

Factores inhibidores de la relocalización de actividades en los Distritos Industriales. El caso de la cerámica de Castellón*

F. Xavier MOLINA MORALES

Titular de Universidad
Departamento de Administración de Empresas y Marketing
Universitat Jaume I
molina@emp.uji.es

Ángeles ARES VÁZQUEZ

Profesora Asociada
Departamento de Economía
Universitat Jaume I
ares@eco.uji.es

Fecha de recepción: 01/05/2006

Fecha de aceptación: 19/06/2007

RESUMEN

La *relocalización* es una decisión estratégica empresarial que supone el cambio de localización de una actividad hacia un ámbito distinto. La existencia de un entorno con grandes interdependencias entre las empresas e instituciones, como sucede en el caso de los distritos industriales puede sugerir una mayor resistencia a este fenómeno. Nos planteamos verificar si esto es así, es decir, en qué medida las empresas del distrito relocalizan sus actividades y en todo caso, cuáles serían los factores inhibidores de la relocalización. Con el fin responder a estas cuestiones hemos centrado nuestro estudio empírico en el distrito industrial cerámico de Castellón. Los resultados del estudio realizado sugieren que los factores relacionados con el capital social desarrollado en el distrito pueden actuar como verdaderos inhibidores o restrictivos de las decisiones de localizar actividades fuera del distrito.

Palabras clave: Relocalización, Distritos industriales, Capital social, Red social.

Inhibition factors for the re-location in Industrial Districts activities. The case of the ceramic tile of Castellón

ABSTRACT

The strategic decision of re-location means moving one activity from one location to another. The existence of one environment with high interdependences between firms and institutions, such as in

* Este trabajo forma parte de la investigación realizada con el apoyo de las Ayudas a la Investigación del IVIE para el año 2006.

industrial districts, may offer a greater resistance to relocation process. We aim to question whether this statement is true or not, that means, to what extent firms in districts relocate activities?, and in any case, which are the inhibitor factors of relocation? In order to address these questions we have analyzed the case of the ceramic tile industrial district in Castellon. Findings of the survey suggested that factors related to the social capital developed in the district may act as real inhibitor or restrictive factors for decisions of locating activities outside the district.

Key words: Re-location, Industrial districts, Social capital, Social network.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Hipótesis. 4. Estudio empírico. 5. Resultados. 6. Conclusiones. Bibliografía. Anexo.

1. INTRODUCCIÓN

La *relocalización* de actividades no es en absoluto un fenómeno nuevo, aunque recientemente ha adquirido una inusitada relevancia. Las rebajas en los costes de los transportes y en las trabas comerciales, la relevancia económica de los denominados países emergentes, o la mejora continua en las tecnologías de la comunicación, son argumentos que suelen utilizarse para justificar esta opción estratégica.

Desde el punto de vista conceptual es necesario, sin embargo, hacer algunas precisiones. Entendemos que bajo la denominación de relocalización se incluyen decisiones estratégicas de diversa índole: globalización de la cadena de valor, digitalización de la economía (Biggiero, 2006). En todos los casos se trata de una decisión estratégica empresarial que supone el cambio de localización de una actividad (de producir o adquirir un servicio o un producto) relacionada con su cadena de valor. Trasladando la actividad a un ámbito distinto del que se realizaba (producía o adquiriría) en un momento dado. Estos cambios pueden ser desde dentro de la empresa hacia fuera de la misma, ya sea, fuera en un contexto cercano o, bien, fuera en un contexto geográfico lejano o global.

La *relocalización* se ha identificado con las grandes corporaciones multinacionales. Su carácter global, en muchos casos, y su relativa desvinculación al territorio que los alberga, parecen facilitar este tipo de decisiones empresariales. Sin embargo, recientemente el fenómeno se ha generalizado y se ha extendido a contextos de PYMEs, en particular¹. Sin embargo, la existencia de un entorno con grandes interdependencias entre las empresas que caracterizan estas concentraciones de empresas, podría sugerir una mayor resistencia al fenómeno de la relocalización de actividades o, en todo caso, el mantenimiento de ciertas especificidades del fenómeno. Algunos autores como Sammarra (2005) se refiere a la habilidad de las empresas para seleccionar aquellas actividades o fases del ciclo productivo que permitan alcanzar una ventaja duradera.

Nos planteamos dos cuestiones que pretendemos analizar en este trabajo: la primera, si eso es así, es decir, ¿en qué grado las empresas del distrito relocalizan sus actividades? y, en segundo lugar, en todo caso, ¿cuáles serían los factores inhibidores que dificultan o desaconsejan esta externalización de actividades?

