica de las economías de aglomeración externas, que se desprende del cuadro es la siguiente. Las *economías de localización* se derivan de la localización común e interdependencias de empresas, con bajas relaciones de poder entre ellas (independientes en su mayoría) y cierto grado de especialización productiva en un mismo sector o industria; por ejemplo, los distritos y clusters industriales. Por su parte, las *economías de urbanización*, que también resultan de la localización común de empresas, en este caso pertenecientes a diferentes sectores, al contrario que en el caso anterior, son generadas para las empresas, más que por el entramado de relaciones, debido al nivel general de actividad económica que se da en una zona específica; por ejemplo, un área industrial. Las *economías de actividad-complejas* derivan de un tipo particular de empresas que comparten una localización y que, a su vez, pertenecen a la cadena de producción de una actividad compleja, en este caso las economías tienen su origen en el ahorro en costes que se produce por la reducción de la complejidad asociada a su actividad; por ejemplo, las empresas proveedoras que están en torno a un fabricante de automóviles.

Una vez aclarado que las concentraciones territoriales de empresas pueden proporcionar importantes ventajas, de las que las economías externas son el reflejo en las industrias distritualizadas, también conviene destacar que no siempre esos efectos son positivos y lineales. Por el lado de los costes financieros, ya Marshall apuntó que la concentración geográfica puede suponer que el salario medio de la industria en esa localización sea más alto, y eso mismo puede pasar con el precio del suelo industrial. También existen otros costes, como los sociales, derivados del modelo cuyo origen puede encontrarse en los elevados niveles de contaminación del aire o del agua; o los problemas

de congestión del tráfico (Paniccia, 1999). Y finalmente, otra desventaja del modelo es que puede dejar a esa región económica más vulnerable a los cambios en la tecnología y/o mercados a causa de su especialización, ya que sin duda, en una economía local poco diversificada la significatividad de los cambios del entorno son mayores, y si son desfavorables, más dolorosos.

Sin embargo, la distritualización incrementa las capacidades para que las empresas puedan responder a una crisis y aumenta el número de oportunidades en las que las capacidades de las empresas especializadas pueden combinarse; así, el dominio de un proceso o producto puede extender las bases para moverse dentro de nuevas líneas de productos (Schmitz, 1995).

1.2.2 Situación actual y clarificación terminológica.

A pesar del balance positivo de los efectos de los distritos, no es hasta los años setenta cuando surge con fuerza un verdadero interés científico por los mismos, interés que actualmente sigue una clara tendencia creciente. La explicación a este hecho, y a su mayor utilización como unidad de análisis, hay que buscarla en la facultad que se le atribuye a este modelo organizativo de buena parte del milagro económico experimentado en ciertas regiones industriales de países desarrollados (por ejemplo, Oyonnax, en Francia; Jutlandia, en Dinamarca; Baden-Württemberg, en la República Federal de Alemania; Småland, en Suecia; Vallès, en España; Silicon Valley y el área de Los Angeles, en Estados Unidos; Cambrige en Inglaterra; Sakaki en Japón, entre otras) y especialmente italianas del centro y norte (Pyke y Sengenberger, 1992). Aunque también hay que añadir que sus efectos han sido estudiados y analizados en otras áreas geográficas menos desarrolladas y pertenecientes a otros continentes, lo que nos permite hablar de un fenómeno a nivel mundial, que está presente en diferentes sectores de la actividad económica⁷.

⁷ Buen ejemplo de ello se encuentra en los trabajos llevados a cabo por Altenburg y Meyer-Stamer (1999) en Latinoamérica, Das (1998) en el distrito industrial de Morbi en la India (azulejos para el suelo); McCormick (1999) en África; o para los fabricantes de calzado en

Según Bellandi (2002), el éxito de los distritos industriales se debió a sorpresas de tipo macroeconómico, producidas a finales de los setenta, es decir: a) cambios de tendencia en el de tamaño de las empresas, b) pervivencia de algunos sectores maduros, c) incremento del desarrollo económico en áreas geográficas caracterizadas por estar formadas por pequeñas empresas, y d) los malos resultados de las grandes empresas industriales. Un modelo de organización industrial (Piore y Sabel, 1984), una forma de organizar la producción (Storper, 1997) o un tipo de red de empresas (Langlois y Robertson, 1995), que, constituido por pequeñas unidades productivas, era capaz, a pesar de sus evidentes limitaciones derivadas del tamaño, de conseguir resultados similares o mejores con respecto a empresas de estructuras más desarrolladas y mayores.

Además, en buena parte de la literatura empresarial, principalmente italiana, y debido a los trabajos de Giacomo Becattini, más allá de justificar el papel de esas empresas menores en la economía por la descentralización de la producción o la especialización flexible (consecuencia de los cambios experimentados en el entorno y en los sistemas productivos) se aborda su estudio desde otra unidad de análisis: la del área territorial, situándose de esa forma, en la empresa y la industria tecnológicamente definida.

Adicionalmente, la interpretación que Becattini hizo de la obra de Marshall le permitió conceptualizar los procesos productivos e introducir variables de tipo sociológico y comportamental para explicar este modelo, permitiéndole afirmar que, lo que define a las empresas de ese modelo industrial⁸ es una red compleja y fuertemente enredada de economías y deseconomías externas, de conexión en los costes y de factores histórico-culturales, que incluye tanto las relaciones interempresariales como interpersonales.

Brasil, (Schmitz, 1995) y México (Rabelloti, 1995); y el de prendas de vestir de Perú (Visser, 1999), entre otros.

⁸ El hecho de que la actividad dominante sea industrial, lo distingue de la “región económica” en general (Becattini, 1992).

De esta manera, los investigadores italianos estudiaron y pretendieron identificar los factores determinantes de la continua vitalidad de la dinámica económica de esas áreas de pequeñas empresas, encontrando en las economías externas un buen punto de apoyo y base teórica para el análisis (Bellandi, 2002). Posteriormente, y como nos recuerda Sforzi (2002), a la popularización del concepto de distrito industrial (y podríamos decir también que de los clusters) han contribuido diferentes aspectos: a) el ya comentado resurgimiento de nuevos o alternativos modelos industriales al fordismo, b) el renovado interés por los investigadores en la utilización de los sistemas de empresas como unidad de análisis; c) el desarrollo económico que estas áreas han venido demostrando; y d) como sucede en Italia, su reconocimiento por parte de la Administración Pública⁹ a efectos de Política Industrial. En definitiva, la dimensión territorial se erige como una fuente de ventajas competitivas.

Además del enriquecimiento de la obra de Becattini y de Michael Porter, el desarrollo sin precedentes experimentado por la mayoría de clusters/distritos industriales animó a un importante número de investigadores a estudiar estos fenómenos desde diferentes disciplinas y enfoques. Todos estos autores y otros muchos trabajos han generado una vasta y amplia literatura referida al tema, a veces confusa, tendente en algunos casos a conceptualizaciones y estilizaciones que reclaman una clarificación terminológica.

Si se revisan algunas de las principales definiciones que de los distritos industriales existen se observa que son varias y, en algunos casos, diferentes entre si. Así que para fijar posiciones en nuestra investigación, todas éstas deben previamente recopilarse. Después de esta tarea, han sido varios los enunciados obtenidos, algunos de ellos, a modo de ejemplo, se han transcrito en la tabla (1.6). Su estudio nos va a permitir diferenciar con más amplitud a los distritos industriales de otras concentraciones geográficas de empresas, y lo que es más importante, analizar las dos principales perspectivas de su estudio (la económica y la socioeconómica).

⁹ Ley 5, del Gobierno italiano “sobre promoción de la PYME”, núm. 317 de octubre de 1991.

Tabla 1.6: Definiciones de distrito industrial.

<p>El distrito industrial...</p> <p>“es un sistema productivo localizado geográficamente y basado en una amplia división del trabajo entre pequeñas y medianas empresas especializadas en distintas fases de un sector industrial común” (Marshall, 1919).</p> <p>“es una realidad caracterizada por: una zona geográficamente delimitada y centrada en un tipo de producción predominante; un gran número de empresas de pequeña y muy pequeña dimensión; una organización flexible de la producción, que lleva a atender una demanda diferenciada; una relaciones no jerárquicas, flexibles y variables de subcontratación; un equilibrio entre competencia y cooperación, que permite la preservación del sistema; y una interconexión entre los factores económicos y extraeconómicos (sociológicos, culturales y éticos) muy intensa y profunda” (Becattini, 1979).</p> <p>“es un sistema económico localmente coordinado y bien articulado, normalmente, aunque no siempre, especializado en un producto, que se caracteriza por la división de tareas entre empresas, obteniendo éstas todas las ventajas y las economías de la aglomeración espacial” (Amin y Robins, 1992).</p> <p>“es un conjunto de empresas localizadas en una zona geográfica relativamente pequeña; que trabajan, directa o indirectamente, para el mismo mercado final; que comparten la misma gama de valores y conjunto de conocimientos y que se hallan ligadas entre sí por relaciones muy peculiares en una combinación compleja de competencia y cooperación” (Brusco, 1992).</p> <p>“son sistemas productivos definidos geográficamente, caracterizados por un gran número de empresas, en su mayoría pequeñas o muy pequeñas, que se ocupan de diversas fases y formas en la elaboración de un producto homogéneo” (Pyke y Sengerberger, 1992).</p> <p>“es una entidad socioterritorial caracterizada por las interacciones internas de un sistema de pequeñas empresas manufactureras, que intervienen en diferentes fases del mismo proceso de producción, concentradas espacialmente, estrechamente ligadas a la producción local y que comparten un territorio relativamente limitado. (Sforzi, 1992)</p> <p>“es un área considerable y espacialmente delimitada de actividad económica industrial que tiene una distintiva especialización económica relacionada con los recursos, manufacturas o servicios” (Markussen, 1996).</p>

Fuente: elaboración propia.

Así, en un primer grupo de definiciones, los distritos industriales han sido considerados como sistemas productivos especializados en un producto o un sector industrial común, ubicado en una zona geográfica delimitada y formado por un gran número de empresas, con una fuerte división de tareas entre las mismas (Marshall, 1919; Amin y Robins, 1992; Pyke y Sengerberger, 1992; Markussen, 1996). Sin embargo, este grupo de definiciones no permite diferenciar al distrito de otras concentraciones espaciales de empresas como son los *clusters* industriales.

En el segundo grupo de definiciones (Becattini, 1979; Brusco, 1992; Sforzi, 1992) se incorporan a los elementos anteriormente enumerados dos componentes más: el sociológico y el cooperativo. De esa manera, al conglomerado de empresas así definido les caracteriza las relaciones que mantienen entre sí sus unidades y que conforman lo que se ha denominado “mercado comunitario” por Dei Ottati (1988).

En definitiva, siguiendo algunos postulados como los de Tappi (2001), se puede decir que en la primera perspectiva se muestra un concepto de distrito similar al de *cluster* industrial centrado en las características económicas del mismo, basadas éstas en los conceptos de división del trabajo y especialización, en la línea apuntada por Piore y Sabel (1984). Por otro lado, cuando el énfasis o los aspectos centrales de esas concentraciones recaen sobre las características sociales y organizativas de las empresas de ese territorio (socio-económica), nos acercamos al concepto de distrito industrial italiano (Brenner, 2000), distrito industrial canónico u ortodoxo (Paniccia, 1999) o de distrito industrial puro o de libro de texto (Rabellotti, 1997).

1.2.3 La investigación sobre distritos industriales.

Existen al menos dos rasgos principales que caracterizan la investigación sobre distritos industriales: a) una tendencia creciente en su incorporación como unidad de análisis y b) ciertas carencias metodológicas en su estudio (Paniccia, 1998).

El progresivo interés por la investigación sobre distritos industriales puede medirse por el número y cantidad de publicaciones dedicadas enteramente al tema. Dado que existe un amplio bagaje de literatura interdisciplinar¹⁰, y que su tamaño no nos permite aquí citarla toda, sólo se mencionan algunas de las más importantes colecciones de composiciones en lengua inglesa, distinguiéndolas en función de su enfoque.

De carácter más heterogéneo, *Small Firms and Industrial Districts in Italy* (Goodman, Bamford y Saynor, 1989) supone la compilación de uno de los primeros libros que reuniría artículos variados dedicados a esta temática. Sólo un año después, Pyke, Becattini y Sengenberger bajo el título *Industrial*

¹⁰ Para más información sobre composiciones en italiano y otra literatura internacional, puede consultarse la web: www.clubdistretti.it o el trabajo de M. Cristina Belloi "Distretti industriali: del locale al globale" (2006): http://biblioeco.unimo.it/ext/bibliografie/bibliografia_stampata.rtf.

Districts and Interfirm Cooperation in Italy, publicaron uno de los textos de mayor influencia para los estudiosos de las concentraciones geográficas. En 1992, Pyke y Sengenberger con *Industrial Districts and Local Economic Regeneration* completaron una colección que tradujo y publicó enteramente el entonces denominado Ministerio de Trabajo y Seguridad, y que abordó aspectos poco considerados en sus antecesores como la investigación científica o la política.

Por otro lado, y más centrados en aspectos estratégicos destacan: 1) Cossentino, Pyke y Sengenberger (1996) con *Local and Regional Response to Global Pressure: The Case of Italy and its Industrial Districts*; 2) Bagella y Becchetti (2000a) con *The Competitive Advantage of Industrial Districts*, y más recientemente 3) Cainelli y Zoboti (2004) con *The Evolution of Industrial Districts*.

La carencia más destacada de los estudios sobre los distritos industriales es que han sido tradicionalmente abordados desde planteamientos básicamente teóricos y sólo en los últimos años se han utilizado los análisis empíricos (Staber y Morrison, 1999).

Esos análisis más recientes se han servido de diferentes perspectivas o enfoques, tal y como se muestra en la tabla (1.7). Así, en primer lugar, se puede encontrar un gran número de trabajos que se han centrado en analizar un sector concreto desde un único distrito industrial, como los de Molina (2001ab) para la industria cerámica de Castellón, o el de Such (1995) para la del textil de Alcoi-Ontinyent. En segundo lugar, otros trabajos se han basado en el análisis comparativo entre varios distritos industriales pertenecientes todos ellos a un mismo sector, como los trabajos sobre el textil de Signorini (1994ab) o, también, el de Rabelloti (1995); en este último caso se comparan 4 distritos industriales de ropa deportiva: 2 localizados en Italia y los otros 2 en Méjico. Una tercera perspectiva se centra en confrontar un único distrito de un sector concreto con otro/s distrito/s de otro/s sector/es diferentes, para así establecer contrastes y similitudes entre ellos; a modo de ejemplo, se tiene, por un lado, el

trabajo de Saxenian (1994) centrado en los sectores de altas tecnologías de Silicon Valley en California y el de componentes eléctricos de la Ruta 128 en Massachussets; y por otro, el de Soler (2000), este último desarrollado entre cuatro distritos de la Comunidad Valenciana como son: el textil, el juguete, el azulejo y el mueble. Finalmente, desde una perspectiva más amplia, como lo pueda ser una región o país, se han investigado de forma agregada los distritos industriales, para así verificar su existencia en la economía italiana (Sforzi, 1992) o medir el peso de este modelo organizativo sobre el total de la industria valenciana (Ybarra, 1991).

Tabla 1.7: Perspectivas de análisis de los distritos industriales.

		Número de distritos analizados por sector	
		Uno	Varios
Número de sectores analizados	Uno	Such (1995) Molina (2001ab)	Signorini (1994ab) Rabelloti (1995)
	Varios	Soler (2000) Saxenian (1994)	Ybarra (1991) Sforzi (1992)

Fuente: elaboración propia.

En esta última línea investigadora, se destaca que la importancia cuantitativa del fenómeno distritual para el caso de Italia se cifra en aproximadamente 200 distritos industriales, los cuales emplean más del 40 % de los trabajadores del sector manufacturero y suponen algo más del 43 % de los bienes fabricados que fueron exportados (Goglio, 2002). Para el caso español, hace poco que se ha publicado un trabajo de Boix y Galletto (2005) en el que se contabilizan 237 distritos industriales, los cuales albergan el 46,84% de la manufactura de España.

En definitiva, y a modo de conclusión, se puede afirmar que la unidad de análisis del distrito industrial ha supuesto en la literatura económico–empresarial un nuevo registro que ha exigido su redefinición para diferenciarlo de otros conceptos, de los que a priori compartía algunos elementos. En la revisión de esa investigación empírica nos ha sido posible identificar diferentes enfoques, en las que, en efecto, el propio distrito se convierte en ente propio

De lo visto hasta aquí se puede decir que el trabajo de Mashall es necesario pero no suficiente para explicar las aglomeraciones territoriales de empresas, ya que, si bien es a partir de las economías externas generadas por esas concentraciones geográficas cuando se puede comprender el desarrollo y éxito de los modelos de organización industrial en red, no se explica satisfactoriamente bajo qué condiciones sus efectos son visibles y el signo de ese efecto.

Como en un primer acercamiento se ha diferenciado entre distintos modelos de aglomeración territorial, para después distinguir entre un distrito industrial puro o canónico y un cluster, eso nos ha permitido a lo largo de este epígrafe discutir y comprender la distinta forma en la que operan las características sociales y organizativas del ambiente distritual.

Por todo ello, y una vez que se ha cubierto el primer objetivo planteado para este capítulo, se hace necesario que profundicemos sobre esas características sociales y organizativas del distrito, en su materialización en la especialización productiva del territorio y en el análisis del efecto económico y no económico resultado de esa combinación.

1.3 Implicaciones estratégicas de los distritos industriales.

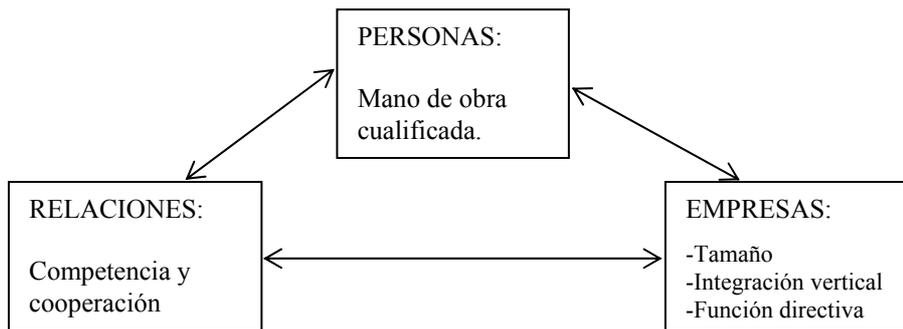
1.3.1 Las características sociales y organizativas: personas, relaciones y empresas.

Tal y como se viene argumentando, un aspecto directamente asociado con las implicaciones estratégicas de los distritos industriales tiene su base en los elementos estructurales que lo definen. Son las características relativamente estables que lo caracterizan y que afectan de muy diversa forma en sus empresas: en la organización productiva del territorio (Pietrobelli y Olarte, 2002), en las tasas innovadoras de sus empresas (Cainelli y De Liso, 2004), en su comportamiento internacional (Bechetti y Rossi, 2000b) o en sus cuentas de resultados (Signorini, 1994ab)

Por eso, en el análisis de los distritos industriales, junto al estudio de las actividades de las empresas, deben considerarse las relaciones sociales en las que éstas se hallan inmersas (*embeddedness*), para de esta forma obtener un conocimiento más amplio y completo de los comportamientos y resultados de las empresas (Granovetter, 1985, Gulati et al., 2000; Bellandi, 2002).

Desde una perspectiva de red, se pueden agrupar las características sociales y organizativas para su análisis en tres (tal y como se muestra en la figura 1.2): la comunidad de personas, el sistema de relaciones y la población de empresas. Abordar su estudio desde esta perspectiva desintegradora nos va a permitir comprender cómo actúan e interrelacionan y qué implicaciones estratégicas tienen.

Figura 1.2: Esquema de red.



Fuente: elaboración propia.

1. La comunidad de personas.

El primer elemento que lleva implícito el distrito industrial es el de la comunidad de personas que en el mismo viven y trabajan, operarios y empresarios; y que junto con las empresas y los mecanismos que las unen, configuran el sistema (Dei Ottati, 2002). En este grupo se incluyen las competencias de la mano de obra y el carácter emprendedor de sus participantes, aunque el rasgo más característico es el sistema relativamente homogéneo de valores e ideas, que son la expresión de una ética del trabajo y de actividad, de la familia, de la reciprocidad y del cambio. Un sistema de valores que fomenta la empresa y la introducción de cambios tecnológicos, y que de alguna forma garantiza la evolución y pervivencia del distrito (Becattini, 1992).

Junto al sistema de valores, se ha de desarrollar un sistema de instituciones (por ejemplo, el mercado, la escuela y la familia) y de reglas tal que difunda esos valores por todo el distrito, y los apoyen y transmitan a generaciones posteriores (Becattini, 1992). De esa forma, el sentimiento de pertenencia que tienen los individuos con aquello que hace el distrito, es un elemento que sirve para identificar a sus participantes (Becattini, 1979). Así, de la fuerte interdependencia que existe entre las personas y las organizaciones emerge un mecanismo de pacto social e integración que vigila las transacciones e intercambios que se producen dentro del distrito (Dei Ottati, 2002).

La confluencia en el distrito de una mano de obra especializada es uno de los pilares básicos sobre los que descansan las economías externas. La evidencia empírica de su existencia es amplia (Sanromá, 1996) y se caracteriza por su estabilidad; ámbito de reclutamiento esencialmente local, aunque no de manera exclusiva; niveles de formación más profesional que superior; y una alta movilidad que se constituye en las etapas que forman la promoción (Castillo, 1995; Beneyto y Guillén, 1997; Pietrobelli, 2000).

Junto al mercado de trabajo, el ambiente del distrito favorece el nacimiento de iniciativas emprendedoras (Omiccioli y Quintiliani, 2000). La renovación y ampliación de la población de empresas existente tiene lugar desde dentro, favorecida por el flujo de recursos y oportunidades de negocio que el mercado crea. Además, la empresa que sobrevive a las etapas iniciales de su creación queda en vida durante un más largo espacio de tiempo (Casavola et al., 2000), constituyendo de esta manera un espacio más homogéneo, formado en parte por antiguos empleados de otras empresas y por personas que comparten un sistema de valores, instituciones y reglas que guían la actividad empresarial del distrito.

2. El sistema de relaciones.

El segundo gran elemento estructural que define el distrito industrial es el sistema de relaciones, principalmente informales y poco estructuradas, que alberga y que tiene importantes implicaciones estratégicas para las empresas allí instaladas.

Por definición, las empresas que se incluyen en el mismo están inmersas en una compleja red de relaciones. Las características propias de cada una y su participación en la hilera de producción¹¹, junto con la intensidad y dirección de las relaciones interempresariales que mantengan y el tipo de sector o

¹¹ Un hilera de producción está integrada por diversas unidades (en general empresas) entre las que existen relaciones comerciales, técnicas, financieras..., las cuales definen un flujo de intercambios desde la parte alta a la baja de una hilera y a consecuencia de las cuales se producen unas interdependencias entre las unidades de la misma (Menguzzato y Renau, 1991).

industria al que pertenezcan, representan una amplia diversidad de situaciones o fenómenos a los que no han sido ajenos los investigadores.

Existe bastante coincidencia en la literatura distritual en caracterizar esas relaciones como una combinación de competencia y cooperación: esto significa que las empresas no sólo luchan entre sí, sino que tratan de manera conjunta de encontrar nuevos mercados para la nueva producción sin causar efectos destructivos en el sistema (Dei Ottati, 1988 y 1994). En efecto, esas particulares relaciones interempresariales que se dan son una característica que diferencia a los distritos industriales de otros sistemas de empresas, ya que esas relaciones no están subordinadas a grandes empresas (Becattini, 1992); constituyen un principio organizativo del distrito (Loveman y Sengerberger 1992), y suponen uno de los mecanismos reguladores locales que aseguran el éxito continuado (Piore, 1992).

Las formas en que se representa la cooperación en el distrito incluye múltiples actores, y tienen dos principales direcciones: horizontal y vertical. Las relaciones que mantienen entre sí los competidores se definen como horizontales. Mas allá de suponer acuerdos de reparto de mercado, implican a los fabricantes en asociaciones sectoriales, institutos tecnológicos y proyectos comerciales de los que beneficiarse mutuamente (por ejemplo, ATEVAL). Por su parte, la cooperación vertical afecta a empresas que se sitúan en los distintos niveles de la cadena de producción, debido a la división y especialización del trabajo. Básicamente, en el distrito existen dos tipos de relaciones: hacia delante “forward”, que son las que mantienen principalmente las empresas finales y que abarcan las tareas comerciales y de distribución; y hacia atrás “backward” que afecta principalmente a las empresas intermedias en la función de transformación (Rabelloti, 1995).

La intensidad de las relaciones de cooperación, tanto verticales como horizontales, se ha justificado por la proximidad geográfica, las propias características socio-productivas locales y la necesaria coordinación para hacer frente a los cambios tecnológicos (You y Wilkinson, 1994). Por eso, existen

abundantes referencias que explican el éxito o fracaso de los distritos y sus empresas por la calidad, desarrollo y frecuencia de esas relaciones, tal y como se observa en los trabajos de Costa (1993), Saxenian (1994), Staber (1997, 1998 y 2000) o Schmitz (2000), entre otros. En la actualidad, existe toda una línea de estudio encargada de analizar el cambio que en los modelos de relaciones del distrito están ocurriendo (Grandinetti y Passon, 2004). La característica más visible de esa evolución es el resurgimiento de una empresa “líder” que a través de sus estrategias de crecimiento estructuran y formalizan las relaciones. Desde esa variable relacionada con el tipo de acuerdo, es posible identificar otros modelos de redes territoriales como los distritos *Hub-and-Spoke* (Carbonara, 2002; Rama et al., 2003) y que fueron analizadas en el epígrafe 1.1.4.

3. La población de empresas.

Un tercer aspecto, causa y efecto, de lo que es un distrito industrial es que se trata de un ejemplo de realización localizada de un proceso de división del trabajo, de descentralización de la producción, que ni se diluye en el mercado general ni se concentra en una empresa o unas pocas empresas (Becattini, 1992). Esto supone que dentro de tal aglomeración se darán las siguientes características: a) existirán muchas empresas de tamaño pequeño y mediano; b) con bajo grado de integración vertical, especializadas en una o unas fases del proceso de producción; y c) según su función directiva, independientes, con escasa separación entre la propiedad y el control, y de marcado carácter familiar (Bellandi, 2002). Y que además, esa concentración para su mejora competitiva abarcará empresas de otros sectores conexos y afines, y otras instituciones como lo puedan ser las asociaciones empresariales e institutos tecnológicos (por ejemplo, AITEX). Por eso, un distrito industrial textil no sólo abarcará los productores finales de ropa o tejidos para el hogar, sino que también las empresas que se dedican a la producción de las fibras, las que fabrican hilos, botones, tintes, y también los fabricantes de máquinas para la producción textil, empresas de servicios financieros y transportistas, entre otros.

Respecto a la primera de las características antes expuestas, *el tamaño*, en el distrito hay muchas empresas pequeñas y muy pequeñas en un territorio determinado que, al estar reagrupadas en el mismo ámbito geográfico, determina una gran dimensión de conjunto que propicia tanto el aprovechamiento de economías de escala como de economías externas (Dei Ottati, 1988). Esa pequeña dimensión, para empresas localizadas dentro de alguno de los distritos industriales de la Comunidad Valenciana, está cuantificada en una media de 22 empleados y un volumen de ventas de 2,67 millones de euros, frente a 36 empleados y unas ventas de 5,36 millones de euros para empresas localizadas fuera de los mismos¹² (Giner y Santa María, 2002).

Con referencia a la segunda característica, *el grado de integración vertical*¹³, entre esas empresas pequeñas, muy pequeñas o medianas, algunas venden sus productos directamente en el mercado, mientras que otras llevan a cabo determinadas fases del proceso productivo. En este sentido, Brusco (1992) y Dei Ottati (2002) identifican tres tipos de empresas en los distritos industriales: a) las empresas que producen un bien final, o *empresas finales*, sus características más destacables es que elaboran la última o últimas fases del proceso y están más en contacto con el mercado de consumo (por ejemplo, manufacturas del hogar o prendas interiores o exteriores); b) *empresas intermedias* o monofase, destacan porque llevan a cabo una o unas pocas fases de la elaboración de un producto destinado principalmente al mercado industrial (hilaturas y acabados); c) y las empresas de industrias diferentes o *empresas relacionadas*, que son aquellas que ofrecen productos y servicios de otras industrias, pero complementarios al proceso productivo del distrito (química y maquinaria textil).

¹² La aparente menor productividad asociada a las empresas de dentro del distrito que esos datos muestran, encuentra su justificación en que las empresas industriales que están localizadas en distritos están dedicadas a sectores bastante intensivos en mano de obra, tales como el juguete, el textil y el mueble (Camisón, 1994; Giner y Santa María, 2002).

¹³ El menor grado de integración vertical es entendido como una mayor especialización en fases, medido éste como el cociente entre el valor añadido y las ventas totales o ingresos de explotación de la empresa.

La separación entre esas empresas que venden sus productos y las que actúan como subproveedores de otras empresas no es rígida: una empresa puede, en un momento dado, ser el subproveedor y en otro el vendedor. Para Becattini (1988) ese hecho se trata una condición para considerar que el distrito ha surgido y es operativo, ya que el espacio territorial de oferta se convierte en “término de elección” relevante para los intermediarios especializados en los productos del mismo.

La determinación del grado óptimo de integración vertical que haga máxima la eficiencia es difícil de establecer, puesto que el abanico de posibilidades se hallan en un continuo entre dos grandes alternativas estructurales: la internalización y externalización de las actividades por parte de las empresas. En Camisón y Guía (2001), se evidencia que en la búsqueda de mejores niveles de eficiencia, el nivel más eficaz de integración vertical de la empresa depende de la configuración organizacional de la industria¹⁴; en la que se comprueba que por las especiales características estructurales del distrito, el grado de integración óptimo para las empresas internas al mismo es menor que el de las externas.

En esta misma línea, el bajo grado de integración vertical de las empresas del distrito ha sido validado satisfactoriamente por Signorini (1994ab) en el textil italiano, y parcialmente por Soler (2000) en los distritos valencianos del mueble, calzado y textil, pero no en el cerámico. Eso significa que esta característica de las empresas distrituales no es generalizable a todas las industrias y que está más bien asociada a procesos productivos fácilmente divisibles (Steile y Schiele, 2002).

¹⁴ Si se acepta que, en palabras de Teece et al. (1994), la configuración actual de la industria está formada por empresas integradas verticalmente, empresas especializadas, diversificadores coherentes, empresas huecas y redes de empresas; en la línea propuesta por Langlois y Robertson (1995), se justificaría esa menor integración vertical por parte de las empresas, al tratarse de un sistema caracterizado por empresas especializadas independientes y la existencia de un alto grado de coordinación de la producción debido a las importantes relaciones de cooperación que se dan.

Una tercera característica propia de la población de empresas puesta de manifiesto en los estudios sobre caracterización de los distritos industriales hace referencia a la *función directiva*. En primer lugar, se destaca su carácter independiente mostrado por la baja o nula pertenencia a grupos empresariales. Eso puede suponerle importantes limitaciones en cuanto al acceso a recursos de tipo financiero, tecnológico y humano, así como un bajo poder de negociación frente a los proveedores y clientes que puede poner en peligro su crecimiento y desarrollo.

En segundo lugar, es la escasa separación entre la propiedad y la gestión de la empresa con altas connotaciones de parentesco, la que puede ocasionar importantes desventajas y ventajas. En este sentido, trabajos como los de Camisón (2001a) resumen de una manera bastante eficaz los principales efectos negativos de esta estructura de propiedad y control en las PYME:

- Desaprovecha las ventajas de la especialización inherentes al recurso del directivo profesional.
- El control de la administración por el propietario principal puede conducir a la adopción de decisiones guiadas por sus objetivos a corto plazo, que pueden repercutir desfavorablemente en la empresa si son inconciliables con los criterios de gestión óptima.
- Conduce a una rígida jerarquía vertical, que complica las relaciones entre la propiedad y los trabajadores.
- La alta concentración del capital es contraria a la diversificación de riesgos y, por lo tanto, puede desaprovechar oportunidades de crecimiento potencial y obstaculizar el desarrollo de proyectos innovadores arriesgados que pudieran implicar cambios en la estructura de propiedad.
- Puede dificultar el establecimiento de formas organizativas reticulares, basadas en la cooperación interempresarial, por el perfil personalista y poco avezado en el diálogo y la autoridad de los directivos-propietarios.

A su vez, destacan de las mismas los siguientes aspectos positivos:

- Permite minimizar las decisiones ineficientes generadas por los criterios independientes de los directivos¹⁵.
- Favorece la fijación de incentivos comunes a los propietarios del capital y al equipo directivo, permitiendo establecer sistemas de evaluación del rendimiento directivo basados en los resultados a medio y largo.
- Reduce los riesgos de emigración de conocimiento directivo especializado que, como se ha dicho, pueden dañar gravemente el equilibrio de contratos de confianza mutua y redundar en la pérdida de activos intangibles valiosos.

Finalmente, también es relevante en el *management* (función directiva) de las empresas del distrito su marcado carácter familiar. Este hecho condiciona las estructuras organizativas: las hace más simples, con un poder centralizado y poco personal técnico.

Trabajos como los de Fernández (1993) y Fernández y Nieto (2001) sobre PYMES españolas evidencian que el carácter familiar de las empresas influye en al menos dos importantes actitudes: a) con respecto al *riesgo*, ya que las empresas familiares son bastante más adversas y b) con respecto a las *estrategias*, al estar éstas marcadas por unas bajas tasas de inversión en I+D y poca propensión exportadora. La explicación que se encuentra a estas actitudes hay que buscarla en la propia constitución de esas empresas. Las creadas por un emprendedor están dispuestas a aprovechar una oportunidad del mercado y arriesgar su patrimonio y reputación, a diferencia de las familiares, que, aunque su origen sea semejante, la voluntad de permanencia y deseo de transmitir las a los descendientes hace que adopten unas posturas más conservadoras (Fernández y Nieto, 2001).

En definitiva, la revisión hasta aquí efectuada a los distritos industriales de sus características sociales y organizativas y los elementos que los conforman nos permiten concluir que: a) existe una fuerte interdependencia entre las personas y las organizaciones; b) las relaciones que se dan entre las empresas pueden

¹⁵ En el sentido del problema de *Agencia* definido por Jensen y Meckling (1976)

calificarse de intensas y c) las unidades que conforman los distritos se caracterizan por un tamaño medio menor, bajo grado de integración vertical (alta especialización) y un marcado carácter familiar.

Al estudio de la organización productiva de estas empresas en el territorio y sus efectos se le dedica el siguiente subepígrafe.

1.3.2 La organización productiva: la especialización flexible.

La adecuada combinación de los elementos estructurales genuinos del distrito industrial lleva a una configuración industrial que explica su evolución y éxito por la descentralización productiva y especialización flexible de sus empresas (Pietrobelli y Olarte, 2002).

En la literatura estratégica y organizacional la flexibilidad de la PYME, o capacidad de respuesta y/o adaptación a los cambios del entorno, está considerada como un factor clave de competitividad (Fiegenbaum y Karnani, 1991) y en los trabajos sobre concentraciones territoriales este aspecto se considera como un determinante del éxito del sistema, ya que la existencia de un mercado volátil favorece una evolución de la industria hacia la aglomeración (Steile y Schiele, 2002). A nivel del distrito, si a esto se le añade la especialización surgida por la desintegración vertical y división del trabajo entre las empresas, se tiene uno de los principales elementos del mismo, la especialización flexible o la producción flexible especializada.

La cuestión de qué es la especialización flexible y cuáles son los elementos que la forman, ha sido respondida desde dos dimensiones principales: oferta y demanda (Trullén, 1990). Por un lado, desde el lado de la oferta, la flexibilidad se entiende como una propiedad del sistema. Baste recordar para ello que las perspectivas marshalliana y becattiana han mantenido que es la organización social, “la máquina social”, la encargada de velar por que el distrito se adapte rápida y exactamente a la forma siempre cambiante de la organización de la producción y de llevar así una especie de control automático de la eficiencia en cada fase, que pueda garantizar la estabilidad del sistema. Un ejemplo de este

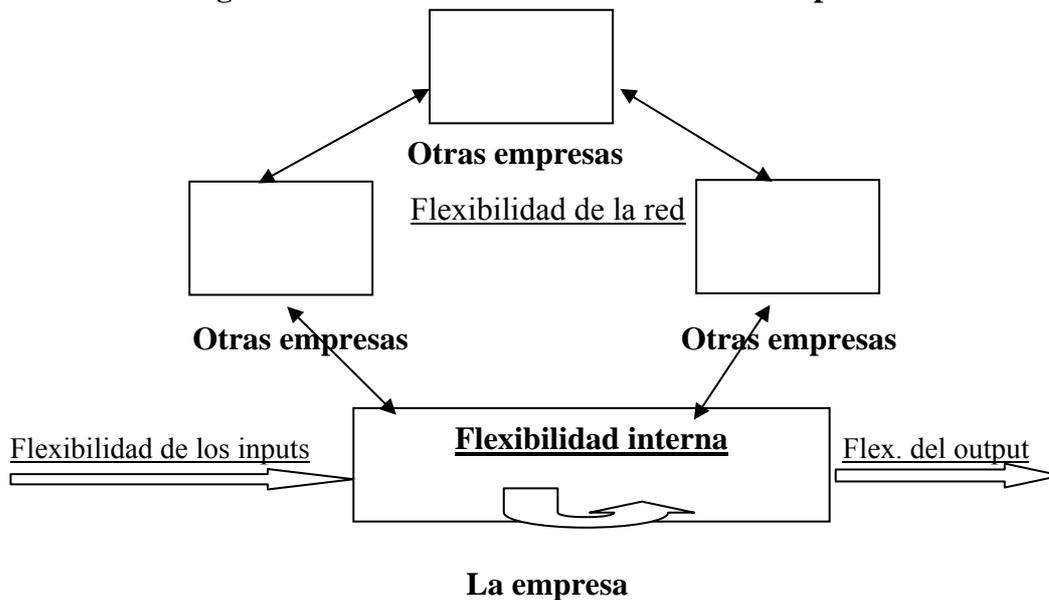
enfoque se da en la aproximación hecha al concepto por parte de Capecchi (1992), que explica que la especialización flexible es un sistema de producción caracterizado por llevarse a cabo por pequeñas y numerosas fábricas en las que la organización del trabajo se basa en la cooperación, existe una alta movilidad social de la clase obrera y se hace un producto a la medida del cliente.

Desde la demanda, Piore y Sabel (1984) definen la especialización flexible como la habilidad de las empresas para responder a los rápidos cambios en la demanda de los mercados. Esta última forma apuntada supone concebir para las pequeñas empresas la especialización flexible como una estrategia anticipadora y de eficaz respuesta ante una demanda irregular, volátil y diversificada, que justificaría la adopción de este modelo de organización de la producción. En definitiva, causa y efecto. La causa, la fuerte competencia a la que tiene que hacer frente las empresas; el efecto, la orientación hacia la diferenciación y búsqueda constante de nuevos nichos de mercado por abastecer.

Por ello, desde una perspectiva integradora, se puede decir que la especialización flexible es fruto de la capacidad de adaptación de los procesos productivos y de sus tecnologías, necesita de una mano de obra suficientemente numerosa, cualificada y ampliamente disponible, y se basa en la estrategia de baja integración vertical y en una red de relaciones sociales y empresariales que permiten al sistema hacer frente y adaptarse a las fluctuaciones de la demanda. Otra cuestión relevante es la definición de las fuentes de esa especialización y sus consecuencias estratégicas.

En esta línea apuntada, el trabajo de Wiklund y Karlsson (1994) estudia los tipos de empresas del sistema que son flexibles, en qué aspectos son flexibles y cuáles son las fuentes para alcanzar esa flexibilidad, en el distrito industrial del metal de la región de Gnosjö (Suecia). Para ello, plantean el modelo de especialización flexible que se ilustra en la figura (1.7). Por un lado representan cómo se alcanza la flexibilidad, y por otro cuáles son los resultados de la misma.

Figura 1.3: El modelo de flexibilidad de la empresa.



Fuente Wiklund y Karlsson (1994: 109).

Como se observa, el modelo describe 4 componentes diferentes que permiten alcanzar la flexibilidad del distrito industrial, a partir del simple esquema de las tres funciones básicas de la empresa en la economía: aprovisionamiento, transformación y distribución. Los componentes descritos son: la flexibilidad de los inputs (mercado de mano de obra y autónomos subcontratistas), flexibilidad interna (procesos productivos y trabajadores cualificados), flexibilidad del output (productos fabricados y gama de clientes/mercados) y flexibilidad de la red (conjunto de relaciones con otras empresas).

Del trabajo de Wiklund y Karlsson (1994) se desprenden dos ideas básicas: a) respecto al origen de la flexibilidad, que aunque la flexibilidad de un distrito es una mezcla de los 4 elementos, la combinación óptima de los mismos variará dependiendo de los requerimientos tecnológicos del sector específico al que estén vinculados; y b) respecto al resultado, que las empresas productoras finales son las más flexibles del sistema; en ellas el determinante de esa flexibilidad son los clientes externos del distrito y la fuerte influencia que sobre las mismas ejerce la habilidad requerida para adaptarse a cambios en los gustos y necesidades o para atender nuevos mercados.

El trabajo de Such (1995) para el distrito industrial del sector textil de Alcoi-Ontinyent está en la misma línea que la que se acaba de ofrecer. Este autor, en su estudio, ofrece evidencia empírica sobre el plus de flexibilidad de las empresas finales, a partir de la revisión de los canales de distribución empleados principalmente por las empresas de este distrito. Básicamente, se observan dos: a) los agentes comerciales externos (representantes comerciales y viajantes de comercio) en detrimento de las redes propias de distribución, y b) la venta a grandes cadenas de distribución. Esto es consecuencia de la segmentación de mercados textiles realizada para atender así a una mayor variedad en gustos y culturas, y que conduce a una clientela bastante dispersa. Por ello, en la medida que el cliente final no demande el establecimiento de relaciones cerradas y duraderas y exija respuestas rápidas y flexibles, uno de los principales factores de competitividad del distrito será la capacidad de adaptación a los cambios del entorno.

En definitiva, se ha visto que las características sociales y organizativas del distrito industrial crean en su territorio una industria fuertemente especializada y flexible. Este hecho unido a los factores distintivos del sistema va a propiciar diferentes efectos económicos y no económicos en sus empresas. Su estudio se desarrolla en el siguiente epígrafe.

1.3.3 El efecto distrito: resultados económicos y no económicos.

Bajo el título “efecto distrito” se engloban un amplio grupo de trabajos encargados de medir cuantitativamente las diferencias en los resultados entre empresas de un mismo sector, a partir de la variable discriminatoria definida por la pertenencia o no al área geográfica delimitada por el distrito. Esta línea de investigación persigue demostrar a través de las cuentas de resultados de las empresas las ventajas que supone la pertenencia al distrito¹⁶, y con ello, dar

¹⁶ Aunque un denominador común de todos los trabajos que en este apartado se revisan es la utilización por los mismos de las medidas de rentabilidad para establecer tales diferencias, en otros trabajos (Costa y Viladecans, 1999; Maccarini et al., 2003) se recurre, al igual que haremos en capítulos posteriores, a indicadores relacionados con la estrategia de internacionalización para verificar ese “efecto”.

respuesta a una cuestión que guía la investigación en el campo de la dirección estratégica: por qué las empresas obtienen niveles diferentes de rentabilidad (Claver et al., 2000; González, 2000; Claver et al., 2005).

Aunque existen evidentes limitaciones a esta línea de estudio que justificarían la calificación de heterogéneos que se da a buena parte de sus resultados (Harrison 1994). Esto es debido, a tres grandes factores:

- Las variables de estudio: a) respecto a la elección de los factores que se desea analizar por parte de los investigadores, y que suelen ser específicos del área de conocimiento a la que pertenecen (Paniccia, 1998); y b) debido a la mayor utilización de datos agregados, en detrimento de datos individuales (Staber, y Morrison, 1999).
- Con referencia a los supuestos adoptados: a) respecto del modelo, como en el caso del distrito industrial, se pueden encontrar diferencias en las características claves que lo definen, aunque éstas sean más de grado que sustanciales (Pyke y Sengerberger, 1992); b) en cuanto a los determinantes de la competitividad, ya que éstos son dependientes del tamaño, propiedad y grado de especialización de las empresas (Brasili y Ricci, 2001); y c) en cuanto a la *performance*, tampoco todas las empresas de una misma área geográfica y sectorial parecen disfrutar por igual de los beneficios de la aglomeración, ya que factores como son la intensidad de las relaciones permiten identificar resultados heterogéneos entre las mismas (McEvily y Zaheer, 1999, Rabelotti y Schmitz, 1999; Molina y Martínez, 2004).
- La ausencia de una metodología precisa para la identificación de los distritos industriales (Boix y Galletto, 2005). Esa deficiencia provoca importantes dificultades para establecer con precisión la existencia y localización de un distrito industrial y, con ello, la pertenencia o no de una empresa al mismo.

Estas limitaciones han llevado, en algunas ocasiones, a considerar el estudio sobre los distritos industriales como un filón de investigación ecléctico (Becchetti et al., 2003) y, en otras, han provocado cierto desconcierto por las

conclusiones obtenidas. En ciertos casos, esas incongruencias han venido causadas por la información estadística disponible, en otros, por las preferencias del investigador por la utilización de determinados criterios estadísticos; y en otros, porque la localización de estas realidades empresariales era más un medio que un fin.

Con independencia de esas limitaciones, podemos afirmar que un referente básico en los trabajos del “efecto distrito” lo forman los estudios pioneros de Signorini (1994ab). En los mismos, se manifiestan las dificultades que plantea la medición del plus competitivo del distrito, y proponen que esta tarea se desarrolle a partir de las tasas de rentabilidad. Sus trabajos sobre los distritos industriales textiles de Prato y Biella los realizó a partir de datos provenientes de la Central de Balances de Italia, sobre una base de 500 empresas del sector, en las que las dos terceras partes de las empresas que se incluían en el estudio pertenecían a alguno de los mismos.

En ambos trabajos Signorini trató de medir el impacto de algunas variables como: la especialización, el tamaño, la rentabilidad, los costes laborales, la productividad, las tasas y costes del endeudamiento, en la ventaja competitiva del distrito. Las principales conclusiones a las que llegó verifican que las empresas del distrito están más especializadas, tienen unos beneficios operativos mejores, y que aunque paguen más intereses por la deuda, tienen acceso a un mayor volumen de financiación (medida ésta por las tasas de endeudamiento). Otros autores que han tenido como referente estos trabajos, como Fabiani et al. (1998), Soler (2000) y Soler y Hernández (2001), y cuyo objetivo era el análisis empírico del efecto territorio, han llegado a similares conclusiones.

A pesar de la importante influencia de la perspectiva que plantea Signorini, su trabajo ha sido fruto de algunas críticas. Un ejemplo lo constituyen las realizadas por Tattara (2001). Los pilares principales sobre los que éstas descansan son dos:

1. Respecto a la metodología, ya que no está de acuerdo en que se compare empresas del distrito con empresas aisladas.
2. Respecto a la utilización de datos contables que no son aplicables a las pequeñas empresas.

Por todo ello, Tattara concluye que no tiene sentido medir el valor del distrito a través de la comparación entre empresas del distrito y empresas aisladas. Por un lado, porque una buena empresa no está nunca de verdad aislada (siempre hay otras empresas cercanas o empresas con las que tienen fuertes relaciones de tipo competitivo, formativo, de distribución...). Y por otro, porque la investigación sobre distritos debería basarse más en los hechos que en los datos numéricos (contables). Este último aspecto Tattara lo justifica advirtiendo de que son poco fiables los datos de los balances de las PYMES italianas¹⁷.

Pero, a pesar de esas importantes restricciones de los datos a nivel agregado, la metodología consistente en la determinación del efecto distrito por la comparación entre empresas de distinta base territorial y mismo sector, ha permitido abrir nuevas líneas de investigación sobre otras *performances* del distrito.

En este sentido, destacan las investigaciones realizadas con datos individuales (a nivel empresa). Las ventajas de esta nueva metodología son importantes, ya que permiten analizar un mayor número de variables, nominales y ordinales principalmente; facilita además la incorporación de las empresas más pequeñas, y obtiene, por todo ello, unos resultados más homogéneos. Uno de los destacables autores nacionales de esta línea es Molina (1997 y 2001ab). Sus trabajos sobre el distrito azulejero de Castellón han permitido contrastar, con una muestra de empresas que incluían externas al territorio pero pertenecientes al sector, la superioridad competitiva de los distritos, medida ésta por indicadores económico-financieros. Resultados similares, en investigaciones

¹⁷ El razonamiento de Tattara (2001) se sustenta en que un distrito por definición está formado por pequeñas y muy pequeñas empresas, caracterizadas por la poca transparencia que tienen (trabajan con doble contabilidad, balances imprecisos y poco informativos) y por mantener un

realizadas en este sector sobre el efecto distrito, son los alcanzados por Martínez (2001), Molina y Bou (2001), Molina y Martínez (2003). En todos esos trabajos se mide el efecto que algún determinante de la competitividad (los recursos compartidos o la variedad estratégica, respectivamente) tienen sobre los niveles de desempeño organizativo

A nivel internacional, Visser (1999) también ha demostrado empíricamente la diferencia en los resultados de las empresas de dentro del distrito con las empresas de fuera. En su trabajo sobre el *cluster* de ropa de vestir de Gamarra (Perú) y sobre una muestra de 130 fabricantes, de los cuales 50 pertenecen al *cluster*, estudia y verifica la positiva influencia que algunos factores característicos del distrito industrial, como su mano de obra, ejercen sobre la difusión del conocimiento y la reducción de costes.

Finalmente, otro estudio que ha investigado el efecto territorio y la influencia del mismo sobre la competitividad empresarial es el de Camisón (2001b). En el mismo se analizan 401 empresas pertenecientes a 18 sectores diferentes y tres niveles de grado de pertenencia al distrito: nula, parcial o dominante. Los resultados parecen confirmar que la percepción de los directivos está en la línea de que a más vinculación al territorio, mejor nivel de competitividad.

A modo de resumen, la relación evidenciada empíricamente entre el grado de especialización sectorial de un territorio y la eficiencia de las empresas que alberga, a nivel individual, se recoge en la siguiente tabla (1.8).

sistema de relaciones de carácter personal, basado en la mayoría de las ocasiones en la confianza.

Tabla 1.8: Estudios empíricos a nivel empresa sobre el “efecto distrito”.

Autores	Objetivo	Muestra	VARIABLES	Resultados
Molina (1997)	Análisis de las implicaciones de los SPL en la competitividad de las empresas.	Sector azulejero: 105 de dentro del distrito y 25 de fuera.	Indicadores económico-financieros, y el crecimiento de la cifra de ventas.	Las EDD, por el efecto de los recursos compartidos, obtienen ventajas competitivas que se traducen en unos resultados empresariales mejores que los de las EFD.
Visser (1999)	Demostrar empíricamente la diferencia en resultados y comportamiento de las EDD con las EFD.	Estudia 3 grupos de empresas diferentes: a) 50 del cluster de Gamarra, b) 40 de fuera, de una zona de altos ingresos, c) 40 de fuera, de una zona de bajos ingresos	Media de ventas por empleado y su evolución, uso de mano de obra familiar y difusión del conocimiento	Si que se verifica que influye el clustering en las variables analizadas, especialmente en las empresas más pequeñas.
Camisón (2001)	Vinculación entre grados de pertenencia al distrito industrial (nulo, parcial o dominante) y competitividad empresarial.	401 empresas pertenecientes a 18 sectores diferentes.	Indicadores económico-financieros, productividad y crecimiento esperado del negocio internacional para los siguientes años.	Los directivos perciben que una mayor vinculación al distrito industrial proporciona mejores niveles de desempeño competitivo.
Martínez (2001)	Estimar el efecto de los recursos compartidos sobre el desempeño organizativo.	149 empresas pertenecientes al sector del azulejo y 21 empresas no pertenecientes.	Rentabilidad y crecimiento.	Relación positiva entre la pertenencia al distrito, la rentabilidad económica y el crecimiento de las empresas.
Molina (2001)	Contrastar el efecto distrito sobre la performance de la empresa.	Sector azulejero: 105 finales y 31 auxiliares pertenecientes al distrito y 25 externas.	Indicadores económico-financieros, y el crecimiento de la cifra de ventas.	Más alta la performance de la EDD que de las EFD. Existen pocas diferencias en los resultados entre las EDD.
Molina y Bou (2001)	Contrastar la existencia y sostenimiento de la variedad estratégica dentro del distrito (opciones estratégica diferentes) y contrastar la superioridad de éste en el desempeño de sus empresas.	Sector azulejero: 96 empresas de dentro del distrito y 25 de fuera del distrito.	Resultados empresariales, dimensión, internacionalización, diversificación productiva e innovación tecnológica.	Existe variedad estratégica y es desarrollada, pero ésta no se traduce en resultados diferentes para las empresas, pero sí en resultados medios superiores y más homogéneos para la colectividad en su conjunto.
Molina y Martínez (2003)	Comparar la superior capacidad de creación de valor de las empresas que pertenecen a un distrito.	Se analizan 350 empresas industriales de la Comunidad Valenciana.	a) innovación de producto, b) innovación de procesos productivos.	Existe una positiva relación entre pertenencia al distrito, posesión de factores competitivos y creación de valor.

Fuente: elaboración propia.

En definitiva, la revisión efectuada a las implicaciones estratégicas de los distritos industriales nos permiten afirmar que:

- Las características sociales y organizativas que perviven en ese sistema territorial lo diferencian de otros modelos, a la vez que influyen de forma directa en la actividad de sus empresas.

- La forma en que esa influencia se manifiesta puede verse, por un lado, en la especialización y externalización de las empresas de parte de su cadena de valor, y de otro, en su proximidad geográfica y frecuencia de sus contactos, generando un entorno empresarial común, mezcla de competencia y cooperación.
- Como resultado de esa “estrategia compartida” son visibles sus efectos en la performance económica y no económica de sus empresas (efecto distrito).
- Aunque, también parecen existir suficientes antecedentes teóricos para suponer que la localización distritual influirá en otros aspectos (no estudiados) como las percepciones directivas.

1.4 Conclusiones e hipótesis.

Las adaptaciones organizacionales y estratégicas emergen y mutan con los cambios del entorno, de manera que las actividades que desarrollan las empresas tienden a insertarse cada vez más en redes o sistemas de relaciones complejas que incluyen una amplia variedad de actores. Las relaciones se trasladan desde dentro de la organización hacia otros puntos favorecidos por los procesos de externalización de actividades y la búsqueda de una flexibilidad que le permita adaptarse lo más adecuadamente posible a los nuevos cambios (Piore y Sabel, 1984; Boyer, 1992; Salais y Storper, 1992; Camisón, 1994; Capello, 1996; Méndez y Caravaca, 1996; Storper, 1997; Valdaliso y López, 2000)

Ante esos cambios, el modelo de organización en red se ha utilizado como ejemplo de adaptación al entorno y de referente de cómo evolucionan esos modelos. Dado que constituye un sistema empresarial que es dependiente de variables históricas y contingentes, varias han sido las perspectivas desde las que se ha realizado su estudio. Así, del análisis efectuado se ha podido comprender que el origen y contenido de las relaciones que abarca la red permiten ser vistas como organizativas, sociales y estratégicas; y que esas perspectivas centran su estudio en unos determinados aspectos (formas, relaciones y consecuencias estratégicas) que han dado fruto a diferentes tipologías de redes.

A su vez, este análisis ha desvelado que desde la perspectiva estratégica se puede vincular, por un lado, el tamaño de las unidades empresariales que configuran la red con el grado de especialización de sus actividades y el sistema de poder presente en la red; y por otro, las singulares características organizacionales de sus empresas con su *performance* económica y no económica, ello permite comprender los espacios estratégicos de las empresas que brinda la dinámica del entorno, y establecer el marco de referencia para abordar el estudio de un tipo concreto red, como es el de los distritos industriales.

La revisión efectuada de la principal literatura que ha abordado el estudio de aglomeraciones territoriales de empresas de un mismo sector, explica las economías externas y las ventajas competitivas que pueden proporcionar. El análisis de las características estructurales y organizativas y de la forma en que éstas se interrelacionan ayuda a comprender la mayor o menor influencia en los resultados empresariales. En síntesis, causa y efecto del plus competitivo de los distritos industriales.

Sin embargo, algunos estudios tendentes a replicar la influencia estratégica derivada de la localización en distritos industriales no han resultado ser del todo concluyentes. Bien por las variables empleadas en el estudio, por los supuestos adoptados o por la metodología utilizada, lo cierto es que han provocado ciertas críticas (Pyke y Sengerberger, 1992; Harrison 1994; Paniccia, 1998, Staber, y Morrison, 1999; Brasili y Ricci, 2001; Tattara, 2001).

Frente a esto, y debido a que en el mundo empresarial los continuos cambios del entorno sitúan a las empresas frente a nuevos escenarios, caben diferentes propuestas que deben permitir mejorar el estudio de los distritos industriales en aquellos aspectos en los que se muestra menos sólido, como es en el análisis de su influencia en las percepciones directivas.

Por ello, de acuerdo con: a) las particulares características sociales que perviven en esas redes de base territorial que intensifican las relaciones entre las personas, b) la propia organización productiva que potencia la especialización y la interdependencia entre las empresas y c) el efecto económico y no económico de ese entorno empresarial común (estrategia compartida) que tiene como resultado esa combinación socio-organizativa, podemos formular las siguientes hipótesis para su contrastación en la parte empírica:

Hipótesis 1: *“La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con las localizadas externamente”.*

Hipótesis 2: *“La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con las localizadas externamente”.*

Concretamente, por su facilidad operativa, planteamos:

- Hipótesis 1a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con las localizadas externamente”.
- Hipótesis 1b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración superior de la posición competitiva en comparación con las localizadas externamente”.
- Hipótesis 2a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más heterogénea de las opciones estratégicas en comparación con las localizadas externamente”.
- Hipótesis 2b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con las localizadas externamente”.

CAPÍTULO 2: LA INTERNACIONALIZACIÓN Y LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

En el actual entorno competitivo de las empresas distrituales, la internacionalización de la economía (globalización) y la estrategia de internacionalización son dos aspectos fundamentales ligados a su supervivencia. Por un lado, porque esa globalización está endureciendo sustancialmente las condiciones a las que deben enfrentarse estas empresas y, por otro, porque frente a los nuevos escenarios que deparan los cambios del entorno, la estrategia de internacionalización¹⁸ se configura como una opción clave para poder competir.

Una de las formas más visibles y amenazadoras en las que se muestra esa globalización en los distritos industriales es la deslocalización¹⁹ de las actividades productivas en cualquiera de sus manifestaciones: vía

¹⁸ En literatura existe un importante número de definiciones sobre el concepto de “internacionalización”. Así es posible definir la internacionalización como:

- el proceso por el cual las empresas incrementan tanto su conocimiento sobre la importancia que las transacciones comerciales tienen sobre su futuro, como el establecimiento y dirección de las transacciones hacia otros países (Beamish, 1990).
- el conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales a través de un proceso de creciente implicación y proyección internacional de la misma (Rialp, 1999).
- un proceso en el cual las empresas incrementan su implicación en las actividades de comercio internacional (Fletcher, 2001).

En este trabajo vamos a utilizar aquella más integradora y amplia, que además es la más utilizada actualmente:

- *el proceso de creciente implicación con los mercados internacionales* (Welch y Luostarinen, 1988)

La visión así adoptada nos permite asociar la internacionalización con un proceso dinámico y evolutivo que no es exclusivo de la empresa multinacional y que implica que durante ese proceso las relaciones establecidas influirán en el crecimiento y expansión de la empresa a lo largo de otros países.

¹⁹ En este trabajo entendemos la deslocalización desde un sentido amplio: aquel proceso por el cual las empresas ceden o trasladan parte o la totalidad de sus actividades o activos productivos hacia otras localizaciones situadas fuera de sus fronteras nacionales. Generalmente, ese traslado se justifica por una política de empresa de reducción de costes, y se produce hacia territorios de los “nuevos” países europeos (República Checa o Eslovaquia), regiones del sur del viejo continente como los Balcanes o hacia países de economías emergentes como China o Corea del Sur.

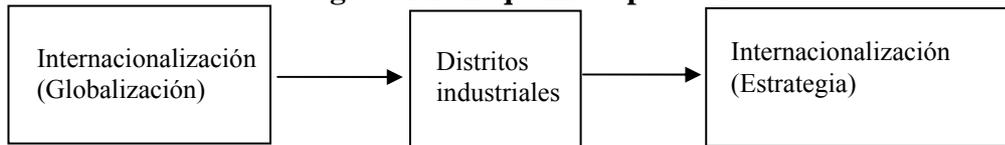
importaciones, establecimiento de acuerdos de subcontratación internacional o traslado de una empresa. Entre otros efectos, la deslocalización provoca importantes cambios en el modelo organizativo establecido y facilita la emigración de conocimientos hacia otros sistemas productivos, debilitando de esta forma el propio distrito industrial.

Por otra parte, el distrito industrial, con su orientación global, puede influir en la estrategia internacional de las PYMES de diferentes formas: a) estimulando el acceso a los mercados exteriores, ya que proporciona un entorno social que favorece ese desarrollo y b) inhibiendo la adopción de estrategias deslocalizadoras, debido a la fuerte interrelación existente entre las empresas y la comunidad de personas, que da como resultado la “estrategia compartida”.

Si como se ha visto en el capítulo anterior, la localización distritual ejerce una influencia en la actividad empresarial, pero las ventajas de esas redes de base territorial pueden verse afectadas por los cambios del entorno; si como se argumenta en la literatura económico-empresarial, esa estrategia es clave para competir con éxito frente a los nuevos escenarios competitivos; y si como algunos recientes trabajos vienen observando, los distritos industriales también influyen en los patrones de internacionalización de las empresas; la cuestión que subyace es ¿cómo está afectando en los distritos industriales esa globalización y de qué manera los mismos están influyendo en sus empresas respecto a la estrategia internacional?

De acuerdo con esos argumentos, y según la secuencia ofrecida por la figura (2.1), el objetivo del presente capítulo es doble: a) el análisis del impacto de la globalización en los distritos industriales y b) el estudio del efecto que ese modelo organizativo tiene en las empresas allí localizadas.

Figura 2.1: Esquema capítulo 2.



Fuente elaboración propia.

Para ello, el esquema que hemos seguido en el presente capítulo es el siguiente: en el primer epígrafe, se revisan algunos de los principales aspectos relacionados con la deslocalización (concepto y evolución); en la sección segunda, se analiza el impacto y la forma en la que los distritos industriales están haciendo frente a la globalización; en la tercera, el interés de nuestro trabajo se traslada en comparar el efecto de la localización en la internacionalización de sus empresas; y en el último epígrafe, se plantean las principales conclusiones y proposiciones teóricas para ser contrastadas en la parte empírica.

2.1 La deslocalización industrial: conceptualización y evolución.

Durante los últimos 30 años las empresas de los países más desarrollados, especialmente las de las industrias manufactureras tradicionales, están llevando a cabo importantes cambios en su relación con los mercados de aprovisionamiento y venta exteriores. Esa evolución se ha hecho visible en la reorganización de su aparato productivo y se puede analizar a través de diferentes indicadores de flujos de comercio internacional.

Sin embargo, la literatura económico-empresarial, cuando ha analizado esos cambios, ha enfocado su estudio en los mercados de venta y, sólo marginalmente, en los de suministro (Lye y Hamilton, 2000). Ese sorprendente desequilibrio parece difícil de entender por los siguientes motivos: 1) cuando el éxito último de los exportadores es dependiente de su comportamiento en los mercados de suministro (Overby y Servais, 2005); 2) cuando la subcontratación u outsourcing internacional es una práctica tan extendida y en tan rápida evolución, que cuatro de cada diez empresas ya la han implementado (UNCTAD, 2004a) y, sobre todo, 3) cuando el aprovisionamiento internacional provoca situaciones en las que la reorganización de la estructura productiva se traduce en la cesión y/o traslado (parcial o total) de actividades y/o activos de la empresa a otros países (deslocalización), que puede provocar la pérdida de las ventajas competitivas que estaban asociadas a un territorio.

La decisión de la deslocalización industrial es compleja y ambigua. Por un lado, porque más allá de vincularla con cuestiones puramente salariales puede esconder debilidades estructurales del tejido productivo de ese territorio y, por otro, porque se presenta de formas muy diferentes: importaciones, subcontratación internacional y/o traslado.

Esas distintas formas que puede adoptar la deslocalización han llevado a ciertas confusiones terminológicas que conviene aclarar. La primera puntualización debe de realizarse respecto al lugar o destino de esa reorganización, ya que si se lleva a cabo en el territorio de origen, o de forma

doméstica, se conceptualiza como subcontratación u outsourcing nacional o doméstico (Murray et al., 1995) (tabla 2.1).

Tabla 2.1: Modelos de reorganización de las actividades de la empresa.

		Ámbito de la empresa	
		Interno	Externo
Ámbito territorial	Nacional	No supone deslocalización: relocalización de activos.	Se traspasan a terceros del país de origen: suministro o subcontratación u outsourcing nacional/doméstico.
	Internacional	Si es realizada entre filiales extranjeras: deslocalización (cautiva) Si supone el traslado efectivo: deslocalización (clásica)	Se traspasa a terceros de fuera del país de origen: importaciones u outsourcing internacional (deslocalización externalizada).

Fuente: elaboración propia.

La segunda tiene que ver con el ámbito de propiedad de la empresa, puesto que cuando una deslocalización que se realiza en el ámbito internacional es a nivel interno de la empresa, por medio del traspaso de esas actividades a otras filiales en el extranjero, se le da el nombre de "deslocalización cautiva"²⁰.

De forma alternativa, si ésta se desarrolla fuera de los límites de la propiedad de la propia empresa, bien por medio de la compra de productos elaborados o semielaborados, bien por medio de importaciones o subcontratación internacional de productos que antes se realizaban internamente por la empresa, entonces a esa situación se le denomina "deslocalización externalizada". Y por último, sólo si se da simultáneamente el ámbito internacional y el traslado parcial o total de la empresa (a otro país) recibe el nombre de "deslocalización clásica".

Por lo tanto, en su sentido más amplio, entendemos que el fenómeno de la deslocalización incluye tres variantes: 1) la deslocalización en su sentido clásico, que como acabamos de ver, consiste en el cierre de plantas para crear otras en el extranjero, 2) la deslocalización externalizada, que es establecida contractualmente entre empresas de diferentes nacionalidades y propietarios, y

²⁰ Esta terminología es la misma que en el informe de la UNCTAD (2004b) se emplea.

