

## **LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN EN EL ESTADO DE HIDALGO. PERSPECTIVAS DE CONSOLIDACIÓN.**

*Maximiliano Gracia Hernández*

### **INTRODUCCIÓN**

Según la teoría tradicional del desarrollo regional, se puede catalogar a Hidalgo como un Estado que reúne los requisitos para que se le considere una región propicia para el crecimiento de los negocios y las empresas, ya que cuenta con fuerza de trabajo, experiencia administrativa, información, servicios de apoyo, fuentes de insumos, capital y clientes potenciales.

El proceso de globalización obliga a las empresas a modernizar sus procesos de producción con objeto de ser competitivas en los diferentes entornos, ya que de no hacerlo tienen el riesgo de desaparecer generando un grave problema de desempleo en la región.

El tema de la política industrial es polémico en cualquier país del mundo, en algunos es una panacea, en otros significa sólo una de varias estrategias que de ser bien aplicada genera crecimiento económico. Considero que la panacea no existe, porque el éxito de toda política industrial depende de los objetivos, premisas e instrumentos que le dan forma.

El concepto de política industrial se puede considerar además, en primer lugar como resultado de la “ventaja comparativa”. En un primer momento se entendió por ventaja comparativa, cualquier circunstancia de índole geográfica, física, política o humana que favorecía a un país con relación a los demás. Ejemplo de estas ventajas comparativas a las cuales se les denomina estáticas son: la proximidad a mercados, dotaciones de recursos naturales, tamaño de la

población y bajo costo de la mano de obra. Existen otro tipo de ventajas comparativas que son aquéllas de carácter dinámico, las cuales responden a un proceso tecnológico, a un propósito preconcebido y alcanzado a través de esfuerzos concertados de los sectores público y privado, generalmente llevados a cabo bajo el liderazgo del primero. Como ejemplos de estas ventajas dinámicas se pueden señalar la capacidad de adaptación, una mano de obra altamente calificada, la posesión de tecnología avanzada y talento empresarial. Este tipo de ventajas creadas no supone condiciones geográficas, pero sí exige concertación, objetivos, anticipación y creatividad.

La superioridad de las ventajas comparativas dinámicas sobre las estáticas se manifiesta por el éxito económico y comercial de países como Japón, Corea del Sur, Taiwan, Hong Kong y Singapur, los cuales carecen en general de recursos naturales y en particular de fuentes energéticas.

Dentro de la política industrial frecuentemente se destaca el concepto de competitividad, la cual se puede definir como la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores o más baratos que los de la competencia. Existe además consenso de que la competitividad no se hereda ni depende de la coyuntura económica, hay que crearla con esfuerzo e iniciativa propia.

Las acciones que se tomen deben ser coherentes y estar dirigidas a la creación, desarrollo o consolidación de la planta industrial en general y/o de ciertas industrias o sectores en particular, con objeto de alcanzar o mantener la competitividad en un entorno cada día más global. En este sentido, la función del gobierno dentro de la política industrial, debe ser la de atraer nuevas empresas, decidir los tipos de industria que se deben apoyar y las regiones a desarrollar. Sin embargo no todo lo que realice el gobierno dará buenos resultados. Las empresas escogen el

lugar adecuado para invertir y a su vez, el gobierno de Hidalgo debe ofrecer las condiciones para atraer nuevas inversiones. Si las dos condiciones se ajustan, Hidalgo puede tener un buen desarrollo industrial.

La política industrial debe generar las condiciones adecuadas para atraer empresas textiles y de la confección y al mismo tiempo mantener a las empresas existentes. Para lograrlo, considero que se deben desarrollar estrategias sistémicas en todo el Estado de Hidalgo. La industria textil y de la confección tiene ventajas competitivas que se deben aprovechar, por ello, la política industrial de Hidalgo debe ser ambiciosa y considerar a dicha industria como un elemento fundamental del desarrollo Estatal de la economía.

El objetivo de la investigación es determinar las condiciones actuales en las que se encuentra la industria textil y de la confección en Hidalgo, particularmente en el Valle de Tulancingo, con base en ello y bajo un análisis comparativo determinar su viabilidad para consolidarse como un polo de desarrollo industrial no sólo regional, sino también nacional, enmarcado dentro de una localización estratégica, dada la fortaleza de la industria textil confección en Estado de México, Distrito Federal, Puebla y Tlaxcala.

La industria textil y de la confección en Hidalgo es estratégica para el desarrollo del Estado, principalmente por los altos niveles de empleo, por el número de unidades económicas y por el valor de su producción. Por ello este artículo analiza las condiciones en que se encuentra dicha industria tanto en el marco local, como en el nacional e internacional.

En Hidalgo ya existe una industria textil y de la confección ubicada principalmente en el Valle de Tulancingo, el municipio colinda al norte con el municipio de Metepec, al este con Acaxochitlán y Cuauhtepic, y al oeste con Acatlán y Singuilucan.

La ciudad está ubicada a 93 kilómetros de la ciudad de México y a 43 kilómetros de la ciudad de Pachuca, capital del Estado de Hidalgo, su extensión representa el 1.4 de la superficie estatal, cuenta con 290 kilómetros cuadrados.

Durante el gobierno de Manuel Ángel Núñez Soto se desarrolló una política de promoción industrial, el objetivo fue alentar la inversión productiva a largo plazo, lo cual buscó generar empleos y dinamizar la economía del Estado, dada su excelente ubicación geográfica y el desarrollo de sus vías de comunicación.

Tulancingo cuenta con un parque industrial en el cual se ubican 102 empresas de las cuales 45 pertenecen a la industria textil y del vestido; entre las empresas que destacan por su fortaleza económica se encuentran Acabados Genisa, Fabricas San Luis y Corporación Mayol, principalmente.

Tulancingo es reconocido por la Cámara Nacional de la Industria Textil como el principal centro lanero del país, destaca la producción de hilados y tejidos de fibra, cobijas, blusas y faldas.

La cercanía de Hidalgo a centros importantes de consumo y de producción de textiles y confección le genera a la industria del Estado una intensa interacción de competencia y cooperación con Estados circunvecinos. En particular, los Estados de Tlaxcala, Puebla, México y el Distrito Federal, con los cuales forma una estrecha relación de actividades. Además, su ubicación en el centro del territorio nacional le ha favorecido su acceso a clientes y proveedores de todo el país.

Los hidalguenses tienen los elementos de modernización para hacer frente a los retos que plantean las nuevas realidades de la competencia internacional. La industrialización de Hidalgo

originalmente se desarrolló alrededor de las manufacturas textiles, pero dada la promoción industrial que se ha generado, por ejemplo con la puesta en marcha en este año 2013 del Centro Nacional de Innovación Textil-Vestido, se fortalecerá el futuro tanto de la industria textil como en el de la confección

La industria textil y de la confección en Hidalgo ha sido una parte importante en el motor del desarrollo económico, y es de importancia fundamental en la generación de empleos, ello hace que este sector sea clave en la economía del Estado. Además de la actividad laboral formal, se vinculan otras actividades de talleres familiares de costura, los cuales generan fuentes de empleo, particularmente para la gente de clase baja.

## **DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN INDUSTRIAL. UN ENFOQUE TEÓRICO E INTERNACIONAL**

### **1. ECONOMÍAS DE AGLOMERACIÓN**

Alfred Weber fue el primer teórico de la localización al tratar en particular la aglomeración. Dicho autor considera que las economías de aglomeración son un factor determinante de la localización industrial, sin embargo, su definición se restringe a la de economías de escala generadas por la presencia de multi productos que pueden establecer nexos intersectoriales.