Con el fin de dar respuesta a las cuestiones de investigación planteadas, hemos realizado un estudio basado en el distrito industrial de la cerámica de Castellón. Algunas de sus características, como son su alto grado de concentración geográfica, el dominio de las PYMEs, o su alto nivel de innovación y posición de liderazo en el mercado interna-

cional lo hace una cuestión útil e interesante de estudio. Somos conscientes, sin embargo, que el estudio de este tipo de unidad de análisis, junto con ciertas ventajas, muestra limitaciones debidas a la posible existencia de factores específicos o idiosincrásicos de nuestro objeto de estudio que por tanto pueden dificultar la generalización de las conclusiones. De todas maneras, pensamos que este tipo de estudios permiten el análisis de una muestra de empresas con el grado de homogeneidad interna que requiere nuestro estudio y que permite aislar mejor los efectos de determinados factores sobre el comportamiento y los resultados de las empresas.

El distrito industrial como red social puede identificarse por su gran densidad y por la existencia de vínculos fuertes entre los participantes. Este tipo de estructura del capital social provee a las empresas de una serie de ventajas como son la generación de una serie de normas y valores compartidos, de un tipo de la confianza, de reciprocidad, etc. lo que posibilita la transmisión de información de alta calidad y de conocimiento tácito. Por otro lado, en los distritos existen una serie de instituciones de carácter local que proveen a las empresas de una serie de servicios avanzados. Pensamos que en estas dos consideraciones se encuentran los factores inhibidores que dificultan las decisiones de relocalización de actividades. Para confirmar esta hipótesis hemos medido la tendencia a la relocalización de las empresas y lo hemos relacionado con diferentes elementos definitorios del distrito con el fin de poder extraer conclusiones sobre los factores que dificultan o retrasan la relocalización de actividades.

Nuestro trabajo lo hemos estructurado de la siguiente forma: en primer lugar, hemos planteado nuestro marco teórico considerando la conceptualización del fenómeno de la relocalización de actividades, así como el modelo de organización del distrito industrial y sus principales características. En la segunda parte, en el estudio empírico hemos analizado la metodología utilizada y los principales resultados obtenidos de nuestro estudio, para terminar describiendo las principales conclusiones que sugieren estos resultados.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL DISTRITO INDUSTRIAL

El concepto de distrito industrial se ha definido tradicionalmente como una “entidad socioeconómica que se caracteriza por la presencia activa de una comunidad de personas y una población de empresas en una área natural e históricamente delimitada” (Becattini, 1990: 39). Aunque el conjunto de relaciones que se desarrolla sobre la base de la proximidad geográfica puede variar considerablemente en sus detalles, su lógica fundamental es constante. Los principios organizativos en los que se basan los distritos del sureste de Alemania y la zona noroeste de Italia, aunque posean características específicas, son de amplia aplicación. Una cooperación interempresarial similar la encontramos a menudo en actividades económicas de ámbito regional (p.e. Escandinavia) o local, como por ejemplo en Silicon Valley (Estados Unidos). Por lo tanto, la proliferación de casos demuestra la naturaleza universal del fenómeno.

La primera justificación de los beneficios que los distritos industriales proporcionan a las empresas son las economías *Marshallianas* o de aglomeración. El autor del concepto original de Distrito Industrial, Marshall (1925), identificó un tipo de economías externas que se centran en los beneficios obtenidos por las empresas individuales deri-

vadas del incremento en la dotación de factores comunes que incluyen: los recursos humanos cualificados, proveedores especializados y *spillovers* tecnológicos (Krugman, 1991). Igualmente, el concepto Marshalliano de la *atmósfera industrial* puede traducirse como la existencia de recursos intangibles basados en la experiencia, el conocimiento y en la información, que son comunes a las empresas del distrito. En general, los diversos autores argumentan que las aglomeraciones territoriales benefician a las empresas en forma de externalidades de carácter intangible también denominadas *untraded interdependences* (Storper y Scott, 1989; Storper, 1992).

2.2. LA IDENTIFICACIÓN DEL DISTRITO INDUSTRIAL COMO RED SOCIAL

El concepto de capital social está asociado a la estructura y al contenido de las relaciones y sus posibles consecuencias han sido analizadas desde diferentes niveles de relaciones, incluyendo las individuales, empresariales, regionales o incluso nacionales. Triglia (2001), refiriéndose al nivel agregado, afirma que un determinado contexto territorial posee más o menos capital social según el grado en que las personas o las poblaciones de una misma área, están relacionadas y comprometidas en sus redes de relaciones. Respecto a las implicaciones o resultados de la pertenencia de las empresas a estas concentraciones territoriales podemos hablar de externalidades y de interdependencias no comercializables que influyen en el desempeño empresarial.

La perspectiva de las redes nos permite discutir las oportunidades y restricciones que comporta la proximidad geográfica para las empresas pertenecientes a estas concentraciones geográficas.