3) la deslocalización cautiva, que es la que se basa en la transferencia de actividades entre filiales de la misma empresa situadas en distintos países.

Por todo ello, en este trabajo entenderemos la deslocalización en su sentido más amplio, esto es: cualquier tipo de desintegración vertical de carácter internacional de la actividad empresarial.

El análisis de la deslocalización no es sencillo. Esto es debido a que se trata de una decisión interna (confidencial) que únicamente es celebrada por el país receptor de los activos o que, en otros casos, sólo se materializa en la paralización y posterior desvío de inversiones de un país a otro. A pesar de su opacidad, las deslocalizaciones, especialmente las que se denotan como “clásicas”, son las que tienen un impacto más doloroso en la localización desde donde se efectúan, ya que se incurre en al menos tres tipos de costes: a) sociales, debidos a la pérdida de puestos de trabajo directos, a los que hay que sumar las pérdidas de ocupaciones indirectas, en muchos casos más numerosas; b) económicos, porque en la mayoría de los casos esas empresas han gozado de ayudas y beneficios fiscales y c) otros, donde se podrían incluir aquellos vinculados a una seria disminución de la capacidad competitiva asociada a un territorio.

Cualquiera de los tres modelos de deslocalización que, de forma aislada o combinada siga la empresa, suele encontrar detractores y defensores de la misma. Hoy en día, nadie cuestiona su coste social, aunque los que la defienden insisten en que el desarrollo de esta estrategia no se trata de un juego de suma cero. Al contrario, desde un marco más económico que social se argumenta que ese traslado internacional de las actividades productivas de la empresa, a largo plazo, supone unas ganancias de las que todos se benefician²¹.

²¹ El argumento que plantean es sencillo: los consumidores de los países desarrollados se benefician de unos productos elaborados más eficientemente, mientras que las empresas deslocalizadas se vuelven más competitivas, al mismo tiempo que mejoran su cuenta de resultados. Por el lado de las ocupaciones perdidas, éstas van a los países receptores que ven así reducir su nivel de desocupación, al mismo tiempo que aumentan su nivel de renta.

No obstante, recientes informes elaborados por diferentes organizaciones no gubernamentales como Intermon Oxfam, la Fundación Paz y Solidaridad, Naciones Unidas o la Organización Internacional del Trabajo, alertan de las condiciones precarias en las que se realizan esos

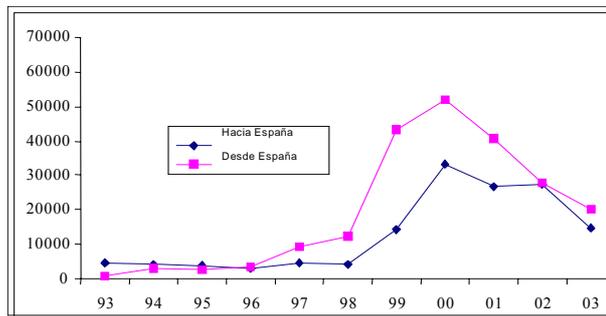
De forma independiente a la opinión que cada uno tenga, pensamos que existe la necesidad de valorar la tasa de deslocalización que una actividad está experimentando. Aunque no existe una única medida que nos permita cuantificar eso, sí que podemos acercarnos, desde una evaluación intuitiva, a través del estudio de la evolución más reciente por medio de diferentes medidas indirectas, como son la tendencia seguida por sus flujos de inversión o los de comercio exterior.

Para ello se suelen emplear indicadores como: a) presencia de capital extranjero (por ejemplo español) en una economía extranjera, o del capital no español en la economía nacional y b) los flujos de importaciones. Con ese fin se usan diferentes fuentes y tipos de información como las que proporcionan las siguientes: Ministerio de Economía y Hacienda, el Registro de Inversiones del Ministerio de Economía o el Instituto Nacional de Estadística.

Si se tienen en cuenta los flujos de inversión neta de los no residentes hacia la economía española y, de otro, los flujos de inversión al extranjero de residentes españoles (figura 2.2), se observa que en el periodo analizado (1993-2003) se ha producido un fuerte incremento de los dos flujos en el espacio de tiempo comprendido entre 1998-2000, para posteriormente desacelerarse esa tendencia y, lo que ahora puede ser más relevante, observarse un reavivido de las inversiones desde España (aumento de las deslocalizaciones).

trabajos. En muchos casos las tareas son realizadas por niños, en jornadas laborales maratonianas y sin respetarse ningún tipo derecho laboral o humano.

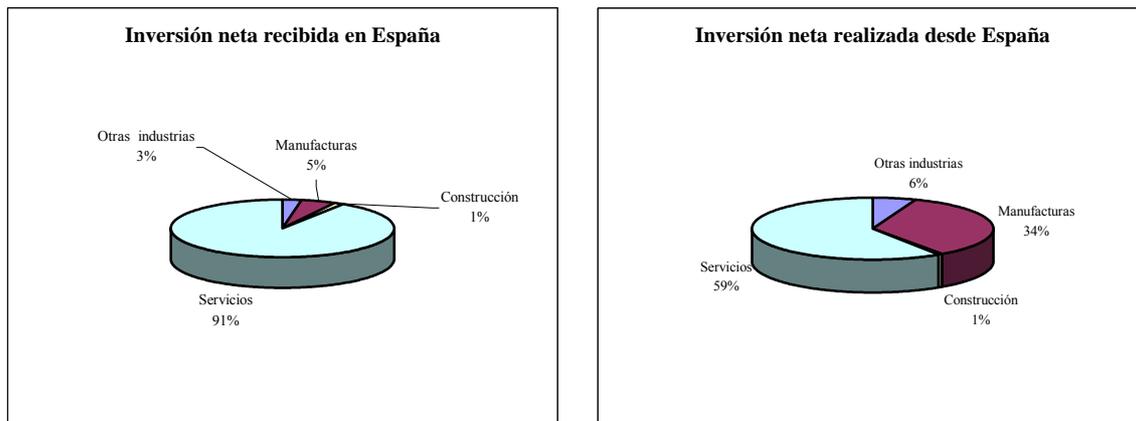
Figura 2.2: Flujos de inversiones en millones de euros.



Fuente: Dirección General de Comercio e Inversiones (2004)

Otro indicador bastante utilizado atiende, más que al volumen de inversiones, al origen sectorial desde donde las mismas son acogidas u originadas (figura 2.3).

Figura 2.3: Destino y origen sectorial de las inversiones extranjeras y españolas (2000-03).



Fuente: Dirección General de Comercio e Inversiones (2004) y elaboración propia.

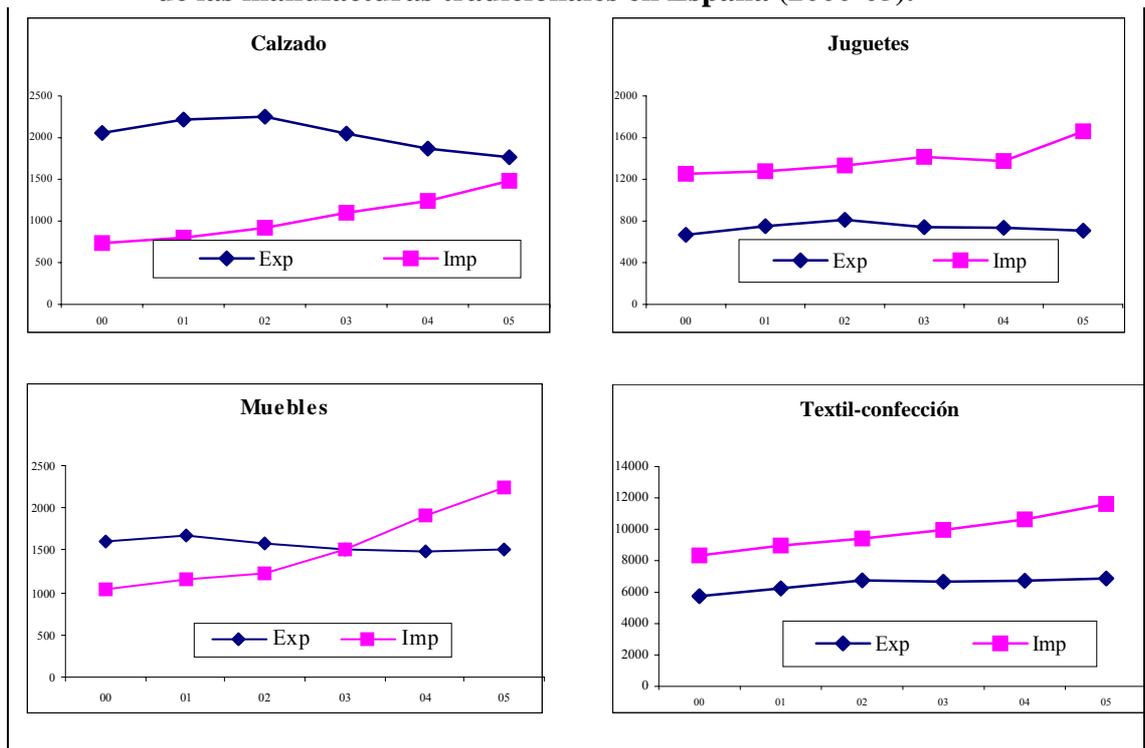
De la comparación entre ambas figuras se desprende que el sector español mayor receptor de la inversión extranjera es el de servicios (91%), siendo marginal el importe que reciben los otros sectores de actividad. De este dato se deduce el poco atractivo que para los inversores extranjeros pueden tener estos sectores económicos, especialmente las manufacturas.

Con respecto al sector que mayor flujo de inversión traslada al extranjero es también el de servicios (59%), seguido por el de las manufacturas (34%),

siendo esto último un claro indicador de la significativa deslocalización que están sufriendo las manufacturas, ya que mientras que los flujos de inversión que se van al exterior del sector servicios se pueden deber a transacciones financieras, inversiones o expansión de ciertas cadenas hoteleras o de telefonía en el extranjero; en el caso de las manufacturas, más que a un desarrollo, esos flujos se deben a desinversiones realizadas en este sector en territorio español (Myro y Fernandez, 2004).

Por último, otro claro indicador del nivel de deslocalización se refleja en la negativa evolución que ha tenido en los últimos años el saldo de las cifras de comercio exterior de las principales industrias manufactureras tradicionales españolas (figura 2.4).

Figura 2.4: Evolución en millones de euros de la cifra de comercio exterior de las manufacturas tradicionales en España (2000-05).



Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio y elaboración propia.

Como se observa, mientras que en los cuatro sectores analizados se produce un mantenimiento o una constante disminución de las exportaciones, la característica más compartida por todos ellos es el incremento sostenido de las cifras de importación.

En definitiva, la evolución más reciente de la deslocalización en su sentido amplio supone una realidad, que está afectando la actividad empresarial de la industria manufacturera tradicional española.

2.2 Los distritos industriales ante los nuevos escenarios competitivos.

La mundialización de la economía es un hecho al que la mayoría de las empresas (distrituales o no) deben hacer frente. Como se ha visto en el capítulo anterior, durante las tres últimas décadas pasadas los cambios inducidos por la mayor apertura de los mercados al exterior y los avances tecnológicos (globalización) han llevado a cambios importantes en la reorganización de los sistemas productivos dando más protagonismo al territorio. Aunque esos cambios, qué duda cabe, también han reforzado el papel de las estrategias formuladas por parte de esas empresas en materia de innovación, descentralización productiva y/o subcontratación, e internacionalización²², entre otras.

Hoy en día, todo parece indicar que esa globalización será la tendencia futura para todos los sectores, ya que se ve favorecida por la concurrencia de una serie de factores tales como (Renau, 1996):

- a) el progreso tecnológico que ha propiciado la mejora de los transportes y de las comunicaciones y la reducción regular y significativa de sus costes,
- b) la progresiva homogeneización a escala mundial de los gustos y pautas de consumo, debida a un mejor conocimiento de las nacionalidades entre sí y al desarrollo de la comunicación en masas,
- c) las desregulación acrecentada en los últimos años con la creación de zonas de libre comercio,
- d) el rápido crecimiento de los mercados financieros a nivel mundial y un fuerte incremento de la circulación del dinero que facilita la instalación de empresas a nivel mundial,

²² Dentro de los distintos niveles de estrategia que la dirección estratégica establece, a saber: corporativo, negocio y funcional (Menguzzato y Renau, 1991), nuestro análisis se va a centrar principalmente en el primer nivel. Es decir, en aquel que hace referencia al ámbito donde la empresa competirá, en este caso en los mercados extranjeros. Por tanto, las decisiones relativas a las formas en que la empresa competirá con cada uno de sus negocios o los recursos que invertirá de cada una de sus áreas funcionales no será analizado en este trabajo.

e) los procesos de concentración, vía fusiones y adquisiciones, tanto a nivel nacional como internacional vividos en algunos sectores,

f) la “deslocalización” de la producción en zonas que son fuentes de ventajas competitivas para las empresas o filiales allí instaladas.

Como consecuencia de eso, se puede pensar que frente al nuevo escenario del s.XXI es posible encontrar un continuo amplio de acciones y estrategias que las empresas han desarrollado. Por ejemplo, en materia de desarrollo internacional²³, trabajos como los de Julien (1996) han ofrecido una clasificación de las respuestas que las PYMES de países avanzados han llevado a cabo para hacer frente a esa globalización (tabla 2.2):

Tabla 2.2: Tipología de respuestas de las PYMES a la globalización.

ÁMBITO DE APROVISIONAMIENTO	Internacional	PYMES que utilizan recursos internacionales	PYMES internacionalizadas
	Local	PYMES que operan y compiten local y/o regionalmente	PYMES exportadoras
		Local	Internacional
		MERCADO	

Empresas no afectadas por la globalización

Fuente: Julien (1996).

Como se observa, en esa clasificación Julien combina dos dimensiones. Por un lado, la que hace referencia al ámbito de aprovisionamiento o de origen de los

²³ En función de que la naturaleza del desarrollo internacional de la empresa tenga su origen en los inputs o en los outputs, podemos diferenciar tres grandes categorías: el abastecimiento internacional, la exportación y el desarrollo contractual, asociativo o autónomo (Vázquez, 1995).

El abastecimiento internacional (importación) consiste en el suministro que hace la empresa de materias primas y bienes de equipo en los mercados internacionales. La exportación, en su sentido más amplio, supone producir en el país de origen desde donde posteriormente se abastece a los distintos mercados internacionales. Los modelos contractuales, asociativos o autónomos consisten en fórmulas más avanzadas basadas en la deslocalización nacional de la producción. A modo de ejemplo, tenemos para cada uno respectivamente: la inversión indirecta (licencias y franquicias), la inversión directa en el exterior “IDE” (la *joint-venture*) y la creación de subsidiarias o filiales propia.

recursos utilizados en los procesos de transformación, distinguiéndose a su vez dos situaciones: a) la utilización de factores productivos locales o próximos geográficamente y b) la del recurso hacia aquellos situados fuera de sus fronteras; por ejemplo la importación de materias primas o abastecimiento internacional. Por otro, estudia los mercados de destino de los productos, distinguiéndose también dos principales: el local o doméstico y el internacional o situado fuera de sus fronteras nacionales.

A partir de ese trabajo, Julien, en consonancia con otros trabajos, propone 6 tipos de PYMES:

1. Aquellas que no se ven afectadas por los procesos de globalización, pues actúan bajo un régimen de protección, que las salvaguarda de otros competidores.
2. Las PYMES que han optado por actuar sólo localmente, a veces como empresas que fabrican productos intermedios y/o cuyos mercados son estrictamente locales.
3. El grupo de empresas que utilizan los mercados internacionales como fuente de aprovisionamiento tanto de productos como de servicios.
4. Las PYMES que si bien se abastecen localmente, venden parte de sus productos en los mercados internacionales, principalmente bajo la fórmula de la exportación²⁴. Dentro de este grupo es posible identificar 3 tipos de

²⁴ La exportación es la fórmula más asequible para iniciarse en la andadura internacional. A su vez es posible distinguir dos grandes modalidades de exportación: a) la indirecta o pasiva y b) la directa o activa. En el primer caso la problemática exterior está en manos de un intermediario localizado en el país de origen y a través del cual se gesta la operación. Este intermediario puede actuar a comisión o pago fijo y reviste distintas modalidades. Las más habituales son: el comprador extranjero, el agente o representante comercial dedicado a la importación-exportación, las *trading companies* o sociedades comerciales que distribuyen los productos por el extranjero y la cooperación con otras empresas como son los consorcios de exportación. Con respecto a la exportación directa o activa, hay que destacar que en este caso la empresa sí que entra en contacto con los compradores finales en el extranjero, haciéndose cargo en este caso de todos los aspectos burocráticos, logísticos y financieros de la exportación. En esta modalidad también es posible identificar distintas modalidades como la utilización de representantes comerciales propios que actúan a nivel internacional, llegar a acuerdos con agentes locales del país de destino que se encargarán de negociar en nombre de la empresa, recurrir a distribuidores locales que comprarán los productos para venderlos en el mercado local y la creación de filiales comerciales propias en el extranjero (Pla y León, 2004). Existe en la literatura cierto consenso en afirmar que la elección de un tipo de exportación u otro, o la decisión de optar por formas más desarrolladas como los modelos contractuales o la

empresas: a) “oportunistas”, que son las que lo hacen de manera puntual, básicamente para atender un pedido ocasional que viene desde fuera de sus fronteras; b) “profesionales”, que son empresas que de forma continua venden en el exterior un alto porcentaje de su fabricación y que incluso alcanzan mercados lejanos, y c) “vacilantes”, grupo formado por aquellas empresas que, actuando en los mercados foráneos, están planteando comprometerse más intensamente o abandonar la estrategia internacional debido al esfuerzo creciente que esta actividad les exige y que les puede estorbar en el desarrollo de su estrategia local.

5. Las PYMES internacionalizadas, que son aquel reducido grupo de empresas que actúan de manera regular en los mercados exteriores, bien en busca de aprovisionamientos de productos y/o servicios, bien para la venta de sus productos, utilizando en muchos casos fórmulas más complejas de actuación en los mercados internacionales, como los sistemas contractuales y la IDE.

6. Las redes de PYMES, que están formadas por aquellas empresas que en lugar de considerarse individualmente, se analizan desde el prisma del sistema organizativo que conforman. En muchos casos, el resultado de esa red se muestra por una fuerte presencia en los mercados internacionales. Algunos ejemplos los constituyen los distritos industriales. En estos sistemas, es posible identificar empresas que se pueden situar en cualquiera de los cuatro cuadrantes antes descritos. De forma que, al igual que existen algunas empresas que operan y compiten localmente, otras lo hacen internacionalmente, algunas utilizan un ámbito de aprovisionamiento internacional y las hay también que acuden a la exportación como fórmula para comercializar sus productos.

Sin embargo, si bien esa clasificación nos permite observar diferentes tipos de respuestas a la globalización por parte de las empresas (distrituales o no), no explica satisfactoriamente dos aspectos que en el área de investigación sobre internacionalización parecen centrar el interés (Fletcher, 2001): a) los factores

IDE depende del grado de control sobre las estrategias de marketing del nivel de recursos a comprometer en la actividad internacional y del potencial nivel de beneficios a obtener.

determinantes de la adopción de la estrategia y b) el proceso que las empresas siguen en su andadura por los mercados no domésticos.

Desde el punto de vista de los determinantes del proceso se pueden derivar dos importantes cuestiones: a) ¿por qué en un mismo país y en un mismo sector algunas empresas deciden asumir determinados niveles de riesgo, implicándose en operaciones comprometidas con los mercados extranjeros y no sucede así con otras? (Martínez, 1998); y b) ¿cuáles pueden ser las consecuencias de esos comportamientos en la organización productiva del distrito industrial? (Grandinetti et al., 2004).

Esas cuestiones son extraordinariamente importantes por al menos dos motivos: a) por ser la estrategia de internacionalización una estrategia clave para competir con éxito en las actuales condiciones a las que se enfrentan las empresas (Pla, 1998), b) porque las respuestas que en materia internacional desarrollen las empresas distrituales, sobre todo aquellas más relacionadas con el ámbito de aprovisionamiento, suponen un importante desafío para la supervivencia de los distritos industriales (Mariotti, 2004).

Efectivamente, respecto a la primera cuestión, tradicionalmente las empresas alegaban como factores que les dificultaban el actuar más allá de sus mercados los siguientes (Jarillo y Martínez, 1991; García, 2000):

1. Limitaciones financieras, derivadas de la falta de recursos y del temor a posibles fluctuaciones adversas de los tipos de cambio.
2. Dificultades comerciales para identificar oportunidades en los mercados exteriores, en la selección de distribuidores fiables u otros medios de distribución o de adaptación y suministro de productos exportables.
3. Problemas culturales derivados de actitudes desfavorables por parte de la dirección, poca familiaridad de los directivos para hacer negocios en otros países, de interpretación y recopilación de las regulaciones gubernamentales relevantes, el exceso de tiempo y papeleo que requiere del equipo.

4. La escasa dimensión de las empresas y la falta de personal cualificado y experimentado.

5. La existencia de fuertes competidores extranjeros, especialmente de los nuevos países industrializados.

Sin embargo, diversos trabajos empíricos realizados en los últimos años han apuntado como principales detonantes señalados por las empresas para iniciar su andadura internacional, y con ello la consideración de una estrategia clave para el entorno actual, a modo de síntesis, los siguientes (Jarillo y Martínez, 1991; Canals, 1994; Selva y Muriel, 1997; García, 2000):

1. Las posibilidades de crecimiento que ofrecen nuevos mercados, sobre todo a partir de la existencia de los Acuerdos de Libre Comercio.

2. Diversificación de riesgos acumulados por operar en un sólo mercado.

3. Exceso de capacidad en el mercado actual.

4. Efecto imitación que algunas empresas siguen como criterio de adopción de estrategias.

5. La realización de economías de escala.

6. Consideración del mercado externo como mercado natural, pues la empresa es creada para actuar internacionalmente.

7. La mayor rentabilidad ofrecida por el mercado internacional donde el producto se paga mejor y se aprecia más.

8. La estrategia de seguir al cliente y de servirle allí donde éste se instale.

9. Aprovechamiento de ventajas fiscales y de mano de obra más barata.

10. Las presiones de la dura competencia local.

11. Seguir a un importante cliente en su aventura internacional

12. Buscar un fácil acceso en avances tecnológicos y de materias primas

Por otro lado, con independencia del determinante, resulta de interés analizar de forma simultánea los efectos de esa globalización, tanto en el flujo de los intercambios (por ejemplo, tasas de deslocalización) como en el contenido de los mismos (modelos de reorganización).

Por eso, en cuanto a la segunda cuestión planteada, en la actualidad ha surgido un importante debate respecto al futuro de los distritos industriales que ante los nuevos escenarios competitivos ha llevado a algunos autores a plantearse si la situación que están atravesando es de declive o de reproducción evolutiva (Grandinetti y Passon, 2005), ya que como venimos argumentando, hoy en día son muchas las ventajas que la internacionalización, especialmente de las actividades manufactureras, puede aportar a las empresas distrituales (Grandinetti et al., 2004):

- 1) Acceso a un menor coste los factores productivos.
- 2) Disponibilidad de mayores recursos productivos.
- 3) Anticiparse a los competidores.
- 4) Evitar determinadas restricciones gubernamentales.
- 5) Estar más próximas a los mercados de venta.
- 6) Estar más cerca de las oportunidades que el contexto internacional brinda.
- 7) Beneficiarse de las ventajas inherentes a la explotación de la imagen del país de destino de la deslocalización.

Ya que como apunta Mariotti (2004), la deslocalización de la producción puede ser una amenaza para el modelo distrito porque: a) incrementa los ratios de mortalidad de las empresas, se pierden puestos de trabajo y aumenta el desempleo, debilitando con ello su contexto social; b) conduce a cambios en la organización del trabajo, en el sistema de valor y en las relaciones interempresas y c) provoca un decrecimiento de la competitividad de las empresas debido a la transferencia incremental de conocimiento especializado y a la externalización de competencias productivas estratégicas internas al modelo.

Aunque esta autora también advierte que esa estrategia puede suponer una oportunidad si conduce a: 1) aumentar el contexto local a través de la generación de nuevos sistemas productivos unidos los originales distritos

industriales y 2) contribuye a la competitividad del distrito promocionando una diferenciación en la especialización y competencia entre países.

En síntesis, tal y como argumentan Lye y Hamilton (2000), las cuestiones relacionadas con el suministro internacional han sido muy poco estudiadas. Ya que no sólo consiste en comprender cuál es el actual escenario que envuelve a los distritos industriales, sino también en dar respuesta a la cuestión de cómo está influyendo en sus decisiones o, alternativamente, cómo está respondiendo ese modelo de organización industrial a la globalización; especialmente, desde el punto de vista la deslocalización de sus actividades manufactureras (Basevi y Ottaviano 2002; Amighini y Rabelotti, 2003).

2.2.1 La deslocalización en los distritos industriales.

Para entender mejor la respuesta deslocalizadora a la globalización que es llevada a cabo en el interior de los distritos industriales vamos a fragmentar el fenómeno²⁵. Esto supone contestar las preguntas de ¿por qué se deslocaliza o qué se deslocaliza?, ya que no es igual el proceso si trata de una fase, una línea o la totalidad de la fábrica; también exige resolver el interrogante de ¿cuándo se deslocaliza?, puesto que el momento en el que esa estrategia se adopta no es coincidente en todos los sectores manufactureros y, en síntesis, también necesita reflexionarse sobre aspectos relacionados con el lugar (o lugares) desde dónde o hacia dónde se traslada la producción (¿desde/hacia dónde?) o la forma en la que es realizada (¿cómo se deslocaliza?).

1. ¿Por qué se deslocaliza en un distrito industrial?

De acuerdo con la terminología de Porter (1982), en el marco establecido por una economía globalizada, la estrategia de deslocalización es una estrategia competitiva que es implementada por las empresas por dos motivos principales: a) porque puede proporcionar a las mismas un conjunto de

²⁵ En la misma línea que Pla y Suárez (2001) utilizan para explicar la internacionalización de la empresa.

ventajas competitivas difíciles de lograr de otra forma y b) porque se ha convertido en una necesidad estratégica para poder continuar compitiendo.

Las estrategias competitivas así definidas son, por lo tanto, acciones ofensivas o defensivas que siguen las empresas frente a los cambios externos (mercados) o internos (innovaciones) producidos en la economía. Cuando esas acciones colocan a las empresas en una posición privilegiada para competir y, consecuentemente, para obtener rendimientos muy superiores a la media, se consideran oportunidades susceptibles de convertirse en ventajas competitivas. La conquista de esta característica justifica que aunque algunas empresas estén obteniendo importantes beneficios en un distrito industrial trasladen sus activos a otros territorios donde las condiciones les son mucho más favorables.

En otros casos, esa estrategia de internacionalización se explica por una evolución desfavorable experimentada en las condiciones de los factores y en la necesaria redefinición de los comportamientos estratégicos vigentes. Así, el descenso en los costes de los transportes, la desregulación de los mercados propiciada por acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que favorecen la libre circulación de las mercancías, o el menor coste en mano de obra y beneficios fiscales asociados a algunas zonas, son una puerta abierta a futuros competidores, a la invasión de los productos elaborados en esas zonas, y por lo tanto una amenaza.

En un trabajo sobre el distrito italiano de la moda de Vicenza, Crestanello y Dalla Libera (2003) estudian las causas que han inducido a que las empresas allí instaladas trasladaran parte de su producción a otras regiones como Rumania. Estos autores concluyen que las dos causas principales han sido: a) la dificultad para encontrar suficiente mano de obra y b) las largas cadenas de producción (intensivas en trabajo) que caracterizan a la actividad productiva allí instalada.

2. ¿Qué se deslocaliza en un distrito industrial?

Para analizar el contenido de una deslocalización (total o parcial) previamente debemos definir la localización como el lugar donde son transformados los factores productivos (capital, tierra, trabajo y tecnología) en productos/servicios para su posterior venta en los mercados industriales o de consumidores.

De esa forma, la Teoría de la Localización formulada inicialmente por Weber (1910), explica que la ubicación de una planta dependerá de un conjunto de aspectos relacionados con el coste de esos factores productivos, el coste de su traslado y de las barreras a su libre circulación. Por ello, una empresa que se dedique a la explotación de un recurso natural, como la piedra de yeso, difícilmente trasladará sus plantas de aquella localización que esté próxima a los yacimientos; de la misma manera sucederá si el principal argumento competitivo de una empresa se encuentra en el tejido productivo donde se encuentra inmersa como es un distrito industrial, o bien están basados en la proximidad y conocimiento de los mercados.

Por ello, al hablar de qué se deslocaliza es importante aclarar que cuando la empresa dependa de un recurso exclusivo o difícilmente apropiable en otra localización como son los recursos humanos, el equipo directivo, el poder negociador o la innovación raramente desplazará su actividad; y lo hará parcialmente en aquellas fases de su proceso que le son al mismo tiempo menos dependientes de la localización, menos rentables y más fácilmente divisibles, reservándose aquellas fases en las que pueda competir más favorablemente.

En aquellos distritos industriales que están centrados en una actividad manufacturera que: a) atraviesa dificultades (por ejemplo, baja o negativa rentabilidad) y b) es divisible en diferentes fases productivas, la deslocalización será más frecuente. Por ejemplo, la lana, las fibras sintéticas o

el algodón, materias primas básicas en el textil y que constituyen la fase denominada de hiladuría/cabecera, son fácilmente descomponibles y adquiribles en cualquiera parte del mundo.

Eso explica que recientemente, a causa de los cambios globalizadores a los que está haciendo frente el textil, algunas de sus empresas distrituales especializadas en esas primeras fases muestren una tendencia deslocalizadora a países del sudeste de Europa como Albania o Rumania, que cuentan con una mano de obra más barata y poseen esas materias primas (Mariotti, 2004).

Además, nos permite sintetizar que el comportamiento diferencial interempresas que se observa a nivel intrasectorial se encuentra en la estructura de la cadena de valor y en la existencia de economías externas derivadas de su actual localización, ya que en la formulación de la estrategia de deslocalización la empresa no considera de forma aislada la actividad productiva a trasladar, sino también las distintas interrelaciones que existen entre el resto de actividades realizadas y entre el sistema de valor formado por los proveedores, clientes, competidores y administración.

De ello se deduce que una gran empresa integrada verticalmente, además de que cuenta con capacidades suficientes para trasladar su planta o instalarse en otro país, es menos dependiente de su entorno específico, ya que su argumento competitivo se basa en que la mejor realización de una parte de la actividad de la empresa (por ejemplo, el ahorro en costes en producción) puede reducir costes en la ejecución de otras actividades. Mientras que una PYME especializada, cuyo principal argumento competitivo es la flexibilidad, dependerá más de la coordinación de las tareas que de la realización de una tarea concreta y, por lo tanto, depende más de relaciones establecidas con el entorno donde se localiza.

En este sentido, el trabajo realizado en el distrito del mueble de la región italiana de Udine por Grandinetti et al. (2004) sobre cuatro empresas líderes del mismo, pone de manifiesto que las actividades deslocalizadas vía

adquisición de plantas ya existentes en el este de Europa se caracteriza simultáneamente porque las actividades que se han trasladado aportan bajo valor añadido, son “descomponibles” y, a su vez, intensivas en mano de obra.

3. ¿Cuándo se deslocaliza en un distrito industrial?

El impacto que en los países desarrollados ha tenido (y tiene) la globalización, la desregulación de los mercados y los avances en las TIC's no es uniforme en el tiempo. Algunas economías como la norteamericana o la alemana han sufrido antes esos efectos que otras como la italiana o la española.

En principio ese hecho es debido a que el grado de estímulo que ejercen esos cambios hacia la deslocalización es una condición necesaria pero no suficiente para que se desarrolle; por lo tanto, hay otros aspectos vinculados al producto/servicio o a algunas de sus fases, que explican el momento de la distribución de sus actividades productivas a nivel internacional.

Basándonos en los postulados de la Teoría del Ciclo de Vida del Producto (Vernon, 1966) se puede afirmar que, en la introducción de un nuevo proceso o producto, las actividades productivas y la comercialización del mismo se localizarán principalmente en el lugar donde se desarrollaron y desde el cual se atenderán a los mercados nacionales o internacionales. De esta manera, los cambios que son propios de esta fase inicial serán logrados de forma más eficaz. Posteriormente, a medida que se pierden las ventajas de producción y que el producto se estandariza es previsible que las empresas se dirijan más intensamente hacia los mercados foráneos para su fabricación y comercialización con fórmulas que implicarán un mayor compromiso de recursos, y si las condiciones los son favorables (menores costes de la mano de obra, beneficios fiscales...), llegarán a deslocalizarse a esos países, abandonando así el lugar donde se generó la innovación del producto/servicio.

Esto ayuda a entender el dato relativo a que la tasa de deslocalización en los servicios de telecomunicaciones sufrida en el Reino Unido o USA sea más alta

que en otros países, porque junto a la madurez de este producto, hay localizaciones con condiciones muy favorables para ese traslado como la India. Otros casos bastante gráficos pueden verse en las industrias de componentes de automóvil (Autotex, Hewlett Packard, Lear o Valeo) y su deslocalización hacia los nuevos países de la UE ante las perspectivas de tratarse de mercados con gran potencial de futuro.

En la línea apuntada, Rabellotti (2003) en un trabajo sobre el distrito italiano del calzado de Brenta, compara la senda seguida por las empresas que están dedicadas a la fabricación de un producto dirigido a segmentos medios, frente a la seguida por aquellas que se dedican a la producción para segmentos de mayor poder adquisitivo como el de lujo, ésta última caracterizada por incorporar mayor valor de innovación. Entre sus conclusiones destaca que las empresas de ese distrito han hecho frente a la globalización de diferentes formas y en distintos momentos. Concretamente, el subsector del lujo mantiene una menor relación con los mercados de aprovisionamiento exteriores, deslocalizando con ello un menor número de procesos.

4. ¿Desde dónde y hacia dónde se deslocaliza en un distrito industrial?

El origen y el destino de la deslocalización pueden explicarse conjuntamente a partir de dos enfoques teóricos: la Teoría ya clásica propuesta hace más de un siglo por David Ricardo sobre las ventajas comparativas y otras más recientes basadas en las aportaciones teóricas de Alfred Marshall y las economías externas.

Para el primer enfoque, es la posesión de un conjunto de ventajas que una región posee en comparación a otra y con respecto a unos factores productivos específicos, como son el trabajo, la tierra, el capital y la tecnología los que determinan desde dónde y hacia dónde se deslocalizará. De manera que, bajo el supuesto de que las empresas buscan la optimización del factor que más poseen y que intercambian aquellos que utilizan menos eficientemente, la existencia en una localización de ventajas en un factor permitirá a las empresas allí

instaladas ciertas ventajas (en comparación a las empresas instaladas en otras zonas), y determinará tanto la producción en la que deberá especializarse como la que distribuirán internacionalmente.

Para el segundo enfoque, la rigidez en los supuestos teóricos de su predecesora así como la no consideración de las barreras de salida o los costes crecientes /decrecientes de explotación exigen explicaciones alternativas a los distintos comportamientos geográficos de las empresas. En este sentido, las diferencias en los patrones de comercio y especialización entre las empresas de un mismo país pertenecientes a un mismo sector pueden explicarse a partir de la localización y concentración geográfica de sus empresas (Krugman y Obsteeed, 2001).

Desde este planteamiento, es de esperar que para un sector dado, las empresas localizadas en esos territorios gozarán de unas ventajas estratégicas que les llevarán a adoptar patrones de deslocalización diferentes. En esa línea, Crestanello y Dalla Libera (2003) y Amighini y Rabellotti (2006) argumentan que los diferentes patrones de especialización inherentes a una actividad y un territorio, influyen no sólo en la competitividad de las empresas distrituales sino que pueden ejercer de moderadores e inhibidores ante esta decisión.

Concretamente, Amighini y Rabellotti (2006) observan que mientras algunos distritos italianos del calzado especializados en segmentos de mercado de bajo precio externalizan hacia el sudeste europeo un gran porcentaje de producción, otros distritos, los especializados en segmentos más altos, lo hacen en menor medida y hacia una mayor variedad de países, algunos de los cuales pertenecientes a la UE-15.

5. ¿Cómo se deslocaliza en un distrito industrial?

Para profundizar en la forma que adoptará la estrategia deslocalizadora de los distritos industriales se puede aplicar el denominado paradigma ecléctico (Dunning, 1981, 1988, 1992). Desde el mismo se plantea que la transferencia

de actividades productivas de una empresa al extranjero se producirá cuando en ésta se den simultáneamente las siguientes condiciones: a) la posesión de ventajas propias que le permitan competir internacionalmente; b) que la explotación de éstas le sea más ventajoso hacerlo por ella misma que cederlas a otras empresas (economías de internalización); c) que le sea más rentable la localización de dichas actividades en otros países distintos al nacional; y d) que esa actividad internacional de la empresa sea percibida por sus directivos como congruente con la estrategia que la empresa tiene a largo plazo.

Eso explica que Mariotti (2004) al analizar las estrategias deslocalizadoras de las empresas distrituales y no distrituales italianas observe que las primeras, debido tanto al menor cumplimiento de las condiciones de Dunning, como a la interacción social que disminuye la percepción de oportunismo del socio, optan en mayor medida por la inversión indirecta (modelos contractuales); mientras que las segundas, dado su mayor tamaño y menor interrelación social, optan más profusamente por la inversión directa (modelos de propiedad).

En definitiva, conforme a la revisión efectuada es de esperar que la respuesta deslocalizadora de los distritos industriales a la globalización se vea influenciada (inhibida) a causa de un conjunto de aspectos que caracterizan el mismo y condicionan la actividad de sus empresas, tal y como se resume en la tabla (2.3).

Tabla 2.3: Respuestas de los distritos industriales a la globalización.

Deslocalización	Marco teórico	Conclusiones
¿Por qué?	Ventajas competitivas.	La deslocalización de empresas distrituales ha sido por las dificultades para encontrar mano de obra y por abarcar actividades productivas intensivas en trabajo. -Por ejemplo, distrito de la moda de Vicenza (Crestanello y Dalla Libera, 2003).
¿Qué?	Teoría de Localización.	Se deslocalizan las actividades manufactureras menos dependientes de la localización que son descomponibles, que aportan poco valor añadido y son intensivas en mano de obra. -Por ejemplo, distrito del mueble de Udine (Grandinetti et al., 2004).
¿Cuándo?	Ciclo de vida.	El momento de deslocalizarlas es mayor conforme el producto se estandariza y deja de incorporar innovaciones. -Por ejemplo distrito del calzado de Brenta (Rabellotti, 2003).
¿Desde/hacia dónde?	Economías externas.	La especialización geográfica puede actuar como inhibidora de la decisión. Se deslocalizan actividades menos defendibles estratégicamente y se hace hacia regiones que ofrecen ventajas en costes. -Por ejemplo, los distritos italianos del calzado (Amighini y Rabellotti, 2006).
¿Cómo?	Paradigma ecléctico.	El menor tamaño que por término medio tiene una empresa distritual y su mayor interrelación con el contexto social llevan a que éstas adopten estrategias deslocalizadoras que implican un menor compromiso de recursos y una menor actividad con los mercados de suministro foráneos. -Por ejemplo, los distritos del sector Made in Italy (Mariotti, 2004).

Fuente: elaboración propia.

De su lectura y de la revisión teórica hasta aquí efectuada, se puede desprender que, como respuesta a una necesidad estratégica de supervivencia, la orientación más global que local del distrito favorece el traslado de aquellas actividades o partes de la cadena de valor en las que se muestra menos competitivo hacia otras unidades organizativas (externalización) localizadas dentro o fuera del propio distrito. También es posible intuir que no todas las actividades estarán igualmente expuestas a ese proceso, puesto que aquellas que incorporen un mayor valor añadido o sean más defendibles estratégicamente en el territorio experimentarán en menor medida ese proceso. Además, las propias características sociales y organizativas del distrito basadas en la confianza mutua actuarán como un freno en la adopción de los modelos de reorganización internacional de las actividades de la empresa, especialmente de aquellos que suponen un mayor compromiso de recursos.

2.3 El efecto localización en los procesos de internacionalización de las empresas.

Con el estudio de los procesos de internacionalización de las empresas se persigue dar respuesta a dos importantes cuestiones todavía no resueltas: a) ¿por qué algunas empresas deciden internacionalizarse al poco tiempo de ser fundadas y otras tardan muchos años, si es que llegan a internacionalizarse? (Pla y Cobos, 2002) y; b) ¿cuál puede ser el efecto de la localización en esa actividad internacionalizadora? (Mariotti, 2004).

Como se ha venido argumentando esas cuestiones son, al menos, doblemente importantes: a) porque en el entorno actual en el que se hallan instaladas las empresas industriales manufactureras esa estrategia se considera clave para su supervivencia y b) porque en esta materia, los comportamientos y resultados de las empresas distrituales muestran destacadas diferencias respecto a las empresas aisladas.

Siguiendo a Elo (2005) podemos decir que la internacionalización de las empresas puede ser estudiada bajo dos principales teorías: la económica y la comportamental. La primera de éstas se centra en describir los determinantes del proceso, mientras que la segunda se centra en los procesos de desarrollo de esta estrategia.

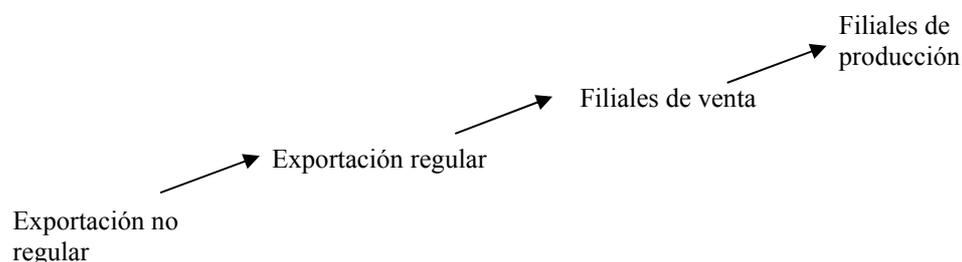
Desde esta última perspectiva es posible distinguir en función del aspecto central del análisis al menos dos enfoques diferentes: a) el Modelo de Uppsala o U-Model y el Modelo basado en la Innovación o I-Model (aspectos internos de la empresa) y b) el enfoque de Redes (el contexto social en el que se halla ésta inmersa). Aunque ambos enfoques comparten un mismo punto de partida: la internacionalización de la empresa es incremental, esto es debido tanto a la falta de conocimientos sobre los mercados exteriores como a la incertidumbre asociada con esta decisión.

2.3.1 El modelo de Uppsala y el modelo basado en la Innovación.

En la línea propuesta, el modelo de la escuela de Uppsala o U-Model (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977; Olson y Wiedersheim-Paul 1978) parte de la hipótesis de que la internacionalización de las empresas sigue un proceso secuencial, que es dependiente de la adquisición gradual de los conocimientos necesarios para hacer frente a los nuevos interrogantes que surgen de una mayor implicación en los mercados foráneos. Así, el desarrollo internacional de la empresa estará sujeto y asociado a la incertidumbre de operar en mercados distintos al doméstico. Sólo la acumulación de conocimientos en/de los mercados exteriores llevará a las empresas a incrementar sus niveles de compromiso internacional.

De forma que, a partir de la figura (2.5) se puede comprender que las empresas inician su actividad internacional con la exportación en los estadios más básicos de la misma (exportación esporádica y la exportación vía agentes económicos independientes), para ir implicándose cada vez más en la actividad internacional, dando así paso a formas más complejas, como son el establecimiento de filiales de venta, y que pueden desembocar en la inversión directa en los mercados de destino por medio de subsidiarias de producción.

Figura 2.5: El modelo de Uppsala de la internacionalización.



Fuente: adaptado de Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); Johanson y Vahlne (1977); Olson y Wiedersheim-Paul (1978).

Además, según estos autores, los destinos de la actividad internacional se llevarán a cabo en aquellos países/mercados más próximos psicológicamente,

ya que en éstos la incertidumbre percibida es menor. A partir de este estadio, la empresa irá extendiendo gradualmente sus actividades a otros países cuya distancia percibida es mayor.

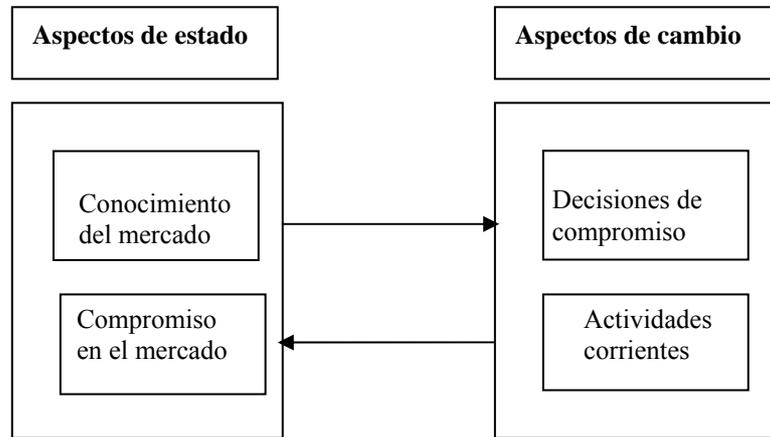
Algunos estudios, como el trabajo de Campa y Guillén (1996), demuestran que las empresas aprenden conforme a la expansión desarrollada en el extranjero, y que el aprendizaje ocurre tanto en el ámbito de la empresa como del grupo de empresas. Por tanto, existe una relación directa entre experiencia en la actividad internacional, extensión y utilización de fórmulas más avanzadas.

La literatura empresarial ha reconocido con amplio soporte empírico el U-Model, ya que debido a su sencillez, aplicabilidad a todo tipo de empresas y estudio del proceso en su totalidad, ha sido ampliamente utilizado para explicar la secuencia ordenada y progresiva en la internacionalización de las PYMES. Sin embargo, en parte de esos trabajos se alerta de que carece de valor explicativo sobre las razones que llevan a las empresas a iniciarse en el proceso. Además, dado su carácter determinista y la velocidad con la que se producen los cambios en el entorno empresarial, su capacidad explicativa queda limitada (Aspelund y Moen, 2005), ya que en determinadas situaciones las PYMES adoptan estadios superiores en periodos de tiempo relativamente cortos o incluso sin la necesidad de cubrir la totalidad de la etapas iniciales.

En un trabajo posterior, Johanson y Vahlne (1990) centraron su estudio sobre el proceso gradual y determinista del modelo, reformulándolo. En él explican el comportamiento internacional de la empresa desde la perspectiva de la interacción permanente entre los aspectos de estado (conocimientos de los mercados y de las operaciones exteriores) y los aspectos de cambio (niveles de compromiso y actividades exteriores) (figura 2.6). De manera que, el proceso de internacionalización ahora representado, se verá influido por la interacción entre los conocimientos que se disponen y adquieren, y por el compromiso creciente hacia estos mercados. El mayor conocimiento de los mercados llevará a las empresas a incrementar sus niveles de compromiso en esos mercados y

esto, a su vez, les permitirá acumular más conocimientos que supondrán una mayor transferencia de recursos.

Figura 2.6: El mecanismo básico de la internacionalización.



Fuente: Johanson and Vahlne (1977, 1990)

A pesar de esta reformulación, los propios Johanson y Vahlne (1990), admiten tres supuestos en los que el proceso secuencial puede ser matizado: a) cuando las empresas cuentan con grandes recursos o recursos sobrantes, b) cuando las condiciones de los mercados son estables y homogéneas y c) cuando la empresa tiene experiencia en otros mercados con similares condiciones.

Otra teoría explicativa del proceso internacional de la empresa lo constituye el denominado modelo basado en la Innovación o I-Model. El nombre del mismo se basa en la aplicación de los principios de difusión y desarrollo de las innovaciones con la decisión de las empresas de penetrar los mercados exteriores.

El trabajo que fue pionero de esta perspectiva se debe a Lee y Brash (1978). En el mismo, se establece que la decisión de internacionalizarse era tanto racional como planificada y dependiente de la información que disponían los directivos. De esa manera, la ampliación de las actividades comerciales hacia mercados foráneos podía comprenderse como el resultado del proceso de adquisición de unos conocimientos (información) generados por otras empresas ya iniciadas en ese proceso.

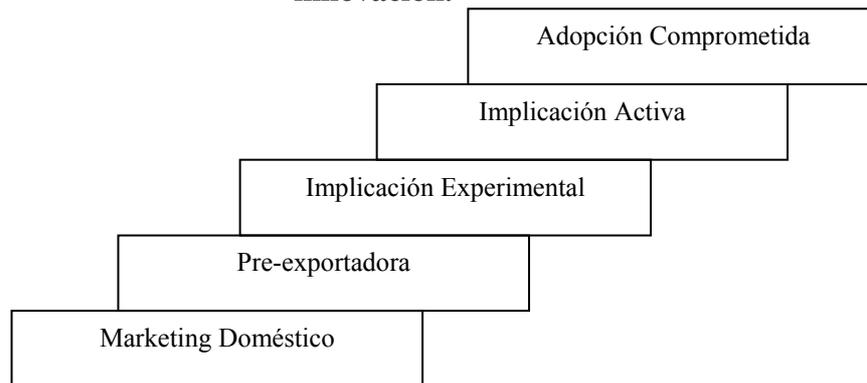
Posteriormente, Bilkey y Tesar (1977) validaron en su investigación el proceso secuencial de desarrollo exportador. En la misma, concluyeron que la internacionalización de la empresa pasaba por seis sucesivas etapas. En la primera de ellas, la dirección de la empresa no estaba interesada en la exportación, y, en la última, los directivos estudiaban la posibilidad de exportar a otros países psicológicamente más lejanos. El paso de una etapa inferior a otra etapa superior representa de esta manera una mayor implicación internacional y, por ello, está en función de la acumulación de los conocimientos necesarios para reducir la incertidumbre asociada a esa decisión.

Otros trabajos como los de Cavusgil (1980) y Reid (1981) han ampliado el modelo inicialmente propuesto por Bilkey y Tesar (1977), aunque estableciendo pocas diferencias entre los mismos, ya que tan sólo discrepan en el número de etapas que completan el proceso y en el origen de la decisión inicial de exportadora (Andersen, 1993), y coinciden en que la visión del proceso de internacionalización depende de la actitud del directivo a consecuencia de la implicación gradual con los mercados exteriores (Coviello y McAuley, 1999).

Concretamente, Cavusgil (1980) propuso un modelo de internacionalización estructurado en 5 etapas (figura 2.7). En la primera, denominada de Marketing Doméstico, la empresa está desinteresada en la exportación y por tanto, vende sus productos únicamente en el mercado doméstico (orientación local). En la 2ª etapa, denominada Pre-exportadora, existe por parte de la dirección una conciencia hacia la posibilidad de exportar. La empresa está interesada y busca información. Cuando la empresa atiende pedidos ocasionales provenientes de mercados próximos geográficamente, puede considerarse situada en la 3ª etapa denominada de Implicación Experimental. Aquí el compromiso con los mercados foráneos es muy débil, la empresa prueba con ciertas ventas y así adquiere conocimientos sobre las posibilidades de su producto en el exterior. En la 4ª etapa, Implicación Activa, la estrategia de expansión hacia mercados

distintos del nacional es más comprometida, supone exportar un mayor volumen de ventas a un superior número de países que incluso están más alejados psicológicamente. En la última etapa, las empresas dependen en gran medida de los mercados foráneos. La empresa ha adoptado esta estrategia y sus resultados dependen en buena medida de las operaciones que desarrolle en los mercados exteriores. Ahora la decisión se traslada hacia la asignación de los recursos limitados que posee entre el mercado nacional o el internacional. Esta fase, que puede ser denominada como de Adopción Comprometida (*Committed Involvement*) puede llevar a que algunas empresas adopten otros modos más avanzados de internacionalización distintos de la exportación como pueden ser los acuerdos de cooperación y la IDE.

Figura 2.7. El modelo de la internacionalización basado en la innovación.



Fuente: adaptado de Cavusgil (1980).

Posteriores trabajos basados en el I-Model, han estudiado los factores que influyen en esa expansión internacional de la empresa tales como el tamaño, tipo de productos, industria, experiencia, expectativas de los directivos, políticas exportadoras y características de la industria, con desiguales resultados.

En definitiva, los procesos secuenciales vistos hasta aquí comparten bastantes principios teóricos, tales como que la internacionalización es un proceso desarrollado por etapas en las cuales la adquisición y posterior acumulación del conocimiento juegan un importante papel. Pero, como recientemente se ha

puesto de manifiesto, no son capaces de dar respuestas claras sobre la temprana o tardía adopción de esta estrategia, tampoco explican la utilización de fórmulas más complejas y desarrolladas que algunas empresas ponen en marcha desde el inicio de su andadura internacional, y que al igual que las teorías centradas en los determinantes del proceso, tampoco consideran explícitamente la configuración de las industrias y/o el efecto de la localización.

En el ámbito de la empresa española un importante cuerpo de literatura ha estudiado los procesos de internacionalización teniendo en cuenta los aspectos internos a la empresa que comparten ambos modelos (U-Model y el I-Model). En ese grupo de trabajos, Alonso y Donoso (2000) han puesto de manifiesto que algunos de los principales factores que se relacionan positivamente con la propensión exportadora son la experiencia, la productividad y el nivel de inversiones de la empresa. Para un ámbito geográfico más concreto como es el de Castilla-León, Galán et al. (2000) han determinado que los principales factores que llevan a las empresas a emprender el proceso internacional es la posesión de capacidades tecnológicas. A nivel industria textil-confección, Costa et al. (2000), Costa y Viladecans (2002), Eusebio y Rialp (2002), Eusebio y Llonch (2006), confirman ese efecto positivo y significativo de las actividades de I+D sobre la probabilidad de que una empresa comience a exportar y sobre su intensidad exportadora. A nivel empresarial, el estudio de Fernández y Nieto (2003) evidencia la relación negativa entre empresa de propiedad familiar y compromiso internacional. Y asimismo, a nivel distritual, el proceso dinámico seguido por las empresas valencianas ha sido analizado por Tomás y Such (1997). En éste último trabajo, al igual que en Bonaccorsi (1992), sus autores se cuestionan el rol del tamaño, específicamente, para explicar los procesos de internacionalización seguidos por estas empresas, y plantean que pueden ser comprendidos mejor a partir de la propia dinámica interna del distrito.

Sin embargo, si, como venimos manteniendo, las nuevas condiciones del entorno de las industrias manufactureras han revolucionado los modelos de

organización industrial basados en la gran empresa hacia otros, donde las relaciones interorganizacionales, las redes y el territorio cobran máximo protagonismo, es lógico cuestionarse la forma en que esas interrelaciones en su conjunto afectarán a los procesos de internacionalización.

En efecto, si la actividad que desarrollan las empresas se analiza teniendo en cuenta el conjunto de relaciones en las que se halla inmersa, podremos comprender cómo el entorno inmediato que rodea al empresario puede suponer una importante fuente de información y de recursos que afecten a sus oportunidades de acción (Szarka, 1990). Si las redes tienen consecuencias estratégicas, tanto en la formulación como en la *performance* de las mismas, no es de extrañar que la pertenencia a una red condicione los procesos de internacionalización de la empresa debido a la interacción y arrastre ejercido por la propia red (Welch y Welch, 1996). Y si además, estos elementos confluyen con el territorio, donde la flexibilidad productiva modifica los límites y la forma de coordinación de las actividades que tienen lugar en su seno, es fácil pensar que eso favorecerá una “atmósfera” singular a la actividad internacional.

Pero además, si a las limitaciones expuestas con anterioridad le sumamos el factor de que la globalización en los distritos industriales está creando una nueva configuración de redes de productores de carácter internacional (Chiaverso et al., 2003), se justifica la necesidad de revisar nuevas líneas teóricas sobre la internacionalización que sean capaces de dar respuesta a los interrogantes surgidos desde una nueva perspectiva como es la del contexto social (localización) en el que se halla la empresa.

En síntesis, ese conjunto de reflexiones nos lleva a la necesidad de plantear nuevos enfoques que expliquen el proceso de internacionalización de la empresa desde otra unidad de análisis como son las redes.

2.3.2 El enfoque de Redes.

Para muchos autores, el enfoque de Redes de Johanson y Mattsson (1988) puede considerarse dentro del conjunto de trabajos denominados como “teorías recientes en la internacionalización de la empresa”. Esto no es debido a su reciente publicación, sino porque posteriores enfoques (los más actuales) como el de las Nuevas Empresas Internacionales (NEI) o el Distritual están influidos por este trabajo. Por ejemplo, Madsen y Servais (1997) sugieren que las NEI son en buena parte fruto de las redes en las que se hallan inmersas las empresa; por su parte, Becchetti y Rossi (2000a) han puesto de manifiesto que los factores específicos vinculados a la localización de las empresas y especialmente los distritos industriales, ejercen una importante influencia positiva sobre la estrategia internacional de las PYMES.

El denominado enfoque en Red, es debido al trabajo pionero de Jon Johanson y Lars-Gunnar Mattsson (1988) titulado *Internationalisation in Industrial System- A Network Approach*. En el mismo, estos autores ponen de manifiesto, en temas de internacionalización, el link existente y creciente entre las empresas y la industria a la que pertenecen. La hipótesis de partida es que la actividad de las empresas está inmersa en un conjunto de relaciones que se establecen, mantienen y desarrollan, que abarcan a clientes, distribuidores y proveedores, configurando un mercado industrial. Esas relaciones definen tipos diferentes de redes, que a partir de las características de éstas posibilitan entender y comprender el desarrollo de la empresa. Así, el grado de internacionalización de la red a la que empresa pertenezca y el de los miembros que la componen pueden proporcionar información y/o conexiones, que permiten explicar el proceso de internacionalización de una empresa (Hadley y Wilson, 2003).

En el trabajo de Johanson y Mattsson (1988) sus autores describen un sistema industrial como aquel que está compuesto por empresas interconectadas en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para a partir del

mismo definir esa organización (industrial) como una red de relaciones entre empresas.

En ese sistema así definido existe una división del trabajo que hace que las empresas dependan unas de otras, pero también existe la necesidad de una coordinación de las actividades. Una coordinación que lejos de conseguirse a través de un alto grado de integración de la propiedad (jerarquía) se alcanza, como en los modelos tradicionales de mercado, por el mecanismo de precios (Langlois y Robertson, 1995).

De acuerdo con esta configuración reticular definida por Johanson y Mattsson, la internacionalización de la empresa dependerá más del conjunto de relaciones que ésta mantiene en la red que de la posesión de alguna ventaja específica (Coviello y McAuley, 1999).

De manera que, esa internacionalización podrá alcanzarse a través de un continuo de tres etapas que están sujetas al tipo de relaciones que la red alberga: a) en la inicial, la empresa establece relaciones con proveedores, competidores y clientes nacionales que ya están internacionalizados (extensión); b) en una segunda etapa, la empresa inicia alguna relación hacia nodos que ya están situados en los mercados internacionales, aumentando así el compromiso de recursos (penetración); y c) en la última etapa, (integración internacional) se produce el desarrollo y establecimiento de relaciones hacia un número cada vez mayor de mercados (Johanson y Mattsson, 1988).

Como los propios autores advierten al incluir la dimensión geográfica, una cosa es la internacionalización de una red de productores²⁶ locales, otra la del

²⁶ Según Johanson y Mattsson (1988), cualquier sector industrial global puede ser delimitado a partir de diferentes criterios como puedan ser geográficos, de productos elaborados, procesos productivos empleados, etc. Así, según áreas geográficas, es posible distinguir un sector a dos niveles: nacional y local, caracterizándose este último por comprender un tipo de relaciones algo intensas y que abarca a todas las actividades de las empresas. De la forma similar, también es posible distinguir de un sector diferentes subsectores relacionados con una variedad de productos fabricados. Por eso, en aquellas áreas donde las empresas se especialicen en un subsector de actividad estarán fuertemente interconectadas a las otras por relaciones que suponen una mutua dependencia.

sector a nivel nacional y otra la del sector a nivel global. Esa distinción nos sirve para distinguir dos estadios: a) a nivel nacional, diferencias entre los niveles de internacionalización de una red de productores (localizados territorialmente) y la de la propia industria a la que pertenecen; y b) a nivel global, diferencias entre los niveles de internacionalización del sector en un país respecto a otro país.

Aunque en ese sentido, Zhao y Zou (2002) no encuentren evidencia empírica para relacionar que las empresas chinas concentradas geográficamente muestren una mayor propensión a internacionalizarse²⁷, sin embargo sí que existe una amplio cuerpo de la literatura cuyas conclusiones sobre el efecto de las redes localizadas geográficamente han ido en otra dirección. Por ejemplo, Mittelstaedt y Ward (2003) en la industria americana y Chevassus-Lozza y Galliano (2003) para la francesa. Concretamente, para un modelo de red como es el distritual Becchetti y Rossi (2000b) demuestran en su trabajo realizado sobre la industria italiana que, la propensión e intensidad exportadora de las empresas que están localizadas dentro de un distrito es mayor que las que están localizadas fuera del mismo, sobre todo para las empresas de menor tamaño de aquellos sectores clasificados como maduros.

En esta misma línea, Johanson y Mattsson, a partir del tipo e intensidad de las relaciones y del grado de internacionalización del mercado, describen diferentes posiciones en el proceso de internacionalización de la empresa (tabla 2.4).

Tabla 2.4: La internacionalización y el enfoque de Redes.

		Grado de internacionalización del mercado	
		Bajo	Alto
Grado de internacionalización de la empresa	Bajo	La empresa “iniciadora”	La empresa “rezagada”
	Alto	La empresa “solitaria”	La Internacional “junto con otras firmas”

Fuente: Johanson y Mattsson (1988)

²⁷ Una explicación a ese desencuentro empírico se halla en el hecho de que la mayoría de las empresas chinas concentradas geográficamente están bajo un régimen de monopolio, esa situación no les incentiva a emprender actividades internacionales (Mittelstaedt et al. (2003).

Cuando el grado de internacionalización de los clientes, proveedores y competidores de una red es bajo, se distinguen dos tipos de empresas. Por un lado, las *iniciadoras*, que son empresas que, a pesar de que ni ésta, ni las demás empresas de la red a la que pertenecen, tengan establecidas relaciones con otras empresas en el exterior, se inician en actividades internacionales, por lo general, que exigen poco compromiso de recursos. Y por otro, cuando se incrementa el compromiso de recursos, hablamos de la empresa *solitaria*. En este caso, debido a las relaciones mantenidas en los mercados foráneos, la información necesaria para esa mayor internacionalización ha sido adquirida por la empresa y, con ello, el riesgo es percibido como menor.

En la situación contraria, cuando el grado de internacionalización de los clientes, proveedores y competidores de una red es alto, también se distinguen dos tipos de empresas. Por un lado, las *rezagadas*. En este caso, a pesar de su bajo compromiso con los mercados foráneos y debido al alto nivel de información y conocimientos que proporciona la red sobre los mercados exteriores, las posibilidades de que incremente el grado de recursos que dedica la empresa a esta actividad son muy altas. Finalmente, la empresa denominada como *Internacional junto con las otras firmas* se caracteriza por mostrar, al igual que el mercado al que pertenecen, altos niveles de internacionalización. Eso implica para la empresa el poder disfrutar de un nivel de información muy amplio y superior que el que poseen las internacionalizadas en solitario y, por tanto, mostrarán superiores niveles de compromiso; por ejemplo, estableciendo filiales de producción o desarrollando su actividad a lo largo de un mayor número de países.

El rol de las redes como determinante en la internacionalización de las empresas ha sido puesto de manifiesto en numerosas investigaciones. Chetty y Blankenbourg Holm (2000a) explican cómo las características de la empresa y del mercado al que pertenecen influyen tanto en la decisión de penetrar los mercados exteriores como en el posterior desarrollo hacia nuevos mercados.

En otro trabajo, Chetty y Blankenbourg Holm (2000b), en este caso a través de las características de la empresa y del equipo directivo, muestran cómo influyen en la forma en que las empresas responden a los estímulos que tiene su origen en la red de relaciones, especialmente a los programas de promoción de las exportaciones impulsados por los Gobiernos.

Además, respecto a los procesos que siguen las empresas en su internacionalización, Andersson (2002) sugiere que serán algo diferentes cuando en los mismos exista un solapamiento con los aspectos locales (interrelaciones) que puede potenciar la actividad exportadora. En similares términos se expresan Laine y Dock (2000) o Watkins (2000) al afirmar que se explica más satisfactoriamente la internacionalización de las PYMES a partir de la perspectiva de Redes que del U-Model.

En el haber del enfoque de Redes se pueden contar las siguientes aportaciones: a) que a pesar de que completa y desarrolla muchas de las teorías existentes, especialmente con la del U-Model, difiere de éstas en que no asume que la internacionalización de la empresa es fruto de un proceso de decisión racional, porque este enfoque sugiere que esa decisión está basada en sistemas no jerárquicos, es decir, es influida por los miembros de la red (Coviello y McAuley, 1999; Törnroos, 2002); b) además, respecto a los modelos graduales, introduce un mayor número de elementos influyentes en el proceso, ya que según Johanson y Valhe (2003), las relaciones con el mercado pueden afectar tanto a las decisiones del destino como al modo de entrada y c) como manifiestan los propios Johanson y Mattson (1988), este enfoque considera conjuntamente las características de la empresa y la de los mercados en los que ésta participa, aspecto este último de mucho interés en sistemas industriales caracterizados por la cooperación local y competición global como es el distritual.

Pese a su importante aportación, algunas limitaciones expuestas a este enfoque han sido formuladas por Chetty y Blankenbourg Holm (2000b) en la línea de que: a) no considera el rol que el directivo puede jugar en todo el proceso, b)

no tiene en cuenta el papel de algún estímulo externo como el Gobierno y c) no estudia con detenimiento el paso de una a otra etapa.

Pero a pesar de ello, las extensiones que tiene este enfoque en las actuales teorías sobre internacionalización son importantes²⁸. En este trabajo nos interesa profundizar en las que en su unidad de análisis contemplan la localización y contrastan su positiva influencia en la internacionalización de las empresas distrituales, en la línea de los trabajos como los de Bagella et al. (1998), Bagella (2000), Majocchi (2000), Zucchella (2003).

Aunque explícitamente Fernhaber et al. (2003) no se centran en un distrito industrial, su estudio está en la senda propuesta, ya que analizan el comportamiento internacional de las NEI (6 o menos años de antigüedad) de la industria del software sobre una muestra de 124 empresas americanas. Los resultados obtenidos indican que las que están concentradas en aglomeraciones territoriales (Silicon Valley) muestran una probabilidad más alta de que sean internacionales y alcancen tanto una mayor intensidad exportadora, como un mayor número de países.

Como se ha visto en el anterior capítulo, tradicionalmente las positivas influencias que ejercen los distritos industriales se han cuantificado en términos económicos. Así bajo el concepto de “efecto distrito”, hemos comprobado que existe toda una línea de investigación encargada de estimar y medir esos beneficios. Más recientemente, desde la literatura internacional se ha analizado conjuntamente como afectan esas redes de base territorial a las PYMES que albergan.