Los elementos básicos de la teoría de Weber son los factores de aglomeración, los cuales están constituidos por circunstancias que abaratan la producción y distribución al realizarse en un sólo lugar. Para Weber (1929:125) los factores de aglomeración son... *Resultado de la naturaleza social de la producción, por lo que no pueden ser descubiertos analizando procesos productivos aislados.*

La vinculación de las empresas impulsa las ventajas de la aglomeración atrayendo nuevas empresas en un proceso que en forma continua alcanza etapas superiores de desarrollo tecnológico, organización laboral e impulso de la organización económica, derivada de factores de mercado y descenso de los costos generales por establecimiento. (Weber, A. 1929: 127)

Weber estudia la aglomeración en términos de lo que Hoover llama economías de localización, es decir, economías de escala que son externas a la empresa, pero internas a la industria. La localización tiene como origen las tendencias aglomeradoras, siempre y cuando no sean dominantes ni los ahorros en costo de transporte ni las diferencias en el costo de la mano de obra.

*Para Krugman “La aglomeración plantea un modelo interesante de geografía económica que recoge la tensión entre dos tipos de fuerzas: las fuerzas centrípetas que tienden a empujar la actividad económica a integrarse en aglomeraciones y las fuerzas centrifugas que tienden a romper esas aglomeraciones o a limitar su tamaño.”*

*“A causa de los rendimientos crecientes, es preferible concentrar la actividad y la producción de cada producto en unas pocas ubicaciones. Por los costos de transporte, las mejores localizaciones son aquellas que tienen un buen acceso a los mercados (vinculación hacia delante) y a los proveedores (vinculación hacia atrás). Pero el acceso a los mercados y a los proveedores, está precisamente en los puntos en los que se han concentrado las fábricas y que, en consecuencia han atraído a sus alrededores a los factores de producción móviles. Pero no todos los factores son móviles, y la presencia de los factores inmóviles es lo que da lugar a la fuerza centrifuga que actúa en contra de la aglomeración” (Krugman, P. 1995:87-88)*

Callejón M. y Costa M. señalan que *“Por economías de aglomeración se alude a las ganancias de eficiencia que obtienen los agentes económicos cuando se ubican dentro de un espacio delimitado, es decir, cuando se ubican en la proximidad unos de otros. Si se excluyen los factores idiosincráticos que dan lugar a ventajas comparativas territoriales tales como recursos naturales, accesibilidad o factores institucionales; el determinante fundamental de la aglomeración es la aparición de rendimientos crecientes, es decir, que el costo medio de producción descienda al aumentar el nivel de producción agregada.*

*A su vez, los rendimientos crecientes pueden proceder de la existencia de economías de escala dentro de la empresa o fuera de la empresa, es decir, para el conjunto de las empresas de un territorio. (1996:1-2)*

Richardson (1977:76-78) por su parte, plantea que la economía de la aglomeración puede clasificarse en varias categorías, la mayoría de las cuales se deben a efectos de escala o de indivisibilidad. Una excepción se puede dar donde las empresas al aglomerarse juntas, por ejemplo, para explotar vinculaciones industriales ganan, porque ahorran costos de transporte.

Las economías de la aglomeración relacionadas con la escala son:

*i. Economías Internas.* La influencia que tienen las economías internas son importantes. Las industrias que operan en condiciones de costo decreciente, tienden a aglomerarse en unidades de producción sujetas a limitaciones impuestas por los costos de carga crecientes en áreas de mercado amplio. Las ventajas de la aglomeración para empresas en la misma industria se origina porque están cerca de las fuentes de materias primas o de las instalaciones de recursos no transportables, y dadas las densidades desiguales de población, la necesidad

que existe para las últimas firmas de establecerse al lado del primer productor en un centro urbano, se da con objeto de explotar el alto potencial de demanda de tal localización.

ii. *Economías externas a la empresa, pero internas de la industria.* Isard (1956:176-182) las llama economías de localización. Las economías de la localización, son economías externas a la empresa pero internas a la industria las cuales surgen y estimulan la agrupación de establecimientos similares. De particular importancia son las necesidades especiales que ninguna empresa aislada es capaz de satisfacer, pero a la que cada empresa contribuye, por ejemplo, una reserva de mano de obra especializada.

Los autores Baldwin y Venables, plantean que para darse un proceso de aglomeración se necesita la existencia de vínculos positivos entre las actividades de los agentes que operan en una misma localización. Estos vínculos señalados por los autores pueden ser externalidades tecnológicas, las cuales tienen un alcance especial limitado, o externalidades pecuniarias, las cuales pueden surgir de una industria que opera en competencia imperfecta. También señalan la diferencia entre vínculos de demanda y vínculos de costo. Argumentan que si un incremento en el número de empresas de una localización, genera un incremento en las ganancias de las otras empresas situadas en aquella localización, a través de un aumento de la demanda de sus productos, se presentarían vínculos de demanda. Por otra parte, si el aumento de los beneficios de las otras empresas se corresponde con una reducción en el costo de los *inputs*, derivada de la entrada de nuevas empresas, aparecen entonces los vínculos de costos.

Krugman P. y Elizondo L. (1996:137-150), argumentan que las empresas tienden aproximarse al mercado más grande, es decir al lugar donde se localiza la mayoría de sus clientes. Esta tendencia corresponde al vínculo de demanda (*forward linkage*) también buscan aproximarse a sus abastecedores de insumos, conjunto que incluye sobre todo a los productores de bienes



de consumo utilizados por el insumo fuerza de trabajo de estas empresas. Esta segunda fuerza de atracción corresponde al vínculo de costos (backward linkage). Para estos autores, cuanto mayor es el número de empresas que hay en un lugar, menor es el precio asociado a la localización (vínculo de costo).

Krugman y Elizondo (1996:139), en un estudio de caso, dividen a México en siete grandes regiones, representando la geografía mexicana por medio de una estructura del tipo centro-periferia, el centro representado por la zona metropolitana de la ciudad de México y la periferia por las zonas fronterizas del norte. Para ellos, la explicación de la gran concentración de las actividades económicas son los poderosos vínculos hacia adelante y hacia atrás en la industria. Desde el punto de vista económico, estos eslabones son significativos sólo en la presencia de economías de escala suficientemente importantes.

Recuperando el análisis de Hirschman, estos autores muestran que las empresas desean estar cerca unas de otras, no sólo por los vínculos relacionados con la oferta de trabajo y por los vínculos directos input-output que existen entre ellas, sino además por la demanda de productos.

Cuando las empresas se concentran en el mercado más grande incrementan su atractivo. Los vínculos de demanda y de costos se vuelven más importantes. Por ejemplo, los empresarios deciden producir en la ciudad de México por la concentración de la demanda y los insumos que ahí se encuentran. Pero esa concentración es resultado que numerosos productores eligieron ubicarse ahí.

Krugman señala que tanto las condiciones históricas como el nivel de los costos de transporte son importantes en las decisiones de localización. Matiza que *“Lo que da lugar a un vínculo*

*hacia atrás significativo, en el sentido de Hirschman, no es sólo es el hecho de que el sector A compre el output del sector B; es la afirmación de que la inversión en A, aumenta el volumen del mercado de B, lo cual induce a un cambio de escala en la producción de B que resulta más eficiente... Quizá B ya esté en una escala eficiente, o quizá esta expansión no lo acerque a esa escala... Si uno trata de utilizar la retórica de los vínculos, sin entender que es un argumento que depende decisivamente de las economías de escala, puede acabar diciendo disparates” (1995:23).*

A modo de conclusión, Krugman y Elizondo señalan que las empresas que producen en localizaciones con presencia de muchas otras empresas afrontan una competencia mayor en los mercados locales de factores y productos. El efecto de esta competencia es dispersar las actividades en el territorio. Sin embargo, la combinación de rendimientos crecientes a escala y costos comerciales y de transporte estimula a las empresas a localizarse en la proximidad de sus grandes mercados, los cuales a su vez, son aquellos con una presencia relativamente abundante de empresas, ya que de ese modo surgen externalidades tecnológicas y pecuniarias que favorecen una mayor aglomeración de las actividades económicas. Finalmente en este estudio, se da un papel importante a la distancia geográfica y sobre todo a los costos asociados a ésta, y a las economías de escala o de aglomeración. Sin embargo, las fuerzas centrípetas que conducen y refuerzan la aglomeración territorial son susceptibles de desaparecer con la apertura comercial.