El uso de conceptos como el arriago se han difundido rápidamente en la literatura del territorio (Oinas, 1998). Por ejemplo, Martín (1994) señala que el arraigo es inherentemente espacial. A pesar de la presencia de interacción de larga distancia, la mayoría de los contactos, especialmente los de naturaleza informal, se producen en un radio corto de acción (Malecki, 1995).

Storper (1995) argumenta que los recientes desarrollos han llevado a un profundo cambio en la aproximación conceptual usada en la Geografía Económica. La “vieja ortodoxia” basada alrededor de la metáfora de los sistemas económicos como máquinas con cuantificables *inputs-outputs*, integrada en la clásica noción de las economías externas de Marshall, ha sido reemplazado por la “nueva heterodoxia” basada alrededor de la metáfora de las economías regionales como *un conjunto de relaciones*. Los sistemas económicos son ahora vistos como un conjunto de convenciones usados por agentes humanos altamente reflexivos. Por tanto, las regiones no están entrelazadas por interacciones *inputs-outputs* sino que están integradas también por un conjunto mucho más amplio de vínculos, menos tangibles, que Storper denomina *interdependencias no comercializables*. Estas interdependencias incluyen el conocimiento sobre convenciones, reglas, prácticas e instituciones que se combinan para producir “mundos de producción” posibles y reales (Storper y Salais, 1997).

Como señalan Pinch y Henry (1999), los investigadores han comenzado a vincular la noción de las trayectorias tecnológicas con el trabajo sobre la construcción social del conocimiento y el enraizamiento social de las economías locales. La atención, pues, se sitúa ahora sobre los factores institucionales y culturales que ayudan a generar un fuerte sentido de confianza, propósitos comunes, desarrollo de habilidades y de innovacio-

nes tecnológicas (Grabher, 1993; Cooke y Morgan, 1998). Esto ha conducido a los nuevos conceptos de “economía del aprendizaje” (*Learning economy*) (Lundvall y Johnson, 1994) y la “*learning region*” (Morgan, 1997). En ambos casos el conocimiento es el recurso más importante y el aprendizaje es el proceso más importante.

Aunque no es fácil encontrar trabajos dentro de la perspectiva territorial, que apliquen de forma sistemática los conceptos propios de la perspectiva de redes, y menos aún, aquéllos más recientes como los derivados de los vínculos no redundantes (Burt, 1992b), una gran atención de los investigadores se ha centrado en mostrar los mecanismos sociales de control que se producen en las aglomeraciones territoriales. En menor medida y no sin controversias, también se han analizado las posibilidades que ofrecen los distritos para la innovación entendida ésta como respuesta a los cambios externos a la red.

Utilizando la terminología de la perspectiva de redes, se puede hablar de las referencias centradas en los resultados (*outcomes*) relacionales y estructurales del capital social. Estos resultados se refieren a los activos en los que se basan las relaciones, como la confianza en sus distintas formas. La confianza actúa como mecanismo que gobierna las relaciones arraigadas (Uzzi, 1996).

Lo que hace que el nivel regional sea clave es que los factores relacionados con el espacio y la proximidad contribuyen a generar el conocimiento tácito y la capacidad de aprendizaje que apoya a la innovación (Maskell y Malmberg, 1999). Las alianzas y acuerdos en este contexto, deben de ser entendidas como un mecanismo para desarrollar relaciones cooperativas dentro de una amplia red social de actores, donde se incluyen trabajadores y directivos, y también, un amplio número de recursos sociales de ayuda al proceso de innovación. (Asheim, 1996). Además, la proximidad física facilita las relaciones cara a cara, las interacciones frecuentes y cercanas. Las empresas dentro de un mismo distrito, suelen compartir una misma cultura, que puede actuar de manera que facilite el proceso de aprendizaje social (Wolfe, 2002). Los diversos estudios realizados muestran como tales organizaciones construyen un código de comunicación y lenguaje común que utilizan en sus interacciones a lo largo del tiempo. Finalmente, estas interacciones están apoyadas por las instituciones regionales, que ayudan a generar y reforzar las reglas y convenciones que regulan el comportamiento de las empresas locales. En otras palabras, la razón por la que estas empresas pueden desafiar la superioridad de las grandes empresas reside en las relaciones de confianza y colaboración, el conocimiento tácito y codificado y la ayuda de las instituciones locales.

Al conceptualizar estas características, los autores están de acuerdo en considerar que los distritos industriales pueden ser identificados como una red densa o cohesiva de vínculos fuertes. La perspectiva tradicional del capital social (Coleman, 1990) acentúa los efectos positivos de una estructura densa, al generar normas sociales y sanciones que promueven la confianza y el intercambio cooperativo. Siguiendo con esta aproximación, la perspectiva de los vínculos fuertes (*strong ties*) sugiere la existencia de dos ventajas principales. En primer lugar, los vínculos fuertes están asociados al intercambio de información de alta calidad y del conocimiento tácito. Además, sirven como mecanismo de control para gobernar las relaciones entre socios (Uzzi, 1996). Por lo tanto, las características de estas redes son idóneas para *explotar* las oportunidades ya existentes, compartiendo información y conocimiento en los intercambios cooperativos (ver como ejemplo: Rowley *et al.* 2000).