En este sentido, los trabajos de Maccarini et al. (2003 ab) han medido y verificado ese impacto. Los resultados alcanzados en sendos estudios confirman ese efecto distrito en las variables de propensión exportadora,

²⁸ Al respecto pueden consultarse los trabajos de Zahra y George (2002) o Rialp y Rialp (2001) entre otros.

intensidad y alcance geográfico, tanto para las empresas ya establecidas como para las de nueva creación.

Por último, para el caso español escasean los trabajos que de forma abierta analizan ese efecto, con la excepción del estudio de Costa y Viladecans (1999), en el que se analiza la intensidad exportadora de empresas pertenecientes a 22 sectores manufactureros. Su análisis encuentra un positivo efecto en 10 de esos sectores, entre los que se encuentra el textil-confección.

En definitiva, para entender el efecto de la localización en los procesos de internacionalización de las empresas y, de esa manera, dar respuesta a la cuestión planteada sobre el efecto que los distritos industriales tienen en el resultado de esta estrategia en sus empresas, debemos de acudir al enfoque de redes propuesto por Johanson y Mattsson (1988).

Desde este planteamiento se explica y entiende que el desarrollo internacional de las empresas depende más del conjunto de relaciones que ésta mantiene que de la posesión de alguna ventaja específica. Además, pensamos que existe evidencia empírica suficiente (tabla 2.5) para afirmar que la localización distritual influye (estimula) en la actividad de las empresas, especialmente en el inicio y en la intensidad de su andadura internacional.

Tabla 2.5: Estudios empíricos sobre el “efecto localización” en la actividad internacional.

Autores	Objetivo	Muestra	Variables	Resultados
Costa y Viladecans (1999)	Medir la competitividad de las empresas distrituales.	Estudian 3.085 empresas pertenecientes a 22 sectores manufactureros españolas (265 textiles).	a) Intensidad exportadora.	Se verifica el efecto de las economías externas en 10 de esos sectores industriales (efecto distrito), entre los que se encuentran el textil.
Becchetti y Rossi (2000b)	Testar si aspectos como la existencia de servicios conexos o los intercambios de información que se dan en los distritos mejoran su <i>performance</i> exportadora.	Analizan 3.851 empresas italianas, de las 2.074 están fuera del distrito y 1.777 dentro de esa área geográfica.	a) Decisión de exportar. b) Intensidad exportadora.	Confirman que la localización en esas aglomeraciones beneficia más a las empresas en la propensión e intensidad exportadora conforme disminuye su tamaño. Y que esto es más relevante en sectores especializados y tradicionales.
Zhao y Zou (2002)	Determinar el impacto que tiene la concentración y localización territorial de empresas industriales.	Analizan 1.649 empresas manufactureras chinas.	a) Decisión de exportar. b) Intensidad exportadora.	La concentración de empresas está negativamente asociada con la propensión a exportar y, tanto esa concentración como la localización geográfica en áreas costeras, de forma positiva con la intensidad exportadora.
Chevassus-Lozza y Galliano (2003)	Evaluar los efectos de las aglomeraciones territoriales en la competitividad de las empresas.	Datos de 4.859 empresas del sector agroalimentario francés.	a) Decisión de exportar. b) Intensidad exportadora.	Las concentraciones de empresas especializadas actúan positivamente en los aspectos analizados, especialmente sobre las de menor dimensión.
Fernhaber et al. (2003)	Analizar el comportamiento internacional de las nuevas empresas en función de la localización.	Se estudian 124 empresas de la industria del software de USA que tiene 6 o menos años de antigüedad, 26 operan en áreas no concentradas y 98 si.	a) Intensidad exportadora. b) Alcance geográfico. c) Inicio de la actividad exportadora. d) propensión internacional.	Los resultados indican que, de las empresas del estudio creadas en los últimos 6 años, las que están localizadas en clusters (Silicon Valley) es más probable que sean internacionales, alcancen más altos niveles de exportación, y operen en un mayor número de países que las que no lo están.
Maccarini et al. (2003a)	Contrastar el efecto conjunto de la localización distritual y la estrategia de nicho.	Analizan 48 fabricantes de maquinaria industrial, 24 localizados en el distrito industrial de la provincia de Vigevano (Italia) y con una clara estrategia de nicho y otros 24 de fuera del distrito y con una estrategia menos definida.	a) Intensidad exportadora. b) Alcance geográfico. c) Inicio de la actividad exportadora. d) Adopción de formas alternativas de penetrar los mercados.	El resultado empírico indica que las empresas distrituales analizadas tienen una mayor intensidad exportadora, actúan en un mayor número de países, se inician en la actividad exportadora antes y muestran cierta propensión a adoptar otros modelos que la simple exportación.
Maccarini et al. (2003b)	Verificar el rol de la localización en un distrito industrial en la actividad de las nuevas empresas internacionales (NEI).	Se analizan 109 NEI (3 o menos años) manufactureras italianas; 45 distrituales y 64 no.	a) Intensidad exportadora. b) Alcance geográfico. c) Inicio de la actividad exportadora.	Se valida la superior importancia de las NEI en los distritos industriales y asimismo, se valida una mayor intensidad y alcance de las exportaciones entre las que se localizan en un distrito industrial
Mittelstaedt y Ward (2003)	Comprobar el efecto de las economías externas sobre la decisión de exportar.	Estudian 2.777 empresas industriales de USA.	a) Decisión de exportar.	La decisión de exportar se ve afectada por la localización de la empresa. Cuanto mayor sea el grado de concentración en el territorio mayor será la probabilidad de que exporte. Sin embargo, esa relación positiva pierde significación conforme aumenta el tamaño de las empresas analizadas.

Fuente: elaboración propia.

2.4 Conclusiones e hipótesis.

En este capítulo segundo hemos revisado, desde el punto de vista de la internacionalización, tanto el efecto de la globalización como las distintas respuestas que las empresas, especialmente las distrituales, han adoptado para hacer frente a los cambios que en su entorno se desarrollaban.

Ante esos nuevos escenarios, la estrategia de internacionalización se ha perfilado como una acción clave a desarrollar por parte de las mismas. Sin embargo, en el ámbito distritual, cuando la misma supone acciones en los mercados de aprovisionamiento, puede poner en peligro la continuidad del sistema. Para comprender cómo afecta la globalización y las respuestas de las empresas distrituales se ha efectuado una revisión a la literatura económico-empresarial, que ha permitido comprender las principales aportaciones teóricas que explicaban parcial o totalmente cómo se desarrollaba el proceso de deslocalización.

La cuestión subyacente previa era si para hacer frente a los retos futuros, la deslocalización se estaba convirtiendo en una firme estrategia de internacionalización de los distritos industriales ante la globalización o, por el contrario, ésta era dependiente de otros aspectos como el modelo de organización vigente, la especialización productiva y, en general, del sistema territorial de esa industria.

El punto de partida de nuestro análisis ha sido una industria madura caracterizada por el reducido tamaño medio de sus empresas y por la concentración geográfica. La revisión teórica realizada nos ha mostrado que ese sistema territorial actúa, en cierta medida, como inhibidor del proceso de deslocalización, especialmente en aquellas fases que ofrecen más dificultades estratégicas para ser fragmentadas o que incorporan un mayor valor añadido. Esa conclusión viene a dar respuesta a la primera de las cuestiones planteadas: la globalización favorece los procesos de deslocalización en toda la industria

manufacturera, aunque el efecto en la localizada distritualmente parece ser diferente y menor.

Por otro lado, al analizar la forma en que esos sistemas de base territorial orientados al exterior influyen en sus empresas, especialmente en su proceso hacia los mercados de venta, hemos concluido que frente a los enfoques secuencialistas, el de redes se adoptaba como marco teórico, al ser éste más eficaz para abordar la cuestión planteada. Desde el mismo, se mantiene que la internacionalización de la empresa depende más del conjunto de relaciones que la empresa mantiene en la red que de la posesión de alguna ventaja específica.

Los resultados que hemos obtenido de la revisión teórica efectuada a la literatura dan respuesta a la segunda de las cuestiones planteadas: parece confirmarse el significativo y positivo efecto que la localización distritual ejerce en la actividad internacional de las empresas, siendo bastante explícita esa influencia en los apartados relativos al inicio e intensidad con la que la empresa responde al reto de operar en los mercados exteriores.

Esas conclusiones nos permiten formular las siguientes hipótesis:

Hipótesis 3: *“El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano dentro del distrito que fuera del distrito”.*

Hipótesis 4: *“La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente dentro del distrito que fuera del distrito”.*

Concretamente, por su facilidad operativa planteamos:

- Hipótesis 3a: El inicio de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito.
- Hipótesis 3b: El inicio de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito.

- Hipótesis 4a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será menor que la de las de fuera del distrito.
- Hipótesis 4b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será mayor que la de las de fuera del distrito.

CAPÍTULO 3: EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN

Los efectos de la globalización de la economía mundial a los que se enfrentan los países europeos son una fuente de retos y desafíos a los que hay que añadir los específicos de cada sector. Su conocimiento es útil para poder comprender el entorno que rodea a las empresas y establecer así las medidas adecuadas. Sin embargo, lejos de una homogenización, las economías de los países europeos presentan muchas disparidades.

Pero además, cada una de las ramas principales que configuran estas economías está formada por distintos sectores y subsectores que guardan en común importantes diferencias, entre otras: a) en cuanto a las características de sus productos y situación de sus mercados, b) con respecto a las cuotas de empleo y valor añadido, c) según los elementos estructurales que las definen, como son el grado de especialización y el sistema de relaciones de base territorial. Por ello, es comprensible que el estudio de la industria española se realice a través de un sector concreto como es el textil-confección circunscrito a un área determinada como es la Comunidad Valenciana²⁹.

La elección del sector y del área geográfica obedece a cuatro razones principales: a) la tendencia histórica de esta industria hacia la distritualización, b) su importante peso en la economía valenciana, c) su especialización productiva en el textil hogar y d) el carácter de oportunidad que actualmente tiene, debido a los importantes cambios a los que debe de hacer frente y que llenan de incertidumbre su futuro.

²⁹ Al igual que se aclara en muchos trabajos que abordan el “efecto territorio” queremos notar que las denominaciones empleadas por nosotros, en concordancia con la práctica seguida en Naciones Unidas, no implican juicio alguno sobre la condición jurídica de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni tampoco respecto de la limitación de sus fronteras.

De hecho, algunos trabajos ya empiezan a cuestionar si el textil-confección que conocemos está en extinción o evolución (Jones y Hayes, 2004); en otros se analiza el diferente efecto que las características de las empresas, su subsector de actividad o la localización geográfica en áreas especializadas tiene en sus posibilidades de supervivencia (Gullstrand, 2005) y, en otros, se sugieren algunas estrategias claves (especialización y diversificación hacia segmentos de mayor valor añadido) para afrontar su futuro (Buxey, 2005).

Sin embargo, y a pesar de las recomendaciones del Alto Consejo Consultivo textil, de la propia Comisión Europea (2003) o de otras instituciones como el Instituto Francés de la Moda (IFM, 2004), existe una importante laguna investigadora en nuestro país respecto al estudio de este sector teniendo en cuenta tanto la influencia que pueden ejercer los distritos industriales como el subsector de actividad en esas empresas. Sólo recientemente, la iniciativa promovida por la Asociación del Colectivo Textil Español (ACTE) parece encontrarse en esta línea. Por todo ello, el objetivo que se persigue en este capítulo es analizar la situación actual que atraviesa el textil-confección y comprender algunas de las implicaciones que tiene en la actividad empresarial la pertenencia al subsector principal del territorio.

Con ese fin, se ha dividido en cuatro partes. En una primera, se estudian algunas de sus principales características, centrándonos específicamente en analizar la evolución seguida por su demanda y en examinar tanto sus actividades como los procesos productivos más significativos; en la segunda, se analiza la significación que esta industria tiene en la economía de la UE y en la española. Siguiendo esta línea, en el tercer epígrafe se revisan sus principales rasgos en la Comunidad Valenciana, fundamentalmente su especialización productiva y distritualización. El capítulo finaliza con un apartado en el que se exponen las principales conclusiones obtenidas y se derivan algunas proposiciones teóricas para su contrastación en la parte empírica.

3.1 Caracterización del sector textil-confección.

De acuerdo con Myro y Gandoy (2001) las actividades industriales tienen por objeto la transformación de los recursos naturales, a través de sucesivas fases, por medio de procedimientos físicos o químicos. Si de ese ámbito se excluyen la producción de energía y la construcción (conforme al procedimiento que sigue el Sistema Europeo de Cuentas Integradas) y, a su vez, se tiene en cuenta que las industrias extractivas no energéticas revisten generalmente poca importancia, se puede afirmar que el ámbito propio de la industria queda reducido a lo que se suele denominarse como manufacturas (Myro y Gandoy, 2001).

Como actividad manufacturera el textil-confección está formado por un amplio y diverso número de líneas productivas, mercados y productos que dificulta su estudio (Giuli, 1997; Jódar et al., 1997). Para su análisis, un acercamiento que supere esta limitación puede hacerse desagregando su observación en dos perspectivas: demanda y oferta. La primera tiene en cuenta el dinamismo de sus mercados, mientras que la segunda tiene en cuenta los factores de que depende su eficacia productiva y su competitividad (Myro y Gandoy, 2001).

Desde la perspectiva de la demanda, se considera la industria textil-confección como una actividad manufacturera de demanda débil. Eso implica que, en la línea de la teoría del ciclo de vida (Vernon, 1966), el mercado doméstico es menos favorable para su avance industrial que para el de otras actividades conceptualizadas como de demanda fuerte, debido al carácter más novedoso y reciente de estas últimas.

Desde la perspectiva de la oferta y, en consonancia con el clásico trabajo de Ohlin (1933), se considera la industria textil-confección como una actividad manufacturera de intensidad tecnológica baja. Eso supone decir que el esfuerzo tecnológico que se destina para obtener nuevos productos y procesos productivos más eficientes es reducido. Esto está en la línea ya apuntada sobre el débil dinamismo de su mercado, ya que en aquellos segmentos en los que

existan mayores perspectivas de expansión del mercado habrá más posibilidades de crear nuevos productos y, por tanto, el esfuerzo tecnológico será mayor (Christoffersen, 2002).

De acuerdo con la antigua clasificación ofrecida por Pavitt (1984) los denominados sectores industriales tradicionales se incluyen dentro de los considerados *dominados por los proveedores*. Esto significa que sus empresas se caracterizan por una escasa aportación a sus propios procesos de innovación y que la mayor parte de sus innovaciones procedan de los suministradores de bienes de capital y de bienes intermedios. Por tanto, estas industrias dependen de otros sectores para llevar a cabo su actividad innovadora, la cual pasa en muy escasa medida por procesos de I+D internalizados. Las innovaciones que se obtiene son básicamente de proceso y, en menor medida, en la mejora de los productos ya existentes (Urraca, 2000).

En esta línea, algunos trabajos como el de Tomás y Torrejón (2000), centrados en medir la actividad de I+D en los sistemas territoriales de PYMES de algunas industrias como la del textil-confección, verifican el bajo nivel inversor que llevan a cabo las empresas. Y además, observan que la actividad innovadora desarrollada por estas empresas se orienta principalmente al desarrollo de productos (63%) y al de nuevos materiales (27%), en tanto que sólo un 17% se han interesado en las innovaciones de proceso.

En síntesis, desde esta primera aproximación se puede decir que una actividad manufacturera como la del textil-confección cuya demanda y contenido tecnológicos son bajos, puede ser incluida y acotada dentro de los sectores denominados como manufactureros tradicionales³⁰.

³⁰ La OCDE (1992), clasifica en 3 grandes grupos las distintas actividades manufactureras atendiendo al papel que juega el esfuerzo tecnológico en sus industrias, distinguiendo entre a) demanda e intensidad tecnológica alta (sectores avanzados): maquinaria de oficina, material y accesorios eléctricos, y ordenadores e instrumentos de precisión; b) demanda e intensidad tecnológica media (sectores intermedios): máquinas agrícolas e industriales, medios de transporte, productos de caucho y plásticos y química; y c) demanda e intensidad tecnológica baja (sectores tradicionales): alimentación, bebidas y tabacos, metálicas básicas, productos metálicos (excepto maquinaria y material de transporte), minerales y productos minerales no metálicos, papel y artes gráficas, y el textil, vestido, cuero y calzado.

3.1.1 Evolución de su demanda.

La situación actual de los clientes, mercados y productos del sector textil-confección se puede caracterizar como sigue (Fabregat, 1998; Canals y Trigo, 2001; Canals, 2003; Tremosa y Trigo, 2003):

- La clientela del sector textil, desde los productos básicos hasta los intermedios y finales, es madura. Conoce el producto y las prestaciones, valora el producto, su dinero y es consciente de los atributos que adquiere.
- La demanda de la producción final del sector tiene dos componentes: el de reposición de productos y la compra por impulso. A veces hay solapes entre ambas motivaciones y las dos son sensibles al ciclo económico, aunque lo es más la segunda.
- En el ámbito de la producción del sector, la segmentación entre los mercados de materia prima, de producto intermedio y de producto final pierde nitidez, por cuanto la relación entre productores y distribuidores es rápidamente cambiante. Estos fenómenos fuerzan a cambiar la configuración de la industria y refuerzan el protagonismo de los servicios de las diferentes asociaciones empresariales³¹.

³¹ La tradición e historia del sector textil-confección hace que existan asociaciones de cada sector y subsector. Son los llamados gremios, federaciones, asociaciones. A modo de ejemplo, se citan algunos de los más representativos: ACETEX: Asociación Comarcal de Empresarios Textiles de l'Alcoi; ACTE: Asociación de Colectividades Textiles Europeas; ADAPTEX: Asociación de Colectividades Textiles Europeas; AEGP: Agrupación Española de Género de Punto; AITEX: Instituto Técnico Textil; AITPA: Asociación Industrial Textil de Proceso Algodonero; AMTEX: Asociación de la Maquinaria Textil; ANATSE: Asociación Nacional de Tejedores, Texurizadores y Manipuladores Sederos; ASEGEMA: Associació d'Empresaris de Gènere de Punt de Mataró i Comarca; ASETEXMA: Associació d'Empresaris Tintorers, Acabadors i d'Estampació Tèxtil de Mataró i Comarca; ASINTEC: Asociación para la Incorporación de Nuevas Tecnologías a la Empresa; ATEVAL: Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana; CETEX: Centro de Innovación Textil; CIE: Consejo Intertextil Español; CITYC: Centro de Información Textil y de la Confección; EURATEX: Organización Europea del Textil y de la Confección, (*European Apparel and Textile Organization*); FEDECON: Federación Española de Empresarios de la Confección; FITEXLAN: Federación Nacional de la Industria Textil Lanera; FNAETT: Federación Nacional de Acabadores, Estampadores y Tintoreros Textiles; FNETS: Federación Nacional de Empresarios Textiles Sederos; FSE-THC: Federación Sindical Europea del Textil, Confección y Cuero; FTS: Federación Textil Sedera; Gremio de Cinteros; INTEXTER: Instituto de Investigación Textil y de Cooperación Empresarial; PROFIBRA: Asociación Española de

- Opera en una economía abierta, sin embargo, y a pesar de que las barreras no arancelarias son especialmente perjudiciales para la libertad del tráfico, en muchos países subsisten fuertes trabas comerciales de toda índole.
- La creciente importancia relativa de los aspectos inmateriales del producto, tales como la marca y el diseño, no es suficiente para un adecuado reconocimiento de los derechos subyacentes, su tratamiento fiscal y la protección de dichos aspectos inmateriales frente a la falsificación.

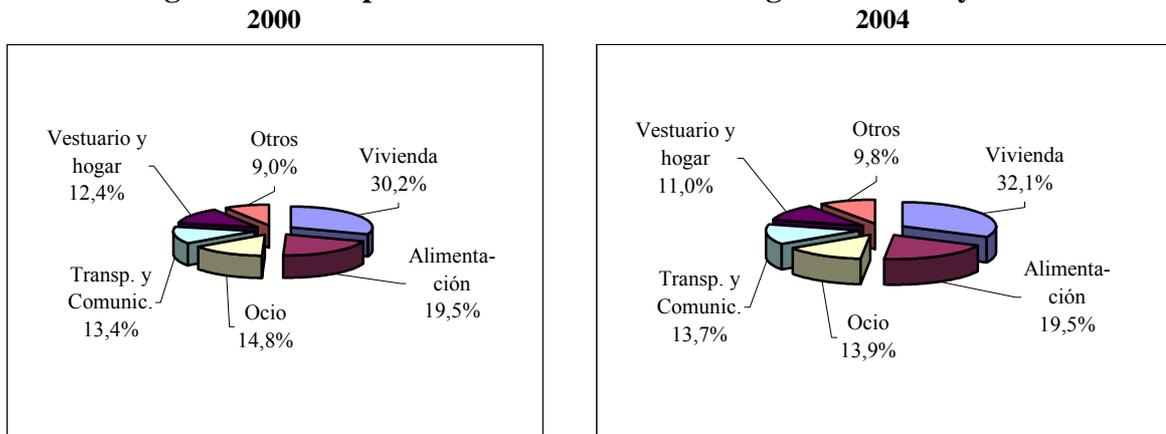
No obstante, pensamos que el rasgo que mejor define la situación de su demanda es la de un descenso muy apreciable en el gasto que los hogares destinan en las partidas monetarias dedicadas a los artículos de vestir y calzado, mobiliario y equipamiento del hogar (vestuario y hogar).

De acuerdo con la información facilitada por la ECPF³² (INE, 2006), mientras que en el año 2000 los españoles dedicaban 12,4 euros de cada 100 euros a adquirir productos relacionados con el vestuario y el hogar, en 2004 esa cifra se redujo a 11 euros (figura 3.1).

Productores de Fibras Químicas; TBU: Asociación Nacional de Fabricantes de Tules, Bordados y Encajes; Grupo Nacional de Fabricantes de Medias; Asociación Española de Químicos y Coloristas Textiles; Consejo Intertextil Español; Asociación de Creadores de Moda de España.

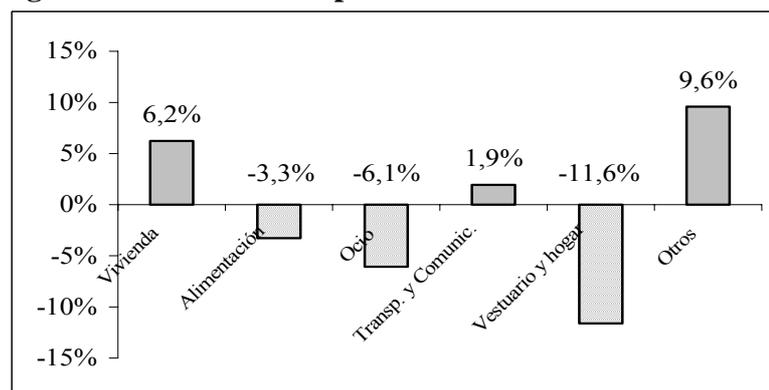
³² La Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) suministra, entre otros datos, información sobre la naturaleza y destino de los gastos de consumo de una muestra de 8.000 hogares españoles. Como indicador coyuntural facilita información sobre el montante y evolución de gastos, debidamente desglosados, según distintas variables de clasificación y, proporciona estimaciones del cambio de los gastos totales y medios por hogar.

Los subgrupos de gastos en que viene desglosada la ECPF son 12, aunque para facilitar su análisis y lectura los hemos agrupado en 6 (de la A a la F). Esta agrupación se ha intentado hacer lo más homogénea posible, tanto en los aspectos cualitativos como cuantitativos, resultando la siguiente: A) Alimentación, en este grupo se incluye los subgrupos 1) Alimentos y bebidas no alcohólicas y el 2) Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos; B) Vestimenta personal y del hogar, en éste se han contenido los subgrupos 3) Artículos de vestir y calzado y 5) Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes; C) Vivienda; este se corresponde íntegramente al subgrupo 4) Vivienda, agua, electricidad y otros combustibles; D) Ocio, éste contiene los subgrupos 9) Ocio, espectáculos y cultura y el 11) Hoteles, cafés y restaurantes; E) Transportes y Comunicaciones abarca los subgrupos 7) Transporte y 8) Comunicaciones y, finalmente, F) Otros Gastos, que abarca los subgrupos 6) Salud, 10) Enseñanza y 12) Otros bienes y servicios.

Figura 3.1: Comparación de la estructura del gasto en 2000 y 2004.

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2006).

Sin entrar a valorar si esas compras han sido debidas a la reposición de productos, o a decisiones impulsivas lo que sí parecen mostrar los datos es que recogen la sensibilidad de las industrias maduras a los cambios en los ciclos económicos. Esto se refleja en un mayor importe destinado a la adquisición de vivienda (+6,2%), consumos de transporte y comunicaciones (+1,9%) o a otros gastos como la salud y la enseñanza (+9,6%) y se ha traducido en una fuerte caída en el consumo del textil-confección (-11,6%) (figura 3.2).

Figura 3.2: Evolución experimentada en el tramo 2000-04.

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2006).

Sin embargo, esos rasgos del textil-confección que anteriormente se han comentado en sus patrones de innovación o, como acabamos de ver, en la situación que atraviesan sus mercados no es uniforme a lo largo de toda su industria. Más bien, el carácter tan heterogéneo, interrelacionado y a veces

confuso que guardan algunas de sus subsectores desvirtúa muchas generalizaciones (Pardo, 1988; Aragón et al., 2002; FCEE, 2004). Esto nos obliga a que a continuación definamos de una manera más concreta y específica qué actividades industriales (subsectores) configuran la industria textil-confección y cuál es su proceso productivo.

3.1.2 Delimitación del sector.

En los estudios macroeconómicos es frecuente ver agrupadas bajo el mismo título las actividades “Textiles, Vestido, Cuero y Calzado”. La clasificación de actividades económicas (CNAE) de 1974³³, las distingue y ordena como se muestra en la tabla (3.1): al “Textil”, le asigna el epígrafe 43; al “Cuero”, el 44; y al “Calzado, Vestido y otras Confecciones”, el 45. Posteriormente, esta clasificación ha sido revisada para así hacerla más homogénea al ámbito de la UE y con ello han surgido dos nuevas clasificaciones: la CNAE-93³⁴ y la CNAE-93 Rev.1³⁵. En estas nuevas clasificaciones se redefinen las distintas industrias del textil-confección, se desagregan los sectores en subsectores y se vuelven a numerar los subepígrafes.

Tabla 3.1: La industria textil a partir de la NACE Rev. 1.

Clasificación genérica	CNAE-1974		CNAE-1993 y NACE Rev. 1	
	Denominación	Código	Denominación	Epígrafes
Textil, cuero, calzado, vestido y otras confecciones	Textil	43	Textil	17.1, 17.2, 17.3, 17.6, 17.7
	Cuero	44	Cuero	19.1 y 19.2
	Calzado, vestido y otras confecciones	45	Otras industrias textiles y de la confección Calzado Confección y Peletería	17.4 y 17.5 19.3 18.1, 18.2 y 18.3

Fuente: elaboración propia.

De la lectura de la misma, podemos concluir que esta industria manufacturera tradicional está formada por los sectores textil y de la confección y peletería y,

³³ Real Decreto 2518/1974, de 9 de agosto, INE.

³⁴ Real Decreto 1560/1992, de 18 de diciembre, INE.

³⁵ Real Decreto 330/2003, de 14 de marzo, por el que se modifica el R. D. 1560/1992.

por tanto, está incluida estrictamente³⁶ en los códigos y grupos 17 y 18 de la CNAE-1993 y NACE Revisión 1. Las principales actividades asociadas a cada grupo, sus epígrafes y subepígrafes así como algunos de los productos más representativos se listan en la tabla (3.2).

Tabla 3.2: Actividades incluidas en los epígrafes 17 y 18 de la CNAE.

INDUSTRIA TEXTIL-CONFECCIÓN	
17	INDUSTRIA TEXTIL
17.1	Preparación e hilado de fibras textiles 17.11 - Preparación e hilado de fibras de algodón y sus mezclas. 17.12 - Preparación e hilado de fibras de lana cardada y sus mezclas. 17.13 - Preparación e hilado de fibras de lana peinada y sus mezclas. 17.14 - Preparación e hilado de fibras de lino y sus mezclas. 17.15 - Torcido y preparación de la seda; torcido y textura de filamentos sintéticos y artificiales. 17.16 - Fabricación de hilo de coser. 17.17 - Preparación e hilado de otras fibras textiles.
17.2	Fabricación de tejidos textiles 17.21 - Fabricación de tejidos de algodón y sus mezclas. 17.22 - Fabricación de tejidos de lana cardada y sus mezclas. 17.23 - Fabricación de tejidos de lana peinada y sus mezclas. 17.24 - Fabricación de tejidos de seda. 17.25 - Fabricación de otros tejidos textiles.
17.3	Acabado de textiles 17.30 - Acabado de textiles (teñidos, estampación y otros acabados como el aprestado o el vaporizado).
17.4	Fabricación de otros artículos confeccionados con textiles, excepto prendas de vestir 17.41 - Fabricación de mantas de hogar y viaje. 17.42 - Fabricación de ropa de cama, mesa, baño y cocina. 17.43 - Fabricación de acolchadas, edredones, almohadones, pufs, sacos de dormir, etc. 17.44 - Fabricación de cortinas, visillos cenefas, estores cubrecamas, etc. 17.45 - Fabricación de lonas, tiendas de campaña, velas de embarcaciones, etc. 17.46 - Fabricación de bayetas, arpilleras para fregar y artículos similares, chalecos salvavidas, paracaídas, etc. 17.47 - Fabricación de abanicos, bolsas y fundas de máquinas, raquetas, etc.
17.5	Otras industrias textiles 17.51 - Fabricación de alfombras y moquetas. 17.52 - Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes. 17.53 - Fabricación de cintas tejidas, artículos de pasamanería, trenzas borlas, pompones, etc. 17.54 - Fabricación de fieltro, etiquetas, insignias, compresas y tampones, filtros de cigarrillos.
17.6	Fabricación de tejidos de punto 17.61 - Fabricación de tejidos de punto y de labora de ganchillo. 17.62 - Fabricación de tejidos de rizo y de pelo. 17.63 - Fabricación de tejidos de malla anudadas para visillos y cortinas.
17.7	Fabricación de artículos en tejidos de punto 17.71 - Fabricación de artículos de calcetería, incluida calcetería, medias y medias-pantalón. 17.72 - Fabricación de jerseys, chaquetas de punto, chalecos y artículos similares de punto.
18	INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN Y DE LA PELETERIA
18.1	Confección de prendas de cuero 18.10 - Fabricación de prendas de vestir confeccionadas con cuero, ante o napa o productos de imitación de cuero.
18.2	Confección de prendas de vestir en textiles accesorios 18.21 - Confección de ropa de trabajo. 18.22 - Confección de otras prendas exteriores como: abrigos, chaquetas, pantalones, faldas... 18.23 - Confección de ropa interior masculina y femenina. 18.24 - Confección de ropa de bebé y primera infancia, ropa deportiva y accesorios (gorras, guantes).
18.3	Preparación y teñido de pieles de peletería; fabricación de artículos de peletería 18.31 Preparación y el teñido de pieles y cueros sin depilar. 18.32 Fabricación de artículos de peletería.

Fuente: Real Decreto 1560/1990, Hamat et al. (2001) y elaboración propia.

³⁶ Esto supone que, para en el ulterior análisis del sector textil-confección no incluiremos otras actividades relacionadas como es el subsector de fibras artificiales (código 24.7) ni tampoco otras estrechamente vinculadas como las del Calzado y el Cuero (código 19).

Una primera lectura a esa tabla nos permite un acercamiento para delimitar el sector. Por un lado, para diferenciar la rama textil (grupo 17) de la rama confección y peletería (grupo 18). Y por otro, para explicitar los principales subsectores de la industria (códigos 17.1, 17.2, 17.3, 17.4, 17.5, 17.6, 17.7 y 18.2).

Por tanto, en esta delimitación hemos excluido las actividades conocidas como *confección de prendas de cuero* (18.1) y *preparación y teñidos de pieles de peletería* (18.3), ambas por ser muy dependientes de otras industrias y contener diferentes materias primas y procesos. Esta exclusión no es relevante a efectos contables, ya que entre ambos subepígrafes apenas alcanza el 2,5% de la actividad de toda de la rama (grupo 18).

3.1.3 Proceso productivo.

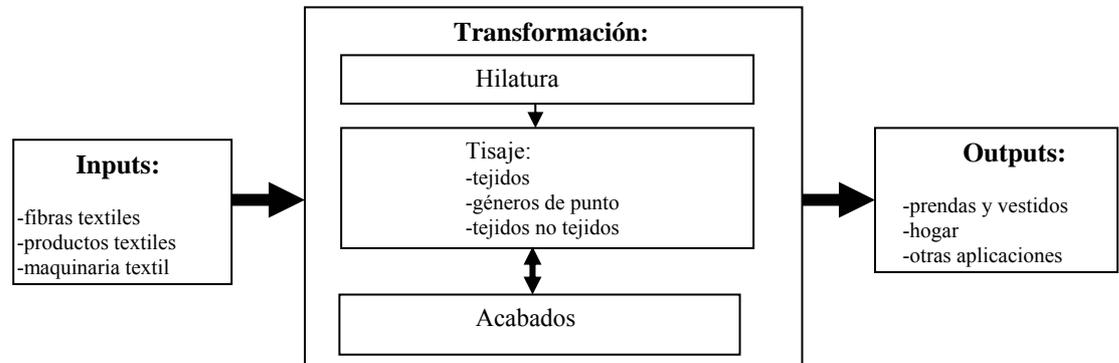
El proceso productivo de la industria textil-confección comprende el conjunto de tareas que comienza con el tratamiento y producción de fibras naturales o artificiales, para su transformación en tejidos, que después se convertirán en una amplia gama de manufacturas intermedias y/o finales que pueden ser descritas en 2 líneas principales de productos: a) intermedio o *textil de cabecera*, que está formado por los hilados y los tejidos y telas no tejidas (códigos 17.1, 17.2 y 17.3) y b) *final*, que está formado por el textil-hogar, el textil técnico y las prendas de vestir interiores y exteriores³⁷ (códigos 17.4, 17.5, 17.6, 17.7 y 18.2).

En el ciclo productivo de esa actividad manufacturera, es posible identificar una gran variedad y amplitud de procesos productivos que pueden ser divididos para su análisis en tres ciclos principales: inputs, transformación y outputs, tal y como se muestra en la siguiente figura (3.3). Esa agrupación, junto con los trabajos de Freixa y Perales (1979), Toyne et al. (1984) y Such

³⁷ Según estimaciones del CYTIC (2006), del total de productos finales del sector textil-confección, el 45% corresponde a vestuario, el 33% a hogar y decoración y el restante 22% a usos industriales y técnicos.

(1993) nos servirá de guía para estudiar los principales aspectos relacionados con cada uno de los procesos básicos.

Figura 3.3: El proceso productivo del textil-confección.



Fuente: elaboración propia.

El ciclo que hemos denominado como input está formado por aquellas actividades previas a la de fabricación de los productos textiles. El principal input de la industria textil-confección son las fibras, pero esta industria depende además de otras relacionadas como son la industria química y la de maquinaria. El conjunto de fibras textiles utilizadas como materias primas en los procesos industriales se pueden clasificar, atendiendo su origen en: a) vegetales (algodón, lino...), b) animales (lana, seda...), c) minerales (amianto, vidrio...); a su vez estas tres variantes pueden agruparse bajo el epígrafe de *fibras naturales*; d) *artificiales* (viscosa, acetada...), e) *sintéticas*³⁸ (acrílica, poliamida, poliéster, polipropileno...) y f) regeneradas (trapos y desperdicios textiles).

La importancia de la utilización de las fibras sintéticas es muy elevada, significando un 55% del consumo total de fibras de la industria. Ese hecho tiene grandes condicionantes estratégicos, pues si bien hay que destacar que productores de fibra natural hay muchos y dispersos, en lo que respecta a las

³⁸ Aunque los conceptos de fibra artificial y sintética suelen ser intercambiables, presentan algunas diferencias debido a sus procesos de obtención. Específicamente, a las fibras conseguidas a través de la polimeración (reacción química en la que se combinan moléculas de monómeros para formar polímeros) de monómeros orgánicos (como pueden ser algunos derivados del petróleo) se las denomina sintéticas y a las conseguidas a través de transformaciones de polímeros orgánicos naturales (p.ej. obtenidas de la madera), se tildan de artificiales o celulósicas.

sintéticas y artificiales existe alta concentración empresarial que en algunos productos se aproxima al monopolio. Eso es debido sobre todo a que esa actividad es intensiva en capital y conocimientos tecnológicos con significativas economías de escala, en el que la mayoría de sus productores son grandes compañías químicas multinacionales.

El sector de la maquinaria³⁹ textil-confección, en su concepción más amplia, es el encargado de producir los equipos y útiles necesarios para fabricar los diversos productos textiles y de gestión de los procesos de calidad, diseño y control. Buena parte de las innovaciones del global del textil vienen inducidas por las modificaciones incrementales realizadas en este ciclo. Los principales fabricantes y exportadores mundiales son Alemania, Japón e Italia. Y aunque España ocupa el 5º lugar, está todavía lejos de poder reducir la fuerte dependencia exterior de la que adolece el sector.

En definitiva, y con alguna diferencia significativa, podemos apuntar que en el ciclo productivo textil de aprovisionamiento o de los inputs, existe fuerte dependencia de los proveedores, sobre todo del exterior (maquinaria) y que en algunos casos se encuentran en una situación de dominio de mercado (fibras y química). Los desequilibrios que provoca esta situación son más intensos en aquellos segmentos denominados como “más tradicionales”, pudiendo provocar así una alta estandarización de los productos y favoreciendo los procesos de concentración y especialización geográfica.

El segmento intermedio del proceso manufacturero textil, el de transformación, tiene como finalidad la fabricación y los acabados de los tejidos textiles. Las tres principales operaciones que lo conforman son: la hiladura, el tisaje o tejeduría y los acabados. El proceso de hiladuría tiene por objeto convertir en hilo, por diferentes técnicas de separación, desintegración y tratamiento químico, las diferentes fibras textiles que serán aportadas como materia prima

³⁹ Para un análisis más detallado de la situación de este sector, se puede consultar el informe de CITYC y la Fira de Barcelona “Maquitex: Innovaciones incrementales”, *Fomento del Trabajo*, núm. 2094, pp. 48-53.

en forma de borra, floca, etc. Los procesos más representativos de esta industria son: a) hiladuras de algodón, cuyo objeto es la transformación del algodón en hilos de diferentes calidades; b) la hiladuras de lana, que son las encargadas de transformar la lana en hilo; c) las hiladuras de desperdicios y regenerados y d) las hiladuras de fibras duras, que obtiene un hilo para un mercado distinto al de las fibras textiles como pueden ser las cuerdas, sacos y arpilleras.

El proceso de tisaje, tejeduría o de fabricación del tejido comprende todas las operaciones necesarias para la elaboración de los mismos, partiendo del hilo procedente en las fases anteriores de hiladuría.

Hasta los años 50, la principal técnica de obtención de tejidos era el telar, por medio del entrecruzamiento de los hilos procedentes de un plegador (urdimbre) y otros que van siendo dispuestos, mediante un dispositivo especial, de forma perpendicular a los anteriores (trama). Con posterioridad, esas técnicas han dejado paso a otras más evolucionadas como las del género de punto y las de las telas no tejidas.

Las técnicas del género de punto abarcan aquellas industrias del textil-confección en las que la fabricación está basada en la estructura de malla. Buena parte del desarrollo que ha experimentado en los últimos años se debe a la utilización de nuevos tipos de fibras sintéticas y a la aplicación de nuevas tecnologías de proceso, que permiten así obtener tejidos con cualidades como la de resistencia a la abrasión, pérdida de calor corporal o de protección de la luz solar (Riera, 1998).

Más recientemente, y en paralelo al desarrollo de nuevas fibras químicas, las técnicas de los tejidos no tejidos, o también denominados tejidos sin tejer, se han encargado de la fabricación de artículos textiles de estructuras planas, más o menos flexible y porosas, constituidas en su totalidad o parcialmente por fibras textiles, las cuales permiten obtener un gran número de nuevas

aplicaciones para el interiorismo y la decoración, la agricultura o la industria, entre otras (Graell, 2003).

El proceso de *acabados*, genéricamente denominado de “tintes, aprestos y acabados”, comprende un conjunto de operaciones físicas, químicas y mecánicas, que se efectúan en los tejidos con el objeto de eliminar defectos, mejorar sus propiedades y cambiar su aspecto exterior. Aunque se encuadra en el segmento intermedio del proceso manufacturero textil, interviene en las distintas fases del mismo, bien en la cabecera de las fibras, en la subfase de hiladuría y/o de tejeduría, como acabamos de ver, y en la prenda confeccionada (Alier, 2001).

Finalmente, el ciclo manufacturero textil se cierra con los procesos denominados de confección, que son los encargados de transformar el tejido en un output o producto final. A pesar de la amplitud de productos que se obtienen y de las interrelaciones que se dan entre los diferentes segmentos, podemos clasificar en tres grandes grupos sus aplicaciones principales: vestuario, hogar y otras aplicaciones.

El segmento del vestuario o de prendas de vestir abarca a todos aquellos procesos encargados de la confección textil de ropa masculina y femenina, como son las camisas, pantalones, calcetines, camisetas, chaquetas, etc. El del hogar y decoración incluye una amplia gama de líneas de productos como son las alfombras, toallas, sábanas, visillos y cortinas, ropa de cama o cocina, así como otros artículos de moblaje. Y el de otras aplicaciones incluye productos de uso técnico e industrial.

Éstos últimos, que son los más desconocidos, son aquellos que han experimentado la evolución más importante en los últimos años y sobre los que se augura un crecimiento más significativo (Cenestap, 2004). Por ello, dado el carácter novedoso y la importancia que este subsector puede representar en el futuro, conviene que conozcamos cuáles son sus usos más habituales y algunos de los productos que lo integran. De manera que, para describir sus principales

áreas de utilización, se puede ordenar en nueve grandes grupos⁴⁰ (tabla 3.3) (Detrell, 1998):

Tabla 3.3: Áreas de utilización de los textiles técnicos.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Textiles para ingeniería civil: ingeniería hidráulica y sistemas de drenaje. 2. Textiles para agricultura y pesca: invernaderos y redes. 3. Textiles para la construcción: aislantes y revestimiento de interiores 4. Textiles para uso médico-higiénico-sanitario: usos sanitarios e higiénicos. 5. Textiles para protección medioambiental: almacenaje de residuos y vertederos 6. Textiles para vehículos, transportes y embalaje: neumáticos, sacos y contenedores. 7. Textiles para protección: reflectantes y chalecos salvavidas. 8. Textiles para deporte y tiempo libre: sacos de dormir y velas. 9. Textiles para usos industriales: cintas transportadoras y mangueras. |
|---|

Fuente: elaboración propia a partir de Detrell (1998).

A modo de síntesis, ya podemos caracterizar a la industria textil-confección actual como sigue: a) un sector con fuerte dependencia de otros sectores, sobre todo para innovar; b) una actividad con tasas de variación de la demanda negativas y c) una industria formada por diferentes segmentos con características estratégicas distintas.

Por ello, y dado que el textil-confección es un sector amplio y variado en sus actividades productivas (subsectores) así como dependiente del territorio en el que se localice su industria, su estudio exige un profundo conocimiento acorde con la unidad de análisis.

⁴⁰ Se indican sólo algunos ejemplos de sus aplicaciones.

3.2 El textil-confección en el contexto europeo y en la economía española.

3.2.1 Evolución de la situación en la UE.

La industria es, junto con los servicios, uno de los principales sectores de la actividad económica de los países desarrollados. Si se mide su peso e importancia basándonos en las tasas de población activa, se observa que según los datos ofrecidos por la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), en la UE-25 el empleo industrial⁴¹ se situó en 2004 en 45,16 millones de ocupados (el 27,9% del empleo total), cifra sólo superada (aunque en gran medida) por el sector servicios (67,1% y 108,6 millones de ocupados) (Jouhette y Romans, 2005).

Dentro de la industria, una de las principales actividades es la del textil-confección⁴², ya que con un volumen de negocios que era superior a los 200.000 millones de euros, 230.000 empresas censadas y una ocupación de más de 2 millones de personas, en el año 2000 se situaba entre las 7 principales actividades manufactureras y, por ello, se configuraba como fundamental en un amplio número de países y regiones de la UE.

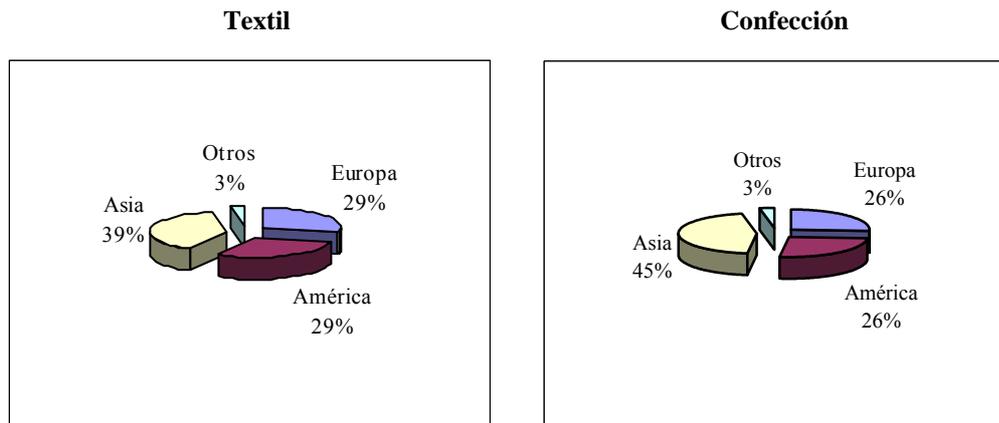
El reparto mundial de los porcentajes de consumo y producción de esta actividad industrial son desiguales en sus dos principales ramas (el textil y la confección). Según estimaciones realizadas para el año 2000 (Stengg, 2001), el principal consumidor de la rama textil, Europa, fabricó un 29% del total; el segundo consumidor de textiles, América, fabricó otro 29%; y el tercer

⁴¹ Conviene tener en cuenta que este indicador se incluye también la actividad del sector construcción.

⁴² La información estadística disponible es variada y a veces algo confusa. Primero porque gran parte está basada en anteriores clasificaciones de la CNAE y NACE, en otros casos, porque agrega el subsector de fibras artificiales y, en otros, por la producción que escapa a los controles por realizarse de manera “sumergida”, etc. Por ejemplo, a la hora de cuantificar el sector existen importantes diferencias: Eurostat, Eurotex, CITYC, MTAS o el INE. Eso explica y justifica el empleo conjunto de estadísticas más y menos recientes, ya que cuando se incluyen éstas últimas es para caracterizar estructuras que se han mantenido bastante estables.

mercado, Asia, tuvo un porcentaje de la producción mundial del textil del 39%. Las cifras referidas a la producción de la rama de confección o vestuario son de igual signo: el continente asiático (tercer consumidor mundial) produjo casi la mitad del total (45%), mientras que Europa y América (primer y segundo mercado respectivamente) un 26% cada uno (figura 3.4).

Figura 3.4: Porcentajes de producción mundial del textil-confección en el año 2000.



Fuente: elaboración propia a partir de Stengg (2001).

También según datos ofrecidos por EUROSTAT, la actividad textil-confección⁴³ registró en el año 2001 en la actual UE-25 un volumen de producción de algo más de 203.000 millones de euros y proporcionó empleo a casi 2,7 millones de personas (Sura, 2004). Aunque si se analizan de forma detenida los datos se observa nuevamente que existen importantes desigualdades, en este caso entre los diferentes países miembros. Esas diferencias pueden observarse en aspectos como: a) cuota que poseen de la industria, b) número de empleados y c) estructura de la producción.

A nivel desagregado (tabla 3.4), los 5 principales productores (Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y España) concentraban el 78% del total producido. Y sólo en la UE-15 se concentraba casi el 95% de la producción.

⁴³ Sólo se han incluido las divisiones 17 y 18 de la NACE.

Tabla 3.4: La producción textil-confección en la UE en 2001.

(en millones de €)	Textil (NACE 17)	Confección (NACE 18)	Total Producción	Cuota %
Italia	40.020	29.842	69.862	34
Francia	15.151	11.886	27.037	13
Alemania	15.677	10.345	26.022	13
Reino Unido	12.395	7.389	19.784	10
España	9.395	7.379	16.774	8
Bélgica	7.162	2.023	9.185	5
Portugal	4.675	3.484	8.159	4
República Checa	1.772	2.236	4.008	1
Polonia	2.425	596	3.021	2
UE-15	115.048	76.788	191.836	94,3
UE-25	121.534	81.749	203.283	100

Fuente: elaboración propia a partir de Sura (2004).

Respecto al número de empleos que alberga esta industria, se observa que en 2001 los tres países con un mayor número de ocupados en esta industria (Italia, República Checa y España) concentran casi la mitad de los empleos (el 44%). Conviene destacar que en este caso la UE-15 concentra sólo el 72% (tabla 3.5).

Tabla 3.5: La ocupación del textil-confección en la UE en 2001.

(en miles)	Textil (NACE 17)	Confección (NACE 18)	Total Empleos	Cuota %
Italia	298	307	605	23
República Checa	69	238	307	12
España	115	134	249	9
Portugal	100	126	226	8
Francia	119	96	215	8
Alemania	136	75	211	8
Reino Unido	127	83	210	8
Polonia	123	56	179	7
Bélgica	43	11	54	2
UE-15	1.029	890	1.919	72
UE-25	1.315	1.354	2.669	100

Fuente: elaboración propia a partir de Sura (2004).

De un análisis combinado de las estadísticas de producción y empleo se observa que en el año 2001: a) Italia es el país que más contribuye, b) que España se sitúa entre los principales países de esta industria y c) que a nivel estructura de producción, existen importantes desequilibrios entre esos indicadores, tanto a nivel agregado (UE-15 frente a UE-25) como a nivel

estatal, especialmente en algunos países recientemente incorporados a la UE⁴⁴, como la República Checa.

Concretamente, mientras que la UE-15 produce casi el 95%, sólo emplea el 72% de la mano de obra de esta industria, mientras la República Checa que apenas produce un 1% del total, concentra al 12% de los empleos.

El origen de esas contradicciones hay que buscarlo en tres principales factores: 1) la rama textil es más intensiva en capital, mientras que la de la confección lo es en mano de obra; 2) la industria textil-confección es un sector globalizado que registra un constante incremento de los flujos comerciales entre países (importaciones y exportaciones), sobre todo debido al proceso de liberación comercial en el que se encuentra sometido y; 3) las estrategias de deslocalización de la producción que han llevado a cabo las empresas de los países más desarrollados hacia aquellos con una mano de obra más barata (Canals y Trigo, 2001; Stengg, 2001; Maluquer, 2003).

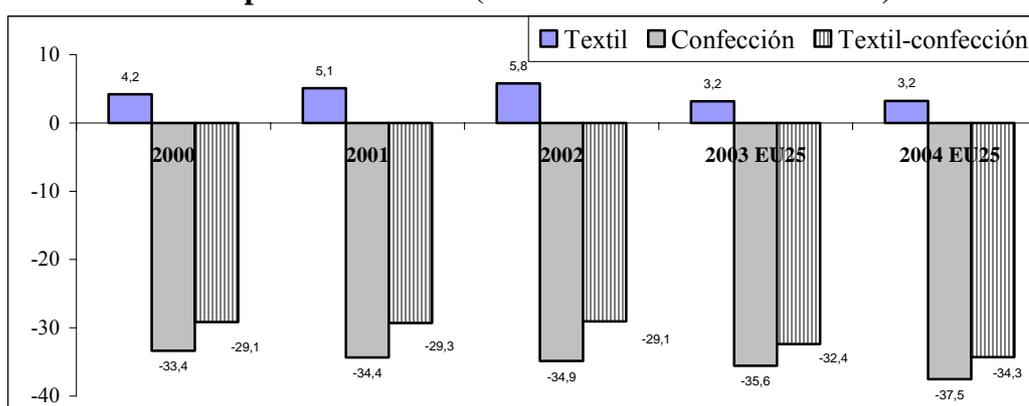
Tradicionalmente, la industria textil europea y la de otros muchos países como USA o Canadá, han estado protegidas, limitándose las importaciones de ciertos productos o se han aplicado tasas y aranceles para hacer dichos productos menos competitivos. Los gobiernos han utilizado las cuotas a las importaciones de productos procedentes de determinados países, la mayoría de estos asiáticos, para así salvaguardar su industria, por ejemplo el Acuerdo Multifibras. En las rondas negociadoras del extinguido GATT se planteó la eliminación total de esas cuotas y, con ello, el libre mercado entre los países que suscribieran el acuerdo.

⁴⁴ Dicho proceso de Ampliación de UE se completó el 1 de mayo de 2004 y supuso que la UE pasara a tener 10 nuevos miembros: Chipre, República Checa, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Eslovaquia y Eslovenia, aumentando con ello de 15 a 25 estados.

Fue con la firma del Acuerdo del ATC⁴⁵ (*Agreement on Textiles and Clothing*) por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio, de los que la UE es uno de sus miembros, con lo que entonces se inició la primera fase de la reducción progresiva de las cuotas. La cuarta y última fase de este Acuerdo tuvo lugar el pasado uno de enero de 2005, permitiendo así la libre competencia a todos los proveedores del textil-confección en la UE.

Durante el último periodo (2000-2004) de esa fase de liberalización, en el que han coexistido ciertas restricciones y un claro proceso de apertura, los flujos comerciales entre países se han intensificado y, debido a esto, el balance deficitario del comercio internacional de esta industria en la UE, que ha pasado de -29.100 a -34.300 millones de euros (Marchi, 2005) (figura 3.5).

Figura 3.5: Balance del comercio internacional del textil-confección de la UE en el periodo 2000-04 (en miles de millones de euros).



Fuente: elaboración propia a partir de Marchi (2005).

⁴⁵ El comercio del textil-confección entre los miembros del WTO (*World Trade Organization*) está regido por el ATC firmado el 1 de enero de 1995. Este acuerdo implica la reducción progresiva de las cuotas a la importación por parte de la UE, Canadá y USA que vienen aplicándose desde el Acuerdo Multifibras a los siguientes países: Argentina, China, Corea del Sur, Filipinas, Hong-Kong, India, Indonesia, Macao, Malasia, Pakistán, Perú, Singapur y Tailandia. El proceso que esa reducción ha seguido es el siguiente:

-el 1 de enero de 1995 se liberalizó el 16% del comercio en productos que de alguna manera no estaban sujetos explícitamente a ninguna limitación;

-en una 2ª fase, a principios de 1998, se liberalizó un 17% del comercio, los productos más afectados fueron principalmente las cintas, las medias, los pañuelos y los trajes de baño;

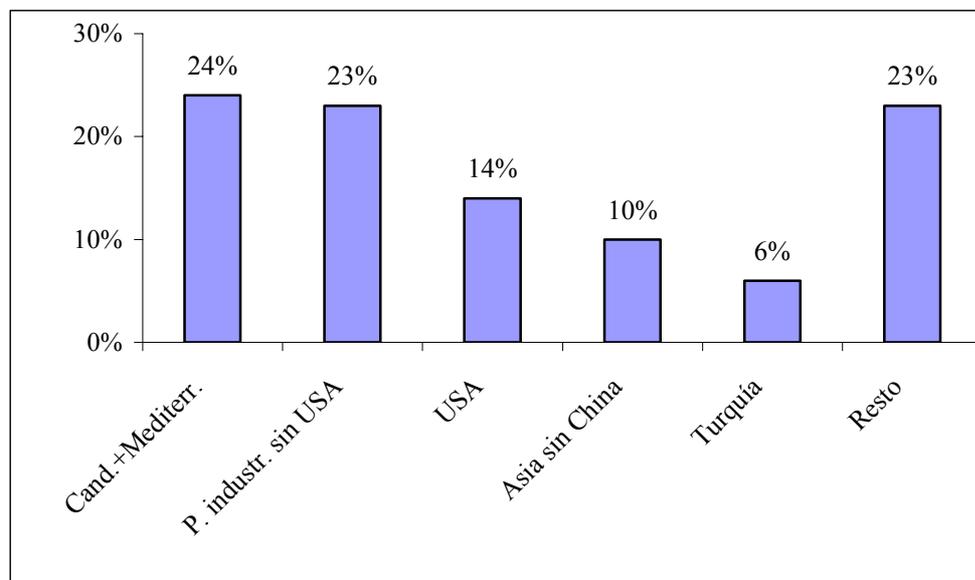
-el 1 de enero de 2002 se liberalizó otro 18%, esto afectó a anoraks, chandals, guantes, panas, parkas y ropa para el bebé.

-y el 49% que faltaba por liberalizarse dejó de estar protegido el pasado 1 de enero 2005. Esta medida ha afectado a cualquier hilado y tejido, ropa de hogar y ropa de vestir interior o exterior.

Aunque, tal y como se observa, todavía en la rama textil las exportaciones de la UE-25 son mayores que las importaciones (en 2004 un saldo positivo de 3.200 mill. de euros). Ese favorable saldo se ha visto reducido de forma importante debido a que uno de los principales destinos de estos productos eran países que recientemente se han incorporado fruto de la ampliación. Además, hay que notar que, como ya se ha dicho, si bien dicha incorporación no se hizo efectiva hasta mayo de 2004, en la figura (3.5) se analiza el resultado obtenido bajo la hipotética situación de que ya se hubiera realizado en 2003.

Esto se aprecia mejor si se analizan los destinos de las exportaciones de la UE en 2004 (figura 3.6). Como queda reflejado, son los países candidatos a la próxima ampliación de 2007 (Bulgaria y Rumanía) junto con los de la cuenca mediterránea (especialmente Marruecos) los que se erigen como principales destinos de los productos del textil-confección (24%), seguidos en orden de importancia por países industrializados como Canadá y Japón (23%) y USA (14%).

Figura 3.6: Principales destinos de las exportaciones del textil-confección de la UE en 2004.



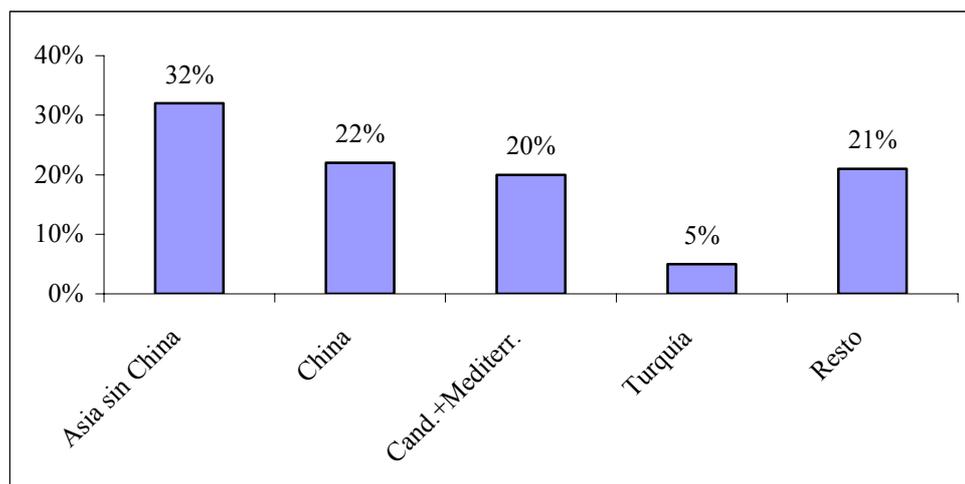
Fuente: elaboración propia a partir de Marchi (2005).

Si se retoma el análisis de la figura 3.5, se observa que las importaciones de la rama de la confección han pasado de 33.400 millones de euros en el año 2000 a

37.500 millones en el año 2004. En esta rama de la industria no se aprecia que la incorporación de nuevos países a la UE haya supuesto reducción alguna en el alto déficit comercial hasta entonces registrado. Más bien al contrario, el saldo final del periodo considerado se ha incrementado un 17,3%.

De nuevo, si ahora se analizan los orígenes de las importaciones de la UE en 2004 (figura 3.7), observamos que el 54 % tuvieron su punto de partida en el continente asiático, siendo China con un 22% del total de las importaciones el principal país. También es destacable el volumen de importaciones de los países candidatos a la próxima ampliación y cuenca mediterránea (20%).

Figura 3.7: Principales orígenes de las importaciones del textil-confección de la UE en 2004.



Fuente: elaboración propia a partir de Marchi (2005).

En la actualidad, la mayoría de las asociaciones y colectividades del sector siguen inmersas en un profundo debate sobre el futuro de esta industria. Y aunque no es nuevo para el textil-confección tener que afrontar crisis y grandes reestructuraciones, lo cierto es que, especialmente ahora, se habla de crisis. Su origen, tal y como se viene argumentando, es la liberalización mundial de los intercambios comerciales.

De hecho, en trabajos como los de la DG Trade of the European Commission (2003), que ha sintetizado la mayoría de estudios que se han realizado sobre el impacto de la eliminación de las cuotas, en el de Leonart et al. (2003) que ha

planteado un modelo de prospectiva para analizar ese impacto, o en el de Nordas (2004), se afirma que como consecuencia de esa liberalización la industria textil-confección europea sufrirá importantes cambios. Especialmente en los intercambios exteriores (aumento significativo de las importaciones asiáticas y con ello un aumento del saldo negativo y disminución de la tasa de cobertura) y en la estructura empresarial (reducción en el número de empresas).

Específicamente, en estos trabajos⁴⁶ se augura que los países desarrollados de la UE tendrán que hacer frente a pérdidas en la producción y el empleo, ya que las posibles ganancias derivadas de la liberalización y de la apertura de países no desarrollados, no compensará el incremento de las importaciones.

Las únicas cifras oficiales de que disponemos del año 2005, publicadas recientemente por la Organización Europea del Textil y de la Confección (EURATEX, 2006), nos sirven para indicar que el principal beneficiario de la eliminación de las cuotas textiles ha sido China; concretamente, respecto a los datos de 2004, en 2005 incrementó 5,5 puntos sus exportaciones a la UE-25 (pasaron de un 22% a un 27,5%).

La evolución y situación actual de la industria textil-confección de la UE-25 se resume en la tabla (3.6).

Tabla 3.6: Resumen de la evolución y situación actual del textil-confección en la UE.

	2001	2004	Variación
Tasa de cobertura	54,7%	52,0%	-5,0%
Producción (en mill. de €)	203.283	180.500	-11,2%
Empleo (en miles)	2.669	2.263	-15,2%
Empresas (en miles)	230	165	-27,0%

Fuente: elaboración propia a partir de Stengg (2001), Sura (2004) y Marchi (2005).

En definitiva, de su lectura se observa, según la evolución seguida por la tasa de cobertura (-5%), una importante pérdida de competitividad de sus empresas

que se ha traducido en los siguientes apartados: a) un descenso de su producción en 22.783 millones de euros (-11,2%), b) el recorte de 406.000 empleos (-15,2%) y c) el cierre de 65.000 empresas (el 27%). Esos datos nos llevan a pensar que parecen ratificarse los peores presagios sobre su situación de crisis y, derivado de las desigualdades anteriormente expuestas, analizaremos en el siguiente apartado la situación de esta industria en España.

3.2.2 La industria textil en España: similitudes con la UE-25 y rasgos propios.

Un repaso a algunas de las estadísticas y datos que caracterizan la actividad textil-confección española nos muestran que se comparten muchas características con la UE, algunas de las más destacadas son: a) importante actividad industrial, b) desigualdades regionales, c) balance deficitario de su comercio internacional, d) intensa actividad comercial con sus mercados más próximos, e) estructura empresarial basada en PYMES y, f) estar sumida en un gran debate sobre su futuro.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2004), en el año 2001 en España había un total de 16.329.713 ocupados mayores de 16 años (tabla 3.7). De los cuales, 2.853.196 (el 17,5%) pertenecen a la industria manufacturera. Respecto al textil-confección, Cataluña con 99.726 seguida de la Comunidad Valenciana con 45.508 ocupados, son las dos CC. AA. que abarcan el mayor número de empleados en esta industria (más de la mitad) con el 52% del empleo total (276.000).

Según los coeficientes de especialización⁴⁷, las cuatro comunidades autónomas que están por encima de la media nacional (coeficiente 1) son, por este orden: Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia.

⁴⁶ Otros presagios que parecen haberse cumplido son: muchos de los países de la cuenca mediterránea, especialmente del Magreb, que habían impulsado industrias en procesos de deslocalización, se verán muy afectados por esa nueva competencia.

⁴⁷ Su expresión matemática es la siguiente: $CE_{ij} = \frac{E_{ij} / E_j}{E_i / E_n}$.

Tabla 3.7. Distribución y coeficientes de especialización del textil-confección español a nivel autonómico.

Comunidad Autónoma	Empleo	Ocup. ind. manufacturera	Textil-Confección	Coefficiente Especialización
Castilla-La Mancha	646.825	126.032	23.716	2,105
Cataluña	2.815.126	688.160	99.726	2,091
Comunidad Valenciana	1.715.025	403.618	45.508	1,566
Galicia	1.035.178	179.221	25.606	1,46
-----	-----	-----	-----	-----
Rioja (La)	117.874	35.183	1.838	0,92
Aragón	495.769	109.066	7.319	0,871
Murcia (Región de)	480.767	88.293	5.736	0,704
Castilla y León	921.650	145.440	9.072	0,581
Andalucía	2.500.360	272.053	23.706	0,56
Navarra	242.254	66.417	2.165	0,527
Extremadura	346.697	32.277	2.871	0,489
Madrid (Comunidad de)	2.445.701	312.944	19.751	0,477
Cantabria	207.409	36.953	1.281	0,364
Baleares (Illes)	371.962	30.872	1.826	0,29
Asturias (Principado de)	382.429	55.694	1.806	0,279
País Vasco	870.108	226.268	3.699	0,251
Canarias	690.456	43.673	1.644	0,141
Melilla	20.925	440	29	0,082
Ceuta	23.198	592	31	0,079
TOTAL	16.329.712	2.853.196	276.700	1

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2004).

De manera integrada, si se atiende al número de empleos y ocupaciones que se generan y su grado de especialización productiva, se pueden representar (figura 3.8) cuatro situaciones diferentes en el textil-confección español: a) con fondo blanco, aquellas comunidades en las que esta actividad puede ser considerada complementaria o residual; b) con fondo gris (las dos Castillas y Galicia) las zonas en las que esta industria tiene índices de ocupación relevantes, aunque en datos absolutos el número de empleados respecto al total nacional sea medio; c) con fondo más oscuro (Cataluña y Valencia) las dos comunidades en que, tanto a nivel relativo como absoluto, esta industria es fundamental para su economía.