Hay algunos supuestos de la teoría de la localización que refuerzan en algunos casos la aglomeración y en otros fomentan la dispersión. Los elementos influyentes más importantes son: (Richardson, 1977:84-85).

*i. Elasticidad de la demanda.* Si la demanda es elástica, la necesidad de reducir al mínimo los costos de carga es más apremiante, y esto tenderá a traducirse en localizaciones dispersas; *ii.*

*Tarifas de carga.* Las tarifas bajas de transporte inducirán a la aglomeración, pero si son altas, la distancia a la que pueden venderse las mercancías es ilimitada y la dispersión necesaria;

*iii. Diferencias de costo entre lugares y recursos no transportables.* Si hay una localización de mínimo costo y los costos más altos de producción en otros sitios exceden a los ahorros en costo de transporte ganados, la aglomeración es inevitable. En forma similar, la existencia de un recurso importante no transportable (puerto profundo, depósito de minerales etcétera.) puede tener un fuerte efecto de aglomeración en ciertas industrias;

*iv. Incertidumbre.* Un sitio adyacente a las plantas existentes, regularmente comporta riesgos menores que una localidad distante, nueva y no comprobada; *v. Distribución desigual de población.* Todos los análisis iniciales de la competencia espacial suponen una distribución uniforme de la población. En realidad, los centros de alta densidad de población inducirán a la aglomeración debido a la atracción de su potencial de demanda;

*vi. Los sistemas de fijación de precios.* Los sistemas de fijación de precios fuera del precio neto f.o.b. fábrica, tales como los precios de entrega uniformes a los precios en un sólo punto base, suelen implicar discriminación especial de precios en contra de los consumidores próximos. Estos precios fortalecen las tendencias a la aglomeración, al reducir la importancia de la distancia;

*vii. La interdependencia* de las necesidades de localización puede inducir a la aglomeración, al hacer que a cada empresa le sea más fácil mantener el ritmo con las políticas de sus rivales y al reducir los riesgos. Si introducimos condiciones reales, las tendencias a la aglomeración se fortalecen conjuntamente.

Para Porter M. (1999:219), muchos análisis de las economías de aglomeración, destacan la reducción de costos como resultado de la proximidad a los factores de producción o la proximidad de los mercados, pero para él, estas explicaciones se han visto rebasadas por la globalización que ha traído la mundialización de los mercados, de las tecnologías y de las fuentes de suministros, ello por la movilidad y reducción de los costos de transporte. Para el autor el nivel actual de las economías de aglomeración es el de los clusters.

## **2. LAS ECONOMÍAS DE URBANIZACIÓN**

La ventaja más fuerte de la aglomeración son las economías externas a las industrias individuales, dado que tales economías son probablemente máximas en los centros urbanos, y a éstas se les llama economías de urbanización (Isard 1956:182-188). Este autor señala que mientras las economías de localización pueden derivarse de la especialización interindustrial, las economías de urbanización representarían un carácter intraindustrial.

Las economías de urbanización incluyen (Richardson W. 1977:77):

- i.* El acceso a un mercado más grande;
- ii.* El desarrollo de los mercados urbanos de mano de obra o las reservas de talentos empresariales;
- iii.* La presencia de servicios comerciales de banca y financieros;
- iv.* Las economías conectadas con los servicios de transporte, por ejemplo, mejores servicios terminales;
- v.* Economías de comunicación, por ejemplo oportunidades para contactos personales con servicios especializados, tales como contables, consultores de empresas y firmas de publicidad;
- vi.* La existencia de instalaciones sociales, culturales y de ocio que influyen en las decisiones de localización; y

vii. Las economías de escala en servicios públicos, particularmente reducciones en los costos unitarios de la energía al aumentar la demanda.

Para Richardson, el nivel de la actividad económica, de la población y de la infraestructura en las ciudades crea economías externas con un efecto dinámico acumulativo, lo cual permite fomentar, organizar y distribuir la producción. A esto se agrega su efecto positivo en el aumento de la productividad del trabajo, con lo cual se fomenta la atracción de nuevas industrias y actividades (1977:69). Richardson plantea que independientemente de su denominación, la concentración de empresas en las ciudades tienen además de las economías de transferencia al minimizar costos de transporte y aprovechar la flexibilidad del mercado de trabajo, el usufructo de una serie de servicios privados y públicos que permiten mayor eficiencia productiva. Estas economías de urbanización son fundamentales para atraer la localización de empresas, incluso más importantes que las economías inter industriales (Richardson, H. 1977:67).

Se considera también economías de urbanización al nivel de dotación de los diferentes renglones infraestructurales existentes en un parque industrial, o en la ciudad donde se ubica. Estas economías son resultado de varios elementos, entre los cuales podemos destacar las interrelaciones industriales, usufructo privado de todo el engranaje infraestructural de energéticos, comunicaciones y transportes, instituciones de educación, de salud, centros de investigación, empresas de servicios, una fuerza de trabajo grande y variada y espacios de esparcimiento. Los cuales se concentran y definen a las ciudades.

*“La verdadera base económica de una gran ciudad es la creatividad de sus universidades y equipos de investigación: la sofisticación de sus empresas de ingeniería e instituciones*

*financieras, la persuasividad de sus agencias de relaciones públicas y publicidad, la flexibilidad de su red de transporte y del sistema de servicios públicos y todas las otras dimensiones de la infraestructura que facilitan la rápida y ordenada transferencia, desde las viejas bases en decadencia hasta las nuevas en crecimiento” (Malcolm, J. 1977:131).*

Las economías de la urbanización proceden del crecimiento de la ciudad en conjunto, no exactamente de la empresa. Este tipo de economías tienen una importancia equivalente a las de escala obtenidas por las empresas y son fundamentales para explicar su localización. Aquí se diferencian las economías de urbanización, existentes dentro del parque industrial y las de la ciudad donde éste se ubica. El análisis teórico trata de determinar la relevancia de la infraestructura dentro del resto de los determinantes locacionales y si la infraestructura del parque es mejor, igual o inferior a la de su localidad. Para Chinitz B. (1961:17) y Henderson, J. (1988:34-65), las economías de urbanización son las ganancias de eficiencia de las empresas cuando se ubican en zonas, en plantas y en actividades variadas. Surgen de la interacción de actividades diversas dentro de la misma aglomeración y son externas a la empresa y al sector, pero internas a la aglomeración urbana donde se ubica la actividad. Por esta razón, las economías de urbanización muestran las ventajas de la diversificación. Cuando la presencia de economías de localización son importantes, las ciudades tenderán a especializarse para intensificar los beneficios de la aglomeración de una misma actividad industrial. En ese caso, el tamaño de la ciudad dependerá de la dimensión de las economías de localización y de los costos asociados a la congestión, pero si son las economías de urbanización las dominantes, las empresas se dirigirán hacia ciudades de mayor dimensión y más diversificadas.

Henderson, J. (1988:45), plantea que si los rendimientos crecientes provienen principalmente de las economías de localización, el equilibrio estará caracterizado por diferentes tipos de aglomeraciones urbanas, cada una de las cuales está especializada en la producción de un

conjunto de productos, en ese caso, las ciudades tendrán diferentes dimensiones, que serán mayores, como más grandes sean las economías de localización de la industria en la cual la aglomeración urbana se haya especializada. En cambio, en presencia de economías de urbanización, la especialización sólo puede ocurrir si el grado de las economías varía entre industrias. Las economías de urbanización son similares a las economías de localización aunque la diferencia es que las primeras hacen referencia al conjunto de sectores industriales.