2.3. LAS LIMITACIONES DE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

A pesar de reconocer los efectos positivos de las redes sociales y territoriales densas, muchos autores han advertido la existencia de una serie de limitaciones y riesgos. Se argumenta que en una red densa, algunas de las relaciones entre los participantes son redundantes, por lo tanto, las empresas pueden tener problemas para acceder a información nueva y única y, sólo podrán obtener unos beneficios limitados de la diversidad de información. En otras palabras, algunas empresas pueden encontrar dificultades para enfrentarse a los cambios externos, sobre todo en el caso de cambios tecnológicos radicales.

De hecho, las empresas dentro de un distrito industrial deben de buscar nuevas oportunidades para mejorar o renovar sus capacidades, especialmente aquellas relacionadas con la innovación. Las actividades de exploración implican un alto nivel de incertidumbre con respecto al valor de los resultados de una nueva actividad. Las empresas de dentro del distrito se enfrentan a los costes de búsqueda y el análisis de la nueva información y de las nuevas oportunidades. Apoyando esta conclusión, un interesante ejemplo clásico es el trabajo de Glasmeier (1991), referido a la crisis de la industria relojera suiza en los años 80. El autor describió la vulnerabilidad de las empresas relojeras suizas al tener que responder a los cambios tecnológicos externos, en otras palabras, el autor mostró las limitaciones de su capacidad de *exploración*.

Esta limitación de las empresas dentro del *cluster* territorial se puede justificar teóricamente a partir de la perspectiva de los vínculos débiles (*weak ties*) y los huecos estructurales (*structural holes*). Estas perspectivas suponen un punto de vista alternativo, haciendo hincapié a los beneficios derivados de tener un acceso a la información diversa y los beneficios del intercambio de información derivado de disponer redes de relaciones poco frecuentes y no redundantes con otros actores de la red. La tesis de Granovetter (1973) sobre la debilidad y fortaleza de los vínculos, sugiere que los vínculos débiles permitirán a los actores acceder a información nueva. Además, se ha probado que estos beneficios derivados de los vínculos débiles tienen menos que ver con la menor intensidad en las relaciones que con la existencia o no de huecos estructurales (*structural holes*) (Burt, 1992a). Los huecos estructurales se producen cuando un actor se relaciona con otros actores de la red que no están relacionados entre sí. Éstos, los huecos estructurales, son los causantes del acceso a fuentes de información no redundante por parte de las empresas.

En conclusión, aplicando la perspectiva del capital social al distrito industrial, se puede afirmar que la proximidad geográfica determina densidad en las interacciones y la fortaleza de los vínculos, ambos elementos son los adecuados para una estrategia de explotación. Por otro lado, los distritos necesitan mecanismos para conectar las empresas con las redes externas para la generación de conocimiento nuevo y original con un cierto grado de exclusividad.

3. HIPÓTESIS

Como consecuencia del desarrollo teórico anterior podemos considerar el distrito industrial como una red social caracterizada por la densidad en su estructura de relaciones, así como un alto grado de fortaleza en las relaciones que mantienen, lo que da

lugar a la existencia de una serie de normas y valores comunes. Por último, las empresas del distrito gozan de un conjunto de instituciones locales que les ofrecen un conjunto de servicios avanzados a las empresas. Estos elementos relacionales son los que hemos considerados como factores inhibidores de las actividades de relocalización de actividades.

La obra de referencia de Piore y Sabel (1984) propone dos premisas en el funcionamiento del distrito, como son recogidas por Nassimbeni (2003): la primera, la especialización o división del trabajo y la focalización en ciertas fases en el proceso productivo ganando economías de experiencia y de escala y, la segunda, la provisión interna al distrito. Es preferible acudir al distrito antes que aumentar la dimensión de la empresa individual o acceder al exterior del distrito, ya que ese ámbito se beneficia de las economías externas. El distrito puede proveer de una serie de beneficios como son: la existencia de agencias que ofrecen servicios específicos, un mercado laboral especializado, infraestructuras de apoyo, bajo coste de transporte, mayores facilidades por la interacción debidas a la proximidad geográfica y las identidades culturales.

Por lo tanto, según el modelo de distrito industrial las empresas en general, entre opciones alternativas, optarán por localizar actividades fuera de la empresa y dentro de distrito, con excepción de aquellas que son las propias de la especialización que la empresa representa.