Donde:

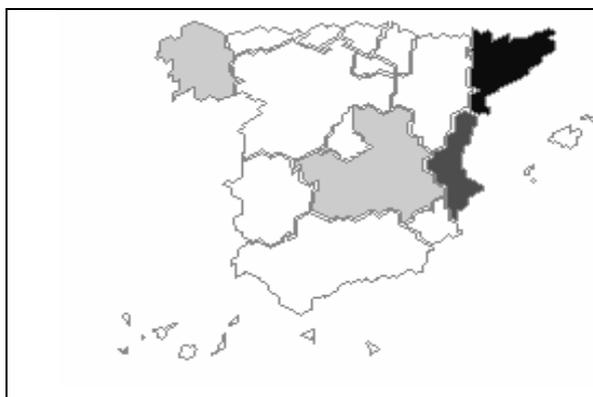
E_{ij} se refiere al volumen de empleo u ocupados de la rama i en la entidad territorial j ,

E_j indica el total de empleo en la entidad territorial j ,

E_i es la variable que muestra el total del empleo de la rama i ,

E_n recoge el volumen total de empleo referida al ámbito nacional.

Figura 3.8: Mapa de localización de las principales CC.AA. textiles españolas.



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2004).

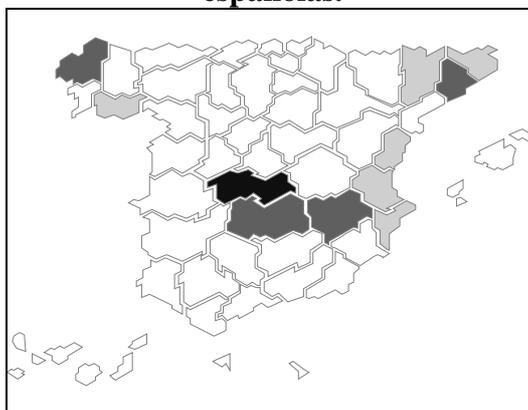
Dentro de las CCAA en las que tiene un mayor peso esta industria también encontramos fuertes disparidades, ya que, tal y como se muestra en la tabla (3.8), sólo entre las tres principales provincias: Barcelona (85.513 empleados), Valencia (22.729) y Alicante (18.814), concentran el 46% del total del empleo. Además, según los coeficientes de especialización, de las 16 provincias que conforman estas cuatro CC.AA, 11 de ellas tienen un coeficiente mayor a la unidad, siendo por tanto secundaria su importancia en las otras 5. Destacan como las provincias más especializadas, por este orden: Toledo, Barcelona, Ciudad Real, Coruña y Albacete.

Tabla 3.8. Distribución de los principales coeficientes de especialización del textil-confección español a nivel provincial.

Provincia	Empleo	Ocup ind manufacturera	Textil- Confección	Coefficiente Especialización
Toledo	208.410	51.765	10.758	3,046
Barcelona	2.139.905	554.269	85.513	2,358
Ciudad Real	163.822	27.379	6.269	2,258
Coruña (A)	424.910	71.370	16.154	2,243
Albacete	133.204	25.887	4.811	2,131
Alicante	585.561	144.450	18.814	1,896
Girona	256.038	55.323	7.997	1,843
Valencia	916.303	197.377	22.729	1,463
Ourense	115.653	16.555	2.755	1,405
Lleida	158.141	27.305	3.010	1,123
Castellón	213.161	61.791	3.965	1,097
Pontevedra	359.588	75.826	5.938	0,974
Tarragona	261.042	51.263	3.206	0,724
Cuenca	70.780	9.227	844	0,703
Lugo	135.027	15.470	759	0,331
Guadalajara	70.609	11.774	394	0,329
TOTAL	6.212.154	1.397.031	193.916	

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2004).

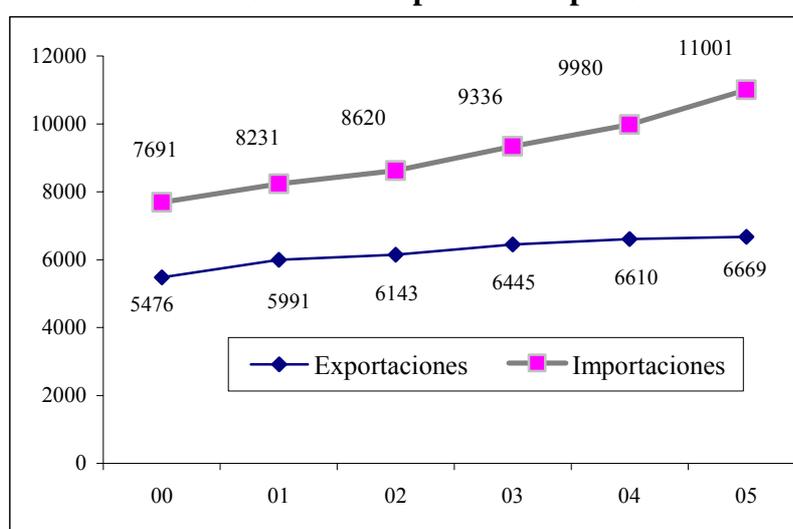
De igual manera, si ahora se atiende al número de empleos y ocupaciones que se generan y su grado de especialización productiva, se pueden representar a nivel provincial (figura 3.9) dos situaciones diferentes en el textil-confección español: a) con fondo blanco, aquellas provincias en las que esta actividad puede ser considerada complementaria o residual; b) con fondo gris, aquellas provincias en las que esta industria tiene simultáneamente índices relevantes de ocupación y especialización. De tonalidad más oscura se destacan las cinco provincias con los coeficientes más elevados (Toledo, Barcelona, Ciudad Real, Coruña y Albacete).

Figura 3.9: Mapa de localización de las principales provincias textiles españolas.

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2004).

Al igual que ocurre con esta industria en la UE-25, en los últimos años en España los flujos comerciales con el exterior se han intensificado y, de igual manera, el balance deficitario ha aumentado (figura 3.10), ya que como se observa, mientras que en el año 2000 el saldo era de -2.215 millones, éste ha ido aumentando en el último periodo situándose en 2005 en -4.332 millones de euros.

Figura 3.10: Evolución en millones de euros de las cifras de comercio exterior del textil-confección español en el periodo 2000-2005.



Fuente: elaboración propia a partir de CITYC (2006).

Otra característica bastante compartida con las empresas textiles europeas es que los destinos de sus exportaciones se dirigen principalmente a los países de su entorno más próximo, y que es posible encontrar importantes diferencias en el comportamiento que siguen sus ramas textil y de la confección. Efectivamente, según datos del año 2000 (tabla 3.9), en lo que respecta al textil, España exportó un 64,6% de la producción a la UE-15, destacando como principales destinos: Francia (15,7%), Portugal (11,1%) y Alemania (10,5%); el otro 35,4% de las exportaciones se dirigió principalmente al Magreb y América (un 11,6% y un 10,3% respectivamente). Respecto a las importaciones, el 66% tuvieron su origen en la UE (especialmente en Italia, 21,2%, Alemania, 11,1% y Francia, 10,9%) y el restante 34% en China (13%), India (8%) y Corea del sur (5%) (Riber, 2002).

Tabla 3.9: Geografía de la internacionalización de la empresa española de textil-confección.

	TEXTIL		CONFECCIÓN	
	Exportaciones	Importaciones	Exportaciones	Importaciones
Con destino u origen la UE-15	64,6%	66,0%	68,3%	43,4%
Con destino u origen fuera de la UE-15	35,4%	34,0%	33,0%	56,6%

Fuente: elaboración propia a partir de Riber (2002).

En lo que respecta a la rama de la confección, el principal destino geográfico de las exportaciones españolas fue también la UE-15, que absorbió el 68,3% del total. Destacan como nuestros principales clientes: Portugal (23,1%), Francia (19,0%) e Italia (6,8%) y, como principales destinos extracomunitarios, se situaron Oriente Medio (8,5%) y Méjico (3,2%). Por el lado de las importaciones, menos de la mitad de las mismas (43,4%) provino de la UE, de las cuales, los principales suministradores son Italia (14,7%), Portugal (10,5%) y Francia (7,3%). El restante 56,6% de las importaciones de la rama de la confección partió de países como China (15,8%), Marruecos (6,7%), India (3,8%) Hong Kong (3,3%) y Turquía (3,1%) (Riber, 2002).

Datos más recientes como los ofrecidos por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX, 2004) o el Centro de Información Textil y de la Confección (CITYC, 2006), vienen a confirmar que el principal destino de las exportaciones de los productos finales de esta industria son Francia y Portugal y, en menor medida, Italia y Alemania; y que el origen de las importaciones, especialmente de vestuario, son China, Italia, Francia y Portugal, y de alfombras, India y Bélgica.

Por último, otras similitudes⁴⁸ entre el textil-confección español y el de su entorno más cercano como el de la UE pueden encontrarse en algunos rasgos

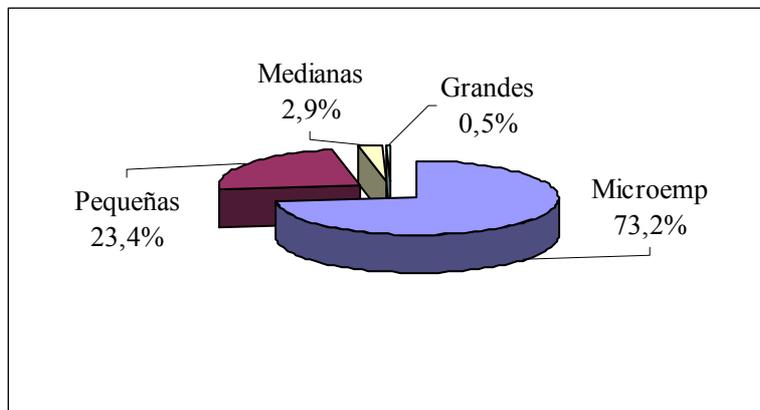
⁴⁸ Otros aspectos en los que la industria española coincide con la de UE pueden verse en que su mano de obra es poco cualificada o que emplea a un mayor número de mujeres que de hombres (en torno al 61%) (Sura, 2004).

de sus empresas referidos a su especialización productiva y ditritualización (Boix y Galletto, 2005) o el estar inmerso en una crisis.

En algunos trabajos como los de Stenng (2001) o Maluquer (2003) se han resumido algunos de esos rasgos. Por ejemplo, se plantea abiertamente que las empresas españolas se caracterizan porque tienden a especializarse en uno o en pocos subsectores productivos; esto provoca, por un lado, que existan un escaso número de empresas integradas y, por otro, que su tejido textil esté dominado por PYMES.

Si se analiza la figura (3.11) se observa que el pequeño tamaño es la característica predominante en esta industria en el contexto español, ya que sólo las empresas que tienen entre 1 y 9 asalariados (micropymes) suponen el 73,2% del total, las que ocupan entre 10 y 49 personas son el 23,4%, siendo residual la importancia de las que tienen entre 50 y 249 empleados (medianas) o de las más grandes⁴⁹ (apenas un 0,5%).

Figura 3.11: Estructura media de las empresas del textil-confección por tramos de asalariados en el periodo 2000-04.



Fuente INE (2005).

Derivado de ello, estos autores coinciden en que ese reducido tamaño unido a la especialización productiva provoca un alto nivel de interdependencia mutua,

⁴⁹ Según un ranking elaborado por la consultora CMT (2004) las 10 principales empresas de la industria textil-confección española son (se listan por orden alfabético): Inglés Textil, Burberry-Spain, Dogi Internacional Fabrics, Inditex, Induyco, Mango, Montefibre Hispania, Sara Lee, Textil Santanderina y Tavex Algodonera.

tanto para completar su actividad como para alcanzar mejores niveles de flexibilidad, favoreciendo de esta forma la concentración geográfica. Si a esto se le añade una tradición de marcado carácter histórico en cuanto a especialización de las actividades industriales de corte regional, se observa que el panorama puede tildarse como bastante distritualizado; destacando, por su importancia y peso sobre el global del textil europeo: la región Norte (Portugal); las regiones de Véneto, Piemonte, Toscana y Emilia-Romagna (Italia); Nord-Wesfalia, Baviera y Baden-Württemberg (Alemania); Nottinghamshire (Reino Unido); Nort-Pas-de-Calais (Francia); y las ya comentadas de Cataluña y Valencia, para el caso español⁵⁰.

3.2.3 Situación actual del textil-confección español.

El debate sobre la situación en la que se halla inmersa esta industria en España ha versado en los últimos años en torno a dos grandes frentes. Por un lado, en catalogar si la situación que atravesaba era coyuntural o estructural y, por otro, si cabía tildarla como de reordenación o de crisis.

Buena parte de los trabajos consultados coincide en catalogar la situación que atraviesa como estructural (FCEE, 2004; Fernández et al., 2004; IFM, 2004; Golf et al., 2005; entre otros). La justificación sobre la que basan sus conclusiones se sustenta en dos aspectos principales: a) los cambios sufridos, tanto en el entorno general como en el competitivo de sus empresas y b) la existencia de unas debilidades estructurales (estratégicas y organizativas) que son compartidas por sus empresas, provocando la conjunción de ambos un importante descenso en su capacidad competitiva.

⁵⁰ A nivel municipal, también destacan las siguientes localizaciones (Boix y Galletto, 2005): Ordes y Vimianzo (A Coruña); Alcaraz, Balazote, Barrax, Hellín, Madrigueras, Tarazona de la Mancha, Tobarra y Villamalea (Albacete); Albaterra, Alcoi, Banyeres de Mariola, Bihar, Cocentaina y Muro de Alcoy (Alicante); Berga, Calella, La Garriga, Igualada, Manresa, Mataró, Monistrol de Montserrat, Prats de Lluçanès, Sabadell y Sallent (Barcelona); Albaladejo, Herencia, Socuéllamos, La Solana, Tomelloso, Torre de Juan Abad y Villanueva de los Infantes (Ciudad Real); Priego de Córdoba (Córdoba); Alp y Ripoll (Girona); La Carolina y Huelma (Jaén); Lalín (Pontevedra); Béjar (Salamanca); Gandesa (Tarragona); Cebolla, Quintanar de la Orden, Talavera de la Reina, Tembleque y Los Yébenes (Toledo); Albaida, Bocairent, Montaverner, Ontinyent y Xàtiva (Valencia); Caspe y Maella (Zaragoza).

En el entorno general, factores como el constante incremento del precio del petróleo, la apreciación del euro sobre el dólar, o los ya comentados, como la ampliación de la UE o los acuerdos de librecomercio, han propiciado un endurecimiento espectacular de la competencia, especialmente la proveniente de los países asiáticos. Por otra parte, en el entorno competitivo, más recientemente se está asistiendo a la desaparición de los canales de distribución tradicionales, dando paso con ello a la concentración de clientes como el Corte Inglés, la aparición de grandes cadenas especializadas en el textil-confección como Inditex o la aparición en el comercio minorista de estos productos en los grandes grupos de la distribución como Carrefour, propiciando así un incremento notable de la rivalidad en el sector.

A nivel interno, en esos estudios se ponen de manifiesto las siguientes debilidades: a) a pesar del carácter distritual de la mayoría de sus empresas la opción estratégica de la cooperación es poco utilizada; b) escasa inversión en las áreas de marketing e I+D+i; c) una excesiva atomización, d) la baja profesionalización de la dirección y cierta indefinición en el diseño de las estructuras organizativas, f) el empleo casi exclusivo de la exportación y, en general, e) un actitud directiva caracterizada por la “no estrategia”.

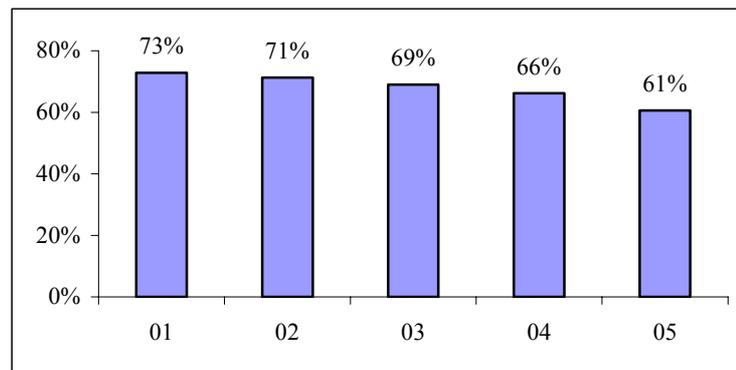
Esto ha propiciado dos grandes hechos: 1) durante los últimos años, la principal estrategia de internacionalización seguida por la empresa textil-confección española ha sido la exportación vía agentes independientes y la importación de productos acabados, y en mucha menor importancia, la subcontratación internacional, la multilocalización⁵¹ y la deslocalización (Fabregat, 2003); y 2) la “no estrategia” está incentivando los criterios del *cortoplacismo* y de la acción-reacción en las decisiones empresariales, llevando a que la mayoría de empresas tiendan a hacer y ofrecer lo mismo y, consecuentemente, sumergiendo a este sector en una profunda crisis.

⁵¹ Entendida ésta como aquella situación caracterizada porque la empresa cuenta con más de un establecimiento productivo en más de un país o mercado (CSC, 2006).

Efectivamente, algunos de los indicadores sobre la negativa evolución experimentada por la tasa de cobertura, la producción, el empleo o el número de empresas ratifican esos presagios.

Sólo entre el periodo 2000-2005 (figura 3.12), la tasa de cobertura del comercio exterior del textil-confección español registró un descenso de 12 puntos, pasando de un 73% a un 61%. Los elementos que explican este desfavorable comportamiento son dos: por un lado, la reducción de las exportaciones de la rama textil, y por otro, el significativo aumento que las importaciones de confección ha registrado.

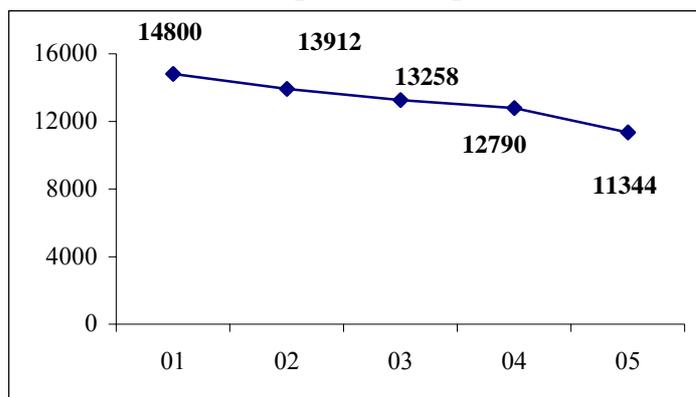
Figura 3.12: Evolución de la tasa de cobertura en el periodo 2001-05.



Fuente: elaboración propia a partir de CYTIC (2006).

Si se analiza la tendencia seguida por las cifras de producción (figura 3.13), se observa el paso de 14.800 millones de euros a 11.344, registrando con ello un descenso del -20%.

Figura 3.13: Evolución en millones de euros de las cifras de producción del textil-confección español en el periodo 2000-05.

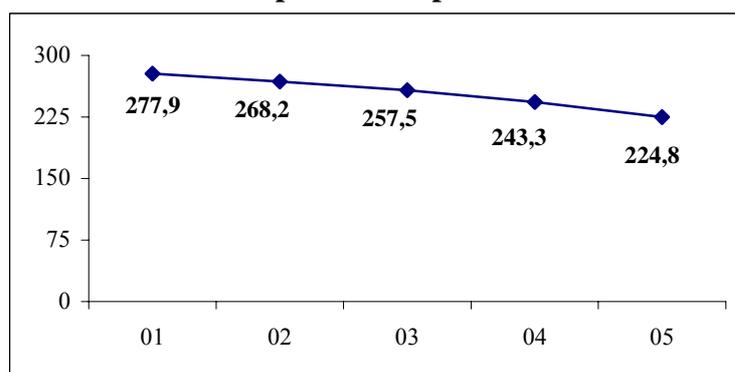


Fuente: elaboración propia a partir de CITYC (2006).

Ese importante descenso en la producción ha tenido su reflejo inmediato en dos aspectos principales: pérdidas de empleos y cierre de empresas.

Tal y como se aprecia en la figura (3.14), entre 2001 y 2005 el Centro de Información Textil y de la Confección (CYTIC, 2006) contabilizó un total de 53.000 ocupaciones menos (-19,1%).

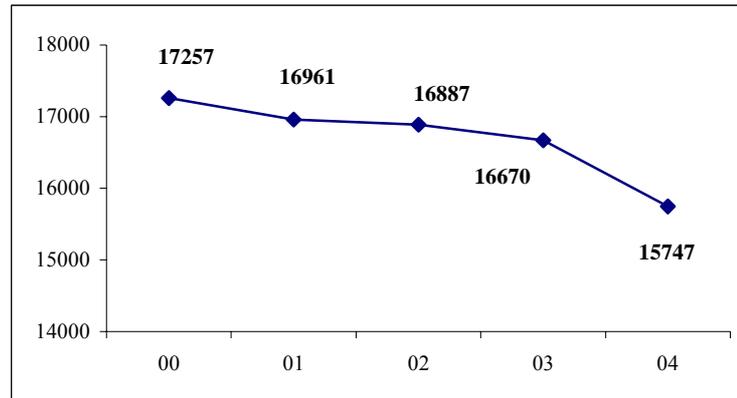
Figura 3.14: Evolución en miles de las cifras de ocupados del textil-confección español en el periodo 2001-05.



Fuente: elaboración propia a partir de CITYC (2006).

También para ese mismo periodo el número de empresas censadas experimentó una fuerte reducción (-8,75%), pasando de 17.257 a 15.747 (figura 3.15).

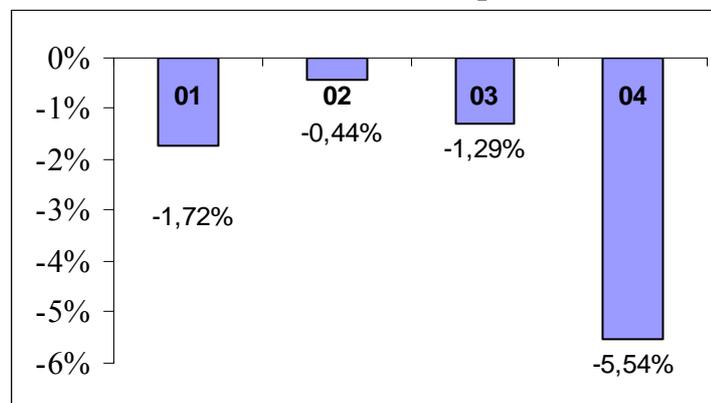
Figura 3.15: Evolución en el número total de empresas del textil-confección con asalariados en el periodo 2000-04.



Fuente: elaboración propia a partir de CITYC (2006).

De forma desagregada, el año que registró un mayor cierre de empresas fue 2004 (-5,54%) (figura 3.16). Esta evolución probablemente sea el reflejo del reajuste organizativo con el que muchas empresas han empezado a hacer frente a las nuevas condiciones más competitivas que se dan en el sector.

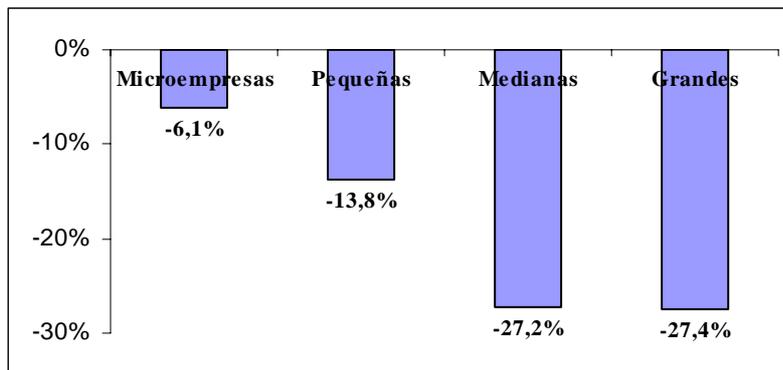
Figura 3.16: Evolución porcentual del número de empresas del textil-confección con asalariados en el periodo 2000-04.



Fuente INE (2005).

Si nos detenemos a analizar por tramos de tamaños (figura 3.17) se observa que la mayor criba la han sufrido las empresas más grandes (-27,4%) y medianas (-27,2%). Esa importante reducción no se ha materializado exclusivamente en el cierre de empresas, sino en ajustes organizativos tendentes al adelgazamiento de sus estructuras que han provocado que grandes empresas pasen a ser medianas y algunas medianas se conviertan en pequeñas.

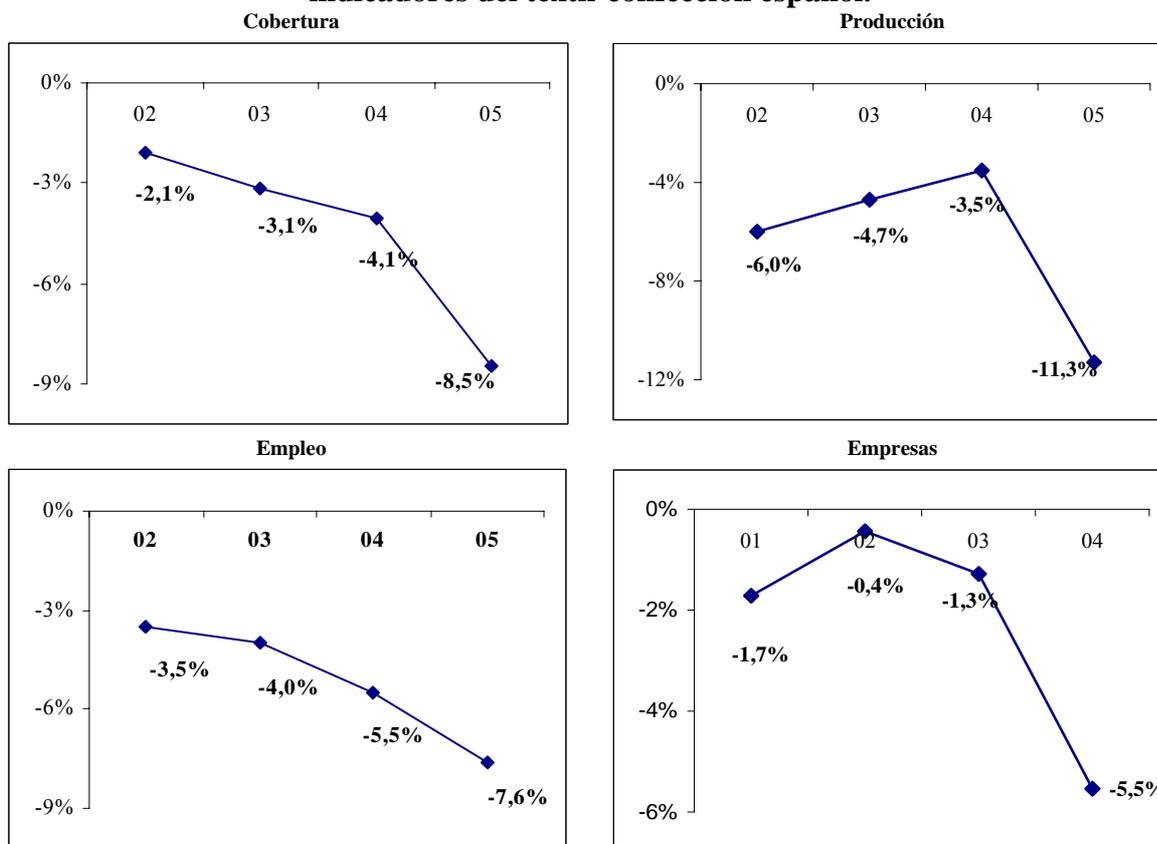
Figura 3.17: Evolución porcentual del número de empresas del textil-confección por tamaños en el periodo 2000-04.



Fuente INE (2005).

A modo de resumen, el panorama tan desolador que refleja la situación actual del textil-confección español se refleja en la siguiente figura (3.18).

Figura 3.18: Evolución de las tasas de decrecimiento anual de algunos indicadores del textil-confección español.



Fuente: elaboración propia a partir de CITYC (2006) e INE (2005).

En definitiva, a tenor de la revisión efectuada y de los resultados obtenidos del análisis de los indicadores, parecen existir argumentos bastante razonables para afirmar que la situación que atraviesa el sector textil-confección actualmente es estructural y cabe catalogarla de crisis.

La cuestión que ahora subyace es doble: a) por un lado, validar si esas conclusiones son generalizables a toda la industria o por el contrario existen subsectores menos afectados y b) por otro, dada la especialización regional con que se manifiesta, determinar si los resultados son extrapolables a ámbitos geográficos más reducidos como el que se enmarca esta investigación.

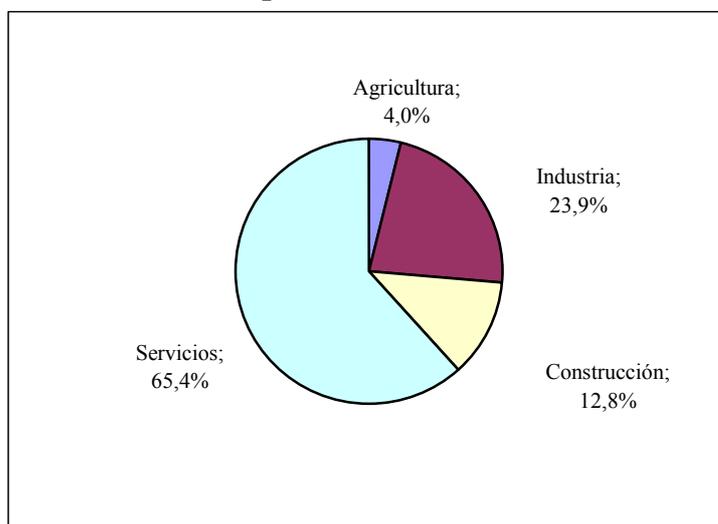
3.3 Concentración y especialización territorial del textil en la Comunidad Valenciana.

3.3.1 La industria en la Comunidad Valenciana: peso y antecedentes.

Al igual que en la mayoría de las regiones europeas más desarrolladas, el sector industrial de la Comunidad Valenciana es uno de los cuatro principales pilares de su economía. Si se mide su peso según la estructura de la población activa, valor de su producción o el valor añadido que aporta y, se compara con el total nacional, se observan algunas peculiaridades.

Efectivamente, según el Instituto Valenciano de Estadística (IVE, 2002) y datos referidos al 4º Trimestre de 2001, la industrialización del empleo valenciano es importante (figura 3.19), ya que un 23,9% del mismo tiene su origen en esta rama, frente al 19,14% de España (INE, 2004).

Figura 3.19: Porcentajes de población ocupada de la Comunidad Valenciana por sectores económicos.



Fuente IVE (2002).

Si ahora se contrasta el valor añadido bruto que aporta cada sector, se observan también significativas variaciones entre la industria estatal y la autonómica, tal y como se muestra en la tabla (3.10).

Tabla 3.10. Valor añadido bruto por sectores económicos en 2001.

(en porcentaje)	Comunidad Valenciana	España
Agricultura	2,4	3,4
Industria	20,3	17,1
Construcción	9,7	8,8
Energía	2,2	3,2
Servicios	65,4	67,5

Fuente: IVE (2002).

De acuerdo con esos datos, mientras que en España el valor añadido a su economía del sector industrial en 2001 fue del 17,1%, en la Comunidad Valenciana se situó 3,2 puntos por encima de la media (20,3%).

Además de esas diferencias constatadas existe otra no menos importante que caracteriza a la industria valenciana: su fuerte especialización en las manufacturas tradicionales (Tomás et al., 1999; UGT, 2003). Según los informes de las principales asociaciones de estos sectores (mueble, juguete, calzado y textil-confección) y del propio Instituto Valenciano de Estadística, mientras que en España (sin considerar la Comunidad Valenciana), de forma agregada, las manufacturas de estos sectores empleaban directamente a unas 327.000 personas, en la Comunidad Valenciana esta cifra se situaba en algo más de 100.000 personas. De acuerdo a ello, mientras que en España (sin considerar la Comunidad Valenciana) la relación es de 2 empleos directos en estas manufacturas por cada 100, en la Comunidad Valenciana es de 5 por cada 100⁵².

Si a estas consideraciones se añade que estas industrias tienden a concentrarse geográficamente en clusters y/o distritos industriales (Callejón y Costa, 1995 y 1996; Rodríguez, 2000), de forma que en algunos municipios valencianos se puede llegar a una concentración del empleo en alguno de estos sectores del 50% o más, podemos hacernos una clara idea, dado el difícil momento que atraviesan, del grave problema que esto puede suponer en esas zonas.

⁵²Un análisis más detallado de la concentración territorial de estos sectores se encuentra en el trabajo de Arauzo y Viladecans (2005).

Para explicar el fuerte peso de la industria valenciana y su especialización en las manufacturas tradicionales, conviene que retrocedamos en el tiempo y analicemos la transformación de su sociedad de primaria a industrial. Ese proceso está ligado en sus orígenes (finales del s. XIX y principios del XX) a la demanda de bienes industriales por parte de la agricultura comercial valenciana, entonces en plena expansión (Vallés, 1986). Así, el consumo creciente que el propio ejercicio de la agricultura exigía y la demanda de bienes de tipo doméstico que los agricultores y comerciantes hacían, contribuyeron notablemente a ese primer despliegue industrial, de manera que el tejido industrial empresarial se formó de muchas empresas pequeñas de carácter familiar (Piqueras, 1999).

Aunque con cierto retraso respecto al de otras regiones industriales desarrolladas, como la vasca y la catalana, fue en los años setenta cuando se gestó y alcanzó su modelo actual. A ello contribuyó notablemente el fuerte incremento de la demanda nacional de sus manufacturas, de forma que, primero la expansión de sus productos a lo largo de toda la geografía española y casi inmediatamente después su internacionalización y, posteriormente, la entrada de capital extranjero y la formación de algunas empresas multinacionales (Ford, Metalúrgica del Mediterráneo, etc.), propiciaron que hoy en día, la industria se convierta en orden de importancia por ocupaciones en su segunda actividad económica.

Esa evolución experimentada explica que los principales rasgos que la definan sean básicamente los siguientes (CCOO, 1994; Fernández et al., 2004): a) la especialización productiva en bienes de consumo directo, b) el predominio de la pequeña y mediana empresa de origen autóctono, c) la orientación exportadora de la producción y d) la localización especialmente difusa pero formando áreas homogéneas especializadas en determinadas ramas industriales.

En relación a esto último tenemos a modo de ejemplo: azulejos en Onda, L'Alcora y Vila-Real; muebles de madera en Sedaví, Catarroja y sur de la ciudad de Valencia; textiles⁵³ en Ontinyent, Albaida y Alcoi; juguetes en Ibi y Onil; turrónes en Xixona; calzado en Elda y Elx, etc. (Piqueras, 1999; Camisón, 2001b).

3.3.2 La importancia económica del textil-confección.

En el trabajo elaborado por el IVE⁵⁴ que lleva por título “Estadística Industrial de la Comunidad Valenciana 1999” (publicado en 2002) se analizan un total de 29 sectores de actividad⁵⁵, de cuyo estudio se pueden cuantificar los distintos sectores que conforman su industria y validar el importante peso que tiene el textil-confección en su economía (tabla 3.11).

⁵³ Otros focos de la industria textil, aunque de menor importancia, los encontramos en la Comarca de la Ribera (Alginet, Benifaió, Alzira) y en el Baix Vinalopó (Crevillent).

⁵⁴ Este trabajo supone una explotación estadística de los resultados obtenidos en la Estadística Industrial llevada a cabo por el INE a nivel nacional. El objetivo de esta publicación es proporcionar información detallada sobre las principales características estructurales de actividades y producciones de los sectores industriales valencianos. El ámbito poblacional de la investigación es el conjunto de empresas cuya actividad principal es industrial con una o más personas ocupadas. La encuesta cubre el territorio nacional, en las que las empresas con 20 o más empleados se investigan exhaustivamente, mientras que las que tienen menos, se investigan por muestreo.

⁵⁵ En la información del IVE, se han excluido los siguientes sectores: “Energía y Agua”, “Extracción de minerales” e “Industrias lácteas”.

Tabla 3.11: Principales magnitudes económicas de la industria valenciana.

CNAE- 93	SECTORES/DENOMINACIÓN	Valor producción ⁵⁶	Ocupados
151	Industrias cárnicas	624,743	4.073
152, 153	Zumos y conservas	823,375	6.800
156, 1581, 1582	Molinería. Productos de panadería y past.	571,160	15.809
159, 16	Bebidas y tabaco	1.095,340	4.310
154, 157, 1583, (...), 1589	Otros productos alimenticios	801,250	5.367
17, 18	Textil y confección ⁵⁷	2.337,333	41.376
191, 192	Curtición y artículos en cuero	225,176	3.914
193	Calzado	1.648,493	36.644
20	Madera	889,850	18.505
21	Papel y cartón	1.048,606	7.547
22	Artes gráficas y edición	319,718	9.243
24	Química	1.919,130	12.624
25	Caucho y plástico	1.102,245	13.961
261	Vidrio	249,895	4.234
262	Productos cerámicos	155,407	4.793
263	Azulejos	2.411,808	22.253
264, 265, 266	Materiales de construcción	1.038,516	7.561
267, 268	Otros productos minerales no metálicos	435,560	7.186
27	Siderometalúrgica	505,043	3.879
28	Productos metálicos	1.440,391	29.580
29	Maquinaria y equipo mecánico	1.109,329	17.956
30, 33	Equipo informático e instrum. de prec.	388,578	3.367
31, 32	Material eléctrico y electrónico	478,632	6.679
34	Automóviles y sus componentes	3.910,481	13.500
35	Otro material de transporte	97,247	1.941
361	Muebles	1.549,234	28.469
365	Juegos y juguetes	371,283	3.870
362, 363, 364, 366, 37	Manufacturas diversas	190,039	4.251
TOTAL INDUSTRIA		27.737,864	339.696

Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2002).

De acuerdo con esa estadística, de una primera lectura se ratifica el importante peso de los sectores tradicionales en el global de su industria (especialmente el calzado, muebles y textil-confección). Le siguen en orden de peso los sectores considerados como intermedios (azulejos, automóviles y química) y, por último, con un peso marginal, los sectores avanzados como los de equipo informático y material eléctrico.

Si ahora se mide la importancia de cada uno de los sectores de mayor peso a través de dos variables ampliamente utilizadas, como son el empleo y el valor de la producción, se observa que entre los seis principales sectores se

⁵⁶ En millones de euros.

⁵⁷ El IVE presenta esta tabla desagregando el sector textil-confección, en función de los productos que obtiene, en 5 segmentos o subsectores, sectorización que sólo nos permite establecer comparaciones entre los distintos subepígrafes. Por ello, para poder realizar otros análisis más amplios hemos preferido agrupar la información estadística referida al sector bajo una única denominación.

contabiliza el 50% de la industria valenciana, y que de entre éstos, tal y como se muestra en la tabla (3.12), se destaca como uno de los más importantes, el textil-confección.

Tabla 3.12: Principales sectores productivos de la industria valenciana.

Nº	SECTORES/DENOMINACIÓN	Ocupados	%	Valor producción ⁵⁸	
					%
3	Textil y Confección	41.376	12,0	2.337,333	8,5
15	Calzado	36.644	10,0	1.648,493	5,9
33	Muebles	28.469	8,0	1.549,234	5,6
23	Azulejos	22.253	6,0	2.411,808	8,7
31	Automóviles y sus componentes	13.500	4,0	3.910,481	14,1
19	Química	12.624	5,5	1.919,130	6,9

Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2002).

Efectivamente, de acuerdo con la cifra de empleos que genera, se observa que con 41.376 ocupa el primer lugar, representando el 12% del total de empleos de la industria. Y según el valor de la producción, ocupa el tercer puesto (le preceden sólo “Automóviles y sus componentes” y “Azulejos”).

Dado que el valor añadido de la producción⁵⁹, también denominado excedente económico o riqueza generada, es el incremento de valor que experimentan las cosas y los bienes en el transcurso del proceso productivo, su medida es muy interesante; por un lado, porque permite verificar la importancia de un sector frente a otros y, por otro, porque cuantifica las principales partidas de la cuenta de Pérdida y Ganancias que lo integran y sus destinos (tabla 3.13).

⁵⁸ En millones de euros.

⁵⁹ Principalmente se reparte entre las siguientes partidas: sueldos y salarios de los empleados, pago de intereses del capital ajeno, Gobierno, accionistas y la propia empresa (amortizaciones y reservas) (González, 2001).

Tabla 3.13: Valor añadido de la industria textil-confección (1998-99).

(en millones de euros)	Textil-confección	Calzado	Química	Azulejos	Automóvil y sus componentes	Muebles
Importe neto de la cifra de negocios	3.000.451	3.138.923	2.476.746	1.128.718	4.922.391	1.745.740
Otros ingresos de explotación	10.569	3.063	14.890	7.764	13.391	10.996
Variación de existencias de productos	16.915	8.277	8.781	6.895	-42.700	10.596
Consumos y trabajos realizados por otras empresas	-1.711.022	-2.248.142	-1.362.448	-452.474	-3.739.233	-930.852
Servicios exteriores	-424.722	-286.906	-65.100	-94.856	-474.216	-273.436
VALOR AÑADIDO⁶⁰ (1999)	892.191	615.215	1.072.869	596.047	679.633	563.044
VALOR AÑADIDO (1998)	854.140	686.070	657.250	990.67	659.660	547.880

Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2001 y 2002).

Como se observa, tanto en el año 1998 como en el 1999 el segundo sector que más riqueza creó fue el textil-confección con una aportación de 854.140 y 892.191 millones de euros, respectivamente.

3.3.3 Situación actual del textil-confección valenciano: distritualización, especialización productiva y crisis.

1. Distritualización.

Uno de los principales rasgos que definen al textil-confección valenciano es el alto número de concentraciones de empresas que están repartidas a lo largo de su geografía, especialmente entre las provincias de Alicante y Valencia.

En algunos esos casos esos focos giran alrededor de grandes empresas textiles como Marie-Claire y Dusen (Castellón), Little K (L'Elia) o Ferrys (Canals) (Piqueras, 1999); en otros se constituyen como una de las más influyentes actividades de la zona, tal es el caso de las poblaciones de Crevillent, Canals, Cheste y Villafranca del Cid (CEUC, 2006) y, en otros, se erigen en forma de verdaderos Sistemas Productivos Locales (Jódar et al., 1997; Boix y Galletto, 2005; y Santa María, 2004).

⁶⁰ Hemos calculado el Valor añadido de la producción, como las Ventas - Compras +/- Variación de existencias.

La mayoría de estudios que ha abordado la industria textil-confección valenciana, bien para identificar sus principales focos de actividad (Ybarra, 1991), bien para caracterizar ese modelo de organización en red (Such, 1993; Torrejón, 1997; Tomás et al., 1999) o bien para determinar los efectos que esas concentraciones tienen para sus empresas (Santa María, 1999; Cluster Competitividad, 1999; Soler, 2000) han coincidido en que los principales focos están concentrados en la comarcas de l'Alcoià, El Comtat y la Vall d'Albaida.

Asimismo, existe bastante coincidencia en afirmar que dentro de esas tres comarcas se alberga un tipo concreto de concentración geográfica, que dadas las peculiares características sociales y organizativas que dibuja, alcanza el rango de distrito industrial. Derivado de las dos principales localidades que lo constituye viene denominándose como distrito industrial de Alcoi-Ontinyent⁶¹.

2. Especialización productiva.

Al igual que ocurre con la distribución geográfica del textil-confección valenciano, su reparto según ramas y subsectores de actividad muestra importantes sesgos. Más bien, se podría afirmar que, al igual que en Galicia con la “confección” (prendas exteriores) (FCEE, 2004) o en Cataluña con el subsector de las “fibras, hilados y tejidos no tejidos y acabados” (textil de cabecera) y el “género de punto” (prendas interiores) (Barceló, 2003), la Comunidad Valenciana está especializada en las actividades encuadradas como “otras industrias textiles” (manufacturas del hogar) y, aunque en menor medida, también en el textil de cabecera (Jódar et al., 1997; Cluster Competitividad, 1999; Golf et al., 2005).

⁶¹ Como tendremos ocasión de demostrar en el epígrafe 4.1, ese distrito industrial lo forman un total de 8 poblaciones: Agullent, Albaia, Alcoi, Banyeres de Mariola, Bocarent, Cocentaina, Muro de Alcoi y Ontinyent. De acuerdo con los datos del INE (2004), alberga al 33% del total de ocupados de la industria textil-confección de la Comunidad Valenciana y su índice de especialización medio es del 17,1 (frente a la unidad que es el que se obtiene del total nacional).

Como anteriormente se ha visto y ahora se vuelve a indicar, en el año 2000 (tabla 3.14) la industria textil-confección daba en España empleo directo a 249.248 personas, de las que 41.376 eran de la Comunidad Valenciana (16,6%). Por grandes ramas de actividad, la relación de empleados en el textil y en la confección era del 67,2% y del 32,8% respectivamente, mientras que en España, esa relación era del 43,8% y 56,2%. Eso es equivalente a decir que existe un sesgo positivo a favor de la especialización en el textil y, por tanto, negativo en cuanto a su actividad en la rama de la confección.

Tabla 3.14: Comparativa de empleados por sectores y subsectores a nivel nacional y autonómico.

	España		C. Valenciana		Cuota autonómica ⁶²
Fibras, hilos y tej.	37.414	15,0%	8.628	20,9%	23,0%
Acabados textiles	15.629	6,3%	4.480	10,8%	28,6%
Otras ind. textiles	34.447	13,8%	11.621	28,1%	33,7%
Géneros de punto	21.571	8,7%	3.077	7,4%	14,2%
Total Textil	109.091	43,8%	27.806	67,2%	25,3%
Total Confección	140.157	56,2%	13.570	32,8%	9,68%
TOTAL	249.248	100%	41.376	100%	16,6%

Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2002).

El segundo sesgo que de esos datos se observa valida el hecho ya comentado a favor de la especialización en los subsectores del “textil de cabecera” y de “manufacturas del hogar”. Como se recoge en la tabla, el peso del porcentaje de empleados en esos subsectores respecto al total de ocupados en esa industria es superior (23,0%, 28,6% y 33,7%) al que se observa a nivel nacional (15,0%, 6,3% y 13,8%), respectivamente.

Como cabía esperar, a nivel de cuotas de producción nacional de esos empleados, mientras que en la autonómica el total de la industria textil-confección se sitúa en el 16,6%, en estos tres subsectores su participación es netamente superior a ese porcentaje, destacando la participación en el apartado de otras industrias textiles (33,7%), que como se muestra en el epígrafe 3.1.2 (tabla 3.2), incluye los códigos de la CNAE 17.4 y 17.5 (Fabricación de otros

⁶² Obtenida como el cociente entre el valor de la variable a nivel autonómico y el valor de esa misma variable a nivel nacional.

artículos confeccionados con textiles, excepto prendas de vestir y Otras industrias textiles).

Esto significa que, conforme a la distribución en el número de ocupaciones, la Comunidad Valenciana está muy especializada en la fabricación de una variedad de productos⁶³ que se engloban genéricamente bajo la denominación de textil-hogar y textil técnico o “manufacturas del hogar”.

Respecto al reparto geográfico de las empresas y su actividad productiva principal, en la tabla (3.15) se muestra que en España en el año 2000 habían censadas 18.120 empresas, de las cuales 2.753 (el 15,2%) tenían su domicilio social en la Comunidad Valenciana, mostrando de nuevo un significativo sesgo de estas últimas hacia la rama del textil (64,5%).

Tabla 3.15: Comparativa de empresas por sectores y subsectores a nivel nacional y autonómico.

	España		C. Valenciana		Cuota autonómica
Fibras, hilos y tej.	1.778	9,8%	414	15,0%	23,3%
Acabados textiles	951	5,2%	225	8,2%	23,7%
Otras ind. textiles	2.918	16,1%	976	35,5%	33,4%
Géneros de punto	1.411	7,8%	162	5,9%	11,5%
Total Textil	7.058	39,0%	1.777	64,5%	25,2%
Total Confección	11.062	61,0%	976	35,5%	8,8%
TOTAL	18120	100,0%	2.753	100,0%	15,2%

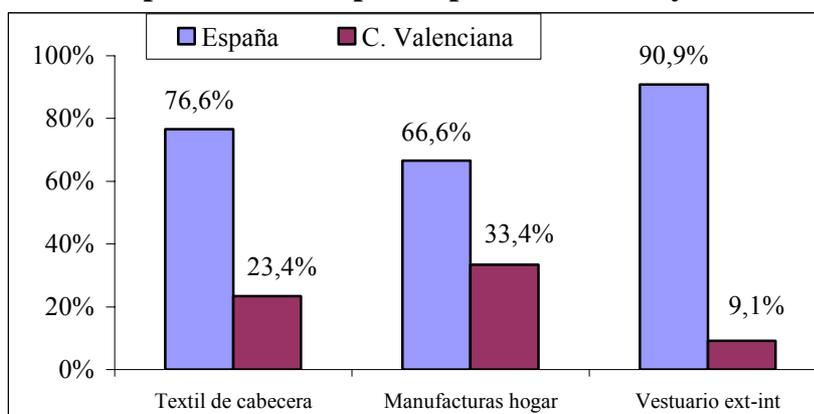
Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2002).

Por subsectores de actividad, también se observa una mayor especialización en el textil de cabecera y en las manufacturas del hogar. Respecto a las cuotas de producción de esas empresas se vuelve a poner de manifiesto que 1/3 de las manufacturas del hogar (Otras industrias textiles) procede de empresas valencianas.

⁶³ A modo de ejemplo se pueden enumerar como productos más representativos de esa especialización productiva los siguientes: mantas de hogar y viaje; ropa de cama, mesa, baño, cocina, acolchadas, edredones, almohadones, sacos de dormir, cortinas, visillos cenefas, estores cubrecamas, lonas, bayetas, alfombras, moquetas, cordeles, bramantes, cintas tejidas, artículos de pasamanería, trenzas y borlas.

En definitiva, la especialización productiva de las empresas del textil valenciano puede representarse de acuerdo a la figura (3.20).

Figura 3.20: Reparto de las empresas por subsectores y localización.



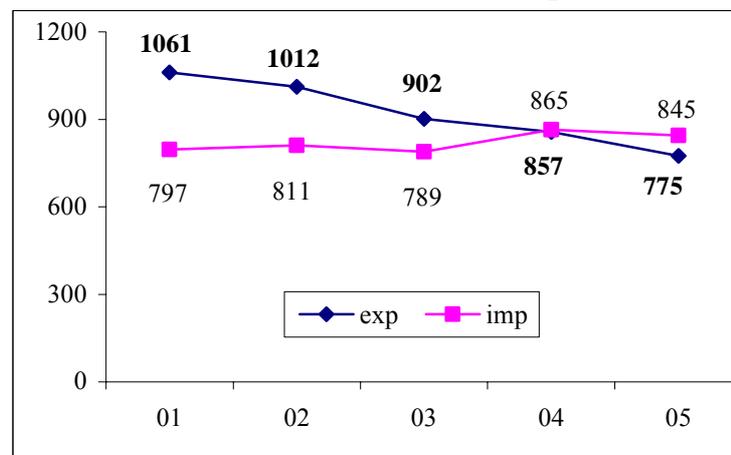
Fuente: elaboración propia a partir del IVE (2002).

De su lectura se desprende que de cada 100 empresas del textil de cabecera, algo más de 23 son valencianas, 33 si el subsector es el de las manufacturas del hogar y, sólo 9, si el subsector es el de vestuario exterior e interior (prendas de vestir y géneros de punto).

3. Crisis.

Al igual que ha ocurrido con la industria textil-confección de la UE-25 o con el nacional, en el valenciano los flujos comerciales con el exterior se han alterado y, con ello, la brecha entre exportaciones e importaciones se ha reducido e incluso se ha llegado a la situación de que a partir de 2004 el balance se ha tornado deficitario (figura 3.21).

Figura 3.21: Evolución en millones de euros de las cifras de comercio exterior del textil-confección valenciano en el periodo (2001-05).



Fuente: elaboración propia a partir de CEUC (2006).

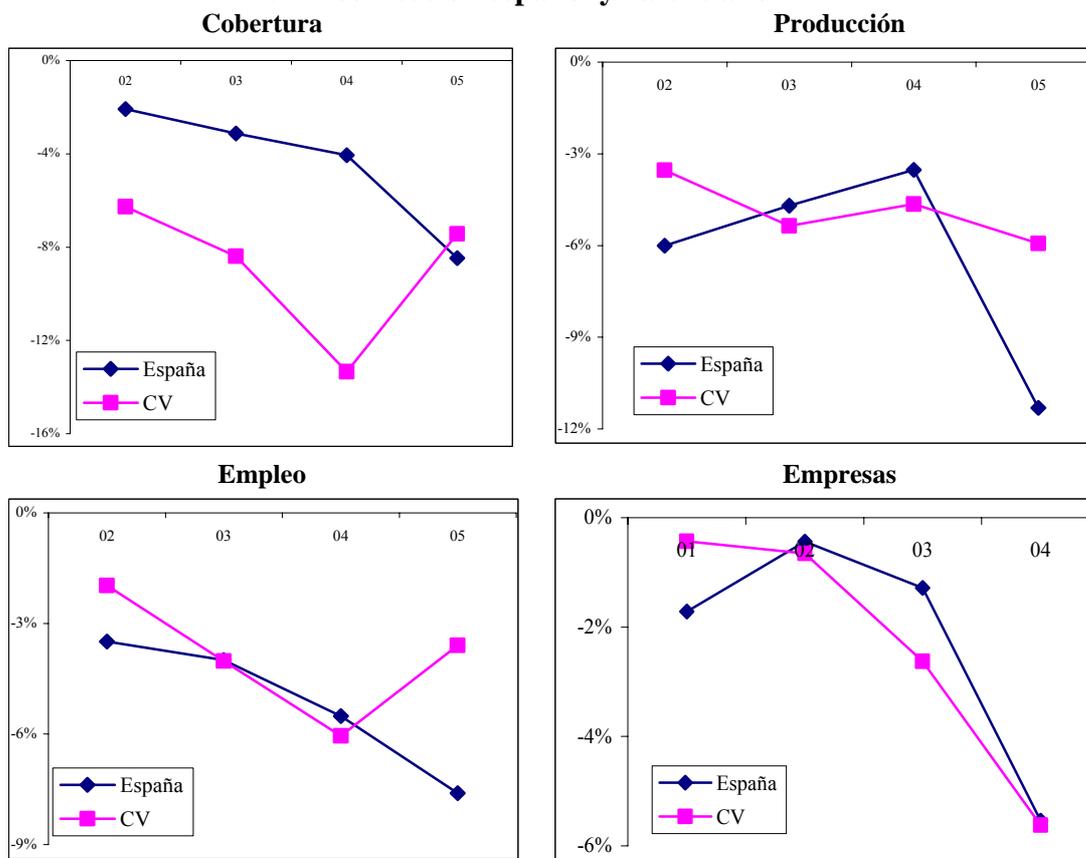
Ese desfavorable comportamiento ha tenido su origen en dos aspectos: a) caída constante de las exportaciones de 1.061 millones de euros en 2001 a 775 en 2005 (-27%) y b) un incremento sostenido de las importaciones que en ese mismo periodo pasaron de 797 a 845 millones de euros (+6,0%).

Asimismo, esto se ha debido al ya comentado efecto de la ampliación de la UE, la revalorización del euro sobre el dólar y, de manera especial, a la liberalización del mercado mundial. Y se ha traducido, sólo en importaciones de los países asiáticos, en un incremento del 50% (Golf et al., 2005; CEUC, 2006).

El ajuste a las nuevas condiciones competitivas derivado de las actuales condiciones de los mercados internacional y nacional, caracterizado este último, como hemos visto, por una fuerte caída de la demanda doméstica, ha tenido su reflejo al menos en los siguientes indicadores: disminución constante de la tasa de cobertura, reducción de la capacidad productiva, cierre de empresas y pérdida importante de empleos.

La situación que se refleja en la figura (3.22) nos muestra de forma resumida la evolución seguida por el textil-confección valenciano en los últimos años, comparada ésta con la sufrida por el global nacional.

Figura 3.22: Evolución comparada de las tasas de decrecimiento anual del textil-confección español y valenciano.



Fuente: elaboración propia a partir de CEUC (2006) e INE (2005).

A grandes rasgos, esa evolución se puede sintetizar de la siguiente forma: importante caída de su tasa de cobertura (-26,5%), bajada de la capacidad productiva de sus empresas (-18,1%), significativa pérdida del 17,3% de sus empleos y reducción del 12% del número de empresas textiles.

De la lectura conjunta de los cuatro indicadores propuestos se puede concluir, de igual forma que lo hacíamos al analizar la situación de esta industria a nivel nacional, que existen razonables argumentos para catalogarla de crisis.

3.4 Conclusiones e hipótesis.

El análisis realizado tendente a evaluar la situación del textil-confección nos ha permitido entender que la creciente interconexión entre las economías mundiales y la liberalización de los intercambios comerciales están provocando fuertes cambios en las estructuras económicas de los países. Esos efectos no han pasado desapercibidos en las industrias del sector textil-confección europeo, español y valenciano, que están haciendo frente al dominio del comercio mundial de los asiáticos con importantes reestructuraciones de plantillas, pérdida de los mercados exteriores y cierre de sus empresas. Y a tenor del resultado de su evolución más reciente y situación actual en esos indicadores nos permiten concluir que es de crisis (tabla 3.16).

Tabla 3.16: El sector textil-confección en 2006 (evolución 2001-05).

* (datos 2001-04)	UE	España	C. Valenciana
Tasa de cobertura	-5%*	-16,7%	-31,3%
Producción	-11,2%	-23,4%	-18,1%
Empleo	-15,2%	-19,1%	-17,3%
Empresas	-27%*	-13%*	-12%*

Fuente: elaboración propia a partir resultados anteriores.

Además, se ha puesto de manifiesto que la industria textil se considera un sector tradicional, con bajas tasas de variación de la demanda y de intensidad tecnológica básica (industria madura). Eso provoca, por un lado, bajos niveles de innovación así como una creciente competencia; por otro la tendencia hacia la diversificación de su actividad hacia nuevos sectores de mayor valor añadido.

Del estudio efectuado de su demanda y de los sectores y subsectores que lo conforman se observan realidades bien distintas: mercados estabilizados o en declive, como el de la confección, frente a otros con fuerte potencial de crecimiento, como la decoración y el hogar y, especialmente, los de textiles técnicos. Eso nos lleva a una segunda conclusión, es necesario considerar este sector atendiendo a los distintos mercados, productos y subsectores que lo conforman.

Las realidades que a nivel país muestra esta industria nos indica que está formada en su mayoría por pequeñas empresas, bastante especializadas en unas pocas ramas del sector y con una gran concentración geográfica. Por ello, y dadas las ventajas competitivas que este modelo de organización industrial confiere, también nos permite concluir que es necesario considerar el territorio en el que las empresas ejercen su actividad.

En definitiva, ese análisis de la situación del textil-confección, junto con el estudio de sus características productivas y geográficas (subsectores y distritualización) nos permite afirmar que los cambios en el entorno competitivo de estas empresas parecen tener una incidencia desigual entre los distintos subsectores textiles, especialmente en aquel que, dada la tendencia a la especialización regional mostrada, se constituye como el principal del territorio, y que para el caso valenciano ha sido denominado como “manufacturas del hogar”.

Esto último es un aspecto muy importante a tener en cuenta por los siguientes aspectos:

- a) Al existir en mismo distrito industrial empresas de todas las fases de su cadena de valor, tanto del subsector principal del territorio como de otros, por ello, una cosa es el “efecto distrito” y otra bien diferente el “efecto subsector” (diferencias entre empresas textiles derivadas su especialización).
- b) Como consecuencia de la globalización, la estrategia compartida de un distrito textil y, en general de un cluster, (por ejemplo, géneros de punto) no tiene por qué ser coincidente con la de otro distrito o cluster textil (bien del mismo subsector o de otro distinto, como el de vestuario), por tanto, cualquiera de esos distritos/clusters, dado su modelo organizacional, puede tener un plus competitivo más alto que el otro (diferencias entre distritos/clusters).

- c) El propio territorio que alberga el distrito puede estar mejor acondicionado para que sus empresas aprovechen completamente el plus competitivo que el modelo les ofrece (diferencias en la industria).

La ausencia de estudios empíricos, no permite dilucidar a priori el signo de ese “efecto subsector” en la actividad empresarial del territorio. Aunque, derivado de las conclusiones obtenidas en el capítulo primero, parece razonable suponer que esa influencia estará en la misma línea que el descrito para las redes de base territorial. Eso supone aceptar, al menos desde el punto de vista teórico, que las relaciones de distinto contenido (competencia y cooperación) entre las empresas de ese subsector principal serán más frecuentes e intensas que las que mantienen entre sí el resto de empresas generando con ello un entorno más común y más favorable.

Por tanto, los resultados obtenidos del análisis efectuado nos permiten formular las siguientes hipótesis para su contrastación en la parte empírica:

Hipótesis 5: *“La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con el resto”.*

Hipótesis 6: *“La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con el resto”.*

Concretamente, por su facilidad operativa planteamos:

- Hipótesis 5a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con el resto”.

- Hipótesis 5b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración superior de la posición competitiva en comparación con el resto”.
- Hipótesis 6a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea de las opciones estratégicas en comparación con el resto”.
- Hipótesis 6b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con el resto”.

En la revisión efectuada en el capítulo 2 se han mostrado las distintas respuestas que en materia de internacionalización han adoptado las empresas y el positivo efecto que la distritualización tenía en esas empresas “efecto distrito”. Dado que es razonable pensar que el subsector principal comparte las características de las redes de base territorial, planteamos con carácter exploratorio las siguientes hipótesis para su contrastación empírica.

Hipótesis 7: *“El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.*

Hipótesis 8: *“La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.*

Y de igual manera que hemos procedido anteriormente, por su facilidad operativa planteamos las siguientes:

- Hipótesis 7a: El inicio de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.
- Hipótesis 7b: El inicio de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.

- Hipótesis 8a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será menor en comparación con el resto.
- Hipótesis 8b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será mayor en comparación con el resto.

CAPÍTULO 4: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN, METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LA MUESTRA.

La revisión efectuada en los capítulos anteriores nos ha permitido encontrar cierta justificación teórica respecto a la influencia que la localización distritual y la especialización productiva en la actividad principal del territorio pueden ejercer sobre las empresas textiles. Sin embargo, no han quedado resueltos al menos dos importantes aspectos. Por un lado, cómo se va a analizar esa influencia y, por otro, cuál es el resultado de esa influencia.

En consecuencia, el objetivo de este capítulo es dar respuesta al primero de esos aspectos mediante el establecimiento de una metodología de investigación que sistematice y garantice un método que sea capaz de generar información homogénea y fiable acorde con las pretensiones seguidas. Para ese fin se ha estructurado en 3 epígrafes. En el primero se describe la forma en que ha sido delimitado geográficamente el distrito industrial que se va a utilizar como unidad de análisis. En la sección segunda se describe la población y muestra del estudio, el cuestionario empleado y el proceso de recogida de datos. Por último, se realiza un análisis descriptivo de la muestra, así como de asociaciones entre las variables que en el capítulo siguiente centrarán nuestro interés.

4.1 Delimitación del distrito industrial.

La significativa actividad e influencia de los distritos industriales en las economías desarrolladas ha sido analizada y validada desde diversas vertientes: a) número de empresas y empleos que albergan, b) sectores de actividad que concentran y c) ventajas competitivas que proporcionan a sus empresas (efecto distrito).

Sin embargo, la ausencia de una metodología ampliamente aceptada para la delimitación espacial de los distritos industriales (Brenner, 2003; O'Donoghne y Gleave, 2004) ha provocado cierta heterogeneidad en los resultados obtenidos que, en algunos casos, han conducido a algunos autores a valorar el estudio de los distritos industriales como un filón de investigación ecléctico (Becchetti et al., 2003).

El origen de esas incongruencias hay que buscarlo en al menos tres frentes: a) la información estadística disponible, b) las preferencias del investigador por la utilización de determinados criterios estadísticos y c) la delimitación de estas realidades empresariales era más un fin que un medio.

Con independencia de las causas y para superar esas deficiencias, es preciso reconocer algunas de las propuestas más significativas que en forma de trabajos se han venido utilizando para la delimitación de áreas distrituales, así como la forma en la que el investigador las ha aplicado. El objetivo último de esa revisión será obtener una metodología objetiva que nos sirva de aplicación al presente trabajo.

4.1.1 Perspectivas en la delimitación geográfica del distrito industrial.

El conjunto de trabajos que se han centrado en el análisis de áreas distrituales se puede clasificar, en función del objeto central del estudio, en tres grandes grupos: a) los que se centran principalmente en detectar las zonas geográficas modelo distrito industrial; b) los que sólo profundizan en el estudio de las características de los distritos industriales detectados en a), y c) los que en su investigación combinan ambas posturas (identificación y validación).

1. Delimitación geográfica.

Debido a su tradición en los distritos industriales, los escritos italianos se convierten en un referente básico de los trabajos encargados de *detectar áreas geográficas susceptibles de clasificarse y estudiarse como distrito industrial*. Entre ellos destacan, por un lado, la metodología utilizada por Sforzi (1992) y, por otro, la que propone el ISTAT⁶⁴.

Para identificar los distritos industriales italianos F. Sforzi parte de la noción de áreas locales de mercado de trabajo (LLMA), definiéndolas mediante la regionalización funcional de los desplazamientos de trabajo y obteniendo un total de 955 LLMA⁶⁵. Posteriormente, según las características socioeconómicas de esas LLMA, las clasifica en 15 grupos diferentes de sistemas locales. Sólo uno de esos grupos es el que contiene los rasgos típicos del modelo de industrialización ligera⁶⁶. A partir del cual, en la tercera y última etapa, se analiza la estructura económica de este tipo de sistema local (sistema productivo local) y sólo aquellos que estén definidos por la especialización en una industria llegan a identificarse como distritos industriales. El resultado de ese análisis es la identificación por Sforzi de un total de 61 distritos, localizados principalmente en el noroeste y centro de Italia, donde la mayoría de éstos tienen una especialización de fabricación en las industrias del textil, confección, calzado, cuero y curtidos, y muebles de madera y, en menor medida, los dominados por las industrias del metal, cerámica, instrumentos musicales y juguetes, entre otros.

Con posteridad al trabajo de Sforzi, en Italia y más recientemente en otros países como Francia, España o Portugal, han surgido otros estudios, que también desde una

⁶⁴ Istituto Nazionale di Statistica de Italia.

⁶⁵ Por tanto, las LLMA así definidas representan geográfica y estadísticamente entidades espaciales comparables y sistemas de localidades interactivas coherentes desde un punto de vista espacial (Sforzi, 1992).