Para Henderson, tanto las condiciones actuales del mercado, como la historia son determinantes fundamentales de las pautas de localización urbana. En el caso de localizaciones industriales ya establecidas, se promueve un entorno que estimula constantes niveles de innovación. En cambio, los sectores menos tradicionales tienden a desplazarse a donde encuentren mayor grado de diversificación, si bien, su permanencia en dichas localizaciones dependerá del desarrollo de las ventajas asociadas a la especialización sectorial.

Callejón M. (2001:172) señala que en las versiones más actuales del modelo de localización ya no sólo se considera al espacio geográfico sino además las características del producto. Para la autora los modelos de localización son por tanto modelos de competencia monopolística, ya que los consumidores consideran la demanda del producto en función del espacio geográfico (la distancia para adquirirlo) y de las propias características del mismo.

Finalmente, se puede plantear que dos de los factores que pueden explicar la productividad de las empresas son microeconómicos o internos a la empresa (economías de escala, desarrollo tecnológico, capacidad administrativa etcétera.), y macroeconómicos o externos a la empresa (concentración de la fuerza de trabajo, economías ínter industriales, economías de urbanización). Concretamente se puede afirmar que ambos poseen una importancia similar y por tanto deben considerarse en los intentos por explicar la localización de las empresas.

### 3. ECONOMÍAS EXTERNAS

El análisis de la actividad de un sector, debe comprender el conjunto de relaciones y dependencias entre la empresa y su entorno productivo y social, por ello, es importante analizar la presencia de externalidades en la producción, las cuales en su origen sirvieron para señalar los beneficios de la especialización local. Esta obra inicia con Alfred Marshall (1920:188), autor que efectuó el primer análisis de las economías de localización, o sea, estudió los fenómenos por los cuales las empresas de un sector encuentran ventajas al concentrarse en el territorio, ya que observan rendimientos crecientes para el conjunto de la agrupación empresarial, los cuales no están presentes para cada empresa en particular.

Si se desea analizar no sólo el surgimiento, sino también la expansión de una actividad industrial, se deben considerar las condiciones de producción de las otras actividades relacionadas. De ahí, surgen las economías externas: *Es decir, las economías de la producción a gran escala, las cuales raramente pueden ser atribuidas exactamente a una industria en particular: están en gran medida, conectadas con grupos, frecuentemente grandes grupos de industrias correlacionadas*" (Marshall A. 1920:188).

Las economías externas de localización están relacionadas con un mercado de trabajo local calificado, la dotación local de servicios especializados y la existencia de conocimientos asociado a un sector determinado.

Para Marshall las economías externas son factores que influyen en los costos o en la función de producción, que no se originan del tamaño de cada empresa individual, sino del conjunto del distrito industrial<sup>3</sup>. De esta forma, las economías de urbanización están además condicionadas por el tamaño del mercado.



El distrito industrial se puede definir como áreas monoproductoras donde las empresas mantienen interrelaciones de sentido horizontal, sobre todo de subcontratación, combinando de forma aún incipiente competencia y colaboración, en redes progresivamente densas y con un mayor protagonismo de las instituciones locales en la generación de iniciativas de promoción y desarrollo. (Méndez, R. y Caravaca, I. 1999: 211). economías internas que se generan en el territorio se pueden transmitir en forma de economías externas a las unidades particulares que configuran la aglomeración productiva. *“Cuando una industria ha escogido una localidad para situarse en ella, es probable que permanezca en la misma durante largo tiempo, pues son muy grandes las ventajas que los que se dedican a la misma industria obtienen de la misma proximidad. Los misterios de la industria pierden el carácter de tales; 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 merecen; los inventos y los perfeccionamientos en la maquinaria, en los procesos de fabricación y en la organización general de los negocios, se estudian pronto para dilucidar sus méritos o inconvenientes: si una persona lanza una nueva idea, ésta es adoptada por las demás y combinada con sus propias sugerencias, y de éste modo se transforma en una fuente de nuevas ideas (Marshall A. 1920:226).*

Las economías externas le permiten a Marshall demostrar que es posible alcanzar economías de escala en función del tamaño productivo de un sistema de empresas localizadas en un territorio y no de la dimensión particular de cada empresa. Para el autor, un sistema de pequeñas empresas especializadas en distintas funciones de producción responde a la división del trabajo, y es resultado de la ampliación del tamaño del mercado, beneficiándose la sociedad de la flexibilidad en las relaciones de las empresas, lo que estimula las innovaciones.

Las economías externas a una industria, son las ganancias procedentes de las empresas en todas las industrias, como resultado de los aumentos en el tamaño económico total en una

localización dada, lo cual consiste principalmente en la creación de economías de urbanización. Marshall definió las economías externas como *“los ahorros en el costo de producción que dependen del desarrollo general de la industria y pueden a menudo lograrse mediante la concentración de muchos pequeños negocios de carácter semejante en localidades particulares...”* (Marshall A. 1957:222).

Marshall señala que las interacciones entre las empresas impactan el costo de producción de un producto, dado que el costo de fabricar un bien en una empresa determinada, dependerá además de los costos de las otras empresas que ofrecen los diferentes insumos. Por ello, señala lo siguiente:

*“Debemos alejarnos mucho de la realidad de la vida para obtener un caso en el cual el costo de producción de una cosa sólo puede ser exactamente deducido a partir del costo total de la empresa en la cual se fabrica”* (Marshall A. 1920:190).

Marshall dividió en tres grupos a los factores que pueden generar externalidades, y por tanto, estimular la concentración de las empresas de un sector en un determinado territorio. (Marshall A. 1920:134)

*i.* El primer elemento son los flujos de información, los cuales están relacionados con las habilidades y los conocimientos específicos del sector. Los flujos de información se difunden fácilmente entre las empresas cercanas, generando así un proceso acumulativo de saber hacer. Krugman (1989), en la misma línea, sólo que 70 años después señala, *debido a que la información fluye con más facilidad en un ámbito reducido que a lo largo de grandes distancias, un centro industrial genera lo que podríamos llamar osmosis tecnológica (technological spillovers).*

Actualmente se les llama desbordamientos tecnológicos de carácter intraindustrial (*knowledge spillovers*). Marshall identifica la importancia de los desbordamientos en la concentración de las actividades en el territorio.

ii. El que las empresas de un sector se aglomeren genera el establecimiento de otras actividades que son complementarias. Esto significa proveedoras de *inputs* y servicios que generan beneficios al sector. Un lugar donde se ubiquen diferentes empresas les permite tener acceso a diferentes factores de producción a menores costos.

Cuando se aglomeran las empresas se forma un mercado de trabajo el cual es especializado, por tanto, se puede compartir por todas las empresas del sector. Teóricamente se señala que trabajadores y empresarios ganan con la aglomeración, ya que se genera por un lado para el empresario una oferta de trabajo especializado; y por otra parte, para los trabajadores la seguridad de no depender solamente de una empresa para obtener un empleo. Esto significa que cualquier industria concentrada puede ofrecer un mercado de trabajo seguro de mano de obra y lo que genera que los trabajadores se dirijan a ese lugar en busca de empleo.

Por su parte, para Fujita y Ogawa (1982:85-133), las economías externas son la producción que disminuye con la distancia. Las economías externas ofrecen una fuerza centrípeta, esta fuerza empuja hacia los centros de negocios a la fuerza de trabajo.

Marshall señala que las economías externas, necesitan de un largo proceso de maduración antes de manifestarse para el conjunto de la industria local. Por tanto, las ventajas de la competitividad se originaran no sólo de un proceso productivo más eficiente en costos (dada la disponibilidad de recursos locales económicos y de calidad) sino también, a partir de la presencia de un bien colectivo que refuerza las economías externas de naturaleza directamente

industrial, es decir, activos intangibles de carácter local y que están vinculados a la cultura empresarial o a las relaciones institucionales existentes.

La idea principal de Marshall es que se pueden generar economías de escala internas a la industria, –es decir a la aglomeración sectorial-, y externas a la empresa individual, las cuales generan una función de costo medio decreciente para el conjunto, aunque cada empresa individualmente se enfrente a costos medios crecientes (Fernández de C. y Tugores J. 1992: 228-236).