Sin embargo, los cambios ocurridos en un buen número de distritos, en el sentido de una reducción de actividades internas y un aumento de las actividades localizadas al exterior, han hecho que autores como Grandinetti y Passon (2004) hayan propuesto replantear el modelo de empresa de distrito. Estos autores definen la empresa global de distrito que se replantea de sus relaciones internas e internas al distrito. El diagnóstico de estos autores sería que estamos ante una crisis evolutiva. En primer lugar, la relocalización de alguna fase del proceso productivo a través de acuerdos de subcontratación o de inversión directa en otras zonas. En segundo lugar, el control de los canales de distribución a partir del establecimiento de filiales comerciales o de la creación de empresas conjuntas en los mercados en países de exportación. En tercer lugar, el desarrollo de relaciones estratégicas con los proveedores fuera del distrito en actividades como la innovación tecnológica, el proyecto de los productos y el diseño, el marketing y los servicios financieros. Por último, las empresas siguen disfrutando de las ventajas del modelo de distrito tradicional basado en el desarrollo interno al contexto local de un mercado de bienes intermedios, de servicios y de recursos. Se puede añadir que la existencia de una red de instituciones locales favorece la articulación de todo el sistema interno.

Para profundizar en la cuestión que pretendemos investigar, hemos aplicado el concepto de capital social al distrito de forma que genera factores inhibidores que limitan o restringen la relocalización de actividades fuera del distrito.

3.1. EL SENTIMIENTO DE PERTENENCIA

El sentimiento de pertenencia al distrito aunque es difícil de medir, como señala Becattini (1979), no por ello es menos importante a la hora de identificar y delimitar el distrito. Más allá de mediciones basadas en el tamaño de las empresas o de grado de

especialización productiva en un área administrativa, pensamos que la propia opinión y percepción de las empresas consultadas sobre su grado de pertenencia puede reflejar sino mejor, sí al menos de manera complementaria la pertenencia de una empresa al distrito y por lo tanto delimitar las fronteras del mismo.

Una empresa perteneciente al distrito asume una serie de implicaciones que comprometen y determinan su comportamiento y sus resultados. Pertenecer al distrito significa compartir unos elementos de cultura, lenguaje común así como una proximidad geográfica. Las empresas pertenecientes al distrito desarrollan *non-traded interdependencias* (Storper y Scott, 1989; Storper, 1992) que constituyen por otra parte la base de su ventaja competitiva.

Una empresa involucrada con el distrito es esperable que considere prioritariamente las opciones externas a la propia empresa pero internas al distrito que no aquellas opciones de localización que supongan acudir al exterior del distrito.

H1. El grado en el que las empresas se sientan identificadas con el distrito industrial estará asociado inversamente a su tendencia a la relocalización de actividades fuera del distrito.

3.2. DENSIDAD DE LAS RELACIONES

La densidad de la red de relaciones de una empresa, señala el grado en que las relaciones que mantienen las empresas y las personas que pertenecen a ella son redundantes, es decir, se producen solapamientos. En otras palabras, los actores se relacionan con actores que a su vez están relacionados entre sí.

Esta densidad o cerramiento hará lógicamente que se reduzcan las posibilidades o las opciones de localizar las actividades fuera del distrito. Por lo tanto, se puede argumentar que para una organización dentro del distrito, en la medida en que posea una red densa de relaciones, tenderá en menor medida a la relocalización de sus actividades. Por lo que podemos plantear la hipótesis siguiente.

H2. El grado de densidad de las redes sociales de las empresas del distrito estará asociado inversamente a su tendencia a la relocalización.

3.3. NORMAS Y VALORES COMPARTIDOS

Como una característica de los distritos dentro de ellos se producen una serie de normas y valores compartidos, como la confianza, la reputación, la reciprocidad, etc. Estas normas y valores benefician a las empresas en diversas formas, como la transmisión de información de alta calidad o del conocimiento tácito, recursos éstos difíciles de transmitir en otro contexto donde estos valores no existan. Ahora bien, estas normas y valores obligan a las empresas a un determinado comportamiento que en muchas ocasiones dificultan la elección de opciones que no sean las disponibles en el distrito. En unas relaciones basadas en la confianza y en la reciprocidad, las organizaciones establecen vínculos a largo plazo, de forma que no recurren a relaciones de mercado, como puedan ser la relocalización de actividades al exterior del distrito,

sino que entre las opciones disponibles opten por aquellas conocidas con relaciones previas.

De esta manera, se puede formular la dificultad de las empresas del distrito para la relocalización de sus actividades al exterior del distrito.