⁶⁶ El modelo de industrialización ligera es una forma de organización de la producción que está basada en la concentración territorial de numerosas PYMES, especializadas en una o algunas pocas fases del proceso.

perspectiva cuantitativa⁶⁷, han pretendido definir de una manera más precisa la localización de distritos industriales. El primero de ellos, y quizás el más utilizado, es el que propone el ISTAT (1996).

La propuesta metodológica de este Instituto italiano está basada en la idea de que para alcanzar la condición de distrito, las aglomeraciones detectadas deben cumplir ciertos requisitos de especialización sectorial:

- Que el porcentaje de ocupados en el sector manufacturero sea superior a la media nacional.
- Que el porcentaje de empleo proporcionado por PYMES en ese territorio sea superior a la media nacional.
- Que el porcentaje de ocupados proporcionado por la principal industria del sistema local sea superior a la media nacional de esa industria.
- Que el porcentaje de empleo proporcionado por las PYMES de ese sector sea superior a la media nacional.

En la línea de las conclusiones obtenidas por Sforzi (1992), el ISTAT identifica que la mayoría de los distritos industriales están especializados en industrias maduras e intensas en mano de obra como el textil, confección, cerámica, mueble, etc.

La metodología del ISTAT ha sido aplicada en toda su extensión por Boix y Galletto (2005) para identificar sistemas locales de trabajo y distritos industriales en España, y con matices en Cataluña (Hernández et al., 2005) y Francia (Lainé, 2000) para identificar sistemas productivos locales. Para este último autor, F. Lainé⁶⁸, el elemento territorial es el área de empleo, es decir, el espacio geográfico donde la mayoría de la gente vive.

En otros países con un tejido industrial similar al nuestro también es posible encontrar referencias literarias cuyo objetivo ha sido detectar y localizar

⁶⁷ Otras perspectivas utilizadas para este fin son la administrativa (Ley 317 de 5 de octubre de 1991 y Ley 140 de 11 de mayo de 1999) y cuantitativa-cualitativa como la proporcionada por “Il club dei distretti” en 1999 (www.clubdistretti.it). Un estudio más detallado de otras derivaciones basadas en la perspectiva cuantitativa-cualitativa puede consultarse en (Becchetti et al., 2003).

aglomeraciones industriales que participan del modelo del distrito industrial. Así, en la vecina Portugal tenemos el trabajo de Cerejeira (2002) y en Francia el estudio de Courlet y Pecqueur (1994).

Para identificar los distritos industriales portugueses Cerejeira (2002) parte de las 16 unidades espaciales denominadas como “concelhos” o sistemas productivos locales. Estos modelos de organización industrial comparten similares características a los definidos por Sforzi (1992). A continuación, verifica cuáles de éstos comparten en mayor medida las cuatro características implícitas en el concepto teórico que se maneja en este trabajo de distrito industrial. Las características y variables utilizadas para esta clasificación son:

- El perfil industrial del *concelho* y su especialización, esta ratio de industrialización es medida como el cociente entre el total del empleo manufacturero y el total del empleo del *concelho*.
- La variable referente a la concentración de trabajadores en PYMES se mide por el número de trabajadores en unidades industriales con menos de 50 empleados por km². Se calcula como el cociente entre el número de empresas con menos de 50 empleados y el total del área de ese *concelho*.
- La aglomeración espacial de empresas respecto a la media nacional, obtenido como el cociente entre el número total de empresas industriales y el total de empresas del *concelho*, y *comparado con la media nacional*.
- La aglomeración geográfica de empresas y la especialización del *concelho*, calculado por el número de establecimientos industriales del principal sector del *concelho* por km², y obtenido por el cociente entre el número de esas empresas y el total del área.

Las principales conclusiones del estudio de Cerejeira (2002) son que un 13% del empleo manufacturero portugués está localizado en distritos industriales y que los sectores dominantes en los mismos son: el textil, calzado, mueble de madera, vidrio, productos metálicos, cerámica y cuero.

⁶⁸ También encontramos que para la delimitación de Sistemas Productivos Locales del sector del calzado en España, Santa María et al. (2004) han aplicado la metodología de Lainé (2000).

El trabajo de Courlet y Pecqueur (1994) se basa, al igual que el de Lainé (2000), en datos proporcionados por el INSEE francés, obtenidos éstos de la Encuesta Anual de Empresas de 1985. A partir de su tratamiento estadístico, detectan un total de 44 cuencas de empleo que comparten las principales características de los distritos industriales. Para ello siguen una metodología en la que combinan el mercado de trabajo local por rama de actividad. Los criterios utilizados en este trabajo son los siguientes:

- Que haya una rama de actividad que sobrepase el 10% del empleo total de la cuenca.
- Que la actividad de la cuenca represente al menos el 5% del empleo nacional de la rama.
- Que la rama ocupe al menos 10 establecimientos de más de 10 asalariados.

Las actividades que Courlet y Pecqueur (1994) encuentran más favorables a esta organización territorial son las diversas especialidades del sector textil-confección, tales como la industria de la lana, del algodón, del encaje, de la seda, de géneros de punto, etc.

En definitiva, todos los trabajos anteriormente expuestos presentan importantes similitudes en su elaboración y comparten resultados en cuanto a identificar que las manufacturas tienden hacia las concentraciones geográficas; sin embargo, presentan algunas discrepancias en cuanto a la metodología utilizada: a) respecto a los requisitos estadísticos para que un sistema productivo se clasifique de una u otra forma, b) según las fuentes de datos utilizadas y c) acerca de las variables analizadas, al ser éstas variadas y en algunos casos muy diferentes.

Es posible que estas discrepancias en la metodología empleada sean debidas al propio analista y al hecho investigado (la identificación de estos sistemas), también pueden ser debidas a la disponibilidad o limitaciones de información, en otros casos, a la estructura productiva del territorio (país), o en última instancia a una combinación de parte o de todas esas circunstancias descritas. Por ello, a

continuación vamos a revisar los trabajos más influyentes realizados por autores españoles.

Aunque explícitamente Costa (1988) no trata de identificar territorialmente la localización de los distritos industriales, la metodología que aporta para el estudio de los modelos de industrialización de la comarca catalana del Vallés Oriental ha sido un referente para posteriores investigaciones que perseguían explícitamente ese objetivo.

En este sentido destaca el trabajo pionero de Ybarra (1991). La metodología utilizada por este autor para la identificación de distritos industriales en el País Valenciano persigue determinar cuantitativamente territorios que, dentro de ese ámbito más general, puedan ser identificados con sectores productivos específicos, en los que la presencia de pequeñas y medianas empresas sea un rasgo distintivo. Con ese fin, utiliza la fuente estadística denominada como Movimiento Industrial (su equivalente actual sería la Encuesta Industrial de Empresas del INE) que proporcionaba el entonces Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Y estructura su estudio en torno a tres etapas:

- Identifica aquellas actividades económicas con una dinámica significativa tal que distingan al País Valenciano en el conjunto económico de España y/o que sean características de su base económica.
- Localiza esas actividades a nivel municipal.
- Detecta la presencia de pequeñas y mediana empresas en estas localidades identificadas con actividades específicas.

Para la primera etapa, Ybarra realiza un análisis doble: a) determina las actividades económicas con un proporcional mayor peso en el País Valenciano frente al resto del Estado español, y b) define aquellas otras actividades que, si bien no pudieran ser singulares en relación al conjunto nacional, representan un porcentaje superior al 5% del total registrado a nivel nacional. En ambos casos, y a partir de 3 indicadores como son el empleo, el capital invertido y el número de nuevas empresas, se calcula

el Coeficiente de Especialización (CE)⁶⁹, permitiendo así seleccionar 18 de los 31 sectores en los que previamente se había dividido la actividad económica.

En la segunda etapa, para localizar esos 18 sectores en la geografía del País Valenciano realiza un proceso articulado en torno a tres subetapas: a) sobre las variables antes definidas (empleo, capital y nuevas empresas) obtiene los Índices de Herfindahl (IH)⁷⁰ de cada uno de esos sectores a nivel local, b) calcula los Coeficientes de Localización (CL)⁷¹ de todos los municipios valencianos (los de las 536 poblaciones) y c) calcula el porcentaje que representa a nivel regional la actividad sectorial de cada municipio en la actividad total del sector. De esa forma señala para cada distrito identificado las poblaciones que son el centro del mismo y las localizaciones que son sus entornos de expansión, obteniendo un total de 11 distritos industriales principales y 6 distritos de menor entidad.

Finalmente, en la tercera etapa constata que las PYMES son los agentes productivos fundamentales a través de los cuales se llevan a cabo la mayor parte de las actividades económicas representativas en los distritos industriales.

A pesar de la amplitud y rigor de este trabajo, el propio Ybarra advierte que este estudio es incompleto y necesita del uso de variables cualitativas. Concretamente, cita las siguientes:

⁶⁹ Como mostramos en un anterior epígrafe (3.2.2), su expresión matemática es la siguiente:

$$CE_{ij} = \frac{E_{ij} / E_j}{E_i / E_n}.$$

El numerador recoge el cociente entre los ocupados de una actividad en un territorio respecto al total de ocupados en ese territorio. En el denominador se incluye esa relación para un ente territorial superior.

⁷⁰ Su expresión matemática es la siguiente:

$$IH_j = \sum_{i=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{x_j} \right)^2.$$

Donde:

x_{ij} es el valor de la variable x (empleo, capital y nuevas empresas) para el sector i en el territorio j .
 x_j es el valor total de esa variable considerada en el territorio j .

⁷¹ Su expresión matemática es igual que la del Coeficiente de Especialización, sólo que en este caso la unidad de análisis es la población.

- Las características técnico-económico-físicas específicas de cada actividad, sector o producto.
- Las condiciones sociales-laborales-culturales-medioambientales en las que se desarrollan cada actividad.
- Los condicionantes administrativos y políticos que envuelven cada actividad y cada área.

2. Verificación de características.

En el ámbito estrictamente nacional, otros trabajos (Molina, 1997; Martínez, 2001) han estudiado si las aglomeraciones territoriales definidas como *distritos industriales efectivamente cumplen con las características* que les son implícitas:

- Hay muchas empresas pequeñas y muy pequeñas en un territorio determinado.
- La zona se define así porque se refiere a un entorno geográfico muy limitado que se caracteriza específicamente por dedicarse a un tipo de producción dominante.
- Existe una fuerte interconexión entre el distrito como realidad de producción y la zona como mezcla de vida familiar, política y social.

El proceso seguido en ambos trabajos es muy similar. En primer lugar, seleccionan el sistema productivo local a analizar, posteriormente definen las localidades que aglutinan el mayor peso porcentual de las actividades productivas objeto de estudio y, finalmente, a partir de esos datos contrastan la presencia en ese territorio de las características sociales y organizativas del distrito industrial.

Por ejemplo, Molina (1997), para el análisis del distrito industrial cerámico de Castellón, primero estudia la localización de esas empresas, las cuales se encuentran en su mayoría en las comarcas valencianas de l'Alcatén, la Plana Baixa y la Plana Alta; con posterioridad, del total del grupo de actividades industriales que forman ese sistema productivo se centra en sus dos subsectores más importantes (pavimento y revestimientos cerámicos); y finalmente, analiza los resultados. De este proceso

concluye que existen unos municipios con elevada especialización productiva en la producción de la cerámica fuertemente interrelacionada socialmente con el territorio, que agrupa genéricamente bajo la denominación de distrito industrial de la cerámica de Castellón.

3. Una propuesta integradora.

La tercera y última de las propuestas sobre identificación de distritos industriales que vamos a analizar son *las que combinan las dos posturas anteriormente estudiadas*, es decir, las que se encargan simultáneamente de identificar el área geográfica como tal y las que analizan las características (organizativas, estratégicas, competitivas) de esas áreas.

El trabajo de Santa María (1999) está circunscrito al sector textil-confección valenciano. En el mismo recoge las sugerencias propuestas por Ybarra (1991) y las incluye en su investigación. Para esa autora los pasos a seguir hacia una aproximación objetiva en la determinación de un distrito industrial deben desarrollarse en dos grandes fases secuenciadas, una primera de marcado carácter cuantitativo y otra de carácter más cualitativo-teórico.

En la fase previa, define las actividades principales y las actividades complementarias que conforman esta “rama industrial” y detecta si existe alguna singularidad en sus patrones de localización. Para ello utiliza la clasificación sectorial vigente entonces y denominada como CNAE-74.

En la segunda fase, esta autora centra su análisis sólo en esas singulares áreas geográficas con objeto de obtener información sobre su estructura y funcionamiento. La información a obtener hace referencia a distintos aspectos, entre los que destacan: número de trabajadores, facturación, segmento del mercado en el que operan las empresas, especialización, canales de distribución, propensión a exportar y descentralización de la producción.

En definitiva, en ese trabajo se demuestran las características que destacan de los distritos industriales: a) presencia en ese entorno geográfico limitado de muchas empresas de reducido tamaño, b) especialización de las mismas en un tipo de producción dominante, y c) fuerte interconexión entre la actividad empresarial y social de ese ámbito geográfico.

Finalmente, y también referido al ámbito valenciano, destaca el trabajo de Soler (2000). En el mismo, como primer paso, detecta las principales aglomeraciones territoriales industriales de cada sector y su grado de especialización sectorial en el País Valenciano. En esta fase estudia lo que denomina como precondiciones para la existencia de un distrito; y posteriormente analiza si esa aglomeración territorial participa de las características estructurales del distrito industrial y valida si las economías externas que se generan en ese territorio tienen su origen en la *economías de localización* o por el contrario, participan más de las *economías de urbanización* (localización común de empresas que pertenecen a diferentes industrias).

La variable que utiliza para detectar las áreas geográficas es el “empleo”, obtenida a partir del directorio industrial confeccionado por el IMPI⁷² del Ministerio de Industria para el año 1992. Los estadísticos para analizarla son el Índice de Herfindahl (IH) y el Coeficiente de Especialización (CE). Así, por medio del CE, Soler valora la mayor o menor presencia de un sector en un territorio respecto a la presencia de ese sector en el conjunto del territorio de referencia, mientras que el IH se emplea para determinar el grado de especialización (o diversificación) productiva de un territorio, en este caso en el País Valenciano.

Del análisis conjunto e integrado se desprende que en la economía valenciana el 90% del empleo tiene su origen en un total de 12 sectores, de los que 4 de ellos cumplen las precondiciones para ser denominados como distrito industrial, concretamente en los siguientes: el textil, el calzado, el cerámico y el mueble. Además, si el análisis se centra en esos cuatro sectores, se observa una clara especialización espacial, principalmente en los sectores textil y calzado. Respecto al segundo objetivo del trabajo, Soler no encuentra suficiente evidencia para validar

⁷² Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa.

las hipótesis referidas al tamaño y/o grado de especialización. Y respecto al tercero, valida parcialmente algunas de las hipótesis que plantea referidas a la *performance* del distrito (vinculadas a las economías de localización).

En definitiva, la revisión de la literatura efectuada y que se resume en la tabla (4.1) nos ha ofrecido un excelente punto de partida para plantear nuestra propuesta metodológica. En la misma se observa que las técnicas seguidas en cada perspectiva comparten algunos elementos como el tratarse de un proceso secuencial, pero difieren en los fines perseguidos. De especial relevancia, son las aportaciones de Santa María (1999) y Soler (2000) que van a ser utilizadas en el desarrollo del siguiente epígrafe.

Tabla 4.1: Perspectivas en la delimitación geográfica del distrito industrial.

Autor	Objetivo	Metodología
-Boix y Galletto (2005). -Cerejeira (2002). -Courlet y Pecqueur (1994) -ISTAT (1996). -Lainé (2000). -Sforzi (1992). -Ybarra (1991).	Detectar las áreas susceptibles de clasificarse como distrito industrial.	1º) Identificación de sistemas productivos. 2º) Análisis mediante técnicas estadísticas, de sus características. 3º) Clasificación o no, como distrito industrial.
-Martínez (2001). -Molina (1997).	Estudiar las características de las áreas clasificadas como distrito.	1º) Elección geográfica del sistema productivo. 2º) Delimitación de las actividades productivas. 3º) Identificación de las principales localizaciones. 4º) Contraste de las características del distrito industrial.
-Santa María (1999). -Soler (2000).	Definición y estudio del distrito industrial.	1º) Definición de las actividades productivas. 2º) Identificación mediante test estadísticos de las localizaciones. 3º) Localización geográfica de las áreas distrituales. 4º) Validación empírica del distrito.

Fuente: elaboración propia.

4.1.2 La aplicación para la identificación de distritos industriales del textil-confección en España.

Una vez que hemos visto las tres perspectivas desde las que se identifican los distritos industriales (pura, validadora e integradora), en primer lugar vamos a describir las bases de datos empleadas y las actividades textiles que se van a incluir en nuestro análisis, para posteriormente acotar los territorios que ulteriormente serán objeto de análisis y clasificación.

Para ello se hace necesaria la definición previa de la metodología que utilizaremos para tal fin. Como ya se ha dicho, ésta sigue pautas que son comunes a otros trabajos, pero aporta dos importantes novedades. Por un lado, la explicitación de las actividades productivas que se consideraran distrituales y, por otra, sirviéndose de datos de reciente publicación, acude a fuentes que contribuyen con una información más completa y desagregada que abarcan la totalidad del Estado español. Este último aspecto es especialmente relevante, ya que puede permitirnos detectar nuevas concentraciones geográficas del textil-confección susceptibles de ser clasificadas como distritos industriales.

Concretamente, nuestro trabajo se estructura en torno a las siguientes fases:

- Definición de las bases de datos.
- Delimitación de la industria textil-confección.
- Localización geográfica por medio de test estadísticos (CE) de las principales concentraciones.
- Localización territorial de los distritos industriales.

1. Definición de las bases de datos empleadas.

La información estadística que hemos utilizado tiene carácter público y ha sido proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2004). La base de datos empleada forma parte de una estadística más amplia, *Censos de Población y Viviendas*⁷³ 2001, que fue publicada el 17 de febrero de 2004. Esta información estadística ha sido elaborada a partir de declaraciones individuales donde la persona

⁷³Según el INE (2004), los Censos de Población son recuentos exhaustivos de la población que la legislación obliga a realizar de forma periódica a las Oficinas de Estadística de los países, normalmente cada diez años, para conocer las características sociales y demográficas de sus habitantes. Simultáneamente a los Censos de Población se realizan los Censos de Viviendas pues así se permite relacionar las características de los habitantes con las viviendas que ocupan. En el Censo de 2001 se ha recogido a toda la población que tiene fijada su residencia habitual en el territorio nacional, es decir, no sólo a la población española, sino también a la población extranjera que reside en España con independencia de que tenga o no permiso de trabajo. Para hacer esta recogida de datos se han visitado tanto las viviendas familiares como los alojamientos (cuevas, chabolas, carromatos, etc.) y establecimientos colectivos (conventos, residencias de ancianos, etc.). Incluso las personas sin domicilio fijo que tienen asignado algún domicilio, por ejemplo, en un centro de asistencia social, no quedan excluidas del Censo.

es la unidad de análisis y el método principal de recogida de datos es el agente censal.

La realización y explotación de ese censo nos permite obtener información tanto del número de personas que hay trabajando, clasificadas tanto por las actividades económicas a las que se dedica el establecimiento en el que están ocupadas, como por el ámbito geográfico en el que éstas están localizadas, desagregado todo ello a nivel municipal. El colectivo principal aquí estudiado son los ocupados mayores de 16 años. Los datos utilizados están en función de la actividad del establecimiento, clasificados con 3 dígitos de la CNAE-93.

2. Delimitación de la industria textil-confección.

Como se ha visto en el capítulo anterior, es un hecho constatado que debido a la amplitud en las líneas de productos (intermedios y/o finales) que abarca la industria textil-confección ésta se considere heterogénea, interrelacionada y confusa. Esto desvirtúa muchas generalizaciones y exige que definamos qué actividades vamos a considerar que forman parte de esta industria y cuáles no.

De acuerdo con la base de datos que vamos a emplear y la propuesta que planteamos en el apartado (3.1.2), nuestro análisis sólo tendrá en cuenta los epígrafes de la rama 17 (industria textil) y 18.2 (industria de la confección, en sentido estricto).

Esta definición tiene al menos dos importantes ventajas: a) su facilidad operativa y de explotación estadística y b) que supera algunas de las limitaciones de secreto estadístico que establece el INE, cuando únicamente ofrece información generalista (desagregación máxima de tres dígitos) al investigarse poblaciones de pocos habitantes.

Una vez delimitada la industria textil-confección analizamos los niveles de ésta en los distintos municipios españoles. Esto último será realizado a través del instrumento estadístico del Coeficiente de Especialización (CE). Este estadístico valora la presencia del sector textil-confección en un territorio respecto a la

presencia de ese sector en el conjunto de referencia. En este proceso se distinguen tres niveles de análisis: autonómico, provincial y municipal.

3. Localización de las principales concentraciones textiles.

El primer paso se inicia con el estudio de los principales datos de esta industria, tanto a nivel nacional como autonómico. De esa forma, se obtiene el denominador de la fórmula matemática anteriormente vista del CE (apartado 4.1.1) y la relación de las principales Comunidades Autónomas⁷⁴: Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia.

El segundo paso se centra en estudiar sólo las provincias de aquellas CC.AA. donde existen los índices más relevantes de ocupación en esta industria: Toledo, Barcelona, Ciudad Real, Coruña (A), Albacete, Alicante, Girona, Valencia, Ourense, Lleida, Castellón, Pontevedra, Tarragona, Cuenca, Lugo y Guadalajara.

En el tercer nivel de análisis, el municipal, vamos a examinar de esas 11 principales provincias las localidades que tengan niveles de especialización más alto. Para, a continuación, detectar la posible existencia de concentraciones geográficas que sean susceptibles de clasificarse como distritos industriales.

4. Localización territorial de los distritos industriales.

Para ello hemos seguido cuatro criterios (principios):

- El primero, impuesto por el INE y las limitaciones de secreto estadístico vigentes que nos imposibilita la extracción de información desagregada a tres dígitos de la CNAE-93 en municipios con menos de 500 ocupados (máxima desagregación de datos).

⁷⁴ En el apartado 3.2.2 se explicita la distribución y el CE del textil-confección español a nivel autonómico y provincial.

- El segundo, respecto al número de empresas textiles en esa población. Hemos considerado que al menos fueran 10. Para esto nos hemos apoyado en otras bases de datos como SABI⁷⁵ (unidades productivas diversificadas).
- La proximidad geográfica entre los municipios, a partir de la visualización de éstos en mapas cartográficos (continuidad espacial).
- Un coeficiente de especialización que pudiera considerarse como significativo. Como en todos los trabajos revisados hemos observado que los umbrales han sido arbitrarios, frente a esa limitación y dada la fuerte tendencia geográfica de la industria textil de los países desarrollados hacia la concentración, hemos establecido un exigente nivel mínimo de 10 puntos (alta dependencia).

En definitiva, en esta aplicación lo que se pretende es definir aquellos municipios que, simultáneamente, albergan más de 500 empleados (de cualquier actividad económica), que tengan los coeficientes de especialización más altos en la industria textil (epígrafe 17 y subepígrafe 18.2) y cuyo origen se deba al menos a 10 unidades productivas. Así, una vez delimitados esos, por medio de mapas determinar si estas poblaciones lindan territorialmente con otras poblaciones (continuidad espacial) que reúnan estas características, para finalizar identificando esas áreas como susceptibles de ser consideradas como distritos industriales. En la tabla (4.2) se muestran los 38 municipios españoles que cumplen esas cuatro premisas.

⁷⁵ Su nombre se corresponde con las siglas de Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Tabla 4.2: Localización municipal de los principales coeficientes de especialización del textil-confección español.

Municipio ⁷⁶	Ocupados		Municipio	Ocupados	
	textil-confección	CE		textil-confección	CE
Villafranca del Cid (CS)	574	29,98	Canals (V)	1.095	12,56
Banyeres de Mariola (A)	1.304	28,25	Alcúdia Crespins (V)	345	12,51
Sant Bartomeu del Grau (B)	249	28,15	Aielo de Malferit (V)	344	12,44
Agullent (V)	444	27,52	Navarces (B)	504	11,94
Albaida (V)	1012	24,45	Pobla de Lillet (B)	105	11,78
Bocairent (V)	627	19,96	Igualada (B)	3.036	11,67
Ontinyent (V)	4.407	19,30	Avinyó (B)	183	11,51
Prats de Lluçanès (B)	422	19,10	Beneixama (A)	145	11,49
Atzeneta d'Albaida (V)	163	18,90	Velada (TO)	177	11,48
Vilanova del Camí (B)	1.499	18,56	Bihar (A)	268	11,31
Muro de Alcoy (A)	960	18,08	Mataró (B)	8.668	10,86
Cocentaina (A)	1.313	17,99	Mediona (B)	122	10,83
Olost (B)	154	17,15	Alfarrasí (V)	93	10,78
Hostalric (GI)	378	15,73	Tordera (B)	795	10,76
S. Margarida de Montbui (B)	982	14,01	Anglès (B)	396	10,74
Òdena (B)	291	13,77	Crevillent (A)	1.669	10,61
Sonseca (TO)	1.000	13,60	Cercs (B)	94	10,61
Alcoy/Alcoi (A)	5.071	12,75	Belvis de la Jara (TO)	84	10,48
Montaverner (V)	162	12,68	S. Pablo Montes (TO)	142	10,31

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2004).

De la visualización cartográfica de estas localizaciones para determinar su posible proximidad geográfica se observaron dos importantes localizaciones geográficas⁷⁷ “unimunicipales” de esta industria (Mataró y Sonseca, respectivamente) y dos significativas concentraciones geográficas de municipios textiles: a) los que giran en torno a la ciudad de Igualada y b) los que están alrededor de las poblaciones de Alcoi y Ontinyent.

A modo de síntesis, la situación de algunos de los que creemos que son los focos geográficos con más alta implementación de la industria textil-confección en España puede verse en la figura (4.1).

⁷⁶ Nota: (A) Alicante, (B) Barcelona, (CS) Castellón, (GI) Girona, (TO) Toledo, (V) Valencia.

⁷⁷ En contra de lo que cabía esperar, el CE del municipio coruñés de Arteixo (localidad donde se ubica el grupo Inditex) en el año 2001 no llegaba al 8% (7,9).

Figura 4.1: Mapa de las principales concentraciones geográficas del textil-confección en España.



Fuente: elaboración propia.

Los municipios que conforman cada una de estos focos se recogen en la tabla (4.3). La lectura de la misma nos indica que en la localidad toledana de Sonseca existen 1.000 personas dedicadas a esta actividad, lo que supone respecto a la población española que trabaja en el mismo sector 13,6 veces más de la media nacional o que el distrito industrial de Alcoi-Ontinyent está formado por 8 poblaciones que tienen por término medio un CE 17,1 veces superior al nacional.

Tabla 4.3: Población ocupada y coeficientes de especialización de las principales concentraciones geográficas.

Municipios de Toledo	Ocupados textil-confección	Coefficiente de especialización
Sonseca	1.000	13,60
Municipios de Barcelona	Ocupados textil-confección	Coefficiente de especialización
Mataró	8.668	10,86
Distrito Igualada	Ocupados textil-confección	Coefficiente de especialización
Vilanova del Camí	1.499	18,56
Santa Margarida de Montbui	982	14,01
Òdena	291	13,77
Igualada	3.036	11,67
TOTAL	5.808	13,47
Distrito Alcoi-Ontinyent	Ocupados textil-confección	Coefficiente de especialización
Banyeres de Mariola	1.304	28,25
Agullent	444	27,52
Albaida	1012	24,45
Bocairent	627	19,96
Ontinyent	4.407	19,30
Muro de Alcoi	960	18,08
Cocentaina	1.313	17,99
Alcoi	5.071	12,75
TOTAL	15.138	17,10

Fuente: elaboración propia.

A modo de conclusión, podemos afirmar que la identificación de éstas cuatro áreas geográficas es conforme con muchos planteamientos teóricos y empíricos encargados

de delimitar los distritos industriales, ya que simultáneamente las poblaciones de esa zona registran un alto número de PYMES, el territorio definido se caracteriza por dedicarse específicamente a un tipo de producción dominante y, como consecuencia de lo anterior y de las redes establecidas, existe una fuerte interrelación en la actividad productiva y los aspectos sociales de la zona. Sin embargo, difiere notablemente de los resultados obtenidos por Boix y Galletto (2005), ya que, mientras que nosotros sólo hemos identificado 4 distritos industriales, ellos han encontrado 54.

Una posible explicación a esta disparidad la encontramos en que en el trabajo de Boix y Galletto (2005) la identificación de distritos industriales es mucho más generalista que la nuestra. Esto se observa, por un lado, en que buena parte de los distritos industriales identificados se corresponden con un único municipio, mientras que en el nuestro, sólo el de Alcoi-Ontinyent, abarca 8 municipios. Y por otro, en que utilizan una perspectiva más amplia para delimitar a la industria textil (incluyen otros subsectores). Esto último se refleja en el mayor número de empleos distrituales que registran. Otro posible argumento que frente a esto se puede plantear tiene su origen en el empleo de unas u otras fuentes estadísticas y/o en la fijación de bajos umbrales (arbitrarios) que propician alcanzar más fácilmente la categoría de distrito.

4.2 Metodología.

4.2.1 Población y muestra.

Una vez definidos los ámbitos territoriales, la segunda gran etapa de la definición del marco de investigación persigue la elección de la muestra sobre la que se contrastarán las hipótesis previamente planteadas. El universo poblacional objeto de estudio está formado por todas las empresas de la industria textil-confección que están localizadas en España. Según el DIRCE (INE, 2005), en el año 2004 se estimaba que en esta industria habían censadas 15.747 empresas.

Ante la amplitud de la población objeto de estudio, el tamaño de la muestra que estadísticamente se obtenía y la consecuente imposibilidad económica y temporal para abordarla, optamos por el muestreo por conveniencia. Este método de muestreo no probabilístico nos permitió reducir los costes y simplificar la tarea de recogida de datos.

La base de datos que se empleó para ello fue la de la Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana (ATEVAL). En la fecha de su consulta tenía 570 empresas⁷⁸ asociadas pertenecientes a la industria textil-confección que están localizadas en su mayoría en Valencia, Cataluña y zona centro de España. Dentro de las mismas es posible encontrar empresas pertenecientes a todos los subsectores de esta industria.

El uso de esa muestra requiere dos importantes matizaciones. Por un lado, que de los 4 sistemas territoriales anteriormente obtenidos, el único que se va a utilizar como distrito industrial es el de Alcoi-Ontinyent. Y por otro, que derivado de la especialización productiva de la Comunidad Valenciana en

⁷⁸ Esas 570 empresas representan una plantilla laboral de alrededor de 19.000 puestos de trabajo directos.

actividades relacionadas con las manufacturas del hogar, la agrupación de subsectores se ajuste a las características de la muestra. Por ello hemos optado por crear los siguientes:

- **Textil de cabecera**, que agrupa a las empresas cuya actividad principal se encuentra en los subsectores 17.1, 17.2 y 17.3 (hiladuría, tejeduría y acabados).
- **Manufacturas del hogar**, que incluye a las empresas que se dedican a los epígrafes 17.4 y 17.5 (hogar y técnicos).
- **Prendas interiores y exteriores**, que recoge a las empresas especializadas en los epígrafes 17.6, 17.7 y 18.2 (punto y vestuario).
- **Otras actividades relacionadas**, que abarca al resto de casos de empresas asociadas a ATEVAL, cuya dedicación principal no se enmarca en ninguna de las anteriores, por ejemplo, los fabricantes de plásticos para envoltorios, las comercializadoras o las empresas de tintes para el textil.

4.2.2 Cuestionario.

El instrumento utilizado para la recogida de la información fue el cuestionario (Anexo I). Éste fue definido y estructurado para adecuarlo tanto a las características de las empresas que configuran la muestra como a los objetivos planteados en la investigación. Para facilitar las respuestas se utilizaron preferentemente preguntas cerradas o semiabiertas. Para la elaboración del mismo se tuvo en cuenta las recomendaciones listadas en Miquel et al. (1996): sencillez, brevedad, precisión y relevancia.

Para su diseño se observaron los siguientes criterios:

1. Que sea fácil de cumplimentar, en cuanto a que no fuera demasiado largo, que los enunciados de las preguntas no indujesen a ambigüedades, ni tampoco se pedía información que pudiera ser considerada como confidencial (número de empleados, año de constitución o actividad principal). En su defecto, se consultó la base de datos SABI y las fichas de estas empresas de los archivos de ATEVAL.

2. Posibilidad de hacer comparaciones y obtener conclusiones claras, esto se ha conseguido al trabajar con preguntas cerradas.
3. Devolución inmediata, ya que junto al envío del cuestionario incluíamos un sobre de franqueo en destino o la posibilidad de enviarlo por fax.

El cuestionario se estructuró en los siguientes apartados:

- *Datos de identificación* de la empresa, encuestado, escenario competitivo y actividad internacional: esta sección ofrece información sobre las características socioculturales del entrevistado, la actividad que desarrolla en el ámbito de la empresa, cuestiones relacionadas con sus percepciones sobre la situación actual/futura y con la estrategia internacional de la empresa.
- *Factores estratégicos del entorno*: con esta sección se pretende que de forma abierta los entrevistados realicen juicios subjetivos sobre la forma en la que están afectando los factores estratégicos del entorno.
- *Determinantes de la competitividad*: en esta sección se recoge información comparativa y valora la posición competitiva de las empresas respecto a sus principales competidores en relación con unos determinantes de la competitividad propuestos.
- *Estrategias empresariales*: en esta sección se analiza el grado de necesidad de las estrategias propuestas.
- *Actuaciones públicas*: en esta sección se pretende valorar la urgencia de las principales demandas realizadas por la industria textil a las Administraciones Públicas.

Las preguntas definidas para el cuestionario fueron fruto de un trabajo previo que se incluyó dentro de una investigación más amplia⁷⁹. Para su definición se siguió el siguiente desarrollo secuencial:

⁷⁹ Al respecto puede consultarse Golf et al. (2005).

1º) Para acercarnos al “estado de la cuestión” sobre la industria textil-confección, se recopiló amplia información de distintos informes previos así como de diversas fuentes estadísticas (SABI, Amadeus, etc.).

2º) Con el fin de aproximarnos más a su compleja realidad, la información obtenida en esa fase fue contrastada y ampliada mediante la realización de 50 entrevistas personales semiestructuradas a directivos y agentes territoriales.

3º) Para sintetizar, priorizar y operativizar los resultados obtenidos en la fase anterior en “aspectos clave” se desarrollaron dos Paneles de Expertos, uno de carácter empresarial (propietarios y/o directivos y principales asociaciones empresariales); y otro de carácter territorial (agentes de desarrollo local, representantes políticos y centros de formación).

Una vez se obtuvieron, por un lado los aspectos clave de esta industria y, por otro, los objetivos de la presente investigación, se definieron las cuestiones, las escalas y los ítems. Éstos han variado en función del fin que se perseguía y nos permiten distinguir las siguientes 5 situaciones:

1. Para el estudio del perfil del directivo y sus percepciones, y de la estrategia internacional de la empresa se han empleado preguntas cerradas y abiertas.
2. Para la determinación de los *factores estratégicos del entorno* se ha utilizado una escala formada por 16 ítems, que ha servido para captar la diversidad que los encuestados tienen respecto de las principales amenazas y oportunidades del entorno. La escala Likert de 5 puntos elaborada para tal fin recoge las apreciaciones de los expertos en términos generales. Y de acuerdo con la misma el encuestado ha evaluado la influencia de esos factores entre valores comprendidos del 1 al 5 (donde 1 indica “afecta de forma muy negativa” y 5 “afecta de forma muy positiva”).

3. Asimismo, para determinar cuál es la valoración de la *posición competitiva* a los encuestados se les ha exigido que opinen a través de una escala Likert de 5 puntos formada por 15 ítems. De acuerdo con la misma, el encuestado ha evaluado su posición respecto a los principales competidores nacionales y extranjeros.
4. Para recoger el juicio que los directivos tienen sobre las *estrategias empresariales* propuestas, se les ha exigido que opinen a través de una escala Likert de 5 puntos formada por 13 ítems, sobre la que han juzgado la idoneidad de esas estrategias para la pervivencia de la empresa textil respecto a los indicadores propuestos, (donde 1 indica “nada necesaria” y 5 “muy necesarias”). De esta forma se pueden conocer las opiniones que los encuestados tienen sobre el grado de necesidad de las estrategias propuestas para el futuro de las empresas textiles.
5. De igual forma se ha procedido con las *Actuaciones Públicas*. En este caso, se ha exigido que prioricen temporalmente algunas demandas recogidas en la anterior fase de la investigación (revisión de informes y literatura). Para ello, se presenta un bloque de 11 ítems sobre los que han valorado de 1 a 5 la urgencia de esas medidas (donde 1 “no es necesaria” y 5 “necesaria urgentemente”).

4.2.3 Estudio de campo.

Una vez que se diseñó y elaboró el cuestionario de la investigación, se procedió a un pretest del mismo entre 5 personas muy próximas a la industria (empresarios, directivos y personal de la asociación). Sus recomendaciones nos permitieron subsanar algunas deficiencias.

Posteriormente, se procedió a la recogida de la información mediante el envío postal de éste, a finales de mayo de 2005, a todas y cada una de las empresas seleccionadas como pertenecientes a ATEVAL. Los cuestionarios eran remitidos y acompañados de una carta de presentación (anexo I) en la que se

especificaban quienes realizaban la investigación y sus objetivos, y el interés de la misma.

De ese envío, de otro posterior que se realizó a principios de septiembre, y del refuerzo que obtuvimos de la Asociación que animó a la participación de sus afiliadas, se obtuvieron finalmente un total de 207 cuestionarios, de los que fueron rechazados 6 de ellos (3 por detectarse errores importantes en su cumplimentación, 2 por enviarse en blanco y 1 por responderse de forma duplicada). En total quedaron 201 cuestionarios como válidos.

Esto significa una tasa muy alta de respuesta, superior al 35%; si además tenemos en cuenta que representa a una población de 570 empresas (el total de afiliadas), podemos concluir que esa muestra conducirá a que las estimaciones relativas al cuestionario tengan como máximo un +/-5,7% de error para un margen dado del 95,5% de confianza⁸⁰.

En definitiva, la ficha que resume la metodología empleada en esta investigación se muestra en la tabla (4.4).

⁸⁰ El error en la estimación se refiere a la diferencia entre el valor estimado y su supuesto verdadero valor de la proporción p ; la confianza de las estimaciones significa la probabilidad de no equivocarse dado un nivel de confianza prefijado del 95,5%. La fórmula empleada para ese cálculo ha sido:

$$\left[P - 2 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}, P + 2 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \right].$$

Tabla 4.4: Ficha-resumen de la metodología.

Ámbito: España.

Universo: La totalidad de las 570 empresas que por esas fechas estaban asociadas a ATEVAL (Asociación de Empresarios Textiles).

Tamaño de la muestra: El cuestionario fue contestado correctamente por 201 empresas, lo que significa un índice de respuesta superior al 35%.

Margen de error de la muestra: El +/-5,7% de error muestral, trabajando con un nivel de significación del 5%.

Fechas: La recogida de datos se realizó durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre de 2005.

Método de trabajo: Para la recogida de la información se utilizó un cuestionario con 70 preguntas semicerradas. Éste se remitió a todas las empresas que pertenecen a ATEVAL. Para incrementar la tasa de respuestas, los cuestionarios iban acompañados de una carta firmada por los dos altos cargos de la asociación. En septiembre se hizo un segundo envío. Los cuestionarios fueron remitidos en su mayoría por correo y puntualmente por fax. Cuando se detectó algún error en el cuestionario o lagunas informativas en el mismo se recabó de nuevo la atención del entrevistado para que las subsanara.

Fuente: elaboración propia.

4.3 Análisis de la muestra: descriptivo y asociaciones.

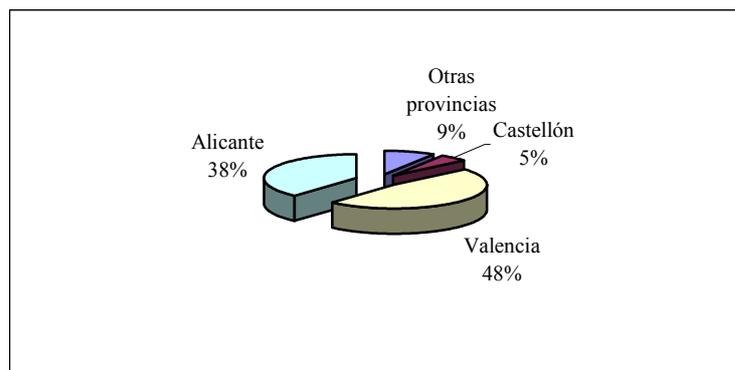
El análisis de la muestra se va a desarrollar en dos fases. En la primera, se comentan los rasgos característicos de las principales variables de ésta (tamaño, antigüedad, localización, subsector y actividad internacional) y en la segunda, se estudia el grado, significatividad y dirección de las relaciones entre esas variables (asociaciones).

4.3.1 Análisis descriptivo.

El análisis descriptivo de la muestra detalla su composición en relación a los distintos valores alcanzados por las variables más significativas del estudio (Miquel et al., 1996). Esta tarea va a consistir en la exploración, ordenación y presentación de los datos en tablas y gráficos, así como en el cálculo de algunos estadísticos (porcentajes) de forma que resuman la información contenida y faciliten su comparación.

Respecto al origen geográfico de los 201 cuestionarios aceptados como válidos, por comunidades autónomas y provincias tenemos que 18 son del resto de España mientras que 183 de la Comunidad Valenciana. Por provincias (figura 4.2), el 5% de los cuestionarios procede de Castellón, el 48% de Valencia, el 38% de Alicante y el restante 9% de otras provincias (12 de Barcelona, 2 de Girona, 2 de Madrid, 1 de Murcia y 1 Valladolid).

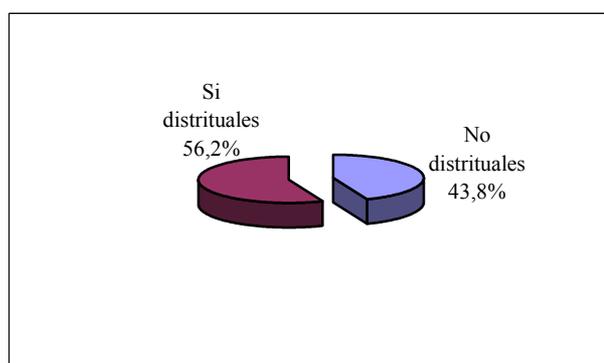
Figura 4.2: Origen provincial de los encuestados.



Fuente: elaboración propia.

Desde el punto de vista distritual, 113 pertenecen a empresas localizadas dentro del distrito identificado como de Alcoi-Ontinyent (56,2%) y 88 a unidades productivas localizadas fuera de éste (43,8%) (figura 4.3).

Figura 4.3: Localización distritual.



Fuente: elaboración propia.

Por municipios, en la tabla (4.5) se destaca que entre los 9 principales, 8 de ellos se corresponden con el territorio definido como distrito industrial de Alcoi-Ontinyent, y sólo 1 de ellos, Crevillent, está fuera.

Tabla 4.5: Principales municipios de la muestra.

Municipio	Núm. de empresas	Porcentaje
Ontinyent	31	15,4
Banyeres de Mariola	17	8,5
Alcoi	14	7,0
Cocentaina	13	6,5
Muro de Alcoi	12	6,0
Crevillent(*)	11	5,5
Albaida	10	5,0
Bocairent	9	4,5
Agullent	8	4,0
Total	125	62,2

Fuente: elaboración propia.

El resto de localidades que registran más de una empresa se listan en el tabla (4.6).

Tabla 4.6: Otras localizaciones significativas.

Localidad	Empresas	Localidad	Empresas
Barcelona	6	Alqueria d'Aznar	2
Castellón	4	Biar	2
Valencia	4	Burjassot	2
Adzaneta d'Albaida	3	Canals	2
Ayora	3	Enguera	2
Paterna	3	Madrid	2
Aielo de Malferit	2	Total	37

Fuente: elaboración propia.

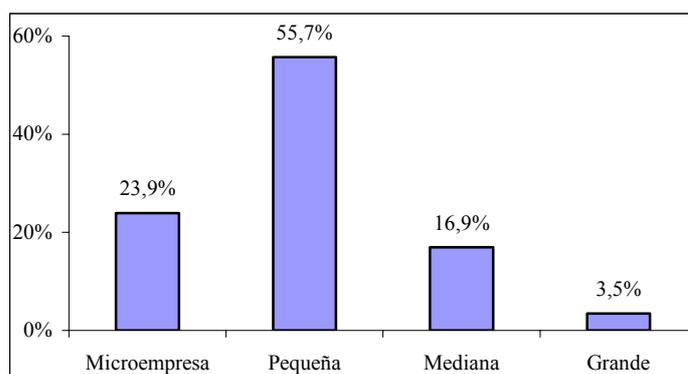
De la lectura de las anteriores tablas (4.5 y 4.6) se deduce que entre ambas se acumula el 80,6% de las empresas del trabajo. El restante 19,4% lo forman 39 poblaciones, cada una de las cuales registra sólo una empresa.

Una variable ampliamente utilizada en la literatura para clasificar las empresas por su tamaño es el número de empleados. A pesar de las obvias limitaciones de este indicador, su aplicación nos permite, de una manera rápida y sencilla, obtener información sobre las características de la muestra. Conforme a los criterios establecidos por la Comisión de Comunidades Europeas⁸¹, las

⁸¹ La Comisión de Comunidades Europeas aprobó el 6 de mayo de 2003 unos criterios para delimitar a las microempresas, pequeñas y medianas empresas de acuerdo a cuatro indicadores: número de empleados, volumen de negocios y total activos. De acuerdo al número de trabajadores las categorías y límites quedaron de la siguiente forma: a) microempresas, menos de 10 trabajadores; b) pequeñas, entre 10 y 49 trabajadores; medianas, entre 50 y 249 trabajadores y grandes, 250 o más.

empresas de la muestra pueden clasificarse en cuatro tipos: microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Como puede observarse en la figura (4.4), el 23,9% son microempresas, más de la mitad de las empresas analizadas (55,7%) pueden considerarse como pequeñas y sólo un 3,5% grandes.

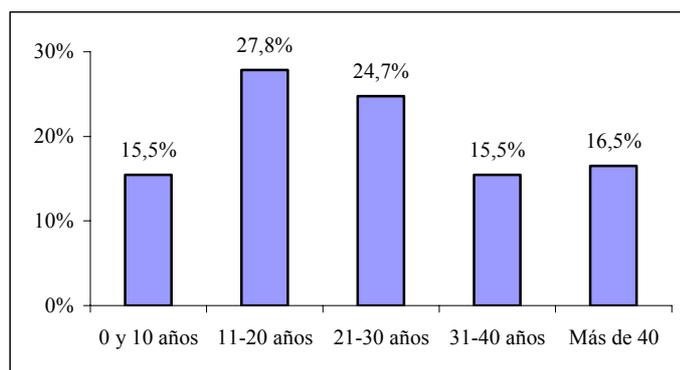
Figura 4.4 Tamaño por número de empleados.



Fuente: elaboración propia.

Estos datos deben tenerse en cuenta a la hora de analizar los resultados, ya que como vimos en el capítulo 3, según el DIRCE (INE, 2005) la estructura media de las empresas del textil-confección por tramos de asalariados en el periodo 2000-2004 indica que las microempresas suponen el 73,2% del total, las pequeñas el 23,4% y el porcentaje del resto (medianas y grandes) apenas llega al 3,4%.

Respecto a la antigüedad de las mismas en el sector, de la figura (4.5) se desprende que algo más de la mitad de la muestra (el 52,5%) está formada por empresas que tienen una experiencia entre 11 y 30 años.

Figura 4.5: Antigüedad en el sector.

Fuente: elaboración propia.

Ante la inexistencia conocida de indicadores de la antigüedad de las empresas del textil-confección, podemos de forma indirecta juzgar la calidad del ajuste de la muestra a la población. Para ello, podemos emplear un análisis de correlaciones.

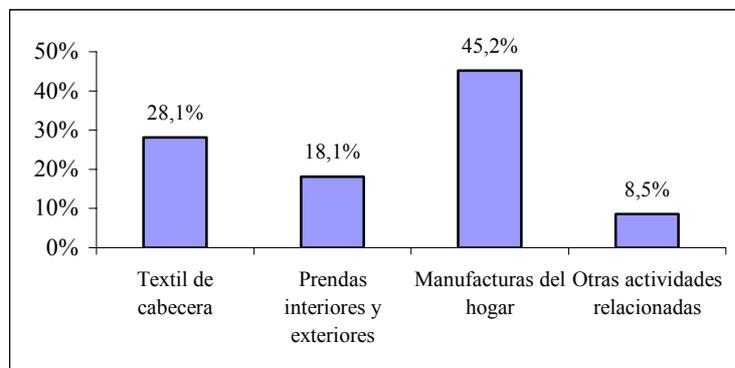
Dado que las variables del tamaño y antigüedad las tenemos categorizadas ordinalmente, la medida estadística que vamos a emplear es la del coeficiente Rho de Sperman. Como era de esperar, la correlación entre el tamaño y la antigüedad existe y es elevada, ya que de acuerdo con el coeficiente de correlación obtenido (0,407) y su contraste, éste es significativo para cualquier nivel de significación ($p\text{-valor} = 0,000$).

Este resultado nos alerta de un posible sesgo al alza de la antigüedad media de las empresas de la muestra. Por ello, este aspecto, junto al del tamaño, debe ser tenido en cuenta en la discusión de los resultados.

La estructura subsectorial de la muestra analizada (figura 4.6) nos indica que está constituida principalmente por empresas de manufacturas del hogar (el 45,2%). También destaca el peso de empresas que se dedican a las fibras, la tejeduría y acabados (28,1%) y que, como se ha indicado, se agrupan en la subactividad que hemos denominado “textil de cabecera”. El subsector de

prendas interiores y exteriores supone un 18,1%, y es marginal el porcentaje de las empresas dedicadas a otras actividades relacionadas con el textil (8,5%).

Figura 4.6: Estructura por subsectores.



Fuente: elaboración propia.

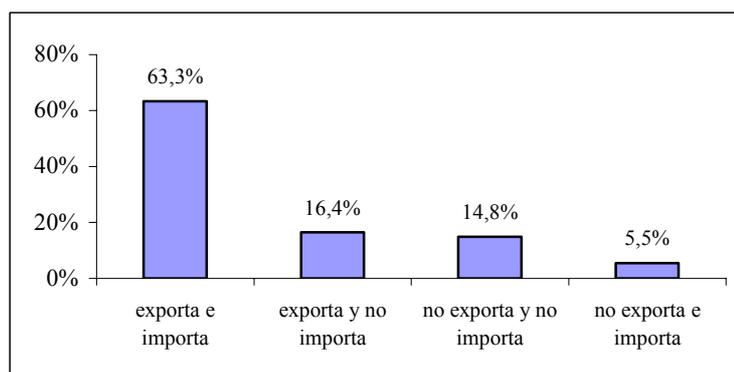
Señalar que, de acuerdo con el reparto geográfico de las empresas y su actividad productiva principal analizada en capítulos anteriores (tabla 3.15), en la Comunidad Valenciana, en el año 2000, el 23,2% se dedicaban al textil de cabecera, el 41,3% a los subsectores de prendas interiores y exteriores, y el 35,5% al del hogar (IVE, 2002). Sin embargo, como se observa en la muestra, existe una baja participación del subsector que agrupa las actividades de las prendas interiores y exteriores (18,1%). Una explicación a este hecho es que son en su mayoría microempresas que muestran una tasa de asociacionismo bastante baja y que, a su vez, se encuentran muy dispersas a lo largo de la geografía valenciana (Golf et al., 2005); frente a las de cabecera o del hogar, que además de su tendencia a la afiliación, tienen un tamaño medio algo superior (especialmente las primeras) y se concentran próximas al núcleo principal textil valenciano que configura el distrito industrial de Alcoi-Ontinyent.

Este hecho puede ayudarnos a entender el anterior sesgo obtenido en el tamaño y la antigüedad (figura 4.4), ya que si las empresas que tienen un tamaño medio menor están proporcionalmente menos representadas en la muestra, es lógico derivar que ésta contendrá una sobrerepresentación poblacional de

unidades productivas de mayor tamaño. Por ello, este aspecto deberá tenerse en cuenta en los ulteriores análisis.

Por último, respecto a la actividad internacional seguida por las empresas que han contestado a las preguntas de este apartado, dos características deben destacarse. Por un lado, que un 94,5% de las mismas realiza alguna actividad en los mercados exteriores (frente al 5,4 % que no) y que entre las opciones elegidas para desarrollar esta estrategia, el mayor número de las empresas declara realizar simultáneamente las fórmulas de exportar e importar (63,3%) frente a las que sólo se declaran exportadoras (16,4%) o exclusivamente importadoras (14,8%) (figura 4.7).

Figura 4.7: Actividad internacional.



Fuente: elaboración propia.

De nuevo, debemos aclarar dos aspectos: a) esos porcentajes de actividad internacional lo son únicamente de las empresas de la muestra que han respondido a esas cuestiones (el 63,7%) y b) el hecho de considerarse exportadora/importadora es independiente de la intensidad, ya que se incluyen tanto aquellas que venden/compran en los mercados exteriores masivamente como las que sólo lo hacen esporádicamente.

En definitiva, del análisis descriptivo de la muestra se observan los siguientes sesgos respecto a una población superior como la autonómica o nacional del textil-confección: a) en cuanto al tamaño y la antigüedad, las empresas analizadas son más grandes y más antiguas, b) con respecto a los subsectores,

la muestra está sobrerrepresentada por las manufacturas del hogar en detrimento del subsector de las prendas y c) la variable actividad internacional sólo se refiere a las empresas que han contestado a este apartado del cuestionario y no a las 201 empresas que la configuran.

4.3.2 Estudio de las asociaciones entre las variables de la muestra.

Para estudiar las asociaciones entre las variables anteriores (cualitativas) la técnica de análisis que hemos empleado son las *tablas de contingencia*, tablas estadísticas de doble entrada que describen a una población (o a una muestra) a partir del análisis simultáneo de dos atributos o factores. El estadístico Chi-cuadrado contrasta la hipótesis nula de independencia entre las variables. Así que para *p-valores* menores de 0,05 (nivel 95%) se rechazará esa hipótesis y, por tanto, se aceptará que existe cierta asociación o dependencia entre las variables.

En el caso de que exista asociación entre las dos variables, la potencia de esa relación bivalente puede medirse a través del cálculo de las medidas de asociación. Según Sánchez (1996) y Pérez (2001), cuando ese análisis de asociación se hace sobre tablas de 2x3 variables o superiores se utiliza el estadístico *V de Crammer*. Si el valor de ese estadístico está muy próximo a 0 se interpreta que no existe ninguna asociación y si es a 1, la relación entre ambas es muy alta.

De acuerdo con las tablas (4.7) y (4.8) la relación entre la localización y el tamaño o la antigüedad es nula, ya que la significatividad es muy superior a los límites establecido (0,05 y 0,1). Además, los residuos corregidos⁸² nos indican que el reparto de empresas por cada celda es casi perfecto (valores próximo a

⁸² Obtenidos éstos por el programa informático empleado, a partir de las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias que realmente habríamos obtenido en el caso de que no hubiera relación entre las dos variables, pero que se corrigen por el tamaño de las frecuencias de cada categoría y por la varianza de las celdas. Así, por medio de los residuos corregidos, podemos medir hasta qué punto la relación entre ambas variables comparadas está sólo presente en nuestra muestra, fruto del azar, o si es probable que también se dé en la población de la que extrajimos la muestra.

cero) Por tanto, es independiente el ser empresa distrital o no, ser más pequeña o más grande, o ser más joven o más antigua.

Tabla 4.7: Asociación entre tamaño y localización.

	No distrito	Si distrito
Microempresa	0,7	-0,7
Pequeña	-0,6	0,6
Mediana	0,0	0,0
Grande	-0,1	0,1
Sig= 0,922		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4.8: Asociación entre antigüedad y localización.

	No distrito	Si distrito
0 y 10 años	-1,5	1,5
11-20 años	0,6	-0,6
21-30 años	-0,9	0,9
31-40 años	-1,1	1,1
Sig= 0,300		

Fuente: elaboración propia.

Aunque conviene advertir que, de acuerdo con la literatura distrital, un rasgo de éstas es su menor tamaño medio (Giner y Santa María, 2002); no obstante, las propias características de la muestra (empresas asociadas a ATEVAL) no permiten contrastar ese aspecto.

Al contrario de lo que ocurre con el tamaño y la antigüedad, la asociación entre el subsector y la localización es alta (tabla 4.9). Efectivamente, la significatividad del contraste (0,01), el indicador del grado de dependencia (0,281) y los residuos corregidos de los datos de cada celda así lo muestran.

Tabla 4.9: Asociación entre localización y subsector.

	Textil de cabecera	Prendas interiores y exteriores	Manufacturas del hogar	Otras actividades relacionadas
No distrito	-0,4	**3,9	-2,3	-0,7
Si distrito	0,4	-3,9	**2,3	0,7

**p<0,05, *p<0,1; Sig= 0,01, V de Crammer= 0,281

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la celda *prendas interiores y exteriores/no distrito* su valor (+3,9) es superior al límite establecido⁸³ (+/-1,96), esa diferencia puede considerarse significativa al 95%. De igual forma sucede en la celda *manufacturas hogar/distrito*. Como no se observa ninguna otra diferencia en el resto de los subsectores, podemos concluir que las empresas distrituales se caracterizan por estar formadas principalmente por empresas del subsector manufacturas del hogar.

La tabla (4.10) muestra que la asociación entre el tamaño y el subsector no es estadísticamente significativa, aunque debemos destacar el mayor porcentaje de las más grandes en el subsector del textil de cabecera.

Tabla 4.10: Asociación entre tamaño y subsector.

	Textil de cabecera	Prendas interiores y exteriores	Manufacturas del hogar	Otras actividades relacionadas
Microempresa	0,0	0,3	-0,9	1,2
Pequeña	-1,1	0,6	0,7	-0,3
Mediana	0,6	-1,1	0,6	-0,6
Grande	*1,7	-0,3	-0,9	-0,8

Sig= 0,658

Fuente: elaboración propia.

Derivado del aspecto anterior, era de esperar que la asociación entre la antigüedad y el subsector productivo tampoco fuera significativa. Efectivamente, como se muestra en la tabla (4.11) la distribución de las empresas definidas por tramos de antigüedad a lo largo de los 4 subsectores establecidos es bastante homogénea.

⁸³ El otro límite establecido es +/-1,65, interpretándose éste como que el residuo es significativo a un nivel de confianza del 90%.

Tabla 4.11: Asociación entre antigüedad y subsector.

	Textil de cabecera	Prendas interiores y exteriores	Manufacturas del hogar	Otras actividades relacionadas
0 y 10 años	0,8	0,4	-1,6	1,0
11-20 años	-0,6	0,6	0,3	-0,4
21-30 años	-0,4	0,7	-0,1	-0,1
31-40 años	0,8	-1,2	0,8	-1,1

Sig= 0,848

Fuente: elaboración propia.

Una vez que hemos analizado las asociaciones entre las variables independientes (tamaño y antigüedad, localización y subsector) interesa ver las que existen entre éstas y la actividad internacional, definida esta última en función de la declaración que la empresa realizó sobre su actividad en los mercados exteriores.

Tal y como se observa en la figura (4.12) existe una fuerte asociación entre el tamaño de la empresa y su actividad internacional. Concretamente, las pequeñas están representadas en mayor medida de lo que cabría esperar en la celda de *no exportadoras ni importadoras* y, por el contrario, las medianas y grandes se sitúan muy significativamente en las celdas de *exporta e importa* simultáneamente. Esta dependencia entre ambas variables (tamaño y actividad internacional) está en línea con resultados obtenidos por recientes investigaciones aplicadas al textil-confección español⁸⁴.

Tabla 4.12: Asociación entre tamaño y actividad internacional.

	Exporta y no importa	Exporta e importa	No exporta e importa	No exporta y no importa
Microempresa	1,4	-1,6	0,4	0,5
Pequeña	0,2	-2,0	0,9	*1,8
Mediana	-1,2	**3,2	-1,3	-2,3
Grande	-1,1	*1,9	-0,6	-1,0

**p<0,05, *p<0,1; Sig= 0,049, V de Crammer= 0,210

Fuente: elaboración propia.

Aunque al analizar la relación entre la antigüedad de la empresa y la actividad internacional la significatividad nos señala que ambas variables son independientes (0,137), un estudio más detallado de la tabla (4.13) nos indica

que, si bien se debe rechazar la hipótesis de dependencia, debemos notar que las empresas más antiguas y las más jóvenes muestran en sus celdas correspondientes un mayor número al que cabría esperar en los apartados de exporta e importa y no exporta e importa, respectivamente.

Tabla 4.13: Asociación entre antigüedad y actividad internacional.

	Exporta y no importa	Exporta e importa	No exporta e importa	No exporta y no importa
0 y 10 años	-0,3	-1,7	0,9	**2,1
11-20 años	-0,1	-0,9	-0,1	1,5
21-30 años	1,4	-,8	1,4	-1,2
31-40 años	-0,1	1,5	-1,1	-1,2
Más de 40	-0,9	**2,3	-1,2	-1,4

**p<0,05, Sig= 0,137, V de Crammer= 0,213

Fuente: elaboración propia.

Si ahora cruzamos los datos de la muestra respecto a si una empresa distritual o no está asociada a una actividad internacional u otra, según los residuos corregidos y la prueba de significatividad de la tabla (4.14) podemos concluir que en nuestro caso no existe tal asociación.

Tabla 4.14: Asociación entre localización y actividad internacional.

	Exporta y no importa	Exporta e importa	No exporta e importa	No exporta y no importa
No distrito	-1,5	0,2	0,7	0,8
Si distrito	1,5	-0,2	-0,7	-0,8

Sig= 0,376

Fuente: elaboración propia.

Por último, de igual manera que se ha hecho con anterioridad, ahora interesa determinar la posible asociación entre la actividad internacional y el subsector de las empresas de la muestra. En la tabla (4.15) se señala que ésta existe y es significativa. Concretamente, las empresas del textil de cabecera se muestran con baja actividad internacional (**3,2), las de prendas interiores y exteriores como importadoras (*1,9) y las manufacturas del hogar como exportadoras e importadoras (**2,5).

Tabla 4.15: Asociación entre subsector y actividad internacional.

⁸⁴ Al respecto puede consultarse el trabajo de Eusebio y Llonch (2006).

	Exporta y no importa	Exporta e importa	No exporta e importa	No exporta y no importa
Textil de cabecera	-0,4	-2,1	0,1	**3,2
Prendas interiores y exteriores	-0,9	-0,6	*1,9	0,6
Manufacturas del hogar	0,9	**2,5	-1,1	-3,6
Otras actividades relacionadas	0,3	-0,2	-0,8	0,5

**p<0,05, *p<0,1; Sig= 0,016, V de Crammer= 0,230

Fuente: elaboración propia.

En definitiva, del análisis efectuado podemos concluir que existen ciertas asociaciones entre las características internas de la empresa y su actividad internacional, tal y como se resume en la tabla (4.16).

Tabla 4.16: Resumen del tipo de relación existente entre las variables de la muestra.

	Tamaño	Antigüedad	Localización	Subsector	A. internacional
Tamaño	---	---	Tabla (4.7)	Tabla (4.10)	Tabla (4.12)
Antigüedad	Dep.	---	Tabla (4.8)	Tabla (4.11)	Tabla (4.13)
Localización	Indep.	Indep.	---	Tabla (4.9)	Tabla (4.14)
Subsector	Variable	Indep.	Dep.	---	Tabla (4.15)
A. internacional	Dep.	Dep.	Dep.	Dep.	---

Fuente: elaboración propia.

A modo de conclusión, debemos añadir que el objetivo de este capítulo era el establecimiento de la metodología de investigación que guiara de la forma más objetiva posible el ulterior análisis. Para ello, el distrito industrial ha sido delimitado geográficamente con los siguientes cuatro principios: máxima desagregación de datos, unidades productivas diversificadas, continuidad espacial y alta dependencia. A continuación se ha descrito el proceso seguido para la configuración de la muestra del estudio (201 empresas). Por último, se ha realizado un análisis descriptivo de esa muestra, así como de las asociaciones entre las variables que en el capítulo siguiente centrarán nuestro interés.

De ese último análisis se ha observado que entre el tamaño y la antigüedad existe cierta asociación, que la actividad internacional está asociada con el

resto de variables y que entre las empresas de la muestra localizadas dentro y las de fuera del distrito no existen diferencias en cuanto a su tamaño y antigüedad. Sin embargo, sí en cuanto a su especialización productiva y actividad internacional, concretamente: a) entre las empresas de dentro del distrito hay un mayor número de empresas de manufacturas del hogar y, a su vez, están caracterizadas por una actividad internacional simultáneamente exportadora e importadora; b) mientras que las empresas de fuera del distrito se caracterizan por dedicarse en mayor porcentaje a las actividades de prendas de interior y exterior y ser importadoras.

CAPÍTULO 5: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo se dedica a describir y discutir los diversos análisis efectuados y conclusiones obtenidas a partir de la información recogida en el cuestionario. El objetivo último de esa tarea consistirá en el contraste de las hipótesis que se formularon en los capítulos 1, 2 y 3. De esta forma, se podrá dar respuesta a la cuestión que ha guiado el presente estudio: el resultado de la influencia de la localización y el subsector en la actividad empresarial de la industria textil.

El esquema del capítulo se articula en torno a 6 epígrafes. El primero, de carácter puramente descriptivo, se encarga de estudiar el espacio estratégico en que se hallan inmersas las empresas del presente trabajo. El segundo epígrafe describe la operativización de las variables empleadas en el estudio y el análisis estadístico realizado previamente.

Los siguientes cuatro epígrafes, desde el tercero al sexto, se dedican a contrastar la totalidad de las hipótesis obtenidas en la revisión teórica efectuada. Los objetivos que se han planteado en los mismos son los siguientes:

- Demostrar que existe una influencia en las opiniones de los encuestados que es variable; por un lado, en función de su localización, bien en un distrito industrial o fuera del mismo; por otro, de la actividad productiva que desarrolle, la que hemos definido como principal del territorio (manufacturas del Hogar) o como Resto de manufacturas. Este doble análisis, efecto distrito y efecto subsector, debe de proporcionarnos evidencia estadística suficiente para confirmar si esa influencia existe o no, el signo de la influencia y los aspectos en que la misma es más notoria.

- Confirmar que en la actividad internacional de las empresas, la localización y el subsector son dos importantes determinantes; tanto en la decisión de iniciarse en la misma, como en el resultado alcanzado, medido este último según su intensidad exportadora e importadora.