Callejón M. y Costa M. (1996), señalan que no se deben entender las economías externas, como transferencia de efectos económicos entre agentes cercanos. Plantean que deben entenderse como la presencia de un activo intangible con extensión territorial limitada, del cual se pueden beneficiar las empresas localizadas en el territorio. Estas empresas participan al mismo tiempo en la creación de dichas economías externas. Dichas economías señalan que cuando se busca descubrir cuáles son los motivos que determinan la persistencia de una actividad en una localización concreta, revisar las externalidades se hace imprescindible. El objetivo es ubicar las ganancias de eficiencia que se derivan de la aglomeración de la actividad económica en un espacio delimitado y que pueden no ser capturadas por el mecanismo de precios.

Para Ohlin B. (1971:173-195), son la distancia entre los recursos naturales y los mercados, el transporte de las materias primas y de los productos acabados y las diferencias locales en los recursos; los que *ceteris paribus* influyen en la localización de una industria en un lugar determinado. Para este autor existen elementos desaglomeradores y pone un ejemplo, señala que las condiciones de transporte pueden ser las mismas en California y en Florida dadas las economías de escala, sin embargo, algunos países preferirán comprar en Florida que en

California, dado que California puede tener elevadas rentas y elevados costos de transporte hasta muchas partes del mundo, lo que impedirá una mayor concentración de la producción especializada en esa zona.

Otros estudios (Schmitz H. 1989), nos permiten ver el fenómeno de las redes de cooperación interempresarial. Tal es el caso de los distritos industriales italianos y en industrias nuevas como el Silicon Valley de California. Los autores demostraron los efectos estimulantes de la aglomeración sobre la competitividad de las empresas, demostración que sigue la línea de las reflexiones de Marshall. El énfasis recayó en las ventajas que surgen bajo el aspecto de la *"eficiencia colectiva"* a través de la intensa comunicación informal y del aprendizaje interactivo. El autor hizo énfasis en la complementariedad existente entre competencia y cooperación, así como la importancia que tiene un entorno institucional formado en parte por medios políticos.

Michael Porter considera las posturas de los primeros teóricos de la localización, y señala que los efectos más generalizados de la rivalidad local están estrechamente relacionados con una antigua noción conocida como economías externas. Para él, son éstas unas economías que se producen fuera de la empresa en cuestión, pero dentro del grupo de empresas ubicadas en una localidad o nación. Las economías externas se producen en los tratamientos clásicos debido a derramamientos de tecnología y a los beneficios de la especialización que se producen en un gran sector (aunque cada una de las empresas pueda ser pequeña).

Para Porter, las economías externas de un tipo mucho más general que se producen dentro de una nación, son una característica esencial de la competencia y su papel está más difundido de lo que generalmente se supone.

Alguna de las economías externas más importantes tiene que ver con el proceso de innovación y perfeccionamiento de la ventaja competitiva. Un grupo de rivales domésticos atrae la atención hacia el sector, fomenta las inversiones de los particulares, de los proveedores y de las instituciones, los cuales mejoran el entorno nacional y crean diversidad e incentivos para acelerar el ritmo de innovación. Las economías externas no sólo benefician al sector nacional, sino que frecuentemente se propagan a los sectores conexos dentro de la nación y su fortaleza se ve potenciada por la proximidad geográfica. Sin embargo, Porter, M. matiza que muchos de los beneficios más importantes no atraviesan fácilmente las fronteras nacionales y son difíciles de aprovechar por las empresas extranjeras aunque éstas tengan un filial local. (1991: 201-202)

Para Thomas M. (1972:25), las economías externas se originan cuando se reducen los costos medios unitarios de la empresa, los cuales están vinculados con el crecimiento de la empresa del polo de crecimiento. Estas empresas con vinculaciones hacia adelante tienen la posibilidad de comprar sus *inputs* de forma más barata si habiendo innovado, la empresa del polo de crecimiento consigue economías de escala y decide disminuir sus precios. Por su parte, las empresas con vinculaciones hacia atrás disfrutaban también de economías de escala a causa de sus mayores ventas al polo de crecimiento.

Las "*industrias inducidas lateralmente*" o sea, aquellas cuyo *output* depende de la renta generada por el polo, y por sus industrias vinculadas hacia adelante y hacia atrás, se benefician también.

Realizando el análisis bajo un entorno de globalización, se distinguen dos tipos de cadenas globales de mercancías (CGM) según el tipo de agentes líderes: las CGM lideradas por productores ("producer-driven") y las CGM lideradas por compradores ("buyer-driven"). Las CGM lideradas por los productores se corresponden con aquellas industrias en las que "*las*

*corporaciones transnacionales (TNCs), u otras empresas industriales ampliamente integradas, juegan un rol central en el control del sistema productivo*”, valiéndose para ello de vínculos hacia delante y hacia atrás en la estructura de input-output. (1994:96-99)

Las cadenas lideradas por compradores identifican a aquellas industrias en los que grandes minoristas, comerciantes de marcas establecidas, y empresas de exportación, juegan el rol central en el establecimiento de vínculos descentralizados de producción entre empresas de distintos países.

Los casos más destacados son las industrias de los textiles, confecciones, calzado deportivo, juguetes y electrodomésticos. La producción material de estos artículos es realizada por empresas de países periféricos, bajo la figura de *contratos de especificación* acordados con los compradores, quienes suministran el diseño de los productos.

Gereffi identifica las cadenas producer-driven con el liderazgo del capital industrial y el de las cadenas buyer-driven con el capital comercial (“aquel que compra pero no realiza los bienes que vende”). El capital comercial Gereffi lo entiende como el capital que poseen las grandes redes de comercialización y de distribución de mercancías. Su característica en el marco de los encadenamientos productivos está dada por el hecho de que su actividad no se circunscribe a la compra-venta de mercancías, sino que tiene como función principal la determinación de la cantidad y calidad de los bienes a producir materialmente. Es decir, que ya no permanece recluido en la esfera de circulación de los productos sino que, además, participa en las funciones productivas que anteriormente lo diferenciaban del capital industrial.

En un estudio de Henderson (et. al.) 1995:37-65), analizando las externalidades desde el punto de vista del conocimiento y la información, señalan que el flujo de conocimientos contiene

externalidades estáticas y dinámicas. En el primer caso se trata de trasvases de información básicos, sobre las condiciones actuales del mercado. En las externalidades dinámicas, se trata principalmente de la información lo que configura el now-how local que fluye entre las empresas de la aglomeración y que proviene del stock de conocimientos acumulados a partir de las numerosas interacciones y relaciones mutuas generadas con el paso del tiempo, o sea, se hace referencia a los spillovers de información acumulados en el tiempo sobre aspectos tecnológicos y de marketing, diseño y gestión que ocurre entre empresas del mismo sector que se encuentran espacialmente próximas. Callejón, M. y Costa, M. señalan: *“Por analogía con el concepto de economías de escala dinámicas y estáticas en la producción, se puede establecer que las externalidades dinámicas son irreversibles y se identifican con los desbordamientos de conocimientos tecnológicos y de otros tipos, que ocasionan un aumento permanente de la eficiencia de las empresas en términos de costos o calidad. Aunque la empresa beneficiaria de las externalidades cambie de localización no se anularía el efecto sobre la función de producción del aprendizaje ya adquirido. Por otra parte, en las externalidades de carácter estático (tipo forwards o backwards linkage) es reversible su efecto sobre los costos, y los beneficios desaparecen al cesar la externalidad, por ejemplo, ante la desaparición de proveedores locales especializados o ante la pérdida de mercado local que obliga a reducir la escala productiva. Por tanto, los efectos dinámicos se incorporan en la función de producción de la empresa y los efectos estáticos no modifican su función de producción”.* (Callejón M. y Costa M. 1996:7)