H3. *El grado en que existan normas y valores compartidos con las otras organizaciones del distrito estará asociado inversamente a su tendencia a la relocalización.*

3.4. LAS INSTITUCIONES LOCALES

En los distritos, las empresas disponen de las instituciones locales que las conectan con las redes externas y que facilitan el acceso de las empresas a todo tipo de información y conocimiento (McEvily y Zaheer, 1999). Existe un conjunto concreto de instituciones locales que son las que desarrollan actividades relacionadas y de apoyo al distrito (Brusco, 1990). En el contexto de nuestra investigación definimos las instituciones locales como organizaciones de base local (tanto privadas como públicas) que ofrecen un apoyo colectivo a las empresas del distrito. Ejemplos de instituciones locales son: las universidades, los centros de formación profesional, los institutos e instituciones de investigación, los agencias de política industrial, las organizaciones de asistencia técnica o las asociaciones empresariales y profesionales. Las instituciones locales interactúan con muchas empresas e instituciones tanto internas como externas. Esta variedad provee a las instituciones de una capacidad específica para comparar y evaluar diferentes soluciones a problemas, ya que las instituciones son miembros de asociaciones de una escala más amplia, participan en congresos, o llevan a cabo proyectos comunes con socios externos. De esta manera, las empresas del distrito no sólo ahorran en costes de búsqueda, sino que reciben una fuente de información fiable sobre las diferentes opciones que permiten aumentar sus capacidades.

La razón principal que impide el acceso directo a las redes externas es el pequeño tamaño de las empresas del distrito. La segunda razón se debe a que en el distrito industrial se da un alto nivel de especialización, por lo que, para generar conocimiento e innovación, se requiere la participación de los otros grupos de empresas. La especialización acelera la acumulación de conocimiento individual, sin embargo, la especialización no tiene sentido sin la existencia de alguna forma organizativa de coordinación entre las empresas individuales, ya que la información relevante se presenta de una forma incompleta. Por lo tanto, el problema al que tienen que enfrentarse las empresas no es solamente cómo lograr una asignación eficiente de los recursos disponibles, sino cómo asegurarse el mejor uso de los recursos que cada miembro del distrito posee. Las instituciones locales pueden actuar como coordinadores de este proceso. Las instituciones juegan un papel de tercera parte (*third party*) en la coordinación de las actividades entre las diferentes empresas dentro del distrito. Finalmente, también observamos en los mercados externos un elevado coste de transacción en la transferencia de conocimientos. El hecho de que la búsqueda de nuevas oportunidades para mejorar la capacidad de innovación de las empresas implique un elevado nivel de incertidumbre y riesgo, puede justificar las barreras de acceso de las empresas del distrito a las redes externas.

Podemos expresar las dificultades para la relocalización de las actividades de las empresas del distrito con fuertes vinculaciones con las instituciones locales como sigue:

H4. *El grado en que las empresas del distrito estén vinculadas con las instituciones locales estará asociado inversamente a su tendencia a la relocalización.*

4. ESTUDIO EMPÍRICO

Hemos realizado nuestro trabajo empírico sobre una muestra de las empresas pertenecientes al distrito industrial de la cerámica de Castellón, dedicadas a diversas actividades relacionadas con la fabricación de pavimentos y revestimiento cerámicos.

4.1. CONFECCIÓN DE LA MUESTRA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Así, en primer lugar, la identificación de las empresas pertenecientes al distrito industrial de Castellón se realizó a partir del censo del año 2004 de empresas pertenecientes a la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos, Pavimentos y Baldosas Cerámicos (ASCER). Sobre esta lista que fue necesario depurar al estar incluidas en dicha relación empresas fabricantes de productos relacionados (productos vitrificados, atomización de arcilla, etc.) quedaron un total de 149.

El trabajo de campo, realizado por una empresa especializada en este tipo de actividades, se extendió durante los meses de julio a octubre de 2005 y la fuente de información básica que se ha utilizado en el estudio empírico ha sido la encuesta. Las encuestas utilizadas se han obtenido a través de entrevistas personales con los directivos de las empresas. Las personas responsables han valorado los diversos ítems de cada pregunta a través de una escala de 1 a 7 (1 = desacuerdo, 7 = acuerdo).

El estudio de campo se ha realizado a partir de los cuestionarios distribuidos y obtenidos de 118 empresas del distrito industrial de la cerámica de Castellón sobre una población total de 149 empresas, lo cual nos permite obtener unos resultados representativos del 79% de las empresas del sector. Esta cifra puede considerarse aceptable en términos de representatividad del conjunto, reduciéndose prácticamente al mínimo la existencia de algún tipo de sesgo derivado de los casos no incluidos. Asimismo, la muestra final resultante presenta una distribución equilibrada con presencia de organizaciones de diferentes tamaños, edades, formas jurídicas, etc.