Los resultados obtenidos en cada epígrafe del trabajo empírico realizado, la interpretación de los mismos y las principales conclusiones derivadas se muestran en cada uno de sus apartados.

5.1 El espacio estratégico de las empresas.

Dada la situación de crisis que atraviesa el sector textil-confección pensamos que con carácter previo al contraste de las hipótesis es necesaria la comprensión del espacio estratégico en el que actualmente están inmersas las empresas del estudio.

Ese trabajo va a desarrollarse en tres etapas. En la primera, se va a realizar un análisis de escenarios, en la segunda el diagnóstico estratégico y, en la tercera, un análisis de las necesidades estratégicas y demandas de actuaciones públicas.

5.1.1 Análisis de escenarios.

En la literatura económico-empresarial se suele definir un escenario (Navas y Guerras, 1996) como una descripción de las condiciones actuales y/o futuras en las que se hallan las empresas. Esta técnica actúa de forma complementaria con otros métodos de investigación como el del diagnóstico estratégico o el análisis de necesidades.

La aplicación de la técnica de los escenarios puede abarcar muchos aspectos, pero conforme a los propósitos de este trabajo, ésta se ha centrado en estudiar y ofrecer la evaluación que los encuestados realizan sobre dos importantes aspectos: la situación actual/futura del sector y la evolución de sus exportaciones/importaciones.

1. Valoraciones sobre el estado de salud actual y evolución futura.

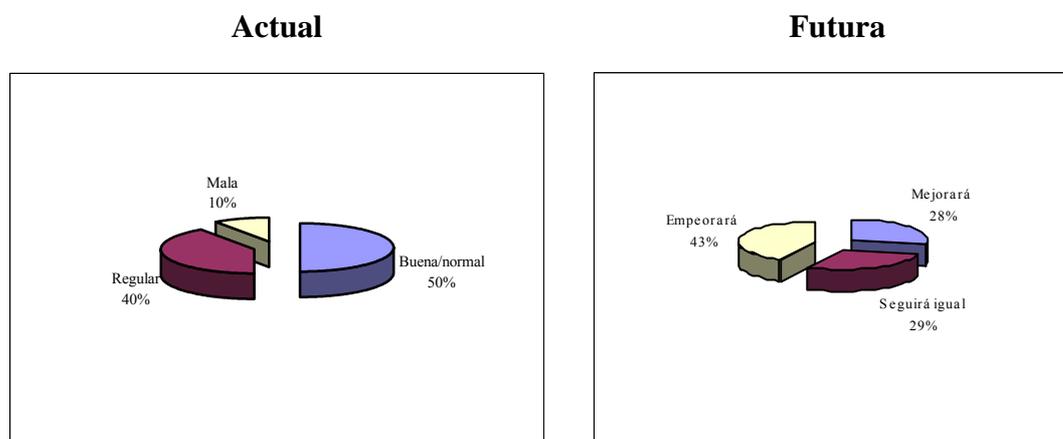
Para evaluar la opinión que los encuestados tienen sobre la situación competitiva a la que se enfrenta el sector textil-confección se han realizado dos diagnósticos complementarios: a) situación actual en la que se encuentra, y b) percepción que se tiene sobre su evolución futura.

Por un lado, para contrastar el momento actual que atraviesan se ha introducido en el cuestionario la siguiente pregunta: ¿cómo calificaría el

estado de salud actual de su empresa? y, con el fin de dar respuesta a la misma, al entrevistado se le ha exigido que señalara una de las siguientes cuatro opciones: bueno, normal, regular o malo. Por otro lado, para medir la percepción que se tiene sobre su evolución futura se ha introducido en el cuestionario la siguiente pregunta: ¿cuál cree que será la evolución futura de la salud de su empresa?, y para dar respuesta a la misma, al entrevistado se le ha exigido que señalara si pensaba que mejoraría, seguiría igual o empeoraría.

En la figura (5.1) se ofrece de forma resumida y gráfica los resultados obtenidos. Como se observa, sólo la mitad de los encuestados afirman encontrarse en una situación normal o buena. La opinión sobre cuál piensan que será esa evolución futura, puede calificarse de pesimista, ya que el 43% piensa que empeorará.

Figura 5.1: Valoración sobre la situación actual y futura.



Fuente: elaboración propia.

La cuestión que ahora se deriva de este análisis es si existe alguna relación entre la percepción que se tiene sobre la situación actual y la evaluación que se ofrece sobre la evolución futura.

Para dar respuesta a esa cuestión se ha recurrido a las tablas de contingencia. El análisis obtenido sobre el grado de asociación o independencia entre las distintas valoraciones indica que sí existen, ya que se aprecian diferencias y

asociaciones entre los resultados obtenidos. Por ejemplo, si se analizan las respuestas que sobre el estado actual de sus empresas han ofrecido los entrevistados y nos detenemos en la fila “bueno/normal” (tabla 5.1), se observa que su percepción sobre su estadio futuro es significativamente más optimista que los que la valoran como regular o mala⁸⁵.

Tabla 5.1: Relación entre el estado de salud actual y la evolución futura.

	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará
Bueno/normal	1,5	*1,8	-3,0
Regular	-0,5	-0,9	1,3
Malo	-1,6	-1,6	**3,0

**p<0,05, *p<0,1; Sig.= 0,009, V de Crammer= 0,198

Fuente: elaboración propia.

Dado que los entrevistados que evalúan de forma positiva el estado de salud actual de su empresa es optimista sobre su evolución futura; que entre los que lo evalúan como “regular” se observa heterogeneidad de respuestas (ya que se decantan por vaticinar tanto que *mejorará*, como que *seguirá igual* o que *empeorará*); y que los casos que registran una opinión pesimista sobre su estado actual vaticinan que “empeorará”; se puede concluir de estos primeros resultados que las empresas del sector textil-confección atraviesan un estado de salud regular y que son pesimistas de cara a su futuro.

2. Valoraciones sobre la evolución de la actividad internacional.

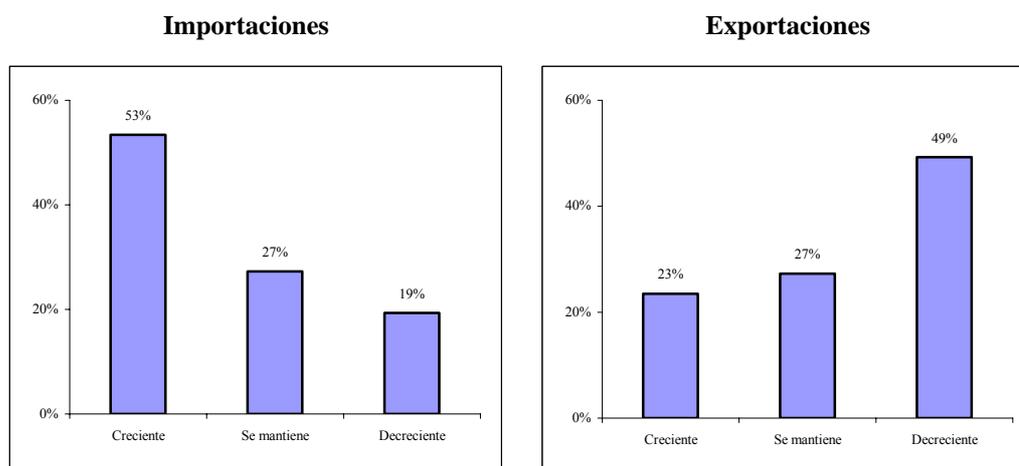
La otra cuestión planteada correspondía a la situación que atraviesa la actividad desarrollada en los mercados exteriores. Para responder a ese interrogante se han introducido en el cuestionario preguntas cerradas sobre estadios referidos a dos aspectos que se han considerado clave: exportaciones e importaciones, a los cuales el entrevistado ha respondido eligiendo sólo una opción: creciente, se mantiene o decreciente.

⁸⁵También se observa que en la celda *Mala/Empeorará* el valor de los residuos corregidos (+3,0) nos indica que el recuento de observaciones es mayor al que cabría esperar para una significatividad del 95%.

Con el análisis que están siguiendo las exportaciones se pretende establecer un juicio que permita detectar la situación que están atravesando las empresas en los mercados no domésticos de venta; con las importaciones, la evolución que están siguiendo las compras en los mercados internacionales de aprovisionamiento.

En la figura (5.2) se muestran conjuntamente ambos indicadores. De su lectura se desprende que, en el apartado de las importaciones el 53% afirma que éstas son crecientes y sólo un 19% decrecientes. Respecto a las exportaciones, mientras que el 23% manifiesta que sus exportaciones están aumentando, un 49% manifiesta que están disminuyendo. En ambos casos, el porcentaje de encuestados que afirman que su actividad internacional se mantiene es del 27%.

Figura 5.2: Evolución de la actividad internacional.



Fuente: elaboración propia.

En definitiva, las distribuciones que ambos indicadores están siguiendo son bastante opuestas, ya que frente al fuerte crecimiento de las importaciones, se está registrando un notable decrecimiento de las exportaciones.

Por último, para completar la contextualización del escenario de las empresas analizadas, cabría analizar si existe alguna correlación entre la percepción del

estado de salud actual/futura y la evolución de la actividad internacional. Este análisis supone realizar un total de 4 cruces: a) situación actual e importaciones, b) evolución futura e importaciones, c) situación actual y exportaciones y d) evolución futura y exportaciones. Como los resultados únicamente son significativos en el cruce c) sólo se transcribe esa tabla (5.2).

Tabla 5.2: Relación entre la percepción del estado de salud actual y la evolución de las exportaciones.

	Creciente	Se mantiene	Decreciente
Bueno/normal	**2,3	**2,0	-3,7
Regular	-2,0	-1,2	**2,8
Malo	-,6	-1,5	*1,8

**p<0,05, p<0,1; Sig.= 0,006, V de Crammer= 0,236

Fuente: elaboración propia.

Los residuos corregidos de la misma nos indican que, en general, el hecho de que las exportaciones aumenten o se mantengan es interpretado de forma optimista. Mientras que, cuando esa evolución es decreciente, parece traducirse en que el estado de salud es regular o malo y que la evolución del mismo empeorará.

5.1.2 Diagnóstico estratégico.

Aunque un diagnóstico estratégico puede realizarse a distintos niveles organizativos, desde diferentes enfoques y empleando varias técnicas (Menguzzato y Renau, 1991), por razones obvias en este capítulo se ha optado por efectuarlo conjuntamente para todas las empresas de la muestra (independientemente del subsector o la localización), desde la perspectiva subjetiva de sus principales gestores y representantes, y por medio del análisis externo e interno.

El objetivo último del mismo es la obtención de una matriz-resumen DAFO que refleje los factores que, derivados de los Paneles de Expertos previos, los encuestados perciben como principales amenazas y oportunidades de estas empresas (competidores, aspectos político-económicos...), pero también los principales elementos en lo que basa su competitividad (puntos fuertes y

débiles). El proceso que se ha seguido para realizar este diagnóstico se articula en dos etapas principales: análisis del entorno y análisis interno.

Para que los entrevistados valoraran el entorno, se les ofreció un conjunto de factores, denominados estratégicos, de todas las dimensiones del mismo (políticos, territoriales, económicos, socioculturales y tecnológicos) desglosados en 16 ítems. El instrumento empleado para medir esas percepciones ha sido una escala Likert de 5 puntos, en la que 1 se asocia a un valor muy negativo (amenaza), 3 indiferente o que su efecto es despreciable, y 5 se asocia a uno muy positivo (oportunidad). Mediante el estadístico de la media se ha realizado su cuantificación, para de esa forma, y conforme al planteamiento de la pregunta, interpretar de forma descriptiva los resultados.

Como se muestra en el tabla (5.3), que recoge de manera ordenada y en forma ascendente las puntuaciones de esos factores, los entrevistados han valorado como principales amenazas o como factores que están teniendo un impacto muy negativo en sus empresas los siguientes: *la creciente competencia internacional asiática* (media: 1,34), *la poca sensibilidad política* (media: 1,44) y *los importadores de producto acabado* (media: 1,58); y como oportunidades o como factores que tienen un impacto positivo para las mismas: *la existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor* (media: 3,03), *la ampliación de la Unión Europea* (media: 3,05) y *la amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda* (media: 3,19).

Tabla 5.3: Factores estratégicos del entorno.

Ítem	Media
La creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, Pakistán, India, etc.	1,34
La poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil	1,44
Los importadores de producto acabado	1,58
El hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes	1,72
La apreciación del euro sobre el dólar	1,85
El continuo aumento en el precio del petróleo	1,88
La progresiva desaparición de los minoristas tradicionales	2,02
La ausencia de una normalización internacional del etiquetaje	2,35
Los cambios en los hábitos de consumo del producto textil	2,37
La centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores	2,42
El hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares	2,53
El poder de negociación de los fabricantes de fibras	2,62
La dependencia que existe de los proveedores extranjeros de maquinaria	2,84
La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor	3,03
La ampliación de la Unión Europea	3,05
La amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda	3,19

Fuente: elaboración propia.

El análisis interno tendente a determinar los elementos en los que se basa la competitividad de las empresas textiles (fortalezas y debilidades), se ha desarrollado de la misma manera secuencial que el realizado para el entorno. Sólo que, a diferencia del anterior, en éste se han establecido en total 15 ítems, todos ellos referidos a las áreas funcionales de la empresa (marketing, finanzas, etc.).

La primera etapa del análisis ha consistido en analizar, según el estadístico de la media, los valores obtenidos por cada ítem, que proceden igualmente de una escala tipo Likert de 5 puntos (en la que 1 implica ser mucho peor que sus competidores, 3 estar en la media, y 5 ser mucho mejor). Por tanto, el significado que se ha asignado a estas puntuaciones va a servir para medir el grado de contribución de ese factor a la competitividad. Según esto último, los valores por debajo de 3 se han interpretado como un factor cuya contribución es negativa (debilidad), igual a 3 indiferente, y por encima de 3 relevante o importante.

En la tabla (5.4) se muestran de forma descendente esas puntuaciones. Se observa que los elementos que más contribuyen a la capacidad competitiva de estas empresas son: *la capacidad (flexibilidad) que tienen para adaptarse a los requerimientos de los clientes* (media: 3,77), *la experiencia técnica que poseen del sector* (media: 3,75) y *la flexibilidad técnico/productiva* (media: 3,43). Los aspectos que menos contribuyen a su competitividad son: *la presencia de sus productos en los mercados exteriores* (media: 2,80) y *el desarrollo alcanzado con la estrategia de cooperación* (media: 2,66).

Tabla 5.4: Factores estratégicos internos.

Ítem	Media
En la capacidad que poseo de adaptación a los requerimientos del cliente	3,77
En la experiencia técnica que tengo del sector	3,75
En la flexibilidad técnico/productiva de mi empresa	3,43
En la renovación que realizo del muestrario y del diseño	3,36
En la reputación e imagen de marca que tengo	3,35
En el resultado de mi actividad innovadora (diseño, empaquetado, fiabilidad, etc.)	3,25
En el modelo descentralizado que tengo para la toma de decisiones	3,24
En la dimensión de mi empresa	3,13
En el nivel de cualificación de mis trabajadores	3,10
En la localización geográfica de mi empresa	3,07
En el precio de mis productos	3,07
En la flexibilidad de mi plantilla	3,06
En el establecimiento y consecución de un plan estratégico	3,04
En la presencia de mis productos en los mercados internacionales	2,80
En el desarrollo que he alcanzado con la estrategia de cooperación	2,66

Fuente: elaboración propia.

Una vez realizado el diagnóstico estratégico se puede ofrecer un resumen en forma de matriz DAFO, de las principales conclusiones obtenidas (tabla 5.5).

Tabla 5.5: Matriz DAFO.

<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>La creciente competencia internacional (China, Pakistán, India, etc.). La poca sensibilidad política mostrada al problema textil. Los importadores de producto acabado.</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>La amenaza de activación por parte de la UE de las cláusulas de salvaguarda. La ampliación de la UE. La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>La presencia de los productos en los mercados internacionales. El desarrollo alcanzado con la estrategia de cooperación.</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>La capacidad que poseen de adaptación a los requerimientos del cliente. La experiencia técnica que tienen del sector. La flexibilidad técnico/productiva.</p>

Fuente: elaboración propia.

En una primera lectura, se desprende que las principales amenazas y algunas de las oportunidades obtenidas (la creciente competencia internacional y la ampliación de la UE) son similares a las registradas en otros estudios efectuados para el mismo ámbito geográfico, como el trabajo de Golf et al. (2005). No así en lo relativo a la variable que recoge la oportunidad que supondría una mayor sensibilidad política a la situación que atraviesan, ya que este aspecto hay que entenderlo en el contexto en el que se realizó la encuesta (sólo medio año después de la liberalización comercial).

En lo relativo a los aspectos internos de la empresa, las principales debilidades radican en el escaso desarrollo estratégico alcanzado en aspectos como son la actividad internacional y la cooperación; y sus fortalezas, en la capacidad de adaptación a los requerimientos de los clientes. En general, esos resultados obtenidos son bastante coincidentes con el trabajo de Fernández et al. (2004) excepto en la mayor puntuación asignada a la actividad innovadora.

5.1.3 Análisis de necesidades estratégicas y políticas.

Para completar el análisis del espacio estratégico de las empresas de la muestra es necesario el conocimiento de qué estrategias son percibidas por éstas como más idóneas así como qué actuaciones públicas son las más urgentes.

Para ello se han elaborado dos listados que han sido medidos mediante sendas escalas Likert de 5 puntos. En el listado de *idoneidad de las estrategias empresariales* el valor 1 se asocia a “nada necesaria”, 3 “necesaria”, y 5 se asocia con “muy necesaria”. En el de *prioridad de las actuaciones públicas* el valor 1 se asocia a “no es necesaria”, 3 “necesaria a medio plazo”, y 5 se asocia con “necesaria urgentemente”.

Dadas las características heterogéneas de la muestra en cuanto a su tamaño, y los resultados obtenidos de los Paneles de Expertos en cuanto a su idoneidad, las estrategias empresariales listadas se han enmarcado principalmente en la perspectiva corporativa, desagregándose éstas en tres ámbitos: empresa, producto y geográfico.

En el ámbito de la empresa, los entrevistados han valorado aspectos referidos a la externalización de actividades de la cadena valor y la forma de llevarlas a cabo; en el ámbito de producto, la cuestión ha girado en torno a la diversificación frente a la especialización, y por último, en el ámbito geográfico se han planteado aspectos relacionados con los mercados exteriores.

Tal y como se muestra en la tabla (5.6), los encuestados no han valorado, por término medio, de forma muy alta las opciones propuestas. A pesar de ello, las estrategias que son percibidas y compartidas como más necesarias para las empresas textiles son: *explotar nuevos mercados para la venta de los productos* (media: 3,17), *incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente ofertan* (media: 3,08), *especializarse en algún nicho de mercado* (media: 3,04) y *diversificar hacia los textiles técnicos* (media: 2,82).

Tabla 5.6: Necesidades estratégicas.

Ítem	Media
Explotar nuevos mercados para la venta de mis productos (Sudasia, Latinoamérica o Europa del este)	3,17
Incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto	3,08
Especializarme en algún nicho de mercado	3,04
Diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)	2,82
Conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o franquicias)	2,53
Abandonar paulatinamente las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador	2,46
Establecer alianzas estratégicas con mis competidores (cooperación)	2,41
Establecer acuerdos de subcontratación internacional	2,26
Dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil	2,15
Multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inversión directa productiva en el exterior)	2,14
Incrementar el tamaño de mi empresa	1,83
Reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno o en unos pocos de ellos	1,52
Deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país	1,52

Fuente: elaboración propia.

Posiblemente, la relativa baja necesidad estratégica percibida en muchos ítems por los encuestados tiene su origen en heterogeneidad de la muestra. Dejando de lado esa limitación, se observan algunas interesantes relaciones con el diagnóstico estratégico: a) el alto grado de necesidad mostrado hacia la internacionalización está fuertemente relacionada con la debilidad puesta de manifiesto en este aspecto, b) en cuanto a la opción de incrementar su oferta de productos, ésta puede que tenga mucho que ver con el principal punto fuerte manifestado por las empresas (la flexibilidad hacia los requerimientos de los clientes), c) por el contrario, la especialización y diversificación hacia textiles técnicos recoge las valoraciones hacia otras vías de negocio que ya en las fases previas al estudio de campo (Panel de Expertos) se vislumbraban con gran desarrollo futuro.

Por otro lado, las estrategias consideradas como menos necesarias han sido las relativas a la *deslocalización* y la *reducción en el número de clientes* (ambas con media: 1,52) y *el incremento del tamaño* (media: 1,83). Este hecho puede encontrar múltiples explicaciones. Por un lado, la deslocalización está asociada tanto a una estrategia que está sólo al alcance de las empresas más grandes, como a una opción que no está bien aceptada socialmente. La especialización

en unos pocos clientes se considera una alternativa muy arriesgada. Y el incremento de tamaño se confunde con una pérdida de flexibilidad derivada de la contratación de un mayor número de empleados.

En lo que respecta a las actuaciones públicas (tabla 5.7) los encuestados han manifestado en general valores medios muy altos en todos los ítems (superiores a 3). Esto significa que la prioridad de las mismas debe entenderse como bastante urgente. Quizás el origen de esas puntuaciones tan altas se encuentra en la percepción generalizada de cierta actitud pasiva de los políticos hacia los problemas que tiene actualmente la industria textil-confección. Además, de forma más desagregada, podemos encontrar bastante relación entre éstas y los resultados del diagnóstico estratégico anteriormente efectuado.

Tabla 5.7: Actuaciones públicas.

Ítem	Media
Buscar la igualdad internacional en las reglas del juego de la competencia	4,59
Imponer trabas arancelarias que limiten las importaciones de productos textiles de fuera de la Unión Europea	4,29
Dotar de más ayudas tendentes a mejorar el acceso a los mercados exteriores	4,07
La protección internacional de la marca y el diseño	4,01
Mejorar la imagen país que en el exterior tienen del textil nacional a través de una marca de calidad	4,00
Mayor apoyo financiero para la diversificación hacia nuevos productos textiles	3,95
Aumentar las ayudas para la formación, cualificación y reciclaje de los empleados	3,74
Aumentar las ayudas económicas para la reducción de plantillas	3,46
Establecer subvenciones fiscales que faciliten las adquisiciones y fusiones	3,41
Ayudas económicas para la cooperación empresarial con otros sectores relacionados (mueble, iluminación, etc.)	3,33
Potenciar el asociacionismo empresarial (la pertenencia a instituciones o asociaciones)	3,03

Fuente: elaboración propia.

Así, las dos actuaciones públicas que se convierten como más urgentes: *buscar la igualdad internacional* (media: 4,59) y *el establecimiento de trabas arancelarias* (media: 4,29), parecen responder a la amenaza con que se valora la competencia asiática. Por su parte, la demanda de ayuda para el *acceso a los mercados exteriores* (media: 4,07) parece corresponderse con la apuesta hacia la internacionalización. La menor valoración que se efectúa para *potenciar el asociacionismo empresarial* (media: 3,03) debe entenderse en el contexto

asociativo del presente estudio, ya que todas las personas encuestadas se encuentran afiliadas al menos a una institución (ATEVAL).

En definitiva, el espacio estratégico de las empresas textiles analizadas puede definirse como sigue:

- a) Desde la perspectiva de los escenarios, está lleno de incertidumbre y pesimismo, especialmente entre aquellas empresas que están viendo decrecer sus exportaciones.
- b) Según el diagnóstico estratégico efectuado, las causas que pueden explicar esa situación hay que buscarlas en las amenazas y debilidades que de forma general vienen vislumbrándose en los sectores manufactureros tradicionales (creciente competencia asiática, actuar de forma “no estratégica”, etc.).
- c) Algunas soluciones para esa situación (opciones estratégicas y actuaciones políticas) son valoradas de forma heterogénea en cuanto al grado de necesidad de las primeras y, homogénea, en el elevado nivel de urgencia de las segundas.

Sin embargo, la cuestión que ahora se deriva de ese diagnóstico es si esas conclusiones son generalizables a todas las empresas del sector textil-confección o, por el contrario, hay sesgos derivados de su localización o subsector. Esto exige dar respuesta a la cuestión de si existe algún tipo de influencia o efecto moderador en las percepciones antes analizadas. Sin embargo, primero es necesario que explicitemos la operativización de las variables y el análisis estadístico previo realizado.

5.2 Operativización y análisis estadístico previo.

El objetivo de este epígrafe consiste en acomodar las distintas variables de forma que se reduzca lo máximo posible la complejidad de éstas y la interpretación de sus resultados. Por ello, la primera fase ha consistido en dividir la muestra en distintos subgrupos comparables entre sí. En nuestro caso, los criterios establecidos han sido dos: la localización y el subsector de actividad. De tal forma que han quedado definidas dos submuestras: 1) la establecida por empresas que, con independencia de su actividad, están localizadas en el distrito industrial de Alcoi-Ontinyent o por aquéllas que no lo están, y 2) la que está formada por empresas que, independientemente de donde estén localizadas su actividad principal textil se enmarca en las manufacturas del Hogar o cualquier otra (Resto subsectores textiles).

Esa desagregación nos va a permitir, por un lado, testar las hipótesis derivadas de la revisión teórica; por otro, comprobar el efecto distrito y verificar el efecto que puede tener para las empresas el hecho de dedicarse a la actividad principal del territorio (efecto subsector) y, en última instancia, obtener una visión más amplia de la influencia que ambas variables tienen en la actividad empresarial.

En cualquiera de los dos casos, la localización y el subsector de las empresas son utilizados como la variable independiente, mientras que las valoraciones recogidas en el cuestionario se consideran como variables dependientes. La operativización de éstas y los análisis estadísticos previos efectuados son los siguientes.

5.2.1 Operativización de las variables independientes.

Distrito industrial. En el cuestionario se requería la identificación de la empresa, para a partir de esa respuesta y los datos que nos facilitó ATEVAL obtener información adicional como su localización o subsector. Después de

definir qué poblaciones conformaban el distrito (epígrafe 4.1), los cuestionarios o las empresas fueron agrupadas en dos bloques: a) empresas de fuera del distrito (EFD) (el 56,2%) y empresas de dentro del distrito (EDD) (43,8%).

Subsector. De forma análoga, en un primer análisis se obtuvo que las cuatro principales actividades de estas empresas eran: textil de cabecera, las prendas interiores y exteriores, las manufacturas del hogar y otras actividades relacionadas. Como de los análisis exploratorio y descriptivo efectuado al sector (capítulo 3 y epígrafe 4.3) se observó que el territorio analizado estaba fuertemente especializado en el subsector de los productos textiles del hogar, se optó para una mejor interpretación de los resultados clasificar a las empresas en dos clases: a) Resto de subsectores y b) manufacturas del Hogar; suponiendo un 54,8% y 45,2% de las empresas de la muestra, respectivamente.

5.2.2 Operativización de las variables dependientes.

Ya que uno de los objetivos principales del estudio es el contraste de percepciones en los distintos niveles o bloques (entorno, interno, estrategias y políticas), que a su vez éstos están formados por un amplio número de ítems (55), que las diversas técnicas de análisis estadístico están sujetas a ciertas condiciones de aplicabilidad (normalidad, homocedasticidad y linealidad) y que la medida empleada para estudiar la variación de esos ítems han sido escalas⁸⁶ tipo Likert de 5 puntos; la operativización de esas variables dependientes se ha basado en dos aspectos fundamentales: a) cuestión a investigar y b) la validez de las distintas técnicas de análisis estadístico multivariante a emplear.

Respecto a la cuestión a investigar, se tuvo en cuenta que en el conjunto de hipótesis donde se contrastan las percepciones se analizan dos aspectos

⁸⁶ La fiabilidad de esas escalas ha sido medida según el coeficiente *alfa* de Cronbach. Las puntuaciones alcanzadas en cada bloque fueron: entorno (0,66), interno (0,78), estrategias (0,77) y políticas (0,8). De acuerdo con Nunnally y Bernstein (1994) esos resultados pueden considerarse bastante aceptables.

diferentes entre sí: 1) en las hipótesis 1a, 2a, 5a y 6a, el grado de homogeneidad/heterogeneidad de las respuestas en los bloques “entorno” y “estrategias” y 2) en las hipótesis 1b, 2b, 5b y 6b, las puntuaciones realizadas en los bloques “interno” y “actuaciones públicas”.

Destacar que con referencia a las técnicas de análisis multivariante a utilizar para contrastar cada aspecto anterior, las condiciones de aplicabilidad estadística que los datos deben cumplir son diferentes.

Concretamente, para contrastar el grado de homogeneidad/heterogeneidad se va a emplear el análisis de la varianza por medio del test de Levene. La evaluación del cumplimiento de los supuestos implícitos que permiten su aplicación como la homocedasticidad⁸⁷ no es relevante, ya que este estadístico es robusto frente a ese incumplimiento, especialmente si la muestra tiene un alto número de observaciones y las submuestras son de similar o igual tamaño (Mankiw, 1990; Uriel, 1995 y Stevens, 1996).

Además, hemos considerado de interés establecer una nueva unidad de análisis entre los bloques y los ítems que hemos denominado *constructo*. Con esto, en la línea de Yanes y Oreja (2003), pretendemos también contrastar la posible influencia del distrito industrial y del subsector en las agrupaciones o estructuras homogéneas subyacentes en una matriz de datos.

Para obtener esas estructuras latentes la herramienta empleada ha sido el análisis factorial. De acuerdo con Hair et al. (2000) el análisis factorial⁸⁸ puede usarse con dos objetivos principales: a) analizar las interrelaciones entre un

⁸⁷ Este concepto sirve para designar el supuesto de que las varianzas de las distintas submuestras son constantes (igual-homo dispersión-cedasticidad) (Gujarati, 1997). En línea con ese autor, lo que se analiza es si algunas de las fuentes principales de tal dispersión (los esquemas mentales de los individuos o la situación competitiva de las empresas) están en función de la localización y de la actividad principal desarrollada.

⁸⁸ De acuerdo con Hair et al. (2000), los supuestos subyacentes al análisis factorial son más de tipo conceptual que estadístico. Por ello y derivado del objetivo con que en este trabajo va a emplearse (reducción de datos) se pueden obviar las condiciones de normalidad, homocedasticidad y linealidad.

gran número de variables y explicar estas relaciones en términos de sus dimensiones subyacentes comunes, también denominadas *factores* (resumen); y b) condensar la información contenida en un número de variables originales en un conjunto más pequeño de variables (factores o constructos) con una mínima pérdida de información (reducción de información).

Como explícitamente nuestro objetivo consiste en la agrupación de variables, el análisis factorial que emplearemos será el de tipo R. Para el desarrollo de esta técnica se debe tener en cuenta el cumplimiento de los siguientes supuestos: a) que las variables que se emplean cumplan el criterio de correlaciones bivariadas mayor del 0,3 (linealidad); b) la existencia de una estructura subyacente entre las variables analizadas, para lo cual emplearemos la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), el contraste de Esfericidad de Bartlett y el valor del determinante de la matriz de correlaciones; y c) que las soluciones factoriales obtenidas sean sencillas y analizables⁸⁹ (principios de parsimonia e interpretabilidad). El resultado inicial de las pruebas estadísticas aplicadas nos indica que en todos los bloques existe una presencia de correlaciones entre las variables aceptable y que, en cierta medida, las soluciones se pueden interpretar.

Para la estimación de los factores o constructos de cada uno de los bloques hemos aplicado el método de extracción del *análisis de componentes principales*⁹⁰, ya que frente a otros métodos de extracción, como el análisis factorial común, nos proporciona una justificación de la proporción máxima explicada de la varianza representada en la serie de variables original (Ferrán, 2001). Además, el criterio que hemos empleado para el cálculo de los factores a extraerse ha estado basado en los siguientes: autovalores mayores de 1, el porcentaje de varianza explicada y el contraste de caída. Dada la naturaleza de

⁸⁹ El cumplimiento de estos principios no ha sido demasiado tenido en cuenta, debido al carácter básicamente exploratorio del contraste en los constructos obtenidos.

⁹⁰ En el caso de no haberse relajado los supuestos de normalidad, otras alternativas que podrían haber sido usadas frente a la opción “componentes principales” son: la estimación máximo verosímil y el análisis de componentes principales no lineal (López, 2003).

nuestros datos, para una mejor interpretación de los factores o constructos hemos empleado la rotación tipo Oblimin.

En definitiva, la aplicación del análisis factorial y del método de componentes principales a los ítems de los bloques entorno y estrategias (16 y 13 respectivamente) nos permitió resumir éstos en 9 factores o constructos (tabla 5.8). Las tablas que explicitan la suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación y las matrices *estructura* de ambos análisis se han adjuntado en el anexo (tablas A.2.1, A.2.2, A.2.3 y A.2.4).

Tabla 5.8: Resumen del análisis factorial.

Estadísticos.	Bloque entorno	Bloque estrategias
KMO.	0,677	0,778
Sig. Bartlett.	0,000	0,000
Determinante.	0,100	0,075
Varianza explicada.	52,93%	56,30%
FACTORES	1) Rivalidad. 2) Competencia internacional. 3) Mercado. 4) Ampliación UE. 5) Otros factores.	1) Producción. 2) Explotar mercados. 3) Especialización y distribución 4) Crecimiento.

Fuente: elaboración propia.

La interpretación de las nuevas variables operativizadas del bloque entorno es la siguiente:

- *Rivalidad*: este factor representa un 18,15% de la varianza del bloque entorno. Está formado por los ítems: “el hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares”, “la amenaza de activación por las parte de la UE de las cláusulas de salvaguarda” y “la centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores”.
- *Competencia internacional*: este factor representa un 11,38% de la varianza del bloque entorno. Está formado por los ítems: “la creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, Pakistán, India, etc. “, “los importadores de producto acabado” y “el hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes”.

- *Mercado*: este factor representa un 8,3% de la varianza del bloque entorno. Está formado por los ítems: “la apreciación del euro sobre el dólar”, “la existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor” y “los cambios en los hábitos de consumo del producto textil”.
- *Ampliación de la UE*: este factor, que representa un 7,7% de la varianza del bloque entorno, está formado únicamente por el ítem que lleva ese nombre (la ampliación de la Unión Europea).
- *Otros factores*: este último factor, el menos representativo del bloque entorno (sólo tiene un 7,2% de la varianza), agrupa a los siguientes ítems: “la ausencia de una normalización internacional del etiquetaje”, “la progresiva desaparición de los minoristas tradicionales” y “la poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil”.

La definición de las variables operativizadas del bloque estrategias es la siguiente:

- *Producción*: este primer factor del bloque de las estrategias representa una varianza del 27,56%; está formado por los ítems: “deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país”, “dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil”, “multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inversión directa productiva en el exterior)” y “establecer acuerdos de subcontratación internacional”.
- *Explotar mercados*: este factor, que representa el 11,51% de la varianza del bloque estrategias, está formado por los siguientes ítems: “explotar nuevos mercados para la venta de mis productos (Sudasia, Latinoamérica o Europa del este), “diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)” e “incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto”.
- *Especialización y distribución*: este factor representa un 8,82% de la varianza del bloque estrategias. Está formado por los siguientes ítems: “conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o

franquicias)”, “reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno o en unos pocos de ellos”, “abandonar paulatinamente las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador” y “especializarme en algún nicho de mercado”.

- *Crecimiento*: este último de los factores del bloque estrategias representa un 8,39% de la varianza. Está formado por los ítems: “incrementar el tamaño de mi empresa” y “establecer alianzas estratégicas con mis competidores”.

Por otro lado, dado que el objetivo de las hipótesis 1b, 2b, 5b y 6b es contrastar las diferencias en las puntuaciones realizadas en los bloques “interno” y “actuaciones públicas” por cada una de las muestras definidas, tanto por la localización como por el subsector, pero tenemos la importante limitación de encontrarnos con escalas ordinales y con el incumplimiento de ciertas condiciones de aplicabilidad (normalidad) que nos limitan la aplicación de técnicas paramétricas⁹¹ como el ANOVA, el análisis discriminante o los modelos de regresión lineal; hemos optado por el empleo de la técnica estadística basada en los modelos de regresión ordinal y del análisis a nivel ítem. Las distintas etiquetas que para simplificar y facilitar su lectura hemos puesto a cada uno de éstos se listan en las siguientes tablas (5.9 y 5.10)

⁹¹ A pesar de que es habitual encontramos con trabajos donde se relajan los supuestos que requiere el ajuste de mínimos cuadrados (por ejemplo, los centrados en el análisis sobre encuestas de evaluación del profesorado), en este estudio hemos optado por no obviarlo. Primero, porque en algunos ítems cuyas puntuaciones se situaban en los extremos se incumplía gravemente y, segundo, porque al codificar las escalas ordinales de 1 a 5 hemos establecido implícitamente cierta relación que puede que no sea cierta, ya que la distancia que existe entre 1 y 2 (por ejemplo “es mucho peor que...” frente a “es algo peor que...”) no es la misma que entre 2 y 3 (“el algo peor que...” frente a “está en la media”).

Tabla 5.9: Etiquetas de las variables internas.

FLEXTEC	En la flexibilidad técnico/productiva de mi empresa.
INNOVA	En el resultado de mi actividad innovadora (diseño, empaquetado, etc.).
DIMENSIÓN	En la dimensión de mi empresa.
LOCALIZA	En la localización geográfica de mi empresa.
DESCENTR	En el modelo descentralizado que tengo para la toma de decisiones.
FLEXPLAN	En la flexibilidad de mi plantilla.
CUALIFIC	En nivel de cualificación de mis trabajadores.
REPUTACI	En la reputación e imagen de marca que tengo.
PRECIO	En el precio de mis productos.
RENOVACI	En la renovación que realizo del muestrario y del diseño.
PLANESTR	En el establecimiento y consecución de un plan estratégico.
REQUIRIM	En la capacidad que poseo de adaptación a los requerimientos del cliente.
EXTECNIC	En la experiencia técnica que tengo del sector.
PRESENTIT	En la presencia de mis productos en los mercados internacionales.
DESACOOOP	En el desarrollo que he alcanzado con la estrategia de cooperación.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5.10: Etiquetas de las variables de actuaciones públicas.

ASOCIACI	Potenciar el asociacionismo empresarial (la pertenencia a instituciones o asociaciones).
AYUREDU	Aumentar las ayudas económicas para la reducción de plantillas.
PROTECIT	La protección internacional de la marca y el diseño.
ACCESOIT	Dotar de más ayudas tendentes a mejorar el acceso a los mercados exteriores.
IGUALDAD	Buscar la igualdad internacional en las reglas del juego de la competencia.
IMAGEN	Mejorar la imagen país que en el exterior tienen del textil nacional.
SUBVFIS	Establecer subvenciones fiscales que faciliten las adquisiciones y fusiones.
APODIVER	Mayor apoyo financiero para la diversificación hacia nuevos productos textiles.
AYUCOOP	Ayudas económicas para la cooperación empresarial con otros sectores relacionados.
TRABAS	Imponer trabas arancelarias que limiten las importaciones de productos textiles no UE.
AYUFOR	Aumentar las ayudas para la formación, cualificación y reciclaje de los empleados.

Fuente: elaboración propia.

Por último, para el contraste de las hipótesis relativas a la actividad internacional se emplearon dos de los indicadores más ampliamente utilizados en la literatura distritual (ver tabla 2.5): el inicio de la actividad internacional y su intensidad.

Inicio de la actividad internacional. En el cuestionario se requería que los encuestados contestaran a la pregunta referida al año en que su empresa

comenzó a importar o exportar. Para su operativización se restaba a esta fecha su año de constitución según los registros de ATEVAL. El resultado de esa operación nos ofreció el número de años que cada firma tardó en empezar a importar/exportar.

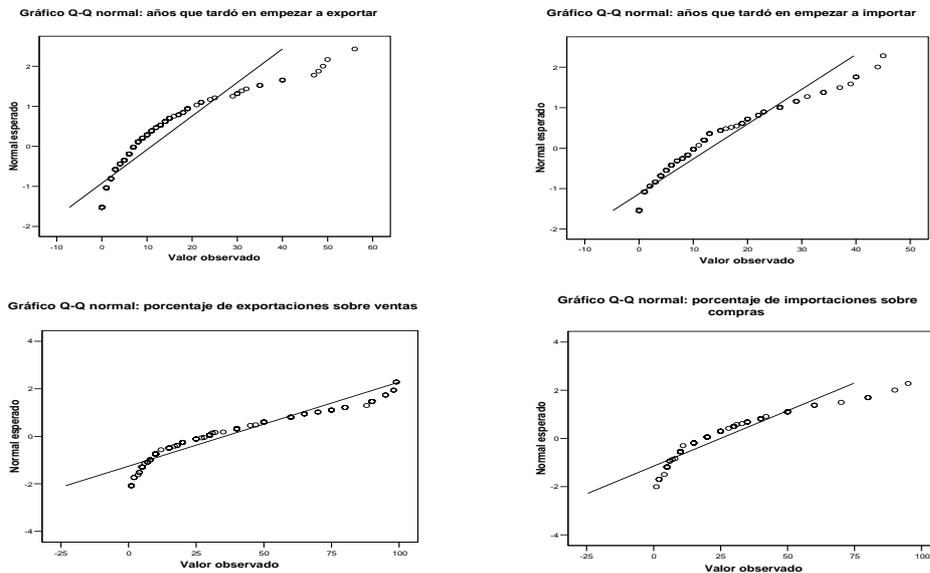
Intensidad de la actividad internacional. De igual forma, en el cuestionario se preguntaba el porcentaje medio de las compras/ventas que eran debidas a la importación/exportación.

5.2.3 Análisis estadístico previo de las variables de internacionalización.

Con carácter previo al contraste de las hipótesis originadas en los capítulos 2 y 3 (hipótesis números: 3, 4, 7 y 8) se han analizado las condiciones de aplicabilidad del análisis multivariante a las variables de internacionalización (Hair et al., 2000). Con ese fin, hemos llevado a cabo previamente las pruebas de normalidad y, con posterioridad, las de homocedasticidad. El contraste de la normalidad se ha realizado por medio de la visualización de los gráficos Q-Q (figura 5.3) y la prueba numérica del test de Kolmogorov-Smirnov⁹². De este análisis se ha comprobado: a) que los datos de las distintas variables operativizadas no están aproximadamente alineados y b) que la prueba basada en la significatividad del test ($\text{sig} = 0,000$) no es superada por variable alguna. Por tanto, en ninguno de los cuatro casos se cumplen las condiciones de normalidad y, por ello, bajo esas condiciones no es desarrollable el análisis multivariante.

⁹² El test de Kolmogorov-Smirnov se emplea para contrastar la hipótesis de que la distribución de la variable independiente es normal.

Figura 5.3: Test de normalidad a las variables originales de la internacionalización.



Fuente: elaboración propia.

Para corregir esa no normalidad y así poder aplicar contrastes paramétricos, hemos optado por realizar distintas transformaciones a los datos. El procedimiento seguido se ha basado en el ensayo y error conforme a las directrices sugeridas por Hair et al. (2000). Dado que no existía un procedimiento único para las transformaciones de las cuatro variables, cada una de ellas se ha corregido aplicando un método diferente, tal y como se explicita en la tabla (5.11).

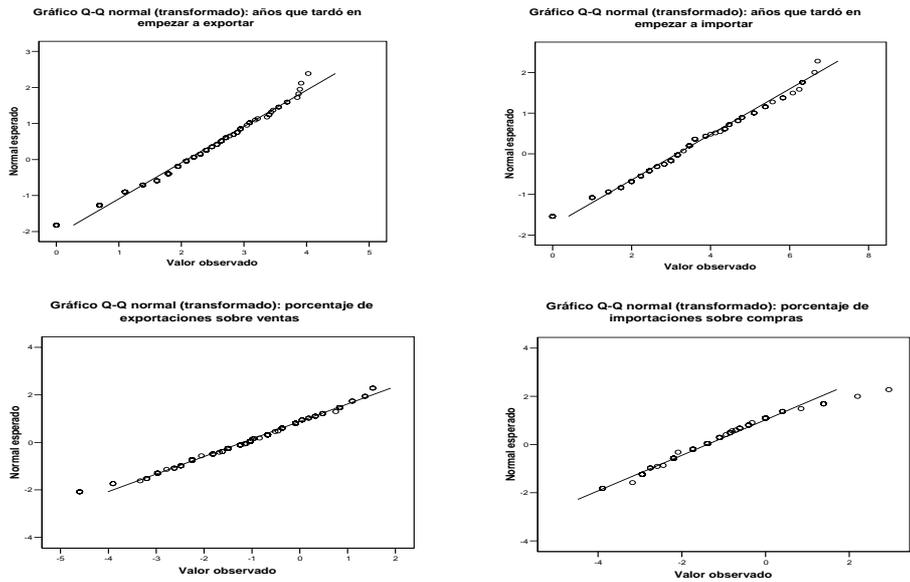
Tabla 5.11: Aplicaciones y resultado de la transformación.

Variable	Transformación	Sig. K-S
Años en empezar a exportar	$Lg(variable)$	0,055
Años en empezar a importar	$Raíz\ cuadrada\ de\ la\ variable$	0,200
% de exportaciones sobre ventas	$Lg(-lg((100-variable)/100))$	0,077
% de importaciones sobre compras	$Lg(variable/(100-variable))$	0,067

Fuente: elaboración propia.

En la etapa siguiente se ha verificado si esas transformaciones realizadas han ejercido el efecto deseado. De nuevo, la visualización de los gráficos (figura 5.4) junto con el resultado del test de Kolmogorov-Smirnov (tabla 5.11) asociadas a éstos, ahora sí que nos permiten asumir de forma razonada el supuesto de que los datos siguen una distribución normal.

Figura 5.4: Test de normalidad a las variables transformadas de la internacionalización.



Fuente: elaboración propia.

5.3 El efecto del distrito industrial en las percepciones.

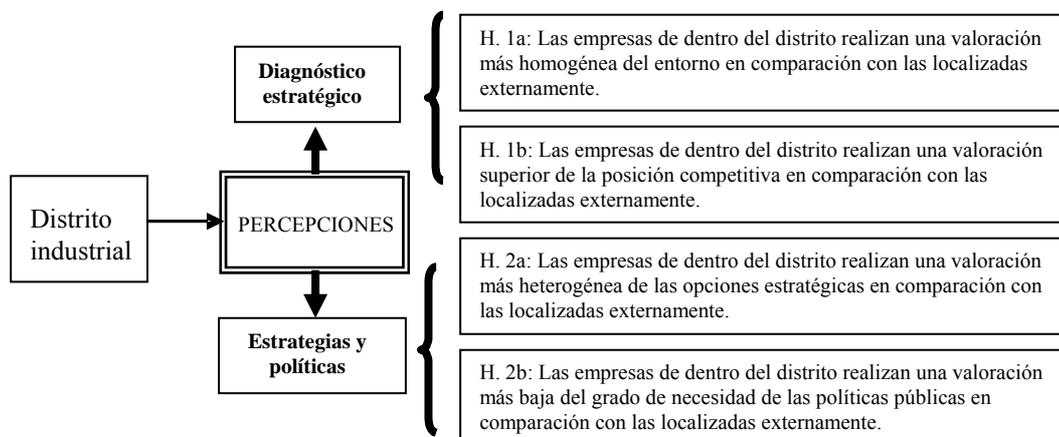
El trabajo estadístico realizado en el apartado anterior nos permite contrastar las hipótesis planteadas en el capítulo 1, derivadas de la posible influencia que la localización en un distrito puede tener en las percepciones directivas.

Hipótesis 1: *“La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con las localizadas externamente”.*

Hipótesis 2: *“La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con las localizadas externamente”.*

Por una parte, dado que el diagnóstico estratégico efectuado se ha llevado a cabo distinguiéndose dos ámbitos: externo e interno, y que los efectos de la localización son en dos aspectos diferentes: a) de homogenización en las percepciones del entorno y b) de una valoración superior de las capacidades internas, la hipótesis a contrastar número 1 debe de desagregarse en dos (1a y 1b). Por otra, puesto que en nuestro análisis la percepción de necesidades estratégicas y demandas políticas se ha analizado en dos bloques diferenciados y que, a su vez, la influencia del territorio reside en dos aspectos: a) heterogeneidad en las necesidades estratégicas y b) demanda de actuaciones públicas, la hipótesis número 2 también se ha desagregado en otras dos (2a y 2b) (figura 5.5).

Figura 5.5: Esquema de las hipótesis del efecto distrito en las percepciones.



Fuente: elaboración propia.

5.3.1 El efecto del distrito industrial en las percepciones del diagnóstico estratégico.

Hipótesis 1a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con las localizadas externamente”.

Los resultados obtenidos⁹³ del análisis estadístico (tabla 5.12) nos indican que, en el bloque *entorno*, la varianza de las empresas de fuera del distrito (EFD) es de 0,102 y la de las empresas de dentro del distrito (EDD) de 0,092; eso significa, en línea con la hipótesis formulada, que las segundas tienen una percepción del entorno más homogénea que las primeras. Sin embargo, esa diferencia no puede considerarse estadísticamente significativa (Levene⁹⁴: 0,535).

⁹³ Para que el lector pueda completar la información contenida en algunas de las siguientes tablas, hemos creído conveniente adjuntar en el anexo (tablas A.2.5 y A.2.6) varios de los principales estadísticos descriptivos de todos los ítems.

⁹⁴ El test de Levene plantea la hipótesis nula de que las varianzas de todos los subgrupos son iguales. Cuando el *p-valor* es mayor a los límites generalmente establecidos del 10% o del 5% ($p > 0,1$; $p > 0,05$) se acepta que las varianzas son iguales.

Tabla 5.12: Valoración del entorno en función de la localización.

BLOQUE/Constructo/-ítems	EFD	EDD	LEVEN E	Nº de casos ⁹⁵
ENTORNO	0,102	0,092	0,535	82/109
Rivalidad	1,214	0,849	0,242	72/95
Competencia internacional	1,135	0,907	0,345	72/95
Mercado	0,995	1,008	0,791	72/95
Ampliación de la UE	1,052	0,970	0,975	72/95
Otros factores	0,951	1,022	0,651	72/95

Fuente: elaboración propia.

Respecto a las puntuaciones de los 5 factores o constructos anteriormente obtenidos del análisis factorial, la conclusión es la misma: se observa una mayor homogeneidad en las respuestas de las EDD, pero ésta en ningún caso es significativa. A nivel ítems, en ninguno de los 16 que componen este bloque se han observado varianzas significativamente no iguales.

Hipótesis 1b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración superior de la posición competitiva en comparación con las localizadas externamente”.

Como se ha indicado anteriormente, para el contraste de esta hipótesis se ha optado por el empleo de la Regresión Ordinal. Concretamente, hemos elegido la opción del modelo *logit* acumulativo⁹⁶. La justificación del uso de esta técnica es al menos doble: por un lado porque la variable dependiente o ítem no es normal (impide la aplicación de los modelos de regresión habituales) y segundo, por la naturaleza ordinal de las respuestas.

⁹⁵ En esta columna se indica la relación EFD/EDD de casos válidos. Cuando la suma de esa relación es distinta de 201 (aunque siempre menor) debe de interpretarse como que la no respuesta de alguno de los ítems ha sido considerada por la técnica estadística empleada en cada caso como valor no válido.

⁹⁶ La descripción de dicho modelo puede verse en Greene (1999), Cabrer et al. (2001) y Agresti (2002). Todo el tratamiento estadístico de esta parte del trabajo se ha hecho con R, un dialecto del entorno de programación estadística conocida como S-PLUS. Una referencia de interés general sobre tratamiento estadístico con R y, en particular, con el tipo de modelo que aquí utilizamos es Venables y Ripley (2002).

Con dicha técnica, que es una generalización de la regresión *logit* aplicada a variables ordinales de múltiples respuestas⁹⁷, lo que pretendemos es determinar cómo afectan a las probabilidades de cada variable dependiente, las variables predictoras o independientes; en nuestro caso, la localización y el subsector.

En definitiva, a partir de esta herramienta, de la significatividad de los coeficientes (β) y del signo de los mismos, podremos obtener evidencia empírica de si la variable independiente influye o no en la respuesta, y si las puntuaciones más bajas de un determinado ítem son más o menos probables.

Los resultados obtenidos de la regresión ordinal (tabla 5.13) nos indican que en el bloque interno, el distrito sólo es significativo en dos ítems: *reputaci* y *extecni*. Dado que en nuestro caso en la codificación realizada a las EDD se les ha asignado valor 1 (a las EFD= 0), la interpretación que cabe de esos resultados es la siguiente⁹⁸: a) que en las variables *reputaci* y *extecni* (coeficientes negativos) los valores más pequeños han sido observados en las EDD y, por tanto, contrariamente a lo que cabría esperar, tienen una mayor probabilidad de registrarse en las empresas de esta localización que en las externas.

⁹⁷ Dada la variable respuesta (Y) ordinal de 5 puntos y las 2 variables independientes o predictoras (x_i) (localización y subsector) se pretende modelizar el *logit* de la función de distribución de Y condicionada a los valores de x_i , $P(Y \leq j | x)$:

$$\text{logit}(P(Y \leq j | x)) = \log \frac{P(Y \leq j | x)}{P(Y > j | x)} = \alpha_j + \sum_{i=1}^2 \beta_i x_i, \quad j = 1, \dots, 5-1.$$

⁹⁸ Si el coeficiente β es negativo cuando la variable asociada x crece, entonces el *logit* acumulado crece y también lo hacen las probabilidades acumuladas. Esto significa que los valores pequeños de Y tienen más probabilidad, o alternativamente, que los valores grandes tienen menor probabilidad. En caso de que el coeficiente sea positivo, los valores pequeños tienen menos probabilidad y los grandes mayores (Agresti, 2002).

Tabla 5.13: Resultados del análisis de regresión en el bloque interno.

Variable	Distrito	Bisector	B. ajuste ⁹⁹	N. de casos
FLEXTEC	0,173	0,054* (0,235)	467,78	196
INNOVA	0,973	0,003** (0,443)	420,27	194
DIMENSIÓ N	0,985	0,049** (0,054)	521,58	197
LOCALIZA	0,195	0,025** (-0,125)	443,41	197
DESCENTR	0,329	0,035** (0,238)	376,89	193
FLEXPLAN	0,576	0,059* (0,018)	541,96	197
CUALIFIC	0,660	0,002** (0,596)	451,03	197
REPUTACI	0,002** (-0,844)	0,036** (-0,011)	500,00	197
PRECIO	0,144	0,123	433,83	197
RENOVACI	0,880	0,000*** (0,818)	470,60	192
PLANESTR	0,437	0,037** (0,079)	444,44	195
REQUIRIM	0,236	0,010** (0,444)	452,24	198
EXTÉCNIC	0,088* (-0,475)	0,050* (-0,016)	431,89	198
PRESENT	0,164	0,028** (0,147)	523,11	190
DESACOO	0,305	0,014** (0,472)	465,99	186

Entre paréntesis están los betas o coeficientes del modelo.

* Significativo al 10%; ** sig. al 5%; ***sig. al 1%

Fuente: elaboración propia.

Como corolario a este primer análisis, podemos afirmar que parece deducirse que no se verifica la hipótesis 1. Esa apreciación nos permite concluir que la pertenencia de una empresa a un distrito industrial no influye significativamente en la percepción del diagnóstico estratégico. Por tanto, la visión de la crisis que ofrecen los directivos del sector textil-confección no difiere significativamente estén localizados distritualmente o no. Las relaciones interorganizacionales de base territorial no parecen materializarse en unas opiniones más homogéneas, ni tampoco en unas valoraciones de su posición competitiva superior.

5.3.2 El efecto del distrito industrial en las percepciones de las estrategias y políticas públicas.

Hipótesis 2a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más heterogénea de las opciones estratégicas en comparación con las localizadas externamente”.

⁹⁹ La bondad del ajuste o *deviance* es un concepto que puede encontrarse en muchos manuales de estadística (por ejemplo: Venables y Ripley, 2002). Ese estadístico, que en principio puede tomar cualquier valor mayor de 0, no es más que la diferencia entre la *log-verosimilitud* de los

En este caso, el contraste estadístico obtenido (tabla 5.14) nos indica que en el bloque estrategias la varianza de las EFD (0,320) es, conforme a lo esperado, algo menor que la de las EDD (0,415). Sin embargo, el test de Levene (0,531) nos revela que esa diferencia no es estadísticamente significativa.

Tabla 5.14: Valoración de las estrategias en función de la localización.

BLOQUE/Constructo/-ítems	EFD	EDD	LEVENE	Nº de casos
ESTRATEGIAS	0,320	0,415	0,531	88/112
Abandonar producción	1,136	0,902	0,210	78/101
Explotar mercados	0,773	1,214	*0,073	78/101
Especialización y distribución	0,862	1,063	0,778	78/101
Tamaño	1,034	0,968	0,760	78/101
-Incrementar gama de productos textiles	0,977	1,620	*0,050	78/101

*p<0,1

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, a nivel constructo, podemos afirmar que entre las EFD y las EDD la mayoría de éstos pueden considerarse homogéneos y que únicamente presentan heterogeneidades el de *explotar mercados*. Concretamente, de signo al esperado, las EDD (varianza: 1,214) están menos de acuerdo en el grado de necesidad de las estrategias aquí agrupadas que las EFD (varianza: 0,773). Ese resultado nos muestra que dentro del distrito industrial algunas empresas ven muy necesario adoptar estas estrategias, mientras que otras lo consideran muy poco necesario.

La heterogeneidad interna del modelo distritual que esos datos nos muestran está en línea con otras investigaciones (por ejemplo: Molina y Martínez, 2004). Esta pluralidad es significativamente más alta en lo relativo a las opciones estratégicas de la multilocalización, abordar nuevos mercados internacionales o la subcontratación internacional. Además, a nivel más desagregado, la mayor disparidad de opiniones también se observa en la valoración realizada en el ítem “incrementar la gama de productos textiles”, aspecto que puede interpretarse como que, mientras algunas empresas distrituales consideran muy necesario aumentar la variedad de su oferta, otras opinan todo lo contrario.

valores observados y los valores ajustados. Por tanto, cuanto menor sea la *deviance* mejor será el modelo.

Hipótesis 2b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con las localizadas externamente”.

Los estadísticos del análisis del *logit* (tabla 5.15) nos demuestran que en el bloque de actuaciones públicas el efecto del distrito en las percepciones directivas sólo es significativo en tres ítems: *asociaci*, *imagen* y *ayufor*. Eso puede interpretarse, tal y como cabía esperar, como que los valores más pequeños observados han sido en las EDD y, por tanto, tienen una mayor probabilidad de registrarse en las empresas de esta localización que en las externas.

Tabla 5.15: Resultados de la regresión en el bloque políticas.

Variable	Distrito	Bisector	B. ajuste	N. de casos
ASOCIACI	0,098* (-0,433)	0,008*** (0,068)	608,19	194
AYUREDU	0,984	0,076* (-0,258)	605,25	196
PROTECIT	0,744	0,040** (-0,002)	521,13	195
ACCESOIT	0,953	0,042** (0,084)	506,49	195
IGUALDA	0,409	0,000*** (-0,343)	303,38	196
D				
IMAGEN	0,082* (-0,476)	0,000*** (0,403)	510,21	196
SUBVFIS	0,848	0,006*** (-0,123)	597,67	193
APODIVER	0,243	0,002*** (-0,274)	513,53	195
AYUCOOP	0,686	0,010** (0,135)	590,27	194
TRABAS	0,126	0,000*** (-0,066)	421,47	198
AYUFOR	0,024** (-0,602)	0,005** (0,081)	550,07	196

Entre paréntesis están los betas o coeficientes del modelo.

* Significativo al 10%; ** sig. al 5%; ***sig. al 1%

Fuente: elaboración propia.

Por ello, la prioridad temporal de las demandas políticas de las empresas distrituales, en comparación con las externas, dentro de la urgencia, parecen algo menos apremiantes, especialmente en lo relativo a potenciar el asociacionismo, la mejora de una imagen país en el exterior y en el incremento de ayudas económicas para la formación.

En definitiva, los resultados obtenidos del contraste de la hipótesis segunda nos permiten aceptarla con reservas. Por un lado, porque se ha encontrado alguna evidencia estadística que confirma, aunque débilmente, la heterogeneidad

interna del distrito en el constructo “*explotar mercados*” y en el ítem “*incrementar la gama de productos textiles*” (hipótesis 2a); por otro, porque se observa el efecto de atenuar las demandas políticas en 3 de los 11 ítems analizados (hipótesis 2b).

A modo de conclusión, en la tabla (5.16) se presenta de forma resumida el resultado del contraste de las hipótesis sobre el efecto del distrito industrial en las percepciones. De la misma se puede extraer al menos dos conclusiones: 1) la localización de una empresa en ese territorio parece no ejercer influjo alguno en las percepciones del diagnóstico estratégico y 2) existe cierta influencia de la localización distritual en las percepciones de las necesidades estratégicas y políticas.

Tabla 5.16: Resumen del contraste de las hipótesis sobre el distrito y las percepciones.

Hipótesis 1: “La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con las localizadas externamente”.	
Hipótesis 1a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con las localizadas externamente”.	<i>No se verifica.</i>
Hipótesis 1b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración superior de la posición competitiva en comparación con las localizadas externamente”.	<i>No se verifica</i>
Hipótesis 2: “La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con las localizadas externamente”.	
Hipótesis 2a: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más heterogénea de las opciones estratégicas en comparación con las localizadas externamente”.	<i>Parcialmente.</i>
Hipótesis 2b: “Las empresas de dentro del distrito realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con las localizadas externamente”.	<i>Parcialmente.</i>

Fuente: elaboración propia

Por tanto, algunas de las soluciones que se planteen para superar la situación de crisis que atraviesa el sector textil-confección (opciones estratégicas y actuaciones políticas) deben considerar si las empresas están localizadas distritualmente o no.

Esta recomendación se apoya en la creencia ampliamente aceptada en la literatura económico-empresarial de que las percepciones directivas actúan

como condicionantes de las decisiones estratégicas (Yanes y Oreja, 2003). Por ello, la influencia contrastada de ese tipo de redes en las percepciones directivas debería tenerse en cuenta en posteriores investigaciones, así como para mejorar la eficacia de las soluciones estratégicas y políticas que en un futuro se sugieran.

5.4 El efecto del distrito industrial en la actividad internacional.

En el ámbito de la literatura sobre la estrategia internacional el estímulo que las redes de empresas ejercen en las empresas es una cuestión que ha captado un gran interés entre los investigadores. Como mostramos en el capítulo 2, el grado de internacionalización de la red a la que pertenece la firma parece ejercer un efecto sobre ésta que ayuda a comprender ciertos aspectos relacionados con el tiempo en que tardan en iniciarse en la actividad exportadora o con la intensidad de tal actividad.

Sin embargo, escasean los estudios que aborden las cuestiones relativas a si ese estímulo ejercido es extensible a la actividad importadora, o si hay algún tipo efecto moderador de la localización y del subsector en la misma. Por ello, el objetivo que ahora se establece para el presente epígrafe es analizar, desde la doble perspectiva exportadora e importadora, la influencia del distrito, tanto en el inicio de actividad de la estrategia internacionalizadora de las empresas como en la intensidad de dicha actividad, trasladando ese análisis a un ulterior epígrafe cuando la unidad estudiada sea el subsector.

De esta forma, la internacionalización (inicio e intensidad) se considera como una variable dependiente de la localización (y en su caso del subsector) de la propia empresa. Tal y como indicamos en el epígrafe 5.2 la variable “inicio” se ha operativizado en las siguientes: a) inicio de la actividad importadora y b) inicio de la actividad exportadora; y la variable “intensidad” en las siguientes: c) porcentaje de importaciones sobre compras y d) porcentaje de exportaciones sobre ventas. Además para el cumplimiento de la normalidad (subepígrafe 5.2.3) las cuatro alternativas de esa variable dependiente han sido transformadas.

Ese trabajo estadístico realizado nos permite contrastar paramétricamente las hipótesis planteadas en la revisión teórica del capítulo 2, derivadas de la

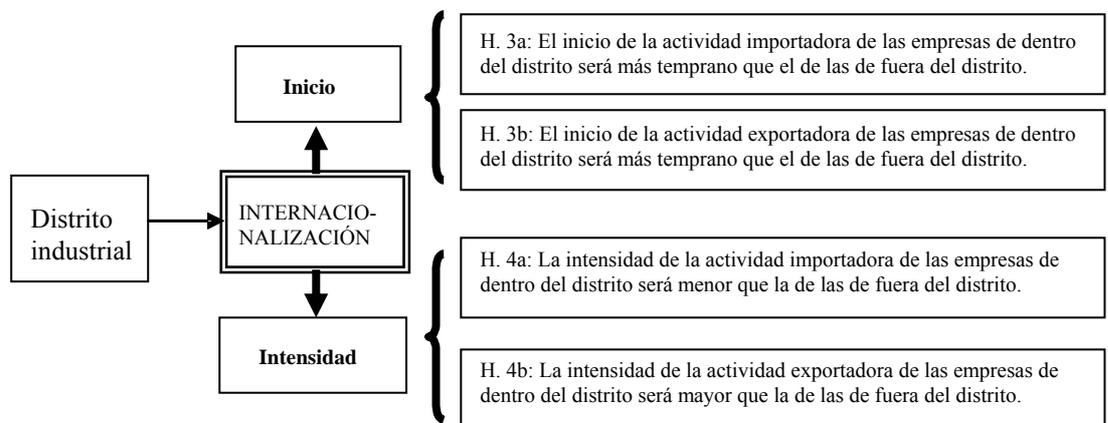
posible influencia que la localización puede tener en el inicio y en la intensidad de la actividad internacional.

Hipótesis 3: “El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano dentro del distrito que fuera del distrito”.

Hipótesis 4: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente dentro del distrito que fuera del distrito”.

Dado que en el análisis del inicio e intensidad se han distinguido los dos tipos de actividades internacionales: importaciones y exportaciones, esas dos hipótesis más generales a contrastar deben desagregarse en cuatro más específicas (hipótesis 3a, 3b, 4a y 4b) (figura 5.6).

Figura 5.6: Esquema de las hipótesis del efecto distrito en la internacionalización.



Fuente: elaboración propia.

5.4.1 El efecto del distrito industrial en el inicio de la actividad internacional.

La confirmación de las condiciones de aplicabilidad que sobre las variables dependientes relativas al inicio de la actividad internacional se ha llevado a cabo en un apartado anterior (5.2.3), nos permite contrastar paramétricamente las primeras dos subhipótesis.

Hipótesis 3a: “El inicio de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito”.

Hipótesis 3b: “El inicio de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito”.

El resultado de las pruebas paramétricas que se han llevado a cabo para el contraste de las hipótesis referidas a la influencia que ejerce la localización, se indica en la tabla (5.17).

Tabla 5.17: Resumen del efecto distrito en el inicio de la internacionalización.