#### **4. ECONOMÍAS PECUNIARIAS Y TECNOLÓGICAS**

Retomando a Marshall y en particular a las externalidades por él analizadas, éstas significaron el punto de partida, ya que a partir de ahí se generan diversas variantes de economías y deseconomías externas productivas, entre ellas tenemos los postulados de Scitovsky (1954:146-150), autor que plantea los conceptos de economías externas pecuniarias y



economías externas tecnológicas, las cuales tenían características específicas a las externalidades de Marshall, que no se veían anteriormente. *Las economías externas pecuniarias se refieren a las interrelaciones entre empresas que operan a través del mercado y que dan lugar a una reducción en los costos de los inputs, afectando a la función de beneficios. Las economías externas tecnológicas, se relacionan con la difusión de conocimientos entre empresas que operan al margen del mercado y se plasman en la función de producción.* (Callejón M. y Costa M. 1996:4)

Scitovsky sostenía que las economías externas que se dan en los países desarrollados –donde los mercados se encuentran bien implantados- son siempre de naturaleza tecnológica, mientras que en las economías menos desarrolladas, como sería el caso mexicano, predominan las economías pecuniarias. En este sentido, Krugman analizando la localización señala “... *aunque estoy seguro de que verdaderos procesos de ósmosis tecnológica juegan una función importante en la concentración de algunos sectores, no por ello hay que suponer que ésta sea la razón principal...*” (Krugman 1989:485).

Callejón M. y Costa M. (1996:5-6), consideran los conceptos de Scitovsky y argumentan que las externalidades tecnológicas que inducen a la aglomeración de empresas operan dada la existencia de líneas de comunicación entre dichas empresas, lo cual les permite intercambiar información (*knowledge spillovers*) que no solamente se refieren a aspectos estrictamente tecnológicos, sino también a otras cuestiones de interés para las empresas (aspectos de organización, financieros o comerciales). En cierta medida, la información tiene característica de bien público, o sea, el uso de información por una empresa no disminuye la cantidad disponible para las demás empresas. Sin embargo, no todos los conocimientos que utilizan las empresas tienen características de bien público. Las autoras señalan que dependiendo de la medida en que las empresas dispongan de distintas informaciones, los beneficios de la comunicación

crecerán al crecer el número de empresas, y en la medida que la calidad de la comunicación sea sensible a la distancia, las empresas tenderán a agruparse con objeto de facilitar el movimiento de los flujos de información. Sin embargo, el incentivo a la aglomeración es neutralizado principalmente por el aumento del costo del terreno y los salarios, los cuales están relacionados con el aumento de la congestión. Los trabajadores por tanto, deben hacer frente a alquileres y costos de transporte más elevados, a medida que aumenta la distancia entre las zonas residenciales y las empresas. Así se alcanza un límite a las fuerzas aglomerativas propiciadas por la comunicación.

Para Arrow K. (1962:155-177), el conocimiento generado por una empresa es conocimiento endógeno, producto del *learning by doing*, y no puede ser inmediatamente utilizado por otras empresas a un costo nulo, no obstante, a medida que las empresas adquieran distintos conocimientos, los beneficios de la comunicación crecerán al aumentar el número de empresas. En este sentido Jovanovic y Rob (1989:569-583), quienes al igual que Krugman señalan que es la presencia de distintos conocimientos la que estimula la actividad innovadora, por tanto, en la medida que la calidad de la comunicación sea sensible a la distancia, las empresas tenderán a agruparse con objeto de facilitarse el movimiento de los flujos de información.

Henderson J. (1988) plantea que las líneas de comunicación entre agentes que vinculan conocimientos, toman tiempo para madurar y ser eficaces, incluso aunque éstas sean innovaciones menos sofisticadas. Por tanto, generar una red eficaz de intercambio de información no resulta fácilmente trasladable en el espacio, sin embargo, el autor matiza que el aprovechamiento de éste tipo de externalidades genera la persistencia de cluster<sup>1</sup> sectoriales

---

<sup>1</sup> Es importante plantear el concepto de cluster, el cual para Porter no sólo se refiere a una industria en un área determinada que produce algún bien, sino a toda una gama de industrias relacionadas que producen muchos bienes y servicios. Los clusters permiten aumentar de forma importante la productividad, puesto que promueven la eficiencia, incrementan la tecnología, estimulan el uso adecuado de los recursos naturales y mejoran el valor de los

en determinadas localizaciones y, de ese modo, favorece la aglomeración de la actividad en el territorio.

Krugman P. (1989:495), mediante un análisis de los cinturones industriales en Estados Unidos y en particular el de Green Bay, San Louis, Baltimore y Pórtland señala: “...Cada una de las *fabricas permaneció dentro del cinturón industrial por las ventajas que proporcionaba el estar cerca de las otras fabricas*”. Henderson J. (1988:43) por su parte, destaca también la importancia de las condiciones históricas y por ello contrasta el dinamismo de las externalidades. El autor plantea que su efecto se prolonga a lo largo del tiempo.

Por otra parte, Henderson está de acuerdo con el trabajo de Jaffe et al. (1993:20) en el cual se plantea que los desbordamientos informativos de carácter dinámico se extienden lentamente, se encuentran localizados geográficamente y se producen preferentemente dentro del mismo sector. (Henderson J. y Appelbaum, R 1995:44).

Callejón M. y Costa M. (1996:4) consideran que las externalidades tecnológicas y pecuniarias regularmente se presentan en simbiosis. Señalan que el concepto de economías externas pecuniarias ha evolucionado desde su formulación por Scitovsky hasta su utilización actual.

Argumentan -al igual que lo hace Scitovsky-, que en este momento está muy extendida la consideración de que las economías pecuniarias sólo tienen relevancia en condiciones de competencia imperfecta.

---

productos. Son también magníficos estimuladores de la creación de nuevas empresas, de una compañía surge la otra. La relación entre sectores competitivos conexos produce nuevos sectores competitivos.

## **5. ECONOMÍAS EXTERNAS DINÁMICAS**

Se consideran economías dinámicas porque la historia del sector industrial es el elemento imprescindible que permite explicar los beneficios que tienen las empresas cuando se localizan en ese lugar, obteniendo así beneficios como los conocimientos acumulados a lo largo de la historia, además de los servicios especializados que esa región ha creado a lo largo del tiempo. Un elemento fundamental dentro de las economías dinámicas es el aspecto de las economías externas tecnológicas, las cuales permiten transmitir ideas y conocimientos.

Glaeser E. (et al.) 1992: 1126-1152), identifican tres fuentes distintas de externalidades tecnológicas dinámicas, las cuales se pueden diferenciar por la existencia de empresas de un sector especializado en un área determinada y con un mercado concentrado.

## **6. LOCALIZACIÓN INDUSTRIAL: CONGLOMERADOS DE EMPRESAS, DISTRITOS INDUSTRIALES Y REDES EMPRESARIALES EN UN ENTORNO DE COMPETENCIA**

La globalización plantea la necesidad de comprender fenómenos económicos ligados a la configuración de nuevas vinculaciones entre empresas que van más allá de la relación estricta del mercado: entender el aumento en la interdependencia económica entre los países, el acceso a las nuevas tecnologías, así como a las cadenas de distribución y comercialización, se van convirtiendo en elementos cruciales de la competitividad de las naciones.

En este marco se hace necesario analizar los encadenamientos productivos y la especificidad histórica que dichos encadenamientos presentan en la fase globalizada de la economía internacional. El análisis de lo anterior nos lleva a realizar un repaso de temas como los conglomerados, los distritos industriales, las redes de empresas, la ventaja competitiva de las

naciones, el diamante de la competitividad, los sectores conexos, los encadenamientos productivos y los clusters.

*a) Los conglomerados de empresas.*

Los conglomerados de empresas son grupos de firmas de un mismo sector industrial comercial o de servicios (un ejemplo es la industria del vestido en Hidalgo). Este conglomerado puede formar redes cooperativas, de forma autónoma o con la ayuda de programas gubernamentales de fomento, por ejemplo de capacitación, uso de organizaciones comunes en el campo de la investigación, y desarrollo o de funciones externas a las empresas, así como en el desarrollo de proveedores.