El contraste de las hipótesis planteadas lo hemos desarrollado a partir de un modelo de probabilidad lineal debido a la imposibilidad de plantear un modelo de regresión clásico dada la naturaleza dicotómica del suceso que estudiamos: la presencia o no del proceso de relocalización en el distrito industrial de la cerámica de Castellón. Por ello, hemos presentado un modelo de regresión logística binaria, en concreto, un modelo *Logit*.

4.2. LAS VARIABLES DEL MODELO

4.2.1. VARIABLE DEPENDIENTE

La variable dependiente Y, es una variable binaria que adopta dos valores: el valor 0 si no se presenta el suceso que estudiamos, o sea, la relocalización o deslocalización; y el valor 1 si se presenta el suceso, es decir, el proceso de relocalización o externalización. Con esta variable nos interesa indagar acerca de la presencia de externalización o relocalización por parte de las empresas del distrito de aquellas actividades o productos que implican la explotación de conocimientos y tecnología ya existentes.

4.2.2. VARIABLES INDEPENDIENTES:

Como variables explicativas hemos seleccionado aquellas que consideramos más relevantes a la hora de reflejar de forma más precisa el distrito industrial y el capital social (el nivel de pertenencia al distrito industrial, la densidad de la red, las normas y los valores comunes en el distrito y el compromiso con las instituciones locales) y como variable de control hemos seleccionado el nivel de actividad de las empresas.

(1) PERTENENCIA AL DISTRITO

Aunque nuestro análisis se basa en la idea de que las empresas pertenecen o no al distrito y hay diferencias que se establecen a partir de esta distinción, ya que también es cierto, que las fronteras de los distritos en ocasiones son espurias o ambiguas de manera que podemos encontrar algunas empresas o instituciones localizadas en la línea divisoria entre la pertenencia y no pertenencia al distrito. Con el fin de captar esta matización hemos introducido un ítem que recoge, en opinión de la propia empresa, su grado de compromiso o de pertenencia al distrito. Para hacer operativa esta variable hemos introducido un ítem consistente en una pregunta en la que el respondiente valora el grado de pertenencia al distrito que reconoce tener la empresa en cuestión (Ver Anexo 1).

(2) LA DENSIDAD DE LA RED

La dimensión estructural de la red de relaciones que constituye el capital social, la hemos analizado a partir de tres grupos diferentes de ítems. Se solicita que se indique el principal origen de información y conocimiento para la empresa. En primer lugar, la densidad la hemos medido a través de la redundancia, es decir, el grado en que los intercambios se solapan o se asemejan en contenido (ítems 1 y 2). Los recursos que se pueden obtener con estos intercambios, al margen de la cualidad de los mismos, en ningún caso serán exclusivos o novedosos (Aldrich *et al.*, 1986; McEvily y Zaheer, 1999). Un tercer ítem mide el grado de interconexión de la red. Es decir el grado en que se cono-

cen entre sí los actores de la red. Por lo tanto, un mayor grado de interconexión significará ausencia de *huecos estructurales* tal como los ha definido Burt (1992b). Podemos recoger esta información comparando el número de vínculos que tiene realmente una empresa, con el total de vínculos posibles que podría establecer. Para ello hemos adaptado la forma de hacer operativa la variable de densidad o redundancia utilizada, en otros, por McEvily y Zaheer (1999) y Rowley *et al.* (2000). El último grupo de dos ítems mide el grado en que la empresa depende de esta red densa para obtener los recursos que son relevantes para la marcha de la empresa (Ver Anexo 1).

(3) NORMAS Y VALORES COMUNES

Las normas y valores que rigen los intercambios se han conceptualizado de formas diferentes. Hemos propuesto diversos ítems para hacer operativas estas variables La confianza (Tsai y Ghoshal, 1998; Tsai, 2000), la reputación, la reciprocidad, la penalización de los comportamientos oportunistas, y por último, la resolución de los conflictos sin recurrir a los procedimientos judiciales y la regulación no contractual de los intercambios entre las empresas (Ver Anexo 1).

(4) COMPROMISO CON LAS INSTITUCIONES LOCALES

Para medir esta variable que hace referencia a la intensidad de la vinculación entre la empresa y las instituciones locales hemos confeccionado una serie de ítems. En primer lugar, hemos preguntado por la participación directa de la empresa o de sus miembros en las asociaciones. Las asociaciones (profesionales, empresariales, etc.) crean redes de vínculos (Granovetter, 1973), que ayudan a los miembros a intercambiar ideas e incentivan indirectamente la innovación, pero también contribuyen directamente a distribuir un cuerpo específico de conocimiento entre los miembros (Newell y Clark, 1990). Siguiendo a Geletkanycz y Hambrick (1997), para capturar la participación activa y la interacción, más que la pertenencia nominal, se debe tener en cuenta el número de cargos o posiciones destacadas en las asociaciones. En segundo lugar, dos ítems permiten medir la importancia que concede la empresa a estas relaciones en lo referente a la obtención de información y conocimiento en diversos ámbitos. Hemos especificado esta importancia en lo que respecta a la innovación de la empresa. Por último, expresamos un ítem para medir dimensiones diferentes, la valoración relativa de la importancia que concede la empresa a estas relaciones frente a la que le conceden los competidores (Ver Anexo 1).