	Medias		Estadísticos		Nº de casos
	EFD	EDD	Anova	Levene	EFD-EDD
Años en empezar a importar	17,05	9,77	**0,007	0,243	40-48
Años en empezar a exportar	14,51	8,29	**0,016	0,575	54-62

**p<0,05; *p<0,1

Fuente: elaboración propia.

Como se muestra, con independencia de la localización, en todos los casos las empresas tardan más tiempo en empezar a importar que en iniciarse a exportar.

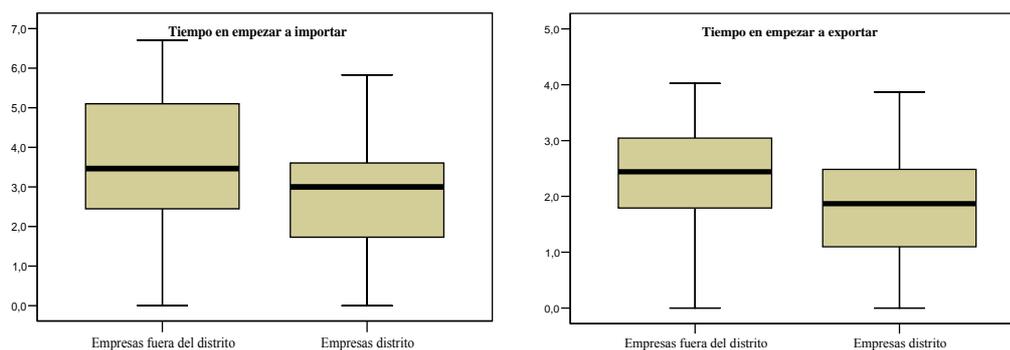
De forma más concreta, las empresas localizadas dentro del distrito acuden a los mercados de suministro exteriores por término medio en algo menos de 10 años (media: 9,77), mientras que las externas al mismo se inician en la actividad importadora a los 17 años (media: 17,05) de su constitución. En los resultados de la actividad exportadora, también se observa esa tendencia, ya que las empresas distrituales tardan poco más de 8 años (media: 8,29) en empezar a exportar mientras que parece que el resto de las empresas analizadas aplazan ésta 14,5 años en promedio.

La cuestión se traslada ahora hacia el entendimiento de la dispersión de esas puntuaciones en los datos transformados entre los distintos subgrupos y el estudio de la significatividad estadística de los resultados. Conforme a Hair et

al. (2000), para la primera tarea se debe de emplear tanto el gráfico de cajas¹⁰⁰ (*boxplot*) como el test de homocedasticidad de Levene y, para el segundo, el análisis de la significatividad de la varianza (ANOVA).

En las dos situaciones descritas por la figura (5.7), existen valores que indican la posibilidad de encontrarse verdaderas diferencias entre ellos en términos de centralidad de las observaciones, simetría y variabilidad; sin embargo, se puede deducir que ninguno contiene un conjunto de valores cuya dispersión sea muy diferente. Este hecho nos lleva a pensar en la validez de los datos. Además, los resultados estadísticos de la prueba de Levene de la tabla (5.17) validan el cumplimiento de las condiciones de aplicabilidad ($\text{Levene} > 0,05$ en todos los casos).

Figura 5.7: Gráfico *boxplot* del inicio de la actividad internacional según la localización.



Fuente: elaboración propia.

Por último, la significatividad del ANOVA (0,007 y 0,016) (tabla 5.17) nos indica que existen verdaderas diferencias en las puntuaciones medias alcanzadas en el contraste del efecto distrito. Por tanto, podemos aceptar la hipótesis tercera.

Al igual que Maccarini et al. (2003ab), eso nos lleva a concluir de la siguiente forma: parece confirmarse el estímulo que ejerce la localización distritual en la aceleración del inicio de la actividad internacional; sin embargo, a diferencia

¹⁰⁰ La longitud de la caja es la distancia entre el primer y el tercer cuartil (el 50 por ciento de las observaciones); el trazo oscuro de dentro de la caja señala la posición de la mediana y las líneas que se extienden desde cada caja (bigotes) representan la distancia entre la mayor y la menor de las observaciones (Hair et al., 2000).

de los anteriores, en este trabajo ese efecto se verifica tanto para las operaciones de importación como de exportación.

5.4.2 El efecto del distrito industrial en la intensidad de la actividad internacional.

La acomodación a las condiciones de aplicabilidad realizada a las variables dependientes relativas a la intensidad de la actividad internacional (propensión importadora y exportadora) que se ha desarrollado con anterioridad (epígrafe 5.2.3), nos permite contrastar paramétricamente las hipótesis planteadas en el capítulo 2.

De igual forma que en el anterior subepígrafe, se ha estimado la intensidad en dos tipos de actividades internacionales: importaciones y exportaciones. De manera que la hipótesis más general a contrastar (la influencia en la intensidad internacional) debe de desagregarse en dos más específicas (subhipótesis 4a y 4b).

Hipótesis 4a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será menor que la de las de fuera de fuera del distrito.

Hipótesis 4b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será mayor que la de las de fuera de fuera del distrito.

Los datos obtenidos de todas las pruebas paramétricas que se han realizado para el contraste individual de esas hipótesis se recogen sintéticamente en la tabla (5.18).

Tabla 5.18: Resumen del efecto del distrito en la intensidad internacional.

	Medias		Estadísticos		Nº de casos
	EFD	EDD	Anova	Levene	EFD-EDD
% de importaciones sobre compras.	26,55	23,77	0,838	0,134	40-47
% de exportaciones sobre ventas.	31,58	38,51	*0,068	0,130	57-75

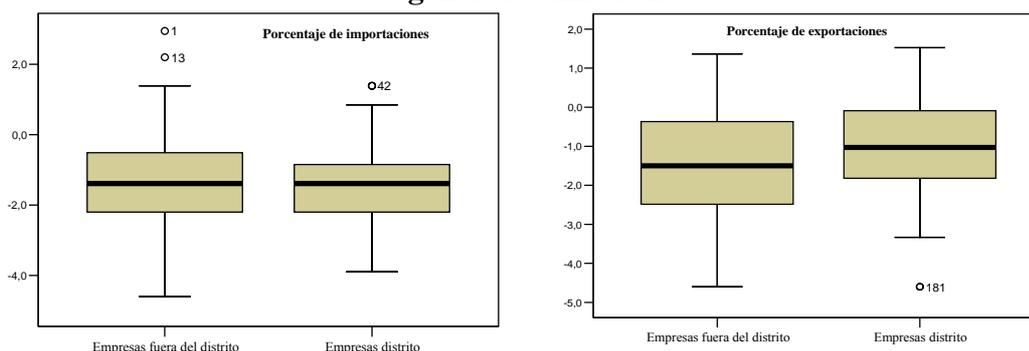
**p<0,05; *p<0,1

Fuente: elaboración propia.

De la lectura de la tabla puede interpretarse que respecto a los datos originales:

- El signo del resultado de la intensidad de la actividad internacional (medias) es el esperado: en promedio las empresas distritales compran menos y venden más en los mercados exteriores que las unidades productivas aisladas.
- La influencia de la localización parece mayor en la estrategia exportadora que en la importadora.

La dispersión de los datos transformados (figura 5.8) nos indica que ninguna de las dos figuras contiene valores que sean muy dispares en términos de centralidad, simetría y variabilidad, confirmándose de nuevo la validez de los datos transformados.

Figura 5.8: Gráfico *boxplot* de la intensidad de la actividad internacional según la localización.

Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta a la significatividad del ANOVA, parece cumplirse la hipótesis 4b (*p-valor*: 0,068). Por el contrario, ese estadístico (*p-valor*: 0,838) nos lleva a rechazar las hipótesis 4a. Por tanto, se verifica que existe una

influencia de signo positivo entre la localización distritual y la intensidad exportadora.

A modo de síntesis, en la tabla (5.19) se presenta de forma resumida el resultado del contraste de las hipótesis referidas al efecto del distrito industrial en la actividad internacional. De la misma se pueden extraer al menos tres conclusiones: 1) la localización de una empresa en ese territorio parece influir de forma importante en la actividad relacionada con los mercados de venta exteriores, 2) esa influencia es variable en las acciones relacionadas con los mercados de suministro internacionales y 3) los resultados están en la línea de los obtenidos por otros autores como Costa y Viladecans (1999) o Becchetti y Rossi (2000b).

Tabla 5.19: Resumen del contraste de las hipótesis sobre el distrito y la internacionalización.

Hipótesis 3: “El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano dentro del distrito que fuera del distrito”.	
Hipótesis 3a: El inicio de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito.	<i>Se acepta.</i>
Hipótesis 3b: El inicio de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será más temprano que el de las de fuera del distrito.	<i>Se acepta.</i>
Hipótesis 4: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente dentro del distrito que fuera del distrito”.	
Hipótesis 4a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas de dentro del distrito será menor que la de las de fuera del distrito.	<i>No se verifica</i>
Hipótesis 4b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas de dentro del distrito será mayor que la de las de fuera del distrito.	<i>Se acepta.</i>

Fuente: elaboración propia.

En la terminología de Julien (1996), a partir de esos resultados se ponen de manifiesto las distintas respuestas de las PYMES textiles a la globalización: empresas bastante orientadas localmente frente a empresas que actúan de manera regular en los mercados exteriores, siendo más característica esa segunda respuesta en los distritos industriales. Por tanto, conforme a Johanson y Mattson (1988), parece confirmarse el link existente y creciente entre las empresas y el modelo relacional al que pertenecen. De acuerdo a esto último, es de esperar que las características sociales y organizativas que confluyen en el distrito industrial inhiban en cierto modo la tendencia deslocalizadora tan presente en las manufacturas.

En definitiva, si la estrategia de internacionalización de la empresa está íntimamente relacionada con su estabilidad, especialmente en las industrias maduras, la orientación más global de los distritos industriales puede servir para garantizar su pervivencia, si como apunta Mariotti (2004), renueva el contexto local y contribuye a la competitividad del distrito.

En otro plano, pensamos que ese mayor compromiso con los mercados no domésticos debería constituirse como un referente organizativo para las empresas aisladas, a la vez que ayuda a explicar parte de su heterogeneidad interna. Estos dos últimos aspectos sugieren que algunas de las soluciones que se planteen para superar la situación de crisis que atraviesa el sector textil-confección deben considerar si las empresas están localizadas distritualmente o no.

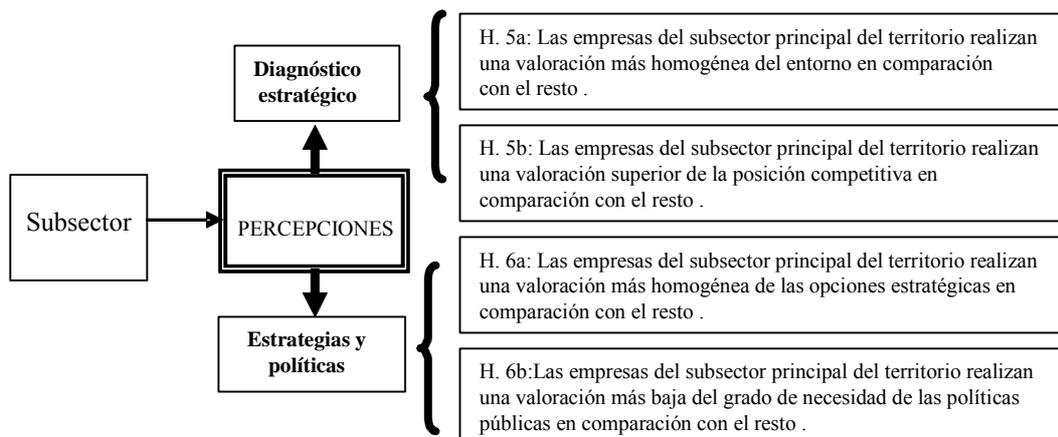
5.5 El efecto del subsector en las percepciones.

La operativización, examen de cumplimiento de condiciones de aplicabilidad y transformaciones realizadas en el apartado segundo de este capítulo nos permiten abordar paramétricamente las hipótesis planteadas en el capítulo 3 sobre la posible influencia de la actividad empresarial (subsector) en las percepciones directivas.

Hipótesis 5: *“La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con el resto”.*

Hipótesis 6: *“La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (homogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con el resto”.*

Puesto que en el diagnóstico estratégico realizado en este trabajo se han distinguido dos ámbitos: externo e interno y, que a su vez, la revisión teórica nos ha permitido distinguir esa influencia en dos sentidos: a) de homogenización en las percepciones del entorno y b) de mejor puntuación en las capacidades internas, cada una de esas hipótesis a contrastar deben desagregarse en dos (5a, 5b, 6a y 6b). De tal forma que, como se resume en la siguiente figura (5.9), el total de hipótesis en las que se va a verificar su cumplimiento suman un total de cuatro.

Figura 5.9: Esquema del efecto subsector en las percepciones.

Fuente: elaboración propia.

5.5.1 El efecto del subsector en las percepciones del diagnóstico estratégico.

Hipótesis 5a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con el resto”.

Los resultados obtenidos del análisis de homogeneidad de las varianzas (tabla 5.20) nos indican que: a) a nivel bloque, las varianzas no presentan diferencias significativas, b) a nivel constructo, las variabilidades registradas presentan diferencias en el constructo “otros factores” y c) a nivel ítem, se registran diferencias significativas en 5 de los 16 ítems, 4 de ellos, al igual que el constructo “otros factores”, tienen el signo esperado (menor dispersión).

Tabla 5.20: Valoración del entorno en función del subsector.

BLOQUE/Constructo/-ítems	RESTO	HOGA	Levene	N ° de casos
ENTORNO	0,093	0,100	0,498	106/84
Rivalidad	0,861	1,172	0,593	92/74
Competencia internacional	1,107	0,894	0,291	92/74
Mercado	1,104	0,893	0,372	92/74
Ampliación UE	0,965	1,045	0,275	92/74
Otros factores	1,189	0,766	**0,021	92/74
-Compras grandes distribuidoras en emergentes	0,618	1,124	**0,021	92/74
-Creciente competencia internacional	0,377	0,272	**0,037	92/74
-Poder negociador fabricantes de fibras	0,581	0,446	*0,075	92/74
-Ausencia normalización internac. etiquetaje	0,702	0,372	***0,000	92/74
-Amenaza activación claus. Salvaguarda	1,562	0,961	**0,037	92/74

***p<0,001; **p<0,05; *p<0,1

Fuente: elaboración propia.

Si tenemos en cuenta que en el constructo “otros factores” cargan los siguientes ítems: 1) “la progresiva desaparición de los minoristas tradicionales”, 2) “la ausencia de una normalización internacional del etiquetaje” y 3) “la poca sensibilidad política mostrada ahora al problema textil”; y que los ítems cuya varianza es significativamente más homogénea denotan aspectos políticos como son: “la amenaza de activación de la cláusula de salvaguarda”, o algunas fuentes de rivalidad competitiva (“la creciente competencia internacional” o “el poder negociador de los fabricante de fibras”); podemos afirmar que los resultados obtenidos parecen verificar parcialmente la hipótesis 5a.

Esto implica reconocer que, independientemente del valor promedio de las puntuaciones asignadas (tabla A.2.6), el subsector Hogar se muestra más homogéneo en sus valoraciones.

Hipótesis 5b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más positiva de la posición competitiva en comparación con el resto”.

El análisis anteriormente realizado del *logit* (tabla 5.13) nos muestra una generalizable influencia del subsector excepto en el ítem *Precio*. Además, todos ellos menos el de *Localiza*, tienen el signo esperado. Por tanto, si en 13

de las 15 variables la significatividad estadística existe y la interpretación derivada del signo (positivo) de sus coeficientes es la esperada, podemos concluir que la especialización productiva de las empresas en el subsector principal del territorio influye positivamente en la valoración de su posición competitiva.

Sin embargo, el signo negativo de la significatividad del ítem *Localiza* (localización geográfica de la empresa) es confuso, ya que cabría esperar que las empresas del subsector Hogar, la mayoría de ellas asociadas al distrito industrial, reconocieran este aspecto como una fuente de ventajas competitivas. Sin embargo, conforme a las valoraciones observadas esto no es así. Pues podría interpretarse que si la mayoría se concentra en un territorio y la comparación se realiza sobre estas mismas, esa ventaja no se percibe como tal, ya que todas ellas la disfrutan. O alternativamente, que la puntuación más alta a la localización, en lugar de efectuarla las empresas del subsector Hogar, la realizarán aquellas empresas que forman parte de los otros subsectores, empresas auxiliares o proveedores.

En definitiva, parece verificarse la hipótesis quinta. Eso nos permite concluir que, al contrario de lo que ocurría con el contraste realizado sobre los distritos industriales, la pertenencia de una empresa al subsector Hogar sí parece influir en la percepción del diagnóstico estratégico. Por tanto, la visión de la crisis que tienen los directivos del sector textil-confección es variable en función del subsector de pertenencia. Desde este análisis, puede deducirse que la especialización productiva en el sector principal del territorio se materializa en unas opiniones que son más homogéneas del entorno, a la vez que superiores de su posición competitiva. Esta conclusión nos lleva a validar un importante aspecto puesto de manifiesto en esta industria sobre la incidencia desigual que en su seno están teniendo los cambios del entorno competitivo (por ejemplo: FCEE, 2004; Golf et al., 2005; Buxey, 2005).

5.5.2 El efecto del subsector en las percepciones de las estrategias y políticas públicas.

Para contrastar la influencia de la actividad empresarial en las percepciones directivas, tanto en las necesidades estratégicas como en las demandas políticas hemos establecidos, al igual que anteriormente, dos grupos diferenciados (6a y 6b).

Hipótesis 6a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea de las opciones estratégicas en comparación con el resto”.

La prueba estadística del ANOVA (tabla 5.21) señala que, conforme al planteamiento sugerido, las valoraciones realizadas por las empresas de la submuestra Hogar son significativamente más homogéneas (varianza: 0,248) que las de la submuestra que agrupa al Resto de subsectores (varianza: 0,458). Parcialmente, también podemos llegar a la misma conclusión cuando nos referimos a nivel constructo en lo que respecta a explotar mercados exteriores (varianza Hogar: 0,853 frente a varianza Resto: 1,152) y tamaño (0,844 frente a 1,137).

Tabla 5.21: Valoración de las estrategias en función del subsector.

BLOQUE/Constructo/-ítems	RESTO	HOGAR	Levene	Nº de casos
ESTRATEGIAS	0,458	0,284	**0,012	105/83
Abandonar producción	1,056	0,970	0,387	93/75
Explotar mercados exteriores	1,152	0,853	*0,091	93/75
Especialización y distribución	1,011	1,015	0,322	93/75
Tamaño	1,137	0,844	*0,092	93/75
-Alianzas competidores	1,650	1,243	**0,020	93/75
-Abandonar producción	1,864	1,319	*0,055	93/75
-Incrementar gama	1,497	1,187	*0,074	93/75
-Subcontratación internacional	1,475	1,104	**0,037	93/75

***p<0,001; **p<0,05; *p<0,1

Fuente: elaboración propia.

A nivel ítems, los resultados van en la misma línea, puesto que como se muestra en esa tabla, las varianzas de las variables: establecer alianzas con los

competidores, abandonar producción, incrementar la gama de productos y la subcontratación internacional; muestran una varianza significativamente menor en las empresas de la submuestra Hogar que en la del Resto de subsectores.

En síntesis, dado que en la línea esperada las empresas del subsector Hogar están en general más de acuerdo en el grado de idoneidad de las estrategias propuestas, parece razonable aceptar la subhipótesis 6a.

Hipótesis 6b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con el resto”.

Los registros obtenidos del análisis *logit* junto con la significatividad de todas y cada una de las variables testadas (tabla 5.15), nos indican una notable influencia del subsector en las percepciones de los ítems del bloque actuaciones públicas. Sin embargo, el signo de los coeficientes (el negativo) sólo es el esperado en 5 de los 11 ítems: *protecit*, *igualdad*, *apodiver*, *subvfis* y *trabas*. Esto supone, en la línea de la hipótesis sugerida, que en el subsector principal del territorio (Hogar) los valores o puntuaciones pequeñas observadas y esperadas en esas variables o ítems son más frecuentes. Por tanto, en esos aspectos sí que se cumple el efecto esperado: una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con el Resto de subsectores. Mientras que, al contrario de lo que sucedía al contrastar la influencia del distrito en esta percepciones, nos encontramos con 6 ítems donde si existe de forma significativa ese efecto subsector, pero de signo contrario al esperado. Eso indica una mayor necesidad de actuaciones públicas en esos apartados. Por tanto, parece que no se verifica la hipótesis 6b.

Por todo ello, los resultados obtenidos del contraste de la sexta hipótesis más general, nos permiten no rechazarla. Por un lado, porque la subhipótesis 6a se cumple razonablemente y, por otro, porque la significatividad de la influencia del subsector es importante en todos los ítems analizados, aunque con un signo en algunos de sus coeficientes distinto al esperado.

A modo de conclusión en la tabla (5.22) se presentan los principales resultados obtenidos del contraste realizado a la influencia del subsector en las percepciones directivas. De la misma se pueden extraer al menos dos conclusiones: 1) la actividad principal del territorio (subsector Hogar) parece influir en las percepciones del diagnóstico estratégico y 2) existe cierta influencia de la actividad productiva en las percepciones de las necesidades estratégicas y políticas.

Tabla 5.22: Resumen del resultado del contraste de hipótesis sobre el subsector y las percepciones.

Hipótesis 5: “La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con el resto”.

Hipótesis 5a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea del entorno en comparación con el resto”. *Parcialmente*

Hipótesis 5b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración superior de la posición competitiva en comparación con el resto”. *Se acepta.*

Hipótesis 6: “La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con el resto”.

Hipótesis 6a: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más homogénea de las opciones estratégicas en comparación con el resto”. *Se acepta.*

Hipótesis 6b: “Las empresas del subsector principal del territorio realizan una valoración más baja del grado de necesidad de las políticas públicas en comparación con el resto”. *Parcialmente*

Fuente: elaboración propia.

Los resultados de este análisis sugieren interesantes consideraciones en dos aspectos: a) respecto al grado de generalización de los análisis y b) con referencia al nivel especificidad de las medidas sugeridas.

Dado que las conclusiones obtenidas del análisis del entorno muestran, por un lado, que en el subsector Hogar existe menor variabilidad y, por otro, que la especialización productiva de las empresas es un importante determinante de su nivel de competitividad, los análisis que se deriven del sector textil-confección deberían de tener en cuenta estos aspectos, ya que algunas de las principales amenazas/oportunidades diagnosticadas pueden ser mayores en algunos subsectores, mientras que en otros pueden dejar de serlo.

Derivado de ello, algunas de las soluciones que se planteen para superar la situación de crisis que atraviesa el sector textil-confección (opciones estratégicas y actuaciones políticas) deberían de considerar, entre otros aspectos, la diferente situación competitiva que atraviesan las empresas de cada subgrupo. Esa reorientación previsiblemente mejoraría la eficacia de las mismas.

5.6 El efecto del subsector en la actividad internacional.

A lo largo del capítulo 2 y 3 se ha podido constatar que en la situación actual en la que se halla inmerso el sector textil-confección la internacionalización de sus empresas se ha convertido en una de las estrategias fundamentales para sobrevivir.

Sin embargo, escasean los estudios que aborden la cuestión relativa a si esa influencia es extensible a la actividad importadora y si hay algún tipo efecto moderador del subsector en la misma. Por ello, el objetivo que perseguimos en el presente epígrafe es analizar desde la doble perspectiva: exportadora e importadora, la influencia del subsector de actividad en la estrategia internacionalizadora de las empresas.

De forma que, en ese análisis, la internacionalización se considera como una variable dependiente del subsector de la propia empresa. Esto supone decir que la actividad internacional que desarrollan las empresas textiles estará asociada con su actividad productiva. Por tanto, el resultado de la misma será diferente si se trata de unidades intermedias o finales; o si se esa actividad se dirige a mercados estabilizados o en declive.

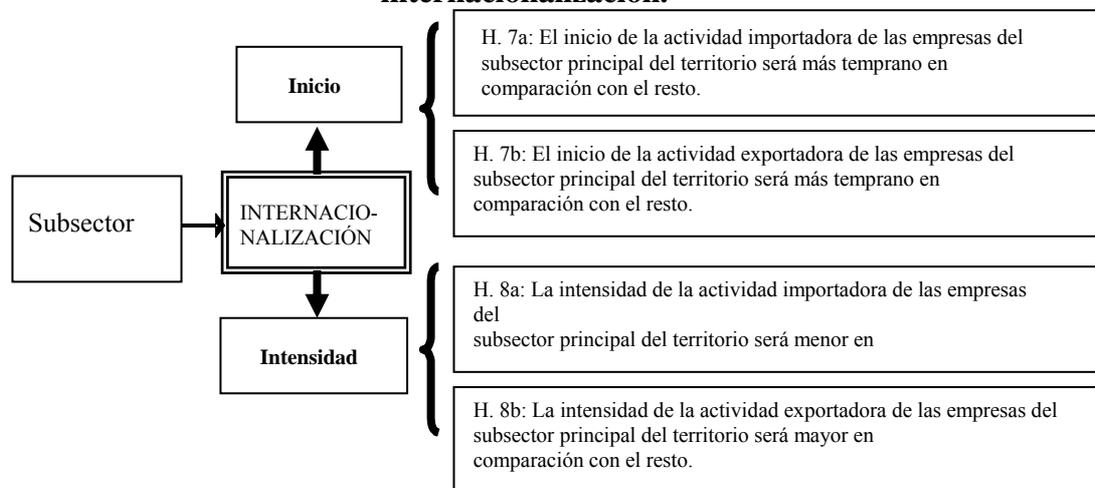
Tal y como indicamos en el epígrafe 5.2 esta variable se ha operativizado en las siguientes: 1) inicio de la actividad importadora, 2) inicio de la actividad exportadora, 3) propensión importadora y 4) propensión exportadora. La revisión teórica y el trabajo estadístico anterior nos permiten contrastar las hipótesis planteadas sobre la posible influencia que el subsector puede tener en el inicio e intensidad de la actividad internacional.

Hipótesis 7: *“El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.*

Hipótesis 8: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.

Dado que en el análisis se han distinguido dos tipos de actividades internacionales: importaciones y exportaciones, esas dos hipótesis más generales a contrastar deben desagregarse en cuatro más específicas (hipótesis: 7a, 7b, 8a y 8b) (figura 5.10).

Figura 5.10: Esquema de las hipótesis del efecto subsector en la internacionalización.



Fuente: elaboración propia.

5.6.1 El efecto del subsector en el inicio de la actividad internacional.

Hipótesis 7a: El inicio de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.

Hipótesis 7b: El inicio de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.

La aplicabilidad estadística obtenida por las transformaciones realizadas sobre las variables de la actividad internacional nos permite llevar a cabo pruebas

paramétricas, los resultados referidos a la influencia que de forma individual ejerce el subsector, se muestran en la tabla (5.23).

Tabla 5.23: Resumen del efecto subsector en el inicio de la internacionalización.

	Medias		Estadísticos		Nº de casos
	Resto	Hogar	Anova	Levene	Resto-Hogar
Años en empezar a importar	12,03	13,96	0,485	0,925	40-48
Años en empezar a exportar	11,29	10,75	0,903	0,588	51-65

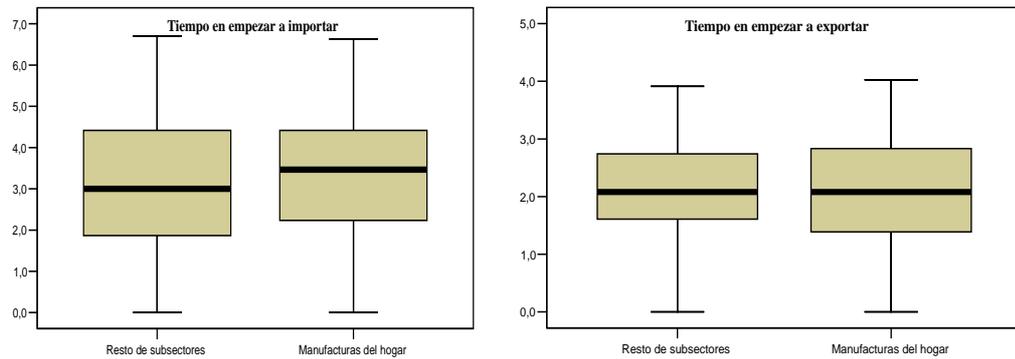
**p<0,05; **p<0,1

Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar, el inicio de las importaciones en el principal del territorio (manufacturas del Hogar) es algo más tardío por término medio (13,96 años) que en el Resto (12,03 años). Sin embargo, parece que esa tendencia se invierte cuando se mide la influencia sobre la actividad exportadora, ya que el subsector Hogar tarda algo menos en iniciarse en esta estrategia que el resto (10,75 frente a 11,29 años, respectivamente). Esto parece estar en la línea propuesta de que el resultado de esta actividad es diferente en función de la clase de empresa textil que se trate.

La cuestión se traslada ahora hacia el entendimiento de la dispersión de esas puntuaciones en los datos transformados entre los distintos subgrupos y de la significatividad estadística de los resultados. Como se recoge en las cuatro situaciones descritas (figura 5.11), existen valores que nos indican la posibilidad de encontrarse verdaderas diferencias entre ellos en términos de centralidad de las observaciones, simetría y variabilidad; sin embargo, se puede deducir que ninguno contiene un conjunto de valores cuya dispersión sea muy diferente. Esto último incrementa la fiabilidad de los resultados obtenidos (Hair et al., 2000). Además, los resultados estadísticos de la prueba de Levene de la tabla (5.23) validan el cumplimiento de las condiciones de aplicabilidad (Levene > 0,05 en todos los casos).

Figura 5.11: Gráfico *boxplot* del inicio de la actividad internacional según el subsector.



Fuente: elaboración propia.

Por último, el *p-valor* del ANOVA (0,485 y 0,903) (tabla 5.23) nos indica que no existen verdaderas diferencias en las puntuaciones medias alcanzadas en el contraste del efecto subsector. Por tanto, no se verifican las hipótesis 7a y 7b. Eso nos lleva a concluir de la siguiente forma: no parece existir una influencia significativa de la actividad productiva en la aceleración del inicio de la actividad internacional, ni para las operaciones de importación ni de exportación.

5.6.2 El efecto del subsector en la intensidad de la actividad internacional.

Dado que para analizar la intensidad de la actividad internacional se han distinguido dos tipos de actividades internacionales: importaciones y exportaciones, la hipótesis más general a contrastar (la diferente influencia en la intensidad internacional) se desagrega en dos más específicas (hipótesis 8a y 8b).

Hipótesis 8a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será menor en comparación con el resto.

Hipótesis 8b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será mayor en comparación con el resto.

La aplicabilidad anteriormente obtenida nos permite desarrollar el análisis multivariante. Los resultados obtenidos del mismo se muestran de forma resumida en la tabla (5.24).

Tabla 5.24: Resumen del efecto subsector en la intensidad internacional.

	Medias		Estadísticos		Nº de casos
	Resto	Hogar	Anova	Levene	Resto-Hogar
% de importaciones sobre compras.	30,17	20,75	0,137	0,156	40-47
% de exportaciones sobre ventas.	30,53	39,20	**0,007	0,008 ¹⁰¹	56-76

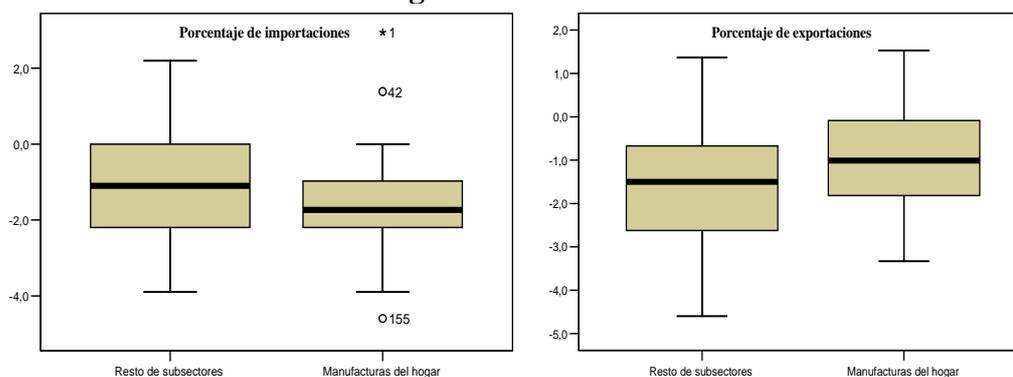
**p<0,05; *p<0,1

Fuente: elaboración propia.

De esa tabla se desprende que el signo del resultado es el esperado: las empresas del subsector principal del territorio, por término medio, realizan un menor volumen de compras en los mercados exteriores de suministro y, a su vez, venden un mayor porcentaje de sus productos en los mercados no domésticos.

La dispersión de los datos transformados nos indica que ninguna de las dos figuras contiene valores que sean muy dispares (son bastante fiables).

Figura 5.12: Gráfico *boxplot* de la intensidad de la actividad internacional según el subsector.



Fuente: elaboración propia.

¹⁰¹ A pesar de que la variable *exportaciones sobre ventas* ha sido transformada para ser analizada como una normal, el resultado de la prueba de Levene nos señala que las varianzas no son homogéneas en los subgrupos definidos en función del subsector. Como alternativa, el contraste no paramétrico nos indica que también es significativa para un nivel del 5% (U de Mann-Whitney = 0,015), hemos optado por continuar el análisis como variable transformada.

En lo que respecta al ANOVA, parece cumplirse la subhipótesis 8b (p-valor 0,007). Por el contrario, el estadístico asociado a la subhipótesis 8a (p-valor de 0,156) nos lleva a no aceptarla. Por tanto, podemos concluir que las empresas del subsector Hogar son, en promedio, significativamente más exportadoras que las clasificadas en el subgrupo Resto de subsectores.

A modo de conclusión, en la tabla (5.25) se presenta el resultado del contraste de las hipótesis sobre el efecto del subsector en la actividad internacional. De esa tabla puede extraerse como principal deducción que la actividad principal de una empresa (subsector) no parece influir de forma importante en la actividad importadora, mientras que esa influencia es fluctuante en la estrategia exportadora.

Tabla 5.25: Resumen del contraste de las hipótesis de internacionalización.

Hipótesis 7: “El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.	
Hipótesis 7a: El inicio de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.	<i>No se verifica.</i>
Hipótesis 7b: El inicio de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será más temprano en comparación con el resto.	<i>No se verifica.</i>
Hipótesis 8: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.	
Hipótesis 8a: La intensidad de la actividad importadora de las empresas del subsector principal del territorio será menor en comparación con el resto.	<i>No se verifica.</i>
Hipótesis 8b: La intensidad de la actividad exportadora de las empresas del subsector principal del territorio será mayor en comparación con el resto.	<i>Se acepta.</i>

Fuente: elaboración propia.

En definitiva, los resultados del trabajo realizado en este último epígrafe del capítulo sobre el efecto del subsector en la actividad internacional parecen sugerir que:

- La intensidad de la actividad importadora de las empresas no parece depender del subsector. Aunque el signo de los resultados obtenidos parece estar en la línea de la influencia esperada (menores importaciones en el subsector principal) no existe evidencia empírica que nos permita validar esa hipótesis.
- Por el contrario, la intensidad exportadora de las empresas sí parece depender del subsector. Conforme a la influencia esperada, las

empresas del subsector Hogar muestran unos porcentajes significativamente superiores al del resto de las empresas.

Por tanto, el resultado del análisis más general (inicio e intensidad) refuerza discrecionalmente el obtenido sobre el efecto del distrito industrial en la actividad internacional. Eso significa que, más que la especialización productiva, el principal estímulo de las empresas a operar globalmente tiene su origen en las redes de base territorial en las que se halla inmersa. Por el contrario, los similares porcentajes promedio con el Resto de subsectores no han ratificado un efecto inhibitor frente a la deslocalización que, previsiblemente era de esperar (por ejemplo respecto a los subsectores de género de punto y vestuario). Dada la profunda crisis que atraviesa el sector, este hecho puede apuntar a que ese proceso se encuentre en sus primeras fases.

CONCLUSIONES, LÍMITES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

El presente trabajo ha permitido mostrar las diferencias existentes en las percepciones directivas y la estrategia de internacionalización entre las empresas del sector textil-confección.

El examen más general sobre configuraciones ha puesto de manifiesto que las actividades que desarrollan las empresas tienden a insertarse cada vez más en redes o sistemas de relaciones complejas que están siendo favorecidas por los procesos de externalización de actividades y la búsqueda de una flexibilidad que les permita adaptarse lo más adecuadamente posible a los nuevos cambios. Ese proceso ha dado fruto a diferentes modelos de redes, de los cuales un tipo concreto de red son los distritos industriales.

La revisión efectuada a la principal literatura que ha abordado el estudio de los distritos industriales nos ha permitido comprender que las aglomeraciones territoriales de empresas explican satisfactoriamente las economías externas y las ventajas competitivas que pueden proporcionar. Concretamente, el análisis de sus características sociales y organizativas, su orientación global y la forma en que esos tres aspectos se interrelacionan nos ha ayudado a explicar cómo pueden influir en las percepciones directivas.

En el campo de la internacionalización, hemos visto que la globalización supone una seria amenaza para los distritos industriales, a su vez que ésta, como estrategia, supone una acción clave a desarrollar por parte de las mismas. La amplia revisión efectuada nos ha mostrado cómo afecta la globalización a esos modelos de organización y, a su vez, la forma en que éstos influyen en la actividad internacional. Derivado de esto, era de esperar que los distritos industriales actúen en cierta forma como inhibidores de los procesos de

deslocalización; y, a su vez, se ha encontrado suficiente evidencia empírica para afirmar que influirían significativamente en la actividad internacional.

Nuestro marco teórico se ha cerrado con el análisis a una industria de las consideradas tradicionales, que afronta una importante crisis, caracterizada por el reducido tamaño medio de sus empresas, por el escaso desarrollo estratégico y por la concentración geográfica.

Como ocurre en la mayoría de los sectores maduros, la industria textil-confección muestra negativas tasas de variación de la demanda y una intensidad tecnológica básica. Eso provoca, por un lado, bajos niveles de innovación y, por otro, una creciente competencia. Por ello, no es de extrañar la tendencia observada en la formulación de opciones estratégicas y políticas públicas generalistas que van en la línea de la diversificación de la actividad textil hacia nuevos sectores. Sin embargo, el análisis realizado a los territorios y subsectores que conforman esta industria nos confirma que no está tan clara la validez potencial de los planteamientos generalistas.

De un lado, porque si bien la industria textil-confección valenciana comparte muchos trazos con el del territorio nacional, como el de su importancia en la economía o el estar formada principalmente por PYMES, se distingue claramente por dos características distintivas, tales como su fuerte especialización productiva en la rama del textil y el subsector hogar, y por su alta concentración geográfica, siendo el principal foco la zona de Alcoi-Ontinyent. De otro, porque ambos elementos, perfilan dentro de cualquier territorio más amplio un singular conjunto de relaciones más intensas y frecuentes, previsiblemente vinculadas a la actividad principal. Este último aspecto permite abrir el abanico de opciones estratégicas y exige una focalización de las mismas hacia los dos aspectos esenciales que han guiado este trabajo: la localización distritual y la especialización productiva.

En definitiva, el estudio del marco teórico ha constatado la idoneidad de la tesis planteada: la existencia de diferencias en aspectos como las percepciones

directivas y la internacionalización, cuyo origen se encuentran en la localización de las empresas en un distrito industrial o en la pertenencia al subsector principal del territorio.

1. Conclusiones del trabajo.

En principio, y como conclusión general, se observa que la localización distritual influye en la internacionalización de las empresas, y que la especialización productiva afecta a las percepciones directivas. Ahora bien, esa conclusión más general requiere de matizaciones que se van a exponer en el orden de las hipótesis planteadas.

Del contraste de la primera y segunda hipótesis relativa a que la localización geográfica influye en las percepciones directivas, se han derivado dos resultados diferentes:

- El diagnóstico estratégico no se ve influido por la pertenencia o no de una empresa a un distrito industrial, por tanto, la percepción de crisis estructural que atraviesa el sector textil-confección no es diferente entre las empresas distrituales y las aisladas.
- En lo referente a las necesidades estratégicas y políticas públicas, sí se ha puesto de manifiesto la heterogeneidad interna del distrito y la menor necesidad de algunas políticas públicas. Esto implica que, si aceptamos que las percepciones son condicionantes de las decisiones directivas, la mejora de las recomendaciones que se apliquen a estas empresas deberían de tener en cuenta el contexto territorial. Concretamente, porque aunque dentro del distrito exista una “estrategia compartida” cohabitan empresas intermedias, finales y auxiliares; por tanto, una opción estratégica como explotar nuevos mercados es percibida como muy necesaria sólo por una parte de éstas.

La influencia del distrito industrial en el inicio e intensidad de la actividad exportadora e importadora ha validado, en buena parte, una de las tesis de este trabajo. Como cabía esperar, la orientación global del distrito ejerce un efecto

en la actividad internacional de estas empresas que se traduce en un menor tiempo en iniciarse en la andadura exterior y en una mayor propensión exportadora. Sin embargo, hay que destacar que la intensidad en la actividad importadora no es significativamente menor.

Ese resultado sugiere alguna consideración. Por un lado, sería importante completar ese análisis estudiando el destino geográfico de sus mercados, ya que una mayor dispersión hacia aquellos más lejanos llevaría a confirmar con más claridad la ventaja competitiva de los distritos industriales. Por otro, aunque la intensidad importadora es en promedio similar al de las empresas externas al mismo, sería interesante analizar con más profundidad esa respuesta deslocalizadora; por ejemplo, si son de productos semielaborados o terminados. De esa forma, se confirmaría el efecto inhibitor del distrito industrial ante la deslocalización del sector textil-confección.

La diferente forma en que perciben el escenario actual las empresas textiles se ha contrastado y validado en las hipótesis quinta y sexta. Los resultados obtenidos indican que las empresas del subsector Hogar perciben de forma más homogénea las amenazas del entorno y las necesidades estratégicas, se sitúan en una mejor posición competitiva y muestran diferencias significativas en cuanto al grado de urgencia de las actuaciones públicas.

Este resultado valida de forma importante otra de las tesis de este trabajo, al reflejar las distintas realidades que muestra la industria textil-confección. Por tanto, sugiere que su análisis, orientaciones estratégicas y políticas se circunscriban a cada uno de sus subsectores y territorios que, fruto de su historia, mercados y conocimientos, han surgido y que articulan el global de la industria textil-confección europea.

El análisis exploratorio tendente a validar la influencia del subsector principal en la actividad no doméstica nos muestra que ese efecto como tal no puede aceptarse. Por un lado, porque el inicio internacional de sus empresas no es más rápido y, por otro, porque aunque se verifique la subhipótesis de una

mayor intensidad exportadora de sus empresas, éste puede ser debido a localización distritual.

En definitiva, las conclusiones descritas derivadas del conjunto de hipótesis más generales del trabajo se resumen y particularizan en la tabla (6.1), junto con su validación y algunas de las observaciones que fueron fruto de su contrastación.

Tabla 6.1: Conclusiones del trabajo.

Hipótesis	Validación	Observaciones
H. 1: “La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con las localizadas externamente”.	No se verifica.	
H. 2: “La pertenencia de una empresa a un distrito industrial influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con las localizadas externamente”.	Se acepta con reservas.	La influencia sólo es visible en unos pocos aspectos.
H. 3: “El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano dentro del distrito que fuera del distrito”.	Se acepta.	
H. 4: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente dentro del distrito que fuera del distrito”.	Se acepta.	Excepto en la actividad importadora
H. 5: “La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (homogeniza y mejora) en la percepción del diagnóstico estratégico en comparación con el resto”.	Se acepta.	En el análisis del entorno la influencia es variable.
H. 6: “La pertenencia de una empresa al subsector principal del territorio influye (heterogeniza y atenúa) en la percepción de las necesidades estratégicas y demandas políticas en comparación con el resto”.	Se acepta.	En el análisis de las políticas la influencia es variable.
H. 7: “El inicio de la actividad internacional de las empresas será más temprano en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.	No se verifica.	
H. 8: “La intensidad de la actividad internacional de las empresas será diferente en el subsector principal del territorio en comparación con el resto”.	Se acepta.	Excepto en la actividad importadora

Fuente: elaboración propia.

Los resultados obtenidos del estudio pueden servir de referencia para profundizar en dos de los aspectos que, actualmente, en estas industrias tradicionales están despertando más interés entre los investigadores: la deslocalización y la diversificación hacia segmentos de mayor valor añadido. Por un lado, porque la amenaza de cierre y/o traslado de las industrias manufactureras tradicionales hacia países con mano de obra más barata puede encontrar una eficaz respuesta en las redes concentradas geográficamente. Por otro, porque como se ha puesto de manifiesto, algunas de las principales

orientaciones que se vienen formulando (innovación, flexibilidad, especialización, internacionalización...) encuentran en estos territorios unas condiciones óptimas específicas para su implementación.

2. Limitaciones del estudio.

En este apartado, deseamos poner de manifiesto una serie de limitaciones metodológicas cuyo reconocimiento nos sirven como estímulo y motivación para ulteriores investigaciones. Límites que afectan principalmente a tres ámbitos diferenciados: a) los datos empleados, b) la delimitación del distrito industrial y c) la definición de los subsectores.

Respecto a los datos, existe un importante conjunto de restricciones que se derivan de las medidas empleadas, espectro geográfico que abarcan y periodo de tiempo estudiado. En primer lugar, para formular un diagnóstico acertado se debe usar información que represente la realidad de forma adecuada, por ello es preciso disponer de datos lo más amplio y homogéneos posibles. De no ser así, la veracidad y utilidad del análisis será muy reducida. El empleo de escalas Likert de cinco puntos aporta al investigador un conjunto de importantes ventajas que tienen su origen en su sencillez y objetividad operativa. Sin embargo, la interpretación de sus enunciados y la exigencia a calificarlos ordinalmente sólo recoge una parte de la información.

El ámbito de estudio, aunque está formado por un importante número de empresas (201 encuestas), sólo abarca una pequeña parte de las mismas. El hecho de que todas están afiliadas a ATEVAL nos lleva a pensar que las conclusiones obtenidas tendrían un mayor soporte si en la muestra también se incluyeran empresas de otros ámbitos. Además, para superar el conjunto de limitaciones de los datos también sería deseable disponer de otras mediciones efectuadas a lo largo del tiempo.

La segunda de las limitaciones tiene su origen en la metodología seguida para la delimitación del distrito industrial. Por un lado, derivadas de las bases de

datos empleadas; por otro, debido a la clasificación de las industrias (CNAE) y los códigos de la ocupación principal de la persona que pueden no reflejar fielmente su actividad; y por último, por la fijación arbitraria de ciertos umbrales, ya que, si bien es lógico que el CE sea mayor que la unidad, no está claro qué mínimo debe tener un municipio para alcanzar una u otra categoría, y si esos mínimos son o no ponderables en función del tamaño de la población o del tipo de industria analizada.

La tercera, la adscripción subsectorial de las empresas. Una de las tareas previas más complejas de este trabajo ha sido clasificar a las empresas dentro de alguno de los subsectores definidos. La dificultad ha estribado en que la mayoría de las empresas declaraban realizar operaciones en más de una de las actividades textiles preestablecidas. Para depurar esta información, nos hemos basado tanto en la base de datos de ATEVAL como en nuestro propio criterio. Aunque el resultado de esa clasificación fue supervisado en gran medida por expertos, no cabe duda que algunas de las empresas ordenadas como manufacturas del Hogar realmente tienen esa condición sólo en parte, ya que la otra parte de su actividad debería de incluirse en el otro subgrupo, y viceversa.

3. Futuras investigaciones.

Por último, pensamos que para mejorar los trabajos tendentes a estudiar la influencia de los distritos industriales y del subsector en la actividad empresarial se deberían abordar otros aspectos que por limitaciones temporales y económicas no nos han sido posibles. El conjunto de propuestas que en este sentido planteamos van en un doble sentido: a) la ampliación y superación de las deficiencias y limitaciones puestas anteriormente de manifiesto y b) el análisis de otras relaciones no abordadas, por ejemplo a nivel funcional de la empresa.

En primer lugar, el modelo propuesto no ha considerado dos aspectos relacionados con las características estructurales de las empresas como son el tamaño y la antigüedad. La introducción de las mismas en cualquier análisis

proporciona siempre una perspectiva añadida desde la que se pueden interpretar mejor los resultados obtenidos. En este sentido, la inclusión del grado de especialización vertical de las empresas podría paliar en buena medida ciertas deficiencias reconocidas respecto al nivel de internacionalización de las actividades de las empresas. Por su parte, la antigüedad puede reflejar ciertos aspectos organizativos que tampoco han sido abordados.

Además, es necesario reflexionar sobre el sesgo producido en las opiniones o percepciones del directivo o empresario debido a aspectos como su formación, orientación internacional de la empresa a la que pertenecen o puesto desempeñado, y el efecto impulsor, moderador o mediador que esos aspectos ejercen en el mismo.

En el plano metodológico, la ampliación de este trabajo a otros ámbitos industriales y geográficos (nacionales e internacionales), el empleo del análisis de casos, que aportarían luz sobre aspectos difícilmente abordables desde un cuestionario, el uso de otras medidas de internacionalización y la complementación con otro tipo de medidas que cuenta con una larga tradición en este tipo de trabajos como son: la productividad, la rentabilidad o el crecimiento, supondrían un buen aporte académico.

En el apartado de otras relaciones no abordadas creemos necesario profundizar en el tema de la delimitación del distrito y del sentimiento de pertenencia a éste. Por un lado, opinamos que se deben fijar unos límites o umbrales que puedan ser ponderables en función del municipio y de la actividad económica. Eso mejoraría el área de estudio y, a su vez, permitiría la definición de otros sistemas productivos de base territorial. Y por otro, insistir en que la sola pertenencia de una empresa a un determinado municipio es condición necesaria para clasificarla como distritual, pero no es condición suficiente ni para garantizar que se va a aprovechar de todas las economías externas de localización, ni de que las van a disfrutar por igual que la demás empresas.

Por último, señalar otra reflexión que puede guiar futuras investigaciones. En este trabajo hemos ordenado las empresas en dos subsectores: el principal del territorio (manufacturas del hogar) y el resto. A pesar de la complejidad que ha supuesto establecer esa clasificación, la derivación hacia el estudio de la situación del textil de cabecera, el de punto, técnico u otros subsectores, junto con el grado de participación en los mismos, supone un interesante reto de futuro, ya que podría aportar más luz en aspectos como el efecto de la globalización en las actividades más intensivas en mano de obra y la forma que ésta afectaría a la cadena de valor del distrito industrial.

Para finalizar la presente investigación nos gustaría indicar que el plus competitivo que determinados territorios como los distritos industriales proporcionan a sus empresas y una renovada política industrial favorable hacia el impulso de este modelo de organización de la actividad económica, exige un cambio de planteamientos que conduzcan a soluciones menos generalistas y más activas que propicien los instrumentos necesarios para que las empresas se puedan aprovechar completamente de ese plus. En esta investigación hemos abordado un enfoque continuista que ha validado satisfactoriamente ese plus en el ámbito de la estrategia de internacionalización de las empresas (efecto distrito) y, a su vez, plantea un gran interrogante que abre un maratónico camino para recorrer, como es el del “efecto subsector”, no sólo para la industria textil-confección, sino para el resto de los sectores de actividad empresarial enmarcados como manufactureros tradicionales.

ANEXOS

Anexo I: Cuestionario.

IDENTIFICACIÓN: NOMBRE DE LA EMPRESA.....

- 1.1. Sexo: **Hombre** **Mujer.** 1.2. Edad:.....Años. 1.3. Relación: **Gerente propietario** **Directivo técnico.**
- 1.4. Estudios: Primarios; Graduado Escolar; BUP/COU/FP; Universitarios Medios; Superiores.
- 1.5. Puesto que desarrolla en la empresa.....
- 1.6. ¿Cómo calificaría el estado de salud actual de su empresa? bueno; normal; regular; malo.
- 1.7. ¿Tiene filiales establecidas en el exterior? si no
- 1.8. ¿En qué año comenzó su empresa a exportar?.....
- 1.9. ¿Cuál es la evolución que están siguiendo sus exportaciones?
 creciente; se mantiene; decreciente
- 1.10. Actualmente, ¿qué porcentaje medio de sus ventas es debido a la exportación?.....%
- 1.11. ¿En qué año comenzó su empresa a importar?.....
- 1.12. ¿Cuál es la evolución que están siguiendo sus importaciones?
 creciente; se mantiene; decreciente
- 1.13. Actualmente, ¿qué porcentaje medio de sus compras es debido a la importación?.....%

SIGNIFICATIVIDAD DE LOS FACTORES ESTRATÉGICOS DEL ENTORNO

¿De qué forma cree que ESTÁ AFECTANDO a su empresa los siguientes factores estratégicos del entorno? Señale con una "x" la respuesta, siendo (1) afecta de forma muy negativa, (2) negativa, (3) indiferente, (4) positiva y (5) afecta de forma muy positiva.

2.1. La dependencia que existe de los proveedores extranjeros de maquinaria	1	2	3	4	5
2.2. La ampliación de la Unión Europea	1	2	3	4	5
2.3. El hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes	1	2	3	4	5
2.4. Los importadores de producto acabado	1	2	3	4	5
2.5. La apreciación del euro sobre el dólar	1	2	3	4	5
2.6. La creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, etc.	1	2	3	4	5
2.7. Los cambios en los hábitos de consumo del producto textil	1	2	3	4	5
2.8. La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor	1	2	3	4	5
2.9. El continuo aumento en el precio del petróleo	1	2	3	4	5
2.10. El hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares	1	2	3	4	5
2.11. El poder de negociación de los fabricantes de fibras	1	2	3	4	5
2.12. La poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil	1	2	3	4	5
2.13. La ausencia de una normalización internacional del etiquetaje	1	2	3	4	5
2.14. La progresiva desaparición de los minoristas tradicionales	1	2	3	4	5
2.15. La amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda	1	2	3	4	5
2.16. La centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores	1	2	3	4	5

IMPORTANCIA DE LOS DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD

Respecto a los siguientes indicadores, señale la situación que más se ajusta al comparar su empresa con la de sus principales competidores nacionales y europeos (Portugal, Alemania, Bélgica, Italia, etc.). **Señale con una "x" su respuesta, siendo (1) es mucho peor que sus competidores, (2) es algo peor, (3) está en la media, (4) es algo mejor y (5) es mucho mejor que sus competidores**

3.1. En la flexibilidad técnico/productiva de mi empresa	1	2	3	4	5
3.2. En el resultado de mi actividad innovadora (diseño, empaquetado, fiabilidad, etc.)	1	2	3	4	5
3.3. En la dimensión de mi empresa	1	2	3	4	5
3.4. En la localización geográfica de mi empresa	1	2	3	4	5
3.5. En el modelo descentralizado que tengo para la toma de decisiones	1	2	3	4	5
3.6. En la flexibilidad de mi plantilla	1	2	3	4	5
3.7. En nivel de cualificación de mis trabajadores	1	2	3	4	5
3.8. En la reputación e imagen de marca que tengo	1	2	3	4	5
3.9. En el precio de mis productos	1	2	3	4	5
3.10. En la renovación que realizo del muestrario y del diseño	1	2	3	4	5
3.11. En el establecimiento y consecución de un plan estratégico	1	2	3	4	5
3.12. En la capacidad que poseo de adaptación a los requerimientos del cliente	1	2	3	4	5
3.13. En la experiencia técnica que tengo del sector	1	2	3	4	5
3.14. En la presencia de mis productos en los mercados internacionales	1	2	3	4	5
3.15. En el desarrollo que he alcanzado con la estrategia de cooperación	1	2	3	4	5

IDONEIDAD DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

A partir de la situación actual en la que se encuentra su empresa y de las estrategias que se transcriben a continuación, OPINE DEL 1 AL 5 EL GRADO DE NECESIDAD DE ÉSTAS PARA SU EMPRESA, siendo (1) nada necesaria, (2) algo necesaria, (3) necesaria, (4) bastante necesaria y (5) muy necesaria.

4.1. Incrementar el tamaño de mi empresa	1	2	3	4	5
4.2. Establecer alianzas estratégicas con mis competidores (cooperación)	1	2	3	4	5
4.3. Abandonar paulatinamente las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador	1	2	3	4	5
4.4. Conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o franquicias)	1	2	3	4	5
4.5. Multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inversión directa productiva en el exterior)	1	2	3	4	5
4.6. Diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)	1	2	3	4	5
4.7. Explotar nuevos mercados para la venta de mis productos (Sudasia, Latinoamérica o Europa del este)	1	2	3	4	5
4.8. Deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país	1	2	3	4	5
4.9. Especializarme en algún nicho de mercado	1	2	3	4	5
4.10. Incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto	1	2	3	4	5
4.11. Dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil	1	2	3	4	5
4.12. Establecer acuerdos de subcontratación internacional	1	2	3	4	5
4.13. Reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno o en unos pocos de ellos	1	2	3	4	5

PRIORIDAD EN LAS ACTUACIONES PÚBLICAS

Respecto a la situación actual que vive su empresa, y de las actuaciones públicas que se transcriben a continuación, ESTABLEZCA DEL 1 AL 5 SU IDONEIDAD O PRIORIDAD TEMPORAL, siendo (1) no es necesaria, (2) necesaria a largo plazo; (3) necesaria a medio plazo; (4) necesaria a corto plazo y (5) necesaria urgentemente.

5.1. Potenciar el asociacionismo empresarial (la pertenencia a instituciones o asociaciones)	1	2	3	4	5
5.2. Aumentar las ayudas económicas para la reducción de plantillas	1	2	3	4	5
5.3. La protección internacional de la marca y el diseño	1	2	3	4	5
5.4. Dotar de más ayudas tendentes a mejorar el acceso a los mercados exteriores	1	2	3	4	5
5.5. Buscar la igualdad internacional en las reglas del juego de la competencia	1	2	3	4	5
5.6. Mejorar la imagen país que en el exterior tienen del textil nacional a través de una marca de calidad	1	2	3	4	5
5.7. Establecer subvenciones fiscales que faciliten las adquisiciones y fusiones	1	2	3	4	5
5.8. Mayor apoyo financiero para la diversificación hacia nuevos productos textiles	1	2	3	4	5
5.9. Ayudas económicas para la cooperación empresarial con otros sectores relacionados.	1	2	3	4	5
5.10. Imponer trabas arancelarias que limiten las importaciones de productos textiles de fuera de la UE	1	2	3	4	5
5.11. Aumentar las ayudas para la formación, cualificación y reciclaje de los empleados	1	2	3	4	5

6.1. ¿Cuál cree que será la evolución futura del estado de salud de su empresa? mejorará; seguirá igual; empeorará.



Ontinyent (Valencia), 1 de junio de 2005

Muy señor/a nuestro/a

La Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana – **ATEVAL** – está colaborando con la Universidad de Valencia en la realización de un trabajo sobre la realidad socioeconómica y empresarial de la industria textil, y en particular analizando con mayor profundidad a la industria textil valenciana que ocupa un lugar destacado por su importancia sobre la totalidad del textil español.

Los profesores José Pla y Francisco Puig, del Departamento de Dirección de Empresas “*Juan J. Renau Piqueras*”, están investigando los efectos que sobre la gestión de las empresas textiles puede tener la localización de las mismas.

Esta iniciativa, al igual que todas que precisan datos primarios con los que poder trabajar, requiere de su empresa la respuesta al cuestionario adjunto. Indudablemente, todos los datos que se obtengan serán tratados con la **máxima confidencialidad**, no siendo publicados de manera individual, ni utilizados para otro fin que no sea el de la realización de la mencionada investigación. Además, el intercambio de información será **recíproco**, ya que los resultados del estudio se enviarán a las empresas colaboradoras que lo deseen.

Entendemos que estas acciones son valiosas para el sector, por lo que le animo a dedicar parte de su tiempo en contestar las preguntas del importante cuestionario que se acompañan en este escrito, confeccionado para un adecuado análisis del sector textil-hogar español, rogándole que lo remita vía fax al 96 382 83 33 o por correo postal utilizando el sobre ya franqueado en destino.

Agradeciendo su tan valiosa colaboración, reciba un cordial saludo,

Javier Aparicio
Presidente ATEVAL



Ontinyent (Valencia), 1 de junio de 2005

Muy señor/a nuestro/a

La Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana – **ATEVAL** – y el Comité Nacional de Promoción Exterior de los Textiles para el Hogar “**Home Textiles from Spain**” están colaborando con la Universidad de Valencia en la realización de un trabajo sobre la realidad socioeconómica y empresarial de la industria textil, y en particular analizando con mayor profundidad al sector TEXTIL-HOGAR, que ocupa un lugar destacado por su importancia sobre la totalidad del textil español.

Los profesores José Pla y Francisco Puig, del Departamento de Dirección de Empresas “*Juan J. Renau Piqueras*”, están investigando los efectos que sobre la gestión de las empresas textiles puede tener la localización de las mismas.

Esta iniciativa, al igual que todas que precisan datos primarios con los que poder trabajar, requiere de su empresa la respuesta al cuestionario adjunto. Indudablemente, todos los datos que se obtengan serán tratados con la **máxima confidencialidad**, no siendo publicados de manera individual, ni utilizados para otro fin que no sea el de la realización de la mencionada investigación. Además, el intercambio de información será **recíproco**, ya que los resultados del estudio se enviarán a las empresas colaboradoras que lo deseen.

Entendemos que estas acciones son valiosas para el sector, por lo que le animo a dedicar parte de su tiempo en contestar las preguntas del importante cuestionario, que se acompañan en este escrito, confeccionado para un adecuado análisis del sector textil-hogar español, rogándole que lo remita vía fax al 96 382 83 33 o por correo postal utilizando el sobre ya franqueado en destino.

Agradeciendo su tan valiosa colaboración, reciba un cordial saludo,

Javier Aparicio
Presidente ATEVAL

José Ramón Revert
Presidente Home Textiles From Spain

Anexo II: Cuadros estadísticos.

Tabla A.2.1: Criterio y número de factores de la rotación en el bloque entorno.

Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
Total	% de la varianza	% acumulado
2,905	18,157	18,157
1,822	11,387	29,544
1,340	8,377	37,921
1,242	7,764	45,686
1,159	7,243	52,929

Fuente: base de datos propia.

Tabla A.2.2: Matriz estructura del bloque entorno.

	Componente				
	1	2	3	4	5
La dependencia que existe de los proveedores extranjeros de maquinaria	0,378	-0,283	-0,426	-0,361	0,226
La ampliación de la Unión Europea	0,124	-0,058	0,083	0,744	0,087
El hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes	0,132	-0,652	0,036	0,379	0,220
Los importadores de producto acabado	0,243	-0,750	0,189	-0,051	0,179
La apreciación del euro sobre el dólar	-0,089	-0,166	0,671	0,114	0,168
La creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, Pakistán, India, etc.	-0,011	-0,769	0,101	-0,114	0,094
Los cambios en los hábitos de consumo del producto textil	0,206	-0,215	0,566	-0,355	0,129
La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor	0,536	-0,017	0,606	0,072	-0,017
El continuo aumento en el precio del petróleo	0,454	0,138	-0,095	-0,332	0,314
El hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares	0,665	-0,110	0,042	-0,251	0,293
El poder de negociación de los fabricantes de fibras	0,322	0,379	0,112	-0,302	0,492
La poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil	0,334	-0,344	0,127	-0,040	0,501
La ausencia de una normalización internacional del etiquetaje	0,157	-0,051	-0,088	0,226	0,710
La progresiva desaparición de los minoristas tradicionales	0,006	-0,185	0,155	-0,091	0,663
La amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda	0,626	-0,013	-0,025	0,097	0,001
La centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores	0,607	-0,279	0,076	0,125	0,255

Fuente: base de datos propia.

Tabla A.2.3: Criterio y número de factores de la rotación en el bloque estrategias.

Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
Total	% de la varianza	% acumulado
3,583	27,560	27,560
1,497	11,519	39,079
1,147	8,821	47,900
1,091	8,396	56,296

Fuente: base de datos propia.

Tabla A.2.4: Matriz estructura del bloque estrategias.

	Componente			
	1	2	3	4
Incrementar el tamaño de mi empresa	-0,029	0,034	-0,020	0,851
Establecer alianzas estratégicas con mis competidores (cooperación)	0,292	0,316	0,340	0,658
Abandonar paulatinamente las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador	0,527	0,084	0,630	0,313
Conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o franquicias)	0,261	0,274	0,699	0,236
Multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inversión directa productiva en el exterior)	0,618	0,396	0,318	0,324
Diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)	0,282	0,687	0,213	0,188
Explotar nuevos mercados para la venta de mis productos (Sudasia, Latinoamérica o Europa del este)	0,126	0,756	0,055	0,154
Deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país	0,763	0,269	0,168	0,100
Especializarme en algún nicho de mercado	-0,014	0,490	0,629	0,122
Incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto	-0,122	0,542	0,341	0,441
Dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil	0,774	-0,045	0,207	0,023
Establecer acuerdos de subcontratación internacional	0,479	0,425	0,305	0,454
Reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno o en unos pocos de ellos	0,172	-0,076	0,671	0,039

Fuente: base de datos propia.

Tabla A.2.5: Estadísticos descriptivos en función de la localización.