Existen varias formas de clasificar los conglomerados industriales: sistemas basados en pequeñas empresas independientes y competidoras directas, pero con la existencia de una o pocas empresas líderes (En esta categoría podemos insertar a la industria textil y de la confección de Hidalgo); contextos de varias pequeñas empresas aisladas y vagamente ligadas entre ellas; sistemas donde pequeñas empresas tienen pocas relaciones recíprocas, siendo más bien competidoras directas en la misma rama de negocios; sistema con un gran número de pequeñas empresas con intensas relaciones de subcontratación y rivalidad local; sistemas de subcontratistas concentrados en una o pocas compañías que controlan la subcontratación y los contactos con el mercado; sistemas donde existe la formación de oligopolios dinámicos de medianas empresas especializadas, las cuales operan en el mismo sector, pero en diferentes segmentos y nichos.

En el enlace entre las organizaciones productivas y el entorno local, se pueden dar tres diferentes tipos de sistemas: sistemas localizados en ciudades de tamaño medio, donde no es usual que existan dos o más organizaciones y redes empresariales con las mismas actividades

(en esta caracterización encontramos a la industria textil y de la confección Hidalguense); sistemas localizados en pequeñas ciudades, usualmente mono sectoriales; sistemas localizados en ciudades de tamaño medio, donde redes terciarias de alta calidad, instituciones educativas y de investigación, y una infraestructura desarrollada interactúan con las redes de producción.

Considerando la orientación hacia el mercado, se puede dar los siguientes tres casos: sistemas pasivos concentrados en la producción y fuertemente dependientes de los contratistas externos; sistemas activos orientados a la exportación y especialización en nichos de mercado; sistemas abiertos en los cuales muchas empresas del conglomerado son capaces de controlar funciones estratégicas y negocios medulares, están en condiciones de invertir y descentralizar la producción fuera de su localidad y fuera del país.

La caracterización en la cual podríamos encontrar a la industria textil y de la confección en Hidalgo son las dos primeras, dado que se tiene por un lado empresas fuertemente dependientes de contratistas externos (empresas micro y pequeñas), las cuales relativamente son maquiladoras y muchas de ellas, según su tamaño, están especializadas en nichos de mercado.

Tenemos dos tipos de cooperación que son:

*i.* Horizontal, es decir, la cooperación entre PyMEs que se encuentran en la misma cadena de valor;

*ii.* Vertical, es decir, con otras PyMEs y con empresas de mayor dimensión en la cadena de valor. Las empresas pueden especializarse en su o sus principales productos, dando lugar a una división empresarial del trabajo, tal es el caso de la subcontratación y el desarrollo de proveedores.

### *b) Distritos industriales*

En los análisis de Marshall sobre los distritos industriales y sobre los sistemas productivos locales, se señaló la necesidad de analizar dentro del nacimiento y maduración de iniciativas empresariales, el papel importante que juega el territorio, o la importancia de la cooperación empresarial para lograr mayores niveles de competitividad.

Utilizando la propuesta de Roberta Rabelotti, se identifica a los distritos industriales como sistemas productivos caracterizados por la existencia de:

- i.* Agrupamientos principalmente de PyMEs concentradas espacialmente y especializados sectorialmente; Para Porter (1991:63-68), las vías por las que habitualmente emergen los agrupamientos son diferentes en diferentes naciones y varían en función de los tipos de empresas presentes en la economía. Los agrupamientos de sectores competitivos que alcanzan el éxito son verticalmente profundos y abarcan muchos eslabones de la cadena vertical y sectores que aportan maquinaria y otros insumos especializados.
- ii.* Un conjunto de vínculos hacia delante y hacia atrás, basados en relaciones de mercado y extra-mercados, para el intercambio de bienes, información y recursos humanos;
- iii.* Un entorno cultural social común, el cual vincula a los agentes económicos y permite la creación de códigos de comportamiento comunes, tanto implícitos como explícitos;
- iv.* Una red local de instituciones públicas y privadas que apoyen a los agentes económicos.

### *c) Las redes empresariales*

Es un acuerdo entre un grupo limitado y definido de empresas independientes, que colaboran para lograr objetivos comunes de mediano y largo plazo, orientados al desarrollo de la competitividad de las empresas participantes. Las redes de empresas se diferencian de los distritos industriales principalmente por las siguientes características:

- i.* Las redes de empresas se constituyen generalmente por un número más limitado de firmas que los distritos industriales;
- ii.* Son claramente identificables y la composición de dicha red tiende a ser menos variable que en los distritos industriales; y
- iii.* Los miembros de una red no pertenecen necesariamente al mismo territorio.

Porter (1999:232), relaciona las redes con los clusters y señala que la teoría de los clusters permite conectar estrechamente la teoría de las redes, la del capital social y la del compromiso cívico, por una parte y la competencia empresarial y la prosperidad económica por la otra. La teoría de los clusters identifica quién debe formar parte de la red, con qué relaciones y por qué. Cuando existen fallas de información, las empresas pueden mejorar sus niveles de eficiencia a través del desarrollo de relaciones económicas con otras empresas, lo cual les genera los siguientes beneficios:

*i. Asegurar la reducción de costos de inventario.* En este caso, la mejora en la eficiencia se logra a través de la reducción de los tiempos muertos, es decir, aumentando la velocidad de rotación del capital por producto vendido. *Para ilustrar este caso recurriremos al encadenamiento que tuvo lugar entre Wall Mart (WM), importante vendedor minorista, y Procter & Gamble (P&G), fabricante de productos para el hogar, en los EUA. Previo a la realización del mismo, ambas empresas desarrollaron fuertes luchas de poder para "inclinarse la balanza" de los beneficios económicos a favor propio. Según la fortaleza relativa que presentaban los mercados de productos para el hogar y de ventas al por menor, P&G imponía a WM condiciones de venta para sus productos, (como precios y términos de venta) o WM mermaba la variedad de productos de P&G de sus estanterías. Sin embargo, este tipo de relación dio un vuelco abrupto a mediados de la década de los 80s, cuando ambas empresas acordaron intercambiar información y planificar la producción de modo conjunto, es decir, que decidieron basar sus*



*relaciones en la confianza mutua. El resultado fue un éxito rotundo para ambas partes: se desarrolló un sofisticado sistema de intercambio de datos por satélite que permitía a P&G administrar el manejo de inventarios de WM. Gracias al aumento en la velocidad del ciclo de rotación del capital de la cadena, WM le paga a P&G por su mercadería a los contados días de haberla vendido al consumidor final. La aparición de "coordinación" y la pérdida de autonomía productiva de las empresas particulares en vistas a la ganancia de eficiencia de la cadena en su conjunto es clara: Para capturar los beneficios de la alianza, Wal Mart tuvo que confiar en P&G lo suficiente como para compartir datos de ventas y precios, y para ceder el control del management sobre los procesos de órdenes e inventario a P&G. P&G tuvo que confiar lo suficiente a Wal Mart como para dedicar un gran equipo de trabajo a la cuenta de Wal Mart, adoptar bajas de precio todos los días (bajar los precios estándar y eliminar las promociones especiales), e invertir en un vínculo customizado de información" (Kumar, N. 1996: 15).*

*ii. Asegurar la adquisición de insumos en tiempo y forma.*

Las fallas de información pueden generar problemas relacionados con la provisión de insumos en tiempo y forma. Dado que los productos no siempre están bien especificados ni presentan el grado de homogeneidad supuesto en el modelo neoclásico básico, los compradores pueden verse inducidos a entablar relaciones extra mercado para garantizarse un suministro adecuado en tiempo y calidad. Esto les permitiría disminuir la probabilidad de no disponer de los insumos necesarios según el momento y las especificaciones requeridas.

Schmitz y Knorringa trabajan empíricamente este punto para la industria del calzado, introduciendo para ello la distinción entre cadenas *pricedriven* y cadenas *quality-driven*, siendo éstas últimas aquellas en las cuales los eventuales problemas relacionados con la provisión de insumos, dan lugar a relaciones extra mercantiles de largo plazo entre las partes, ya sea fundadas en la confianza o en contratos formales: *Todos los compradores que operan en un*

*segmento de mercado 'quality driven' con marcas establecidas indicaron que habían escogido como política explícita la construcción de vínculos de largo plazo. (...). Los compradores que operan en estos segmentos tienen muy en cuenta el costo que implica cambiar socios para obtener (en el corto plazo) precios más ventajosos: ello aumenta los costos de transacción e incrementa las posibilidades de malentendidos en lo que respecta a las especificaciones de calidad. Por eso, prefieren relaciones estables basadas en la comunicación intensa y la confianza para obtener una buena calidad y provisión adecuada" (Schmitz y Knorring, 2000:132).*

En cuanto a la herramienta adecuada para resolver este tipo de fallas de mercado, Schmitz (1999:139-150) enfatiza la distinción entre las relaciones extra mercantiles basadas en contratos formales y aquellas que se generan por la confianza recíproca entre los agentes productivos. En particular, señala la ventaja que presentan las relaciones de confianza propias de los clusters, por sobre los contratos formales. Dado que las primeras gozan de una mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios constantes en las condiciones productivas.

En su análisis sobre la industria brasileña de calzado Schmitz plantea que: *La mayoría de los productores se ha dado cuenta de que estos desafíos (por ejemplo, producir mejores zapatos, más rápidamente y en mayor cantidad), requerían un cambio en las relaciones con las otras firmas de la cadena de oferta. Durante el boom de exportación de la etapa anterior, estas relaciones eran del tipo arms-length (de mercado); la búsqueda de beneficios rápidos implicaba que cuando surgían conflictos se optaba por cambiar de proveedores o clientes en vez de tratar de explorar los problemas conjuntamente. En la década de los noventa, varios productores empezaron a darse cuenta de que necesitaban un tipo distinto de relación con sus proveedores que implicara responsabilidades de más largo plazo, transparencia mutua y aprendizaje por*

*interacción. Éstas nuevas relaciones no se basaban en contratos de largo plazo sino en confianza" (Schmitz, 1999:145)*

*iii. Conocimiento de mercados externos.* Otra falla de mercado asociada a problemas de información es la dificultad que presentan empresas locales para conseguir información sobre las necesidades y condiciones de los mercados externos. En estos casos, no se cumple el supuesto básico de información igualmente disponible para todos los agentes económicos, lo cual lleva a empresas locales a asociarse con compañías comerciales extranjeras, con objeto de lograr mejoras en la captación de información relevante. La empresa con deficiencias informativas recurre a otra empresa poseedora de un activo escaso: la información.

Según las características específicas de esta falla de información, se establecerá un tipo concreto de relación extra mercantil entre ambas partes. Por un lado, la mayor o menor facilidad para conseguir la información relevante en el mercado al que se pretende exportar determinará el grado de simetría entre el exportador y quien le brinda la información. Por otro lado, la necesidad de entablar acuerdos más o menos duraderos dependerá del tipo de acuerdo y de los cambios en los gustos y costumbres de la sociedad a la que se pretende exportar.

En el caso de la industria textil y de la confección es fundamental para los fabricantes pequeños la relación comercial con los grandes *retailers* internacionales. *"Los pequeños traders exportadores típicamente son individuos o pequeñas firmas que operan a modo de vínculo entre los manufactureros de los países productores y los retailers de los mercados de destino. Ellos canalizan las órdenes de demanda a los productores locales, se encargan de la subdivisión y subcontratación de grandes órdenes entre varios pequeños productores, efectúan controles de calidad sobre las órdenes en marcha y tratan de anticipar las tendencias futuras en moda y marketing de los principales mercados"* (Gereffi y Korzeniewicz, 1990:45-70)

iii. *Conocimiento de las necesidades de los usuarios.*

En general, la interacción entre proveedores y usuarios puede ser importante cuando se trata de productos que requieren cambios frecuentes en su diseño. Como sería el caso de los textiles y la confección de las prendas. (Corona y Hernández, 2000:87).

## **7. LA COMPETITIVIDAD COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA LA INSERCIÓN EN EL ENTORNO INTERNACIONAL**

En los años ochenta Michael Porter contrapone el concepto de ventaja comparativa al de ventaja competitiva de las naciones, reconoce a la empresa y sus sectores de competencia como las unidades básicas en que operan las ventajas competitivas. Así, se desarrolla también el concepto de competencia, la cual incluye un conjunto de mercados segmentados, productos diferenciados y diferencias tecnológicas y de economías de escala.

Para este autor, lo que hace prospero a un país es la capacidad de sus empresas para alcanzar elevados niveles de productividad, es decir, la capacidad de usar con eficiencia y creatividad la mano de obra, los recursos naturales y el capital.

Para Porter no importa cuánto se posea, sino que se hace con lo que se tiene, y esto lo subraya constantemente, no es el mero acceso a los factores, sino la capacidad de desplegarlos productivamente lo que tiene una gran importancia para la ventaja competitiva. La cual es resultado de la forma en que las empresas organizan las diferentes actividades que componen su cadena de valor y del grado de coordinación entre todas ellas.

Para lograrlo una empresa debe ofrecer un valor comparable al comprador para ello, debe realizar sus actividades de forma más eficiente que sus competidores (1991:72).

Porter señala que las empresas tienen varias opciones para incrementar su competitividad. Por una parte, tiene el poder de competir en precio mediante el mecanismo de abaratar costos, lo cual se puede lograr mediante:

*i. Las economías de escala derivadas de la producción de grandes volúmenes. Sobre este punto Segarra A. (2001:207-208); argumenta que *La dimensión de los mercados permite aprovechar mejor las economías de escala, sin embargo por sí sola la dimensión del mercado no genera economías de escala ya que éstas son un atributo específico de la función de producción de la empresa**

*ii. Mediante la utilización de mejoras técnicas;*

*iii. Mediante la relocalización en áreas que cuenten con factores productivos abundantes y baratos o subvencionado por las políticas públicas (suelo barato, exenciones fiscales).*

Otra forma de mejorar la competitividad es mediante la diferenciación de sus productos, lo cual permite obtener mayores utilidades (dado el mayor valor agregado), para ello es necesario que las empresas introduzcan mejoras en la calidad de sus materias primas, incrementen sus niveles de especialización, tengan mano de obra altamente cualificada e inviertan en investigación y publicidad. Por ello, Porter señala la necesidad de entender que las empresas no se encuentran aisladas, sino que existe una serie de proveedores, distribuidores y clientes integrados.

Porter (1999:28-29) argumenta que existen seis obstáculos que dificultan la entrada al mercado de nuevas empresas, y son por ello una fuente de mejora para los nuevos competidores y un mecanismo de mejora para las que ya se encuentra en el mercado:

*i. Economías de escala.* El nuevo competidor debe integrarse con una gran empresa o bien aceptar costos en desventaja;

*ii. La diferenciación del producto.* La creación de una marca constituye un obstáculo porque obliga a gastar mucho dinero para entrar al mercado;

*iii. Las necesidades del capital;*

*iv. Las desventajas de costo independientes del tamaño.* Tiene relación con la curva de aprendizaje, la tecnología y el acceso a mejores fuentes de abastecimiento;

*v. El acceso a los canales de distribución;*

*vi. La política de gobierno.*

## **8. ANTECEDENTES DEL SURGIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN EN EL ESTADO DE HIDALGO**

El origen de la industria textil y del vestido en Hidalgo, pero particularmente en el valle de Tulancingo se remonta a la época prehispánica, Ruiz, R (2000) en su texto denominado *Breve historia de Hidalgo* señala que como parte del tributo a los catorce señoríos se debían entregar 70 fardos de algodón.