	Empresas fuera distrito			Empresas distrito A-O		
	Media	N	D.T.	Media	N	D.T.
La dependencia que existe de los proveedores extranjeros de maquinaria	2,85	81	0,42	2,83	108	0,50
La ampliación de la Unión Europea	3,06	81	0,87	3,05	109	0,92
El hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes	1,67	79	0,92	1,75	109	0,88
Los importadores de producto acabado	1,60	81	0,79	1,56	109	0,70
La apreciación del euro sobre el dólar	1,90	81	0,90	1,80	107	0,89
La creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, etc.	1,38	81	0,58	1,30	109	0,54
Los cambios en los hábitos de consumo del producto textil	2,40	80	0,92	2,34	108	0,84
La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor	3,05	74	0,92	3,02	104	0,90
El continuo aumento en el precio del petróleo	1,84	81	0,70	1,92	108	0,74
El hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares	2,53	81	0,74	2,52	107	0,66
El poder de negociación de los fabricantes de fibras	2,58	79	0,78	2,64	107	0,65
La poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil	1,44	80	0,69	1,44	109	0,62
La ausencia de una normalización internacional del etiquetaje	2,36	80	0,78	2,35	107	0,73
La progresiva desaparición de los minoristas tradicionales	1,91	81	0,73	2,10	109	0,72
La amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda	3,24	80	1,14	3,15	103	1,12
La centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores	2,41	80	0,84	2,42	107	0,75
En la flexibilidad técnico/productiva de mi empresa	3,50	88	0,96	3,38	110	0,74
En el resultado de mi actividad innovadora (diseño, empaquetado, fiabilidad, etc.)	3,23	88	0,75	3,27	108	0,73
En la dimensión de mi empresa	3,13	88	0,92	3,14	111	0,92
En la localización geográfica de mi empresa	2,95	88	0,82	3,16	111	0,75
En el modelo descentralizado que tengo para la toma de decisiones	3,17	87	0,67	3,30	108	0,66
En la flexibilidad de mi plantilla	3,09	87	1,04	3,03	112	0,91
En el nivel de cualificación de mis trabajadores	3,08	87	0,77	3,12	112	0,78
En la reputación e imagen de marca que tengo	3,56	88	0,95	3,19	111	0,81
En el precio de mis productos	2,98	88	0,86	3,14	111	0,62
En la renovación que realizo del muestrario y del diseño	3,28	86	0,99	3,42	108	0,73
En el establecimiento y consecución de un plan estratégico	3,01	87	0,84	3,06	110	0,69
En la capacidad que poseo de adaptación a los requerimientos del cliente	3,78	88	0,89	3,75	112	0,70
En la experiencia técnica que tengo del sector	3,85	88	0,78	3,67	112	0,73
En la presencia de mis productos en los mercados internacionales	2,67	84	1,11	2,90	108	0,87
En el desarrollo que he alcanzado con la estrategia de cooperación	2,56	82	0,93	2,74	106	0,83
Incrementar el tamaño de mi empresa	1,94	87	1,14	1,75	111	1,10
Establecer alianzas estratégicas con mis competidores (cooperación)	2,34	85	1,22	2,47	111	1,20
Abandonar paulat. las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador	2,64	88	1,30	2,32	111	1,24
Conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o franquicias)	2,70	87	1,46	2,39	109	1,35
Multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inv. dir. productiva en el ext)	2,25	87	1,14	2,05	107	1,15
Diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)	2,83	87	1,16	2,81	110	1,24
Explotar nuevos mercados para la venta de mis prod. (Sudasia, Latinoam. o E.del este)	3,11	87	1,32	3,21	108	1,23
Deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país	1,52	84	0,99	1,51	109	0,87
Especializarme en algún nicho de mercado	3,27	86	1,14	2,85	109	1,27
Incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto	3,19	86	0,99	2,99	109	1,27
Dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil	1,94	85	1,32	2,31	110	1,43
Establecer acuerdos de subcontratación internacional	2,31	84	1,14	2,21	108	1,14
Reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno/os pocos de ellos	1,57	88	0,88	1,48	110	0,89
Potenciar el asociacionismo empresarial (la pertenencia a instituciones o asociaciones)	3,19	86	1,28	2,91	110	1,27
Aumentar las ayudas económicas para la reducción de plantillas	3,45	85	1,47	3,47	112	1,45
La protección internacional de la marca y el diseño	4,07	87	1,09	3,95	110	1,22
Dotar de más ayudas tendentes a mejorar el acceso a los mercados exteriores	4,06	88	1,11	4,07	109	1,05
Buscar la igualdad internacional en las reglas del juego de la competencia	4,53	87	0,94	4,64	111	0,83
Mejorar la imagen país que en el ext. tienen del textil nac. a través de una marca de calidad	4,10	88	1,06	3,92	110	1,14
Establecer subvenciones fiscales que faciliten las adquisiciones y fusiones	3,38	86	1,31	3,42	109	1,28
Mayor apoyo financiero para la diversificación hacia nuevos productos textiles	3,86	87	1,09	4,02	110	1,03
Ayudas económicas para la cooperación empresarial con otros sectores relacionados	3,28	86	1,25	3,36	110	1,21
Imponer trabas arancelarias que limiten importaciones de productos textiles de no UE	4,18	88	1,26	4,38	112	1,13
Aumentar las ayudas para la formación, cualificación y reciclaje de los empleados	3,93	86	1,07	3,59	112	1,13
Puntuación media del bloque entorno	2,26	82	0,32	2,25	109	0,30
Puntuación media del bloque interno	3,19	88	0,44	3,21	112	0,40
Puntuación media del bloque estrategias	2,43	88	0,57	2,34	112	0,64
Puntuación media del bloque políticas	3,82	88	0,63	3,79	112	0,70

Tabla A.2.6: Estadísticos descriptivos en función del subsector.

	Resto de subsectores			Manufact. del Hogar		
	Media	N	D.T.	Med.	N	D.T.
La dependencia que existe de los proveedores extranjeros de maquinaria	2,86	105	0,47	2,82	83	0,47
La ampliación de la Unión Europea	2,99	105	0,91	3,13	84	0,88
El hecho de que compren directamente los grandes distribuidores en los países emergentes	1,65	104	0,77	1,80	83	1,03
Los importadores de producto acabado	1,49	106	0,69	1,69	83	0,78
La apreciación del euro sobre el dólar	1,99	105	0,88	1,66	82	0,89
La creciente competencia internacional cuyo origen suele estar localizado en China, etc.	1,38	106	0,59	1,29	83	0,51
Los cambios en los hábitos de consumo del producto textil	2,44	104	0,92	2,27	83	0,81
La existencia próxima de empresas de todas las fases de la cadena de valor	2,96	100	0,86	3,12	77	0,96
El continuo aumento en el precio del petróleo	1,86	106	0,75	1,91	82	0,69
El hecho de que la mayoría de las empresas utilicen estrategias competitivas muy similares	2,55	105	0,68	2,49	82	0,72
El poder de negociación de los fabricantes de fibras	2,56	102	0,74	2,69	83	0,66
La poca sensibilidad política mostrada hasta ahora al problema textil	1,38	105	0,64	1,51	83	0,65
La ausencia de una normalización internacional del etiquetaje	2,31	104	0,85	2,40	82	0,61
La progresiva desaparición de los minoristas tradicionales	2,01	106	0,72	2,02	83	0,73
La amenaza de activación por parte de la Unión Europea de las cláusulas de salvaguarda	3,13	101	1,23	3,25	81	0,98
La centralización de la función de compras que han realizado muchos distribuidores	2,43	104	0,73	2,39	82	0,86
En la flexibilidad técnico/productiva de mi empresa	3,41	107	0,85	3,47	89	0,85
En el resultado de mi actividad innovadora (diseño, empaquetado, fiabilidad, etc.)	3,18	106	0,73	3,35	88	0,74
En la dimensión de mi empresa	3,12	108	0,97	3,15	89	0,86
En la localización geográfica de mi empresa	3,08	108	0,86	3,07	89	0,69
En el modelo descentralizado que tengo para la toma de decisiones	3,20	106	0,67	3,29	87	0,66
En la flexibilidad de mi plantilla	3,06	109	0,98	3,05	88	0,96
En el nivel de cualificación de mis trabajadores	3,02	108	0,75	3,21	89	0,79
En la reputación e imagen de marca que tengo	3,39	108	0,91	3,31	89	0,89
En el precio de mis productos	3,06	108	0,71	3,09	89	0,78
En la renovación que realizo del muestrario y del diseño	3,21	103	0,81	3,54	89	0,87
En el establecimiento y consecución de un plan estratégico	3,03	107	0,71	3,07	88	0,83
En la capacidad que poseo de adaptación a los requerimientos del cliente	3,72	109	0,76	3,82	89	0,83
En la experiencia técnica que tengo del sector	3,77	109	0,78	3,73	89	0,73
En la presencia de mis productos en los mercados internacionales	2,75	102	1,03	2,86	88	0,95
En el desarrollo que he alcanzado con la estrategia de cooperación	2,55	102	0,90	2,79	84	0,85
Incrementar el tamaño de mi empresa	1,91	106	1,17	1,73	90	1,05
Establecer alianzas estratégicas con mis competidores (cooperación)	2,47	104	1,28	2,36	90	1,11
Abandonar paulat. las actividades de producción y convertirme en distribuidor-importador	2,33	107	1,37	2,61	90	1,15
Conseguir un mayor control de la distribución (tiendas propias o franquicias)	2,36	105	1,39	2,74	89	1,40
Multilocalizar o reorganizar internacionalmente los recursos (inv. dir. productiva en el ext)	2,14	103	1,19	2,15	89	1,12
Diversificar hacia nuevos sectores (textiles técnicos)	2,84	106	1,27	2,79	89	1,10
Explotar nuevos mercados para la venta de mis prod. (Sudasia, Latinoam. o E.del este)	3,06	103	1,30	3,31	90	1,22
Deslocalizar mi empresa y trasladarme a otro país	1,51	103	0,94	1,53	88	0,91
Especializarme en algún nicho de mercado	3,04	106	1,21	3,02	87	1,27
Incrementar la gama de productos (textiles o no) que actualmente oferto	3,09	104	1,22	3,08	89	1,09
Dedicarme a otra actividad empresarial que no tenga nada que ver con el textil	2,21	104	1,45	2,08	89	1,32
Establecer acuerdos de subcontratación internacional	2,31	101	1,21	2,18	89	1,05
Reducir el número de mis clientes para así especializarme mejor en uno/os pocos de ellos	1,57	106	0,91	1,47	90	0,86
Potenciar el asociacionismo empresarial (la pertenencia a instituciones o asociaciones)	3,04	106	1,34	3,05	88	1,20
Aumentar las ayudas económicas para la reducción de plantillas	3,38	106	1,42	3,54	90	1,49
La protección internacional de la marca y el diseño	3,98	105	1,23	4,02	90	1,09
Dotar de más ayudas tendentes a mejorar el acceso a los mercados exteriores	4,02	106	1,14	4,11	89	1,00
Buscar la igualdad internacional en las reglas del juego de la competencia	4,64	106	0,84	4,56	90	0,89
Mejorar la imagen país que en el ext. tienen del textil nac. a través de una marca de calidad	3,91	107	1,20	4,16	89	0,93
Establecer subvenciones fiscales que faciliten las adquisiciones y fusiones	3,43	104	1,34	3,39	89	1,22
Mayor apoyo financiero para la diversificación hacia nuevos productos textiles	3,98	106	1,12	3,93	89	0,97
Ayudas económicas para la cooperación empresarial con otros sectores relacionados	3,27	104	1,31	3,41	90	1,13
Imponer trabas arancelarias que limiten importaciones de productos textiles de no UE	4,44	108	1,10	4,14	90	1,24
Aumentar las ayudas para la formación, cualificación y reciclaje de los empleados	3,73	106	1,18	3,76	90	1,03
Puntuación media del bloque entorno	2,24	106	0,30	2,27	84	0,32
Puntuación media del bloque interno	3,17	109	0,42	3,26	89	0,41
Puntuación media del bloque estrategias	2,38	108	0,68	2,39	90	0,53
Puntuación media del bloque políticas	3,80	108	0,69	3,82	90	0,65

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agresti A. (2002): *Categorical Data Analysis*, Ed. Wiley, New York.
- Aldrich, H. and Zimmer, Ch. (1985): “Entrepreneurship through social networks” en D. L. Sexton, and R. W. Smilor (Eds.): “*The art and science of entrepreneurship*”, Ballinger Publishing Co.
- Alier, L. (2001): “Federación Nacional de Acabadores, Estampadores y Tintoreros textiles”, *Fomento del Trabajo y Horizonte Empresarial*, núm. 2094, pp. 32-35.
- Alonso, J. A. y Donoso V. (2000): “Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española”, *Revista Económica del ICE*, núm. 788, pp. 35-58.
- Altenburg T. and Meyer-Stamer, J. (1999): “How to promote clusters: Policy experiences from Latin America,” *World Development*, vol. 27, núm. 9, pp. 1693-1713.
- Amighini, A. and Rabellotti, R. (2003): “The effects of globalization on Italian industrial districts: evidence from the footwear sector”, *Paper presented at the Conference in honour of Professor S. Brusco*, http://www.economia.unimo.it/convegni_seminari/CG_sept03/naviga.html.
- Amighini, A. and Rabellotti, R. (2006): “How do Italian footwear industrial districts face globalisation?”, *European Planning Studies*, vol. 14, núm. 4, pp. 485-502.
- Amin, A. y Robins, K. (1992): “Distritos industriales y desarrollo regional: límites y posibilidades” en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): “*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*”, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. I, Madrid.

- Andersen, O. (1993): "On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis", *Journal of International Business Studies*, Second Quarter, pp. 209-231.
- Andersson, P. (2002): "Connected internationalisation processes: the case of internationalising channel intermediaries", *International Business Review*, vol. 11, pp. 365-383.
- Aragón, C.; Aranguren, M. J.; Iturrioz, C. (2002): *El sector textil: análisis para una estrategia*, Universidad de Deusto, San Sebastián.
- Arauzo, J. M. y Viladecans, E. (2005): "El impacto regional de la renovación de la industria tradicional", *Economía Industrial*, núms. 355-356, pp. 133-144.
- Aspelund, A. and Moen, O. (2005): "Small International Firms: Typology, Performance and Implications", *Management International Review*, vol. 45, pp. 37-57.
- Bagella, M. (2000): "The District Advantage in Small-Medium Firm Internationalisation" in M. Bagella and L. Becchetti (Eds.): *The Competitive Advantage of Industrial Districts*, Physica-Verlag, New York.
- Bagella, M. and Becchetti, L. (eds.) (2000): "The Competitive Advantage of Industrial District", Physica-Verlag, New York.
- Bagella, M.; Becchetti, L. and Sacchi, S. (1998): "Aglomerazione geografica delle imprese e performance nell'export: un'analisi empirica su microdati per l'Italia", *Sviluppo locale*, vol. V, núm. 8, pp. 122-148.
- Barceló, M. (2003): *Catalunya, un país industrial*, Editorial Portic, Barcelona.
- Basevi, G. and Ottaviano, G. (2001): "The District and the Global Economy: Exporting versus Foreign Location", *CEPR Discussion Paper num. 2976*, <http://www.cepr.org/pubs/dps/DP2976.asp>.
- Beamish, P.W. (1990): "The Internationalisation Process for Smaller Ontario Firms: A Research Agenda", in A. M. Rugman (ed.): *Research for the Twenty-First Century: Canada's New Research Agenda*, JAI Press Inc., Greenwich.

- Becattini, G. (1979): "Dal settore, industriale al distretto, industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale", *Rivista di Economia e Politica Industriale*, núm 1, pp. 7-21.
- Becattini, G. (1987): *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Il Mulino, Bologna.
- Becattini, G. (1988): "Alcune considerazioni sul concetto di distretto industriale", *Papers de Seminari*, núm. 29-30, pp. 13-33.
- Becattini, G. (1992): "El distrito industrial marshalliano como concepto socio-económico", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): "Los distritos industriales y las pequeñas empresas", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. I, Madrid.
- Becattini, G. (2002): "Industrial Sectors and Industrial Districts: Tools for Industrial Analysis", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 483-493.
- Becattini, G. (2004): *Industrial Districts: a New Approach to Industrial Change*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Becchetti L.; de Panizza A. e Oropallo F. (2003): "Distretti Industriali: Identità e Performance", Seminario sobre "Internazionalizzazione dei Distretti Industriali", <http://www.ice.it/editoria/bollettino/studi/distretti.htm>.
- Becchetti, L. and Rossi, S. (2000a): "EU and Non EU Export Performance of Italian Firms. Is There and Industrial District Effect?" in M. Bagella and L. Becchetti (Eds.): "The Competitive Advantage of Industrial Districts", Physica-Verlag, New York.
- Becchetti, L. and Rossi, S. (2000b): "The Positive Effect of Industrial District on the Export Performance of Italian Firms", *Review of Industrial Organization*, vol. 16, pp. 53-68.
- Bellandi, M. (2002): "Italian Industrial District: An Industrial Economics Interpretation", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 425-437.
- Beneyto, P. J. y Guillén, P. (1997): Proyecto "Perayre": Nuevos perfiles profesionales en el sector textil de la Comunidad Valenciana, *FOREM*, Valencia.

- Bilkey, W. J. and Tesar, G. (1977): "The Export Behavior of Smaller Sized Wisconsin Manufacturing Firms", *Journal of International Business Studies*, vol. 8, pp. 93-98.
- Boix, R. y Galletto, V. (2005): "Sistemas locales de trabajo y distritos industriales Marshallianos en España", *Documents de Treball*, Departament d'Economia Aplicada, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Bonaccorsi, A. (1992): "On the relationship between firm size and export intensity", *Journal of International Studies*, vol. 23, núm. 4, pp. 605-635.
- Boyer, R. (1992): Les alternatives au fordisme: des années 1980 au XXI siècle, en G. Benko et A. Lipietz (Dir.): "*Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*", Presses Universitaires de France, Paris.
- Bramanti, A. and Senn, L. (1993): "Entrepreneurs, Firm "Milieu": Three different specifications of Networking activities", in D. Maillant, M. Quevit, M. and L. Senn (Eds.), "*Reseaux d'innovation y milieux innovateurs: un pari pour le developpement régional*", GREMI-EDES, Neuchâtel.
- Brasili, C. e Ricci E. (2001): "I sistema di produzione locale dell'industria alimentare: un'analisi economica, strutturale e dell'efficienza delle imprese", *Sviluppo locale*, vol VIII, núm. 18, pp. 86-117.
- Brenner, T. (2000): Industrial Districts: "A Tipology from an Evolutionary Perspective", *DRUID Summer Conference*.
- Brenner, T. (2003): "An Identification of Local Industrial Clusters in Germany", *Papers on Economics & Evolution*, Max Planck Institute, <http://www.mpiew-jena.mpg.de/english/staff/WP0304.pdf>.
- Britto, J. (2001): "Industrial Competitiveness and Inter-firm Cooperation: an Analysis of Stylised Models of Inter-firm Networks", *Working Paper*, Fluminense Federal University, Río de Janeiro.
- Brusco, S. (1992): "El concepto de distrito industrial: su génesis"; en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): "*Los distritos industriales*

- y las pequeñas empresas”, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. I, Madrid.
- Bueno, E. (1996): *Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos*, Pirámide, Madrid.
- Buxey, G. (2005): “Globalisation and manufacturing strategy in the TCF industry”, *Internacional Journal of Operations & Production Management*, vol. 25, núm. 2, pp. 100-113.
- Cabrer, B.; Sancho, A. y Serrano, G. (2001): *Microeconomía y decisión*, Ed. Pirámide, Barcelona.
- Cainelli, L. and De Liso, N. (2004): “Can a Marshallian industrial district be innovative? The case of Italy”, in G. Cainelli and R. Zoboni (Eds.): *“The Evolution of Industrial Districts”*, Physica-Verlag, New York.
- Callejón, M. y Costa M. T. (1995): “Economías externas y localización de las actividades industriales”, *Economía Industrial*, núm. 305, pp. 75-86.
- Callejón, M. y Costa M. T. (1996): “Geografía de la producción. Incidencia de las externalidades en la localización de las actividades en España”, *Información Comercial Española*, núm. 754, pp. 39-49.
- Camisón, C. (1994): “Dirección de empresas en entornos globales y abiertos: hacia la estrategia de alianzas”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 2, núm. 3, pp. 9-37.
- Camisón, C. (2001a): “La investigación sobre la PYME y su competitividad. Balance del estado de la cuestión desde las perspectivas narrativa y meta-analítica”, *Papeles de Economía Española*, núms. 89-90, pp. 43-86.
- Camisón, C. (2001b): *La competitividad de la empresa industrial de la Comunidad Valenciana: Análisis del efecto del atractivo del entorno, los distritos industriales y las estrategias empresariales*, Tirant Lo Blanch, Valencia.
- Camisón, C. y Guía, J. (2001): “Integración vertical, cooperación interempresarial y resultados: el efecto contingente de la coordinación implícita en un distrito industrial”, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 8, pp. 51-76.

- Campa, J. M. y Guillén, M. F. (1996): “Evolución y determinantes de la inversión en el extranjero por empresas españolas”, *Papeles de Economía Española*, núm. 66, pp. 235-247.
- Canals, J. (1994): *La internacionalización de la empresa*, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Canals, J. (2003): “El sector textil-confección español: situación actual y perspectivas” *Boletín ICE Económico*, núm. 2768, pp. 3-8.
- Canals, J. y Trigo, J. (2001): “La industria textil en el contexto europeo”, *Horizonte Empresarial*, núm. 2094, pp. 6-10.
- Capecchi, V. (1992): “Un caso de especialización flexible: los distritos industriales de la Emilia-Romagna” en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): “*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*”, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. I, Madrid.
- Capello, R. (1996): “Industrial Enterprises and Economic Space: the Network Paradigm”, *European Planning Studies*, vol. 4. núm. 4, pp. 485-498.
- Carbonara, N. (2002): “New models of inter-firm networks within industrial district”, *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 14, pp. 229-246.
- Casavola, P.; Pellegrini, G. e Romagnano, E. (2000): “Imprese e mercato del lavoro nei distretti industriali”, in L.F. Signorini (a cura di): “*Lo sviluppo locale: Un’indagine della Banca d’Italia sui distretti industriali*” Ed. Meridiana Libri, Roma.
- Casson, M. (1998): “Entrepreneurial networks: a theoretical perspective”, in M. Moss and A. Slaven (Eds), *Entrepreneurial networks and business culture*, Fundación Fomento de la Historia Económica, Sevilla.
- Castillo, J. J. (1995): “Distritos y detritos industriales. La nueva organización productiva en España”, *Revista Internacional de Sociología*, núm. 10, pp. 29-58.
- Cavusgil, S. T. (1980): “On the Internationalization Process of Firms”, *European Research*, vol. 8, núm. 9, pp. 273-281.
- CCOO (Comisiones Obreras) (1994): *El sector textil-confección valenciano en el mercado único europeo*, Separates Sindicals, Secretaria

- d'informació, premsa i publicacions de Comissions Obreres del País Valencià.
- Cenestap (2004): “Mercados mundiais para Texteis Técnicos: Previsões para 2010”, <http://www.portugaltexil.com/PresentationLayer/pdf>.
- Cerejeira, J. C. (2002): Identification of the Portuguese industrial districts, *Working Paper Series*, núm.17, Núcleo de Investigação em Microeconomia Aplicada (NIMA), Universidade do Minho.
- CEUC (Conselleria d'Empresas, Universitat i Ciència) (2006): “Plan de competitividad del sector textil” <https://www.impiva.es/planescompetitividadsectorial/recursos/plan%20de%20competitividad%20textil.pdf>.
- Chetty, S. and Blankenbourg Holm, D. (2000a): “The Role of Business Networks in the Internationalisation of Manufacturing Firms: A Longitudinal Case Study”, In: R. B. MacNaughton (ed.), *Developments in Australian Marketing*, JAI Press Inc., Stamford, Connecticut.
- Chetty, S. and Blankenbourg Holm, D. (2000b): “Internationalisation of small to medium-size manufacturing firms: a network approach”, *International Business Review*, vol. 9, pp. 77-93.
- Chevassus-Lozza, E. and Galliano, D. (2003): “Local Spillovers, Firm Organization and Export Behavior: Evidence from the French Food Industry”, *Regional Studies*, vol. 37, núm. 2, pp. 147-158.
- Chiarvesio, M.; Di Maria, E. e Micelli, S. (2003): “Processi di internazionalizzazione e strategie delle imprese distrettuali tra delocalizzazione e innovazione” *Conf. Istituto Naz. per il Commercio Esteso*, <http://www.ice.gov.it/editoria/bollettino/studi/Chiarvesio.pdf>.
- Christoffersen, S. (2002): The textile industry: does R&D deliver succes?, *Critical Review*, vol. 12, núm. 2, pp. 77-95.
- CITYC (Centro de Información Textil y de la Confección) (2006): “Evolución del sector textil-confección”, *Centro de Información Textil y de la Confección*, Barcelona.
- Claver, E.; Molina, J. F.; Quer, D. y Tarí, J. J. (2005): “Influencia de la definición industrial sobre la importancia relativa de los efectos

- empresa e industria”, *Revista Europea de Dirección y economía de la Empresa*, vol. 14, núm. 1, pp. 45-60.
- Claver, E.; Molina, J. F y Quer, D. (2000): “Incidencia comparada del efecto empresa y el efecto sector en la rentabilidad económica”, *Economía Industrial*, núm. 334, pp. 143-152.
- Cluster Competitividad (1999): *Iniciativa de refuerzo de la competitividad. El Cluster del Textil Hogar en las comarcas de L’Alcoià, El Comtat y la Vall d’Albaida*, Generalitat Valenciana, Valencia.
- CMT (Consultancy Marketing Textile) (2003): “Practical guide textile-clothing industry2004/Spain”,
http://www.esade.es/pfw_files/cma/GUIAME/home/guiatextilcmt.pdf.
- Comisión Europea (Dirección General de Empresa) (2003): “El futuro de la industria textil y de la confección en la Unión Europea ampliada”,
http://europa.eu.int/comm/enterprise/textile/documents/conf_tc_200303_conclusions_es.pdf.
- Costa, M. T. (1988): “Descentramiento productivo y difusión industrial. El modelo de especialización flexible”, *Papeles de Economía Española*, núm. 35, pp. 251-276.
- Costa, M. T. (1993): *EXCEL. Cooperación entre empresas y Sistemas Productivos Locales*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, IMPI, Madrid.
- Costa, M. T. and Viladecans, E. (1999): “The District Effect and the Competitiveness of Manufacturing Companies in Local Productive System”, *Urban Studies*, vol. 36, núm. 12, pp. 2085-2098.
- Costa, M. T. y Viladecans, E. (2002): “Economías externas, competitividad y sistemas productivos locales: evidencia empírica e implicaciones para el diseño de políticas industriales y de desarrollo local”, en G. Becattini, M. T. Costa y J. Trullén (dirs): “*Desarrollo local: Teoría y estrategia*”, Ed. Civitas, Madrid.
- Costa, M. T.; Duch, N. y Lladós, J. (2000): “Determinantes de la innovación y efectos sobre la competitividad: el caso de las empresas textiles”, *Revista Asturiana de Economía*, núm. 20, pp. 53-80.

- Courlet C. et Pecqueur B. (1994): “Les systèmes industriels localisés en France: un nouveau modèle de développement”, en G. Benko et A. Lipietz (Dir.): “*Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*”, Presses Universitaires de France, Paris.
- Coviello, N. E. and McAuley, A. (1999): “Internationalisation and the Smaller Firm: A Review of Contemporary Empirical Research”, *Management International Review*, vol. 39, núm. 3, pp. 223-256.
- Crestanello, P. and Dalla Libera, P. E. (2003): “International delocalisation of production: the case of the fashion industry of Vicenza”, *Paper presented at the Conference in honour of Professor S. Brusco*, http://www.economia.unimo.it/convegni_seminari/CG_sept03/naviga.html.
- CSC (Consejo Superior de Cámaras) (2006): “Ampliación europea, multilocalización productiva y competitividad: reflexiones para la industria subcontratista española”, http://subcont.camaras.org/documentos/estudio/Estudio_Multilocalización.pdf.
- Curran, J.; Jarvis, R.; Blackburn, R. A. and Black, S. (1993): “Networks and Small Firms: Constructs, Methodological Strategies and Some findings”, *International Small Business Journal*, vol. 11, núm. 2, pp. 13-25.
- Das, K. (1998): “Collective efficiency and firm strategy: study of an Indian industrial cluster” *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 10, núm. 1, pp. 33-49.
- Dei Ottati, G. (1988): “El mercado comunitario”; *Papers de Seminari*, núm. 29-30, pp. 180-218.
- Dei Ottati, G. (1994): “The Industrial District as a System and the Balance between Cooperation and Competition”, *European Planning Studies*, vol. 2, núm. 4, pp. 463-483.
- Dei Ottati, G. (2002): “Social Concertation and Local Development: The Case of Industrial District”, *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 449-466.

- Detrell, J. (1998): “El sector de tèxtils d’ús tècnic”, *Debats Tecnològics*, núm. 7, pp. 28-42.
- DG. Trade EC. (2003a): “Summary of Studies and Reports on the Impact of Textiles Quota Elimination”, <http://trade-info.cec.eu.int/textiles/documents/100.doc>.
- DG. Trade EC. (2003b): “EU’s Textile and Clothing Trade”, http://trade-info.cec.eu.int/textiles/conf_docs.cfm.
- DG. Trade EC. (2003c): “Evolution of Trade in Textile and Clothing Trade world-wide-trade. Figures and Structural Data”, <http://trade-info.cec.eu.int/textiles/documents/102.doc>.
- Dunning, J. H. (1981): *International Production and the Multinational Enterprise*, Allen & Urwin, London.
- Dunning, J. H. (1988): *Explaining International Production*, Ed. Unwin Hyman, London.
- Dunning, J. H. (1992): *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, New York.
- Ebers, M. and Jarillo, J. C. (1998): “The Construction, Forms, and Consequences of Industry Networks”, *International Studies of Management & Organization*, vol. 27, núm. 4, pp. 3-21.
- Elo, M. (2004): “SME Internationalisation Process from a Network Perspective: A Theoretical Review”, 30th *EIBA Conference*.
- Enright, M. J. (1998): “Regional Clusters and Firm Strategy”, in A. D. Chadler, Jr.; P. Hagström y Ö. Sölvell (Eds.): *The Dynamic Firm. The Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*, Oxford University Press, New York.
- Euratex (2005): “Annual Report. Activities of the year 2004”, http://www.euratex.org/download/publications/others/euratex_annual_report_2004.pdf.
- Euratex (2006): “Newsletter”, March 2006, <http://www.euratex.org/content/newsletter/ftc-en-newsletter-march-2006.pdf.html>.
- Eusebio, R. y Llonch, J. (2006): “Los determinantes de la intensidad exportadora: un análisis comparativo entre empresas españolas e

- italianas del sector textil-confección”, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 26, pp. 95-122.
- Eusebio, R. y Rialp, A. (2002): “Innovación tecnológica y resultado exportador: un análisis empírico aplicado al sector textil-confección español”, *Document de treball núm. 2002/4*, Universitat Autònoma de Barcelona, <http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/documents/02-4.pdf>.
- Fabiani, S.; Pellegrini, G.; Romagnano, E. e Signorini, L. F. (1998): “L’efficienza delle imprese nei distretti industriali italiani”, *Svilupo locale*, vol. V, núm. 9, pp. 42-73.
- Fabregat, V. (1998): “El sector textil i de confecció davant el repte del segle XXI”, *Debats Tecnològics*, núm 7, pp. 42-45.
- Fabregat, V. (2003): “La internacionalización del sector textil-confección”, *Boletín ICE Económico*, núm. 2768, pp. 41-46.
- FCEE (Foro Caixanova de Estrategias Empresariales) (2004): “*Síntesis del diagnóstico estratégico de la cadena de textil-confección-moda*”, Instituto de Desarrollo Caixanova, A Coruña.
- Fernández, E. (1996): *Innovación, tecnología y alianzas estratégicas: Factores clave de la competencia*, Cívitas, Madrid.
- Fernández, I.; Calderón, H. y Pla, J. (2004): “*La nueva economía global y su incidencia en los sectores tradicionales de la Comunidad Valenciana*”, Instituto de Economía Internacional, Universitat de València.
- Fernández, J. C. y Arranz, N. (1999): “Las redes de cooperación empresarial: ¿una organización para el próximo milenio?”, *Dirección y Organización*, núm. 21, pp. 12-19.
- Fernández, V. (1996): “Determinantes de la localización de las empresas industriales en España: nuevos resultados”, *Economía Industrial*, núm. 308, pp. 149-161.
- Fernández, Z. (1993): “La organización interna como ventaja competitiva para la empresa”, *Papeles de Economía Española*, núm. 56, pp. 178-193.
- Fernández, Z. (1994): “La banca universal: un futuro en entredicho”, *Papeles de Economía Española*, núm. 58, pp. 262-275.

- Fernández, Z. and Nieto, M. J. (2003): “Internationalization and Medium-Sized Family Businesses: Some Influential Factors”, *Sixth McGill International Entrepreneurship Conference*, <http://www.business.ulster.ac.uk/research/intlbusiness/ConfCD.doc>.
- Fernández, Z. y Nieto, M. J. (2001): “Estrategias y estructuras de las PYME. ¿Puede ser el (pequeño) tamaño una ventaja competitiva?”, *Papeles de Economía Española*, núms. 89-90, pp. 256-271.
- Fernhaber, S. E.; Anitra, B. and McDougall, P. P. (2003): “The impact of Geographic Location on the Internationalization of New Ventures”, *The BRIGDE Annual Entrepreneurship Workshop*, http://www.spea.indiana.edu/ids/bridge/2003Papers/ZMon_McDougal1.pdf.
- Ferrán, M. (2001): *SPSS para Windows. Análisis estadístico*, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Fiegenbaum, A. and Karnani, A. (1991): “Output Flexibility: A Competitive Advantage for Small Firms”, *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp. 101-114.
- Fletcher, R. (2001): “A holistic approach to internationalisation”, *International Business Review*, vol. 10, núm. 1; pp. 25-49.
- Fombrun, C. J. (1982): “Strategies for network research in organizations”, *Academy of Management Review*, vol. 7, núm. 2, pp. 280-291.
- Freixa, L. y Perales, M. J. (1979): *Industria textil. Estudio tecnológico y análisis de riesgos*, Servicio Social de Higiene y Seguridad en el Trabajo, Madrid.
- Galán, J. I.; Galende, J. y González, J. (2000): “Factores Determinantes del proceso de internacionalización”, *Economía Industrial*, núm. 333, pp. 33-48.
- García, E. (1993): “La cooperación empresarial: una revisión de la literatura”, *Información Comercial Española*, núm. 714, pp. 87-94.
- García, E. (1996): “El estudio de las alianzas y relaciones interorganizativas en la dirección de empresas: tendencias actuales”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 5, núm. 3, pp. 109-132.
- García, R. (2000): *Marketing Internacional*, Editorial ESIC, Madrid.

- GEM (Société d'Etude pour le Marketing, l'Engineering et al Gestión) (1994): "Análisis del sector textil", <http://www.mercosur-comisec.gub.uy/INDEX-Comisec/Comisec/EstSectoriales/htm>.
- Ghosal, S. and Bartlett, C. A. (1990): "The Multinational Corporation as an Interorganizational Network", *Academy of Management Review*, vol. 15, núm. 4, pp. 603-625.
- Giner, J. M. and Santa María, M. J. (2002): "Territorial systems of small firms in Spain: an analysis of productive and organizational characteristics in industrial districts", *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 14, pp. 211-228.
- Giuli, M. (1997): "The Competitiveness of the European Textile Industry", *Research Papers in International Business*, núm. 2-97, Centre for International Business Studies, South Bank University, London.
- Goglio, S. (2002): "Introduction: The Industrial District as a Proving Ground", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 421-424.
- Golf, E.; Molina, M. J.; Pla, J. y Puig, F. (2005): *Plan Estratégico Textil de las Comarcas Centrales Valencianas*, Proselección, Ontinyent, Valencia.
- González, E. (2000): "Efecto industria, efecto grupo y efecto empresa", *X Congreso Nacional de ACEDE*.
- González, J. (2001): *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- Gordon, I. and McCann, P. (2000): "Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks?", *Urban Studies*, vol. 37, núm. 3, pp. 513-532.
- Graell, G. (2003): "Nuevas oportunidades: los Textiles Técnicos", *Boletín ICE Económico*, núm. 2768, pp. 85-91.
- Grandinetti, R. and Passon, M. (2004): "La situazione e le prospettive del distretto della sedia", Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura, http://www.promosedia.it/pdf/distretto_sedia.pdf.
- Grandinetti, R.; Nassimbeni, G. and Sartor, M. (2004): "The manufacturing internationalization of the Italian chair district", *Proceedings*, 20th EGOS Conference.

- Grandori, A. and Soda, G. (1995): "Inter-firm networks: Antecedents, mechanisms and forms", *Organization Studies*, vol. 16, núm. 2, pp. 183-214.
- Granovetter, M. S. (1985): "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481-510.
- Greene, W. H. (1999): *Análisis econométrico*, Ed. Prentice Hall, Madrid.
- Guerrieri, P. and Pietrobelli, C. (2000): "Models of Industrial Districts, Evolution and Changes in Technological Règimes", *DRUID Summer Conference*.
- Gujarati, D. N. (1997): *Econometría*, Ed. Mc Graw Hill, Colombia.
- Gulati, R. and Gargiulo, M. (1999): "Where Do Interorganizational Networks Come From?", *American Journal of Sociology*, vol. 104, núm. 5, pp. 1439-1493.
- Gulati, R.; Nohria, N. and Zaheer, A. (2000): "Strategic Networks", *Strategic Management Journal*, vol. 21, pp. 203-215.
- Gullstrand, J. (2005). "Industry Dynamics in the Swedish Textile and Wearing Apparel Sector", *Review of Industrial Organization*, vol. 26, pp. 349-370.
- Hadley, R. H. and Wilson, H. I. M. (2003): "The network model of internationalisation and experiential knowledge", *International Business Review*, vol. 12, pp. 697-717.
- Hair, J. F.; Anderson, R. E. Tatham, R. L. y Black, W. C. (2000): *Análisis Multivariante*, Ed. Prentice Hall, Madrid.
- Hamat, X.; Guillermo, S.; Giner, M. D. y Trigo, J. (2001): "La empresa de pequeña dimensión en los subsectores textiles y de la confección", *Horizonte Empresarial*, núm. 2094, pp. 11-15.
- Harrison, B. (1994): "The Italian Industrial District and the Crisis of the Cooperative Form: Part I", *European Planning Studies*, vol. 2, núm. 1, pp. 3-17.
- Hernández, J M.; Fontrodona, J. y Pezzi, A. (2005): "Mapa dels sistemes productius locals industrials a Catalunya", *Papers d'Economia Industrial*, núm. 21, Generalitat de Catalunya.

- Hite, J. M. and Hesterly, W. S. (2001): "The Evolution of Firm Networks: From Emergence to Early Growth of the Firm", *Strategic Management Journal*, vol. 22, pp. 275-286.
- Human, S. E. and Provan, K. G. (1997): "An Emergent Theory of Structure and Outcomes in Small-firm Strategic Manufacturing Networks", *Academy of Management Journal*, vol. 40, núm. 2, pp. 368-403.
- ICEX (Instituto de Comercio Exterior) (2004): *Estadísticas españolas*, <http://www.icex.es>.
- IFM (Institut Français de la Mode) (2004): "Study on the Implications of the 2005 Trade Liberalisation in the Textile and Clothing Sector", http://europa.eu.int/comm/enterprise/textile/documents/ifm_finalreport_2005.pdf.
- INE (Instituto Nacional de Estadística) (2004): *Censos de Población y Vivienda 2001*, <http://www.ine.es/censo/es/inicio.jsp>.
- INE (Instituto Nacional de Estadística) (2005): *Directorio Central de Empresas: Demografía Industrial*, <http://www.ine.es>.
- INE (Instituto Nacional de Estadística) (2006): *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares*, <http://www.ine.es>.
- Inkpen, A. C. and Tsang, E. W. (2005): "Social Capital, Networks, and Knowledge Transfer", *Academy of Management Review*, vol. 30, núm. 1, pp. 146-165.
- ISTAT (1996): "Rapporto annuale. La situazione del Paese nel 1995", Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma.
- IVE (Instituto Valenciano de Estadística) (2001): "Estadística Industrial de la Comunidad Valenciana 1998", Generalitat Valenciana, Valencia.
- IVE (Instituto Valenciano de Estadística) (2002): "Estadística Industrial de la Comunidad Valenciana 1999", Generalitat Valenciana, Valencia.
- Jarillo, J. C. (1988): "On strategic networks", *Strategic Management Journal*, vol. 9, pp. 31-41.
- Jarillo, J. C. y Martínez, J. (1991): *Estrategia Internacional*, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Jensen, M. and Meckling, W. (1976): "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure", en L. Putterman

- (Ed.) (1994): *La Naturaleza Económica de la Empresa*, Alianza Editorial, Madrid.
- Jódar, P.; Coduras, A.; Jarque, S.; Mendoza, R. y Rodríguez, C. (1997): *El sector textil: una aproximación territorial*, A.C.T.E, Terrassa.
- Johanson, J. and Mattson, L. G. (1988): "Internationalisation in Industrial Systems. A Network Approach", in N. Hood and J. E. Vahlne (eds.): *Strategies in Global Competition*, Grom Helm, London, pp. 287-314.
- Johanson, J. and Vahlne, J. (1977): "The Internationalization Process of the Firm. A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments", *Journal of International Business Studies*, vol. 8, núm. 2, pp. 23-32.
- Johanson, J. and Vahlne, J. (1990): "The Mecanism of Internationalisation", *International Marketing Review*, núm 4, vol. 7, pp. 11-24.
- Johanson, J. and Vahlne, J.-E. (2003): "Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process", *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 1, pp. 83-101.
- Johanson, J. and Wiedersheim-Paul, F. (1975): "The internationalization of the firm: Four Swedish Cases Studies", *Journal of Management Studies*, núm. 3, vol. 12, pp. 305-322.
- Jones, C.; Hesterly, W. and Borgatti, S. (1997): "A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanisms", *Academy of Management Review*, vol. 22, núm. 4, pp. 911- 945.
- Jones, R. M. and Hayes, S. G. (2004): "The UK cloting industry: extinction or evolution?", *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol. 8, núm. 3, pp. 262-278.
- Jouhette, S. and Romans, F. (2005): "EU Labour Force Survey", *Statistics in focus*, núm. 9, <http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page>.
- Julien, P.-A. (1996): "Globalization: different types of small business behaviour", *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 8, pp. 57-74.
- Knoke, D. and Kuklinski, J. H. (1983): *Network Analisis*, Beverley Hills, Sage.

- Kogut, B. (2000): “The Network as Knowledge Generative Rules and the Emergence of Structure”, *Strategic Management Journal*, vol. 21, pp. 405-425.
- Krugman, P. R. y Obstfeld, M. (2001): *Economía Internacional. Teoría y Política*, Addison Wesley, Madrid.
- Laine, A. and Kock, S. (2000): “A Process Model of Internationalization-New Times Demands New Patterns”, *The 2000 IMP Conference*, http://www.bath.ac.uk/imp/pdf/112_LaineKock.pdf.
- Lainé, F. (2000): “Agglomérations spécialisées d’établissements et systèmes localisés de production” : une approche statistique», *Document de travail núm. H001*, INSEE, Paris.
- Langlois, R. N. and Robertson, P. L. (1995): *Firms, Markets and Economic Change. A Dynamic Theory of Business Institutions*, Routledge, New York.
- Lee, W.-Y. and Brash, J. (1978): “The Adoption of Export as an Innovative Strategy”, *Journal of International Business Studies*, vol. 9, núm. 1, pp. 85-94.
- Lleonart, P.; Garola, A. y Arús, J. M. (2003): *El impacto de la liberalización de los intercambios comerciales en el sector textil-confección español*, CITYC, Barcelona.
- López, E. (2003): “Las pruebas de significación: una polémica abierta”, *Bordón: Revista de orientación pedagógica*, vol. 55, núm. 2, pp. 241-252.
- Loveman, G. W. y Sengenberger, W. (1992): “Introducción: reorganización social y economía en el sector de la pequeña y mediana empresa” en W. Sengenberger, G. W. Loveman y M. J. Piore (Comps.): “*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*”, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. II, Madrid.
- Lye, A. and Hamilton, R. T. (2000): “Search and performance in international exchange”, *European Journal of Marketing*, vol. 34, núms 1/2, pp. 176-189.

- Maccarini, M. E.; Scabini, P. and Zucchella, A. (2003a): Internationalisation strategies in italian district-based firms: theoretical modeling and empirical evidence, *Paper presented at the Conference in honour of Professor S. Brusco*, http://www.economia.unimo.it/convegni_seminari/CG_sept03/naviga.html.
- Maccarini, M. E.; Scabini, P. and Zucchella, A. (2003b): “International Entrepreneurship and Location-Specific Factors: A Study On Born Global Firms”, *29th EIBA Conference*.
- Madsen, T. K. and Servais, P. (1997): “The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process?”, *International Business Review*, vol. 6, núm. 6, pp. 561-583.
- Majocchi, A. (2000): “Are industrial clusters going international? The case of Italian SMEs in Romania”, *Working Paper Univ. dell’Insubria*, núm 12, http://eco.uninsubria.it/dipeco/Quaderni/files/QF2000_12.pdf.
- Maluquer, S. (2003): “La industria textil-confección europea en el umbral del siglo XXI”, *Boletín Económico del ICE*, núm. 2768, pp. 35-40.
- Mankiw, N. G. (1990): “A Quick Refresher Course in Macroeconomics”, *Journal of Economic Literature*, vol. 28, pp. 1645-1666.
- Marchi, F. (2005): “The EU-25 Textile & Clothing Industry in the year 2004”, *General Assembly Euratex de juny 2005*, <http://www.euratex.org>.
- Mariotti, I. (2004): “Internationalisation: threat or opportunity for the survival of the Italian district model?”, *IWSG Working Papers núm. 9*, http://www.geo.unifrankfurt.de/WSG/forschung/iwsg/iwsg_pdf/iwsg_working_paper_9_2004.pdf.
- Markusen, A. (1996): “Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts”, *Economic Geography*, vol. 72, pp. 293-313.
- Marshall, A. (1890): *Principles of Economics*, traducción al español de la 8ª edición inglesa (1963), Editorial Aguilar, Madrid.
- Marshall, A. (1919): *Industry and Trade*, Macmillan, Londres.
- Martínez, C. (1998): “Causas de la internacionalización de las empresas: una revisión teórica”, *Boletín Económico del ICE*, núm. 2583, pp. 17-22.

- Martínez, M. T. (2001): *El modelo explicativo de la competitividad de la empresa en los distritos industriales: el efecto de los recursos compartidos*, Tesis Doctoral, Universitat Jaume I, Castellón.
- McCormick, D. (1999): “African enterprise clusters and industrialisation: Theory and reality”, *World Development*, vol. 27, núm. 9, pp. 1531-1551.
- McEvily, B. and Zaheer, A. (1999): “Bridging ties: A source of firm heterogeneity in competitive capabilities”, *Strategic Management Journal*, vol. 20, núm. 2, pp. 1133-1158.
- Méndez, R. y Caravaca, I. (1996): *Organización Industrial y Territorio*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Menguzzato, M. (1992): *La cooperación empresarial. Análisis de su proceso*, IMPIVA, Valencia.
- Menguzzato, M. y Renau, J. J. (1991): *La dirección estratégica de la empresa: un enfoque innovador del management*, Editorial Ariel, Barcelona.
- Miles, R. E. y Snow, C. C. (1992): “Causes of Failure in Network Organizations”, *California Management Review*, vol. 34, núm. 4, pp. 53-72.
- Ministerio de Economía (2003): “Series de la Síntesis de Indicadores Económicos”, <http://www.mineco.es/sgpc2/script/index01.asp>.
- Miquel, S.; Bigné, S.; Lévy, J.-P.; Cuenca, A. C. y Miquel, M. J. (1996): *Investigación de mercados*, Ed. McGraw Hill, Madrid.
- Mittelstaedt, J. D. and Ward, W. A. (2003): “Location, Firm Size and International Trade: Simultaneous Measurement of the Effects of Internal and External Scale Economies on Exporting”, *CUCIT Working Paper*, núm. 0030115, http://business.clemson.edu/cit/Documents/Locationfirm_size&internationaltrade%20working%20paper.pdf.
- Molina, F. X. (1997): *Sistemas productivos descentralizados: factor territorial y estrategias empresariales*, Tesis Doctoral, Universitat Jaume I, Castellón.

- Molina, F. X. (2001a): “European Industrial Districts: Influence of Geographic Concentration on Performance of the Firm”, *Journal of International Management*, núm. 7, pp. 1-18.
- Molina, F. X. (2001b): “Human Capital in the Industrial Districts”, *Human System Management*, vol. 20, núm. 4, pp. 319-332.
- Molina, F. X. (2002): “Industrial districts and innovation: the case of the Spanish ceramic tiles industry”, *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 14, pp. 317-335.
- Molina, F. X. y Bou, J. C. (2000): “Un análisis del desempeño empresarial en el distrito industrial a partir de la variedad estratégica”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 9, núm. 2, pp. 9-20.
- Molina, F. X. and Martínez, M. T. (2003): “The Impact of Industrial District Affiliation on Firm Value Creation”, *European Planning Studies*, vol. 11, núm. 3, pp. 155-170.
- Molina, F. X. and Martínez, M. T. (2004): “How much difference is there between industrial district firms? A net value creation approach”, *Research Studies*, vol. 33, pp. 473-486.
- Möller, K. and Svahn, S. (2003): “Managing strategic nets: A capability perspective”, *Marketing Theory*, vol. 3, núm. 2, pp. 201-226.
- Murray, J. Y.; Wildt, A. R. and Kotabe, M. (1995): “Global Sourcing Strategies of U.S. Subsidiaries of Foreign Multinationals”. *Management International Review*, vol. 35, núm. 4, pp. 307-324.
- Myro, R. y Fernández-Otheo, C. (2004): “La deslocalización de empresas en España: La atracción de la Europa central y oriental”, *Información Comercial Española*, núm. 818, pp. 185-204.
- Myro, R. y Gandoy, R. (2001): “Sector Industrial”, en J. L. García Delgado et al. (dirs): “*Lecciones de Economía Española*”, Editorial Civitas, Madrid.
- Navas, J. E. y Guerra, L. A. (1996): *La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*, Ed. Civitas, Madrid.

- Nordas, H. K. (2004): "The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing", WTO Working Paper, http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/discussionpapers5_e.pdf.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994): *Psychometric Theory*, Ed. McGraw Hill, New York.
- O'Donoghue, D. and Gleave, B. (2004): "A Note on Methods for Measuring Industrial Agglomeration", *Regional Studies*, vol. 34, pp. 419-427.
- OCDE (1992): *Structural change and industrial performance: a seven country growth decomposition study*, Paris.
- Ohlin, B. (1933): *Inter-regional and International Trade*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Oliver, A. L. (1998): "Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships", *Organization Studies*, Fall, 1-36.
- Oliver, C. (1990): "Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions", *Academy of Management Review*, vol. 15, núm. 2, pp. 241-265.
- Olson, H. C. and Wiedersheim-Paul, F. (1978): "Factors Affecting the Pre-export Behaviour of Non-exporting Firms", en J. Leontides (ed.): *European research in international business*, North Holland.
- Omiccioli, M. e Quintiliani, F. (2000): "Assetti imprenditoriali, organizzazione del lavoro e mobilità nei distretti industriali" in L.F. Signorini (a cura di): *Lo sviluppo locale: Un'indagine della Banca d'Italia sui distretti industriali*, Ed. Meridiana Libri, Roma.
- Overby, J. W. and Servais, P. (2005): "Small and medium-sized firms, import behavior: The case of Danish industrial purchasers", *Industrial Marketing Management*, vol. 34, pp. 71-83.
- Paniccia, I. (1998): "One, a Hundred, Thousands of Industrial Districts. Organizational Variety of Local Networks of Small and Medium-Sized Enterprises", *Organization Studies*, vol. 4, núm. 19, pp. 667-699.

- Paniccia, I. (1999): "The Performance of Industrial Districts. Some Insights from the Italian Case", *Human Systems Management*, vol 18, núm. 2, pp. 141-159.
- Pardo, M. R. (1988): "La industria textil y de la confección", *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, maig/desembre, pp. 219-233.
- Parr, J. B. (2002a): "Agglomeration economies: ambiguities and confusions", *Environment and Planning*, vol. 34, pp. 717-731.
- Parr, J. B. (2002b): "Missing Elements in the Analysis of Agglomeration Economies", *International Regional Science Review*, vol. 25, núm. 2, pp. 151-168.
- Pavitt, K. (1984): "Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory", *Research Policy*, vol. 6, núm. 13, pp. 343-373.
- Pérez, C. (2001): *Técnicas Estadísticas con SPSS*, Prentice Hall, Madrid.
- Perrow, C. (1992): "Small-Firm Networks", in N. Nohria and R. G. Eccles (eds.), *Networks and Organizations. Structure, Form and Action*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- Pietrobelli, C. (2000): "Competitiveness and its Socio-Economic Foundations: Empirical Evidence on the Italian Industrial Districts", in M. Bagella and L. Becchetti (Eds.): *The Competitive Advantage of Industrial Districts*, Physica-Verlag, New York.
- Pietrobelli, C. and Olarte, T. (2002): "Enterprise Clusters and Industrial Districts in Colombia's Fashion Sector", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 5, pp. 541-562.
- Piore, M. J. (1992): "Obra, trabajo y acción: experiencia de trabajo en un sistema de producción flexible", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Piore, M. J. y Sabel, C. F. (1984): *The Second Industrial Divide*, Basic Books, Nueva York.
- Piqueras, J. (1999): *El espacio valenciano. Una síntesis geográfica*, Editorial Gules, Valencia.

- Pla, J. (1998): *La estrategia internacional. Un análisis de su implementación en la empresa española*, Tesis Doctoral, Universitat de València, Valencia.
- Pla, J. y Cobos, A. (2002): “La aceleración del proceso de internacionalización de la empresa: el caso de las “International New Ventures (INVs)” españolas”, *Información Comercial Española*, núm. 802, pp. 9-22.
- Pla, J. y Suárez, S. (2001): ¿Cómo se explica la internacionalización de la empresa? Una perspectiva teórica integradora, *ICADE*, núm. 52, pp. 155-175.
- Pla, J. y León, F. (2004): *Dirección de Empresas Internacionales*, Prentice-Hall Madrid.
- Porter, M. E. (1982): *Estrategia Competitiva*, CECSA, Méjico.
- Porter, M. E. (1990): *The Competitive Advantages of The Nations*, The Free Press, New York.
- Porter, M. E. (1999): “Cúmulos y competencia. Nuevos objetivos para empresas, Estados e instituciones”, en M. Porter (Ed.): “*Ser Competitivo*”, Deusto, Bilbao.
- Pyke, F. y Sengenberger, W. (1992): “Introducción”, en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): “*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*”, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Rabellotti, R. and Schmitz, H. (1999): “The internal heterogeneity of industrial districts in Italy, Brazil and Mexico”, *Regional Studies*, vol. 33, núm. 2, pp. 97-108.
- Rabellotti, R. (1995): “Is there an ‘Industrial District Model’? Footwear districts in Italy and Mexico compared”, *World Development*, vol. 23, núm. 1, pp. 29-41.
- Rabellotti, R. (2003): “How globalisation affects Italian industrial districts: the case of Brenta”, *Paper presented at the RSA International Conference*, <http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/pisa03/rabellotti.pdf>.
- Rama, R.; Ferguson, D. and Melero, A. (2003): “Subcontracting Networks in Industrial Districts: The Electronic Industries of Madrid”, *Regional Studies*, vol. 37, núm. 1, pp. 72-88.

- Reid, S. (1981): "The Decision-Maker and Export Entry, and Expansion", *Journal of International Business*, vol. 12, pp. 101-112.
- Renau, J. J. (1996): "El porqué, el cómo y el dónde de la internacionalización de la empresa", *Revista Asturiana de Economía*, núm. 6, pp. 41-62.
- Rialp, A. (1999): "Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura", *Revista Económica del ICE*, núm. 781, pp. 117-128.
- Rialp, A. and Rialp, J. (2001): "Conceptual Framework on SME's Internationalisation: Past, Present and Future Trend of Research" en C. N. Axinn y P. Mathyssens (Eds.): "*Reassessing the Internationalisation of the Firm*", Elsevier Sciences Ltd., Oxford.
- Riber, L. F. (2002). "El sector textil-confección 2000", Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Industriales, <http://www.mcx.es/sgcomex/Industriales/informes.htm>.
- Richardson, H. W. (1969): *Regional Economics: Location Theory, Urban Structure and Regional Change*, Weidenfeld and Nicolson, London.
- Riera, J. (1998): "Avenços tecnològics en el sector dels gèneres de punt", *Debats Tecnològics*, núm. 7, pp. 20-28.
- Rodríguez, V. (2000): "Variaciones en el patrón de la especialización industrial de las regiones españolas durante el periodo 1980-1995", *Economía Industrial*, núm. 333, pp. 117-130.
- Sala, M. (2000): "Aproximación multicriterio a la estructura industrial de la economía española", *Economía Industrial*, núm. 332, pp. 89-98.
- Salais, R. and Storper, M. (1992): "The four 'worlds' of contemporary industry", *Cambridge Journal of Economics*, vol. 16, pp. 169-193.
- Sánchez, J. J. (1996): *Manual de análisis de datos*, Alianza Universidad, Madrid.
- Sanromá, E. (1996): "El mercado de trabajo en los sistemas locales de empresas. el caso español", *Información Comercial Española*, núm. 754, pp. 129-142.
- Santa María, M. J. (1999): *Pequeñas empresas y distritos industriales: el textil confección en la Comunidad Valenciana*, Institut de Cultura Juan Gil-Albert, Colección Textos Universitaris, Generalitat Valenciana.

- Santa María, M. J.; Giner, J. M. and Fuster, A. (2004): "The identification of the local systems in Spain: A new approach", *European Congress of the Regional Science Association*, <http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa04/PDF/122.pdf>.
- Saxenian, A. (1994): *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press, Cambridge.
- Schmitz, H. (1995): "Collective Efficiency: Growth Path for Small-Scale Industry", *The Journal of Development Studies*, vol. 31, núm. 4, pp. 529-566.
- Schmitz, H. (2000): "¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de clusters industriales en el Sur de Asia y América Latina", *El Mercado de Valores*, septiembre, pp. 4-17.
- Schmitz, H. and Musyck (1994): "Industrial District in Europe: Policy Lessons for Developing Countries?", *World Development*, vol. 22, pp. 889-910.
- Selva, M. J. y Muriel, M. J. (1997): "Problemática del proceso de internacionalización de las empresas españolas", *VII Congreso Nacional de ACEDE*.
- Sforzi, F. (1992): "Importancia cuantitativa de los distritos industriales marshallianos en la economía italiana" en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Sforzi, F. (2002): "The Industrial District and the 'New' Italian Economic Geography", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 439-447.
- Signorini, L. F. (1994a): Una verifica quantitativa dell'effetto distretto, *Sviluppo locale*, vol. 1, núm. 1, pp. 31-70.
- Signorini, L. F. (1994b): "The price of Prato, or measuring the Industrial District Effect", *Papers in Regional Science*, vol. 73, núm. 4, pp. 369-392.
- Simon, H. A. (1957): *Administrative Behavior. A study of Decision-Making Process in Administrative Organization*, Mcmillan, New York.

- Snodgrass, C. R. (1993): "The use of networks in cross border competition", *Long Range Planning*, vol. 26, núm. 2, pp. 41-50.
- Soler, V. (2000): "Verificación de las hipótesis del distrito industrial. Una aplicación al caso valenciano", *Economía Industrial*, núm. 334, pp. 13-23.
- Soler, V. e Hernández, F. (2001): "La misurazione delle economie esterne marshalliane attraverso i modelli DEA", *Sviluppo locale*, vol. VIII, núm. 16, pp. 86-105.
- Staber, U. (1997): "Specialization in a Decling Industrial District", *Growth and Change*, vol. 28, pp. 475-495.
- Staber, U. (1998): "Inter-firm co-operation and competition in industrial districts", *Organization Studies*, vol. 19, núm. 4, pp. 701-724.
- Staber, U. (2001): "Spatial Proximity and Firm Survival in a Declining Industrial District: The Case of Knitwear Firms in Baden-Württemberg", *Regional Studies*, vol. 35, núm. 4, pp. 329-341.
- Staber, U. and Morrison C. (1999): "The Empirical Foundations of Industrial District Theory", *Conference ISRN*.
- Steinle, C. and Schiele, H. (2002): "When do industries cluster?. A proposal on how to assess an industry's propensity to concentrate at a single region or nation", *Research Policy*, núm. 31, pp. 849-858.
- Stengg, W. (2001): "The textile and clothing industry in the EU. A survey", *Enterprise Papers*, núm. 2.
- Stevens, J. (1996): *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*, Lawrence Elbaum, New Jersey.
- Storper, M. (1997): *The Regional World*, The Guilford Press, Nueva York.
- Such, J. (1993): *La industria textil de Alcoi-Ontinyent: Problemas y perspectivas*, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Alcoi, Alicante.
- Such, J. (1995): "Estrategias comerciales en los distritos industriales: El caso de la industria textil de Alcoi-Ontinyent". *Investigación Comercial Española*, núm. 746, pp. 57-65.
- Sura, W. (2004): "The textile and clothing in the UE", *Statistics in focus*, núm. 29, <http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page>.

- Szarka, J. (1990): "Networking and Small Firms", *International Small Business Journal*, vol. 8, núm. 2, pp. 10-22.
- Tappi, D. (2001): "The Neo-Marshallian Industrial District. A Study on Italian Contributions to Theory and Evidence", *Conferencia DRUID*.
- Tattara, G. (2001): L'efficienza dei distretti industriali: una ricerca condotta dal servizio studi della Banca d'Italia, *Economia e Società Regionale*, núm. 4, pp. 114-143.
- Teece, D. J.; Rumelt, R.; Dosi, G.; Winter, S. (1994): "Understanding corporate coherence. Theory and evidence", *Journal of Economics Behavior and Organization*, núm. 23, pp. 1-30.
- Thorelli, H. B. (1986): "Networks: between markets and hierarchies" *Strategic Management Journal*, vol. 7, pp. 37-51.
- Tomás, J. A.; Torrejón, M. y Such, A. (1997): "Producción flexible, redes empresariales y sistemas territoriales de pequeña y mediana empresa", *Sociología del Trabajo*, núm. 30, pp. 21-42.
- Tomás, J. A. and Such, J. (1997): "Internationalisation of Small and Medium Firm in Four Valencia Region Industrial District", *Quaderns de Política Económica*, núm. 7, pp. 1-18.
- Tomás, J. A. (dir.) (1999): *Dinámica industrial e innovación en la Comunidad Valenciana. Análisis de los distritos industriales del calzado, cerámica, mueble y textil*, IMPIVA, Valencia.
- Tomás, J. A. y Torrejón, M. (2000): "Innovación y sistemas territoriales de PME en sectores tradicionales. La industria textil valenciana", *Economía Industrial*, núm. 331, pp. 151-166.
- Törnroos, J.-A. (2002): "Internationalisation of firms. Towards a network approach- a theoretical review", *12th Nordic Workshop on Interorganisational Research*.
- Torrejón, M. (1997): *Cambio industrial y flexibilidad laboral: el sector textil valenciano*, Tesis Doctoral, Universitat de València, Valencia.
- Toyne, B.; Arpan, J. S.; Barnett, A. H.; Ricks, D. A. and Shimp, T. A. (1984): *The Global Textile Industry*, George Allen & Unwin, London.
- Tremosa, R. y Trigo, J. (2003): "La empresa textil española en el contexto europeo" *Boletín ICE Económico*, núm. 2768, pp. 9-18.

- Trullén, J. (1990): “Caracterización de los distritos industriales. El distrito industrial marshalliano en el debate actual sobre desarrollo regional y localización industrial”, *Economía Industrial*, núm. 273, pp. 151-163.
- UGT (Unión General de Trabajadores) (2003): “La industria en el País Valenciano”,
<http://www.ugt.es/pvalenciano/almacen/industriaPV03.pdf>.
- UNCTAD (2004a): “Service Offshoring Takes Off in Europe – In Search of Improved Competitiveness”, Paris: UNCTAD.
- UNCTAD (2004b): “Informe sobre las inversiones en el mundo 2004. El giro hacia los servicios”, *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, http://www.cinu.org.mx/prensa/follow-up/inversiones_2004/informe.pdf.
- Uriel, E. (1995): *Análisis de datos. Series temporales y análisis multivariable*, Editorial AC, Madrid.
- Urraca, A. (2000): “Patrones sectoriales de cambio técnico en la industria española”, *Economía Industrial*, núm. 332, pp. 99- 108.
- Valdaliso, J. M. y López, S. (2000): *Historia Económica de la Empresa*, Editorial Crítica, Barcelona.
- Vallés, I. (1986): *Indústria tèxtil i societat a la regió d’Alcoi-Ontinyent 1780-1930*, Institut Valencià d’Estudis i Investigació, Universitat de València, Valencia.
- Vázquez, A (1999): *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Pirámide, Madrid.
- Vázquez, C. J. (1995): “Estrategias de internacionalización de un negocio”, *Economía Industrial*, núm. 304, pp. 101-117.
- Venables, W. and Ripley, B. D. (2002): *Modern Applied Statistics with S-PLUS*, Springer-Verlag, Nueva York.
- Vernon, R. (1966): “International Investment and International Trade in the Product Cycle”, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, núm. 1, pp. 190-207.
- Visser, E. J. (1999): “A comparison of clustered and dispersed firms in the small-scale clothing industry of Lima”, *World Development*, vol. 27, núm. 9, pp. 1553-1570.

- Watkins, D. (2000): "Internationalisation of Indian Small Scale Industry (SSI)" *Rencontres de St Gall 2000*, University of St. Gallen, http://www.igw.unisg.ch/rencontres/Rencontres2000TopicG_latearrivals.pdf
- Weber, A. (1910): "Theory of Location of Industries", The University of Chicago Press, Chicago.
- Welch, D. E. and Welch, L. S. (1996): "The internationalization Process and Networks: A Strategic Management Perspective", *Journal of International Marketing*, vol. 4, núm. 3, pp. 11-28.
- Welch, L. S. and Luostarinen, R. (1988): "Internationalization: Evolution of a Concept", *Journal of General Management*, vol. 14, pp. 34-55.
- Wiklund, J. and Karlsson, C. (1994): "Flexible companies in an industrial district: The case of the Gnosjö region in Sweden" in J.M. Veciana (dir.): "*SMEs: Internationalization, Networks and Strategy*", Aldershot, Avebury.
- Williamson, O. E. (1979): "Transaction cost economics. The governance of contractual relations", *Journal of Law and Economics*, núm. 22, pp. 223-261.
- Yanes, V. y Oreja, J. R. (2003): *La incertidumbre percibida del entorno como condicionante de las decisiones estratégicas. Un análisis de la empresa en Canarias*, Colección Investigación Empresarial, Santa Cruz de Tenerife.
- Ybarra, J. A. (1991): "Determinación cuantitativa de distritos industriales: la experiencia del País Valenciano", *Estudios Territoriales*, núm. 37, pp. 55-67.
- You, J.-L. and Wilkinson F. (1994): "Competition and co-operation toward understanding industrial districts", *Review of Political Economy*, vol. 6, núm. 3, pp. 259-278.
- Zahra, S. A. and George, G. (2002): "International Entrepreneurship. The Current Status of the Field and Future Research Agenda" in M. Hitt, R. Ireland, M. Camps and D. Sexton (eds.), *Strategic Leadership: Creating a New Midset*, Blackwell, London.

Zhao, H. and Zou, S. (2002): “The Impact of Industry Concentration and Firm Location on Export Propensity and Intensity: An Empirical Analysis of Chinese Manufacturing Firms”, *Journal of International Marketing*, vol. 10, núm. 1, pp. 52-71.

Zucchella, A. (2002): “Born Global versus Gradually Internationalizing Firms: An Analysis Based on the Italian Case”, 28th *EIBA Conference*.