(5) VARIABLES DE CONTROL DEL MODELO

Existen diversas variables que aunque no forman parte del modelo propuesto y por lo tanto no están hipotetizadas, sí que pueden tener algún efecto sobre las variables dependientes. Nos referimos a las variables de control que miden el tamaño de la empresa, el volumen de negocio y el número de empleados. El tamaño es un variable recurrente de control, pues considera que tanto el volumen y naturaleza de las relaciones exter-

nas como los niveles de innovación pueden afectarse con el tamaño de la organización (Tsai, 2000; Hitt et al., 1997). Se pueden calcular indicadores más sofisticados como el que utiliza por ejemplo Tsai (2001) que propone los logaritmos de las ventas y el número de empleados, con el fin de suavizar (*smoothing*) las variables. La variable de control está reflejada en un único ítem. (Ver Anexo 1).

El Cuadro 1 expresa la denominación que utilizaremos de las variables explicativas así como, de manera muy escueta, su forma de medición.

Cuadro 1: Denominación y medición de las variables explicativas

VARIABLE	NOMBRE	MEDICIÓN
Nivel de Pertenencia	<i>NivPert</i>	Grado de compromiso de la empresa con el distrito
Densidad de la red	<i>DensiRed</i>	A través del origen de la información y conocimiento de la empresa
Normas y valores comunes	<i>NoryVal</i>	A través de la confianza, reputación, reciprocidad, penalización de comportamientos oportunistas y resolución de conflictos
Compromiso Instituciones Locales	<i>InstLocales</i>	con las Intensidad de la vinculación de las empresas con las Instituciones Locales
Control (actividad empresarial)	<i>LnFactor</i>	Nivel de facturación anual de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

4.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS

Matriz de correlación. Refleja el grado de asociación lineal entre dos variables. Valores positivos próximos a 1 indicarán una fuerte asociación lineal positiva y valores cercanos a -1 una fuerte correlación lineal negativa. Los valores próximos a cero evidenciarán ausencia de correlación lineal entre ambas variables.

El estadístico Alfa de Cronbach se ha utilizado para analizar la consistencia interna de las escalas de medida mediante el cálculo de la correlación entre los ítems de las mismas. Por tanto, puede considerarse como un coeficiente de correlación. El valor del Alfa de Cronbach puede oscilar entre 0 y 1. Si es 0 significará ausencia de correlación y conforme mayor sea este valor significará una mayor correlación.

Regresión Logística Binaria. Método Introducir. Dada una variable dependiente dicotómica de valores 0, 1 y un conjunto de variables de naturaleza cuantitativa, el análisis de regresión *logística múltiple* permite conocer en términos de probabilidad la presentación o no de un suceso en función de los valores concretos que tomen las variables independientes. Concretamente, el objetivo de la regresión consiste en mostrar la forma en que las variables independientes en el análisis se relacionan con la variable dependiente y hacer pronósticos sobre los valores de esta última en base a los valores de las primeras. Así, el análisis *Logit* es un procedimiento poderoso y flexible para analizar relaciones, pudiéndose utilizar en las siguientes formas (Malhotra, 1997: 582):

La forma funcional que adopta la especificación del modelo es la siguiente:

$$Pr (Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{-z_i}}$$

Donde Y es la variable dependiente dicotómica que refleja el proceso de relocalización o externalización. En cuanto a Z, ésta se define como:

$$Z_i = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j X_j$$

En el modelo propuesto sería:

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Concretamente,

$$Z = \beta_0 + \beta_1 NivPert + \beta_2 DensiRed + \beta_3 NoryVal + \beta_4 InstLocales + \beta_5 LnFactor$$

5. RESULTADOS

En la Tabla 1 recogemos la media, la desviación típica, el Alfa de Cronbach y la matriz de correlaciones de las variables consideradas en nuestro análisis.

Tabla 1: Estadísticos descriptivos: Media, Desviación típica; Alfa de Cronbach y Correlación de las variables

VARIABLES	MEDIA	D.T.	α	1	2	3	4	5
(1) Nivel de Pertenencia	6,26	1,01	—	1,000				
(2) Densidad	5,48	0,77	0,63	0,313	1,000			
(3) Normas y valores comunes	4,29	0,92	0,608	-0,439	-0,537	1,000		
(4) Instituciones Locales	4,21	1,26	0,82	0,131	-0,240	0,001	1,000	
(5) Variable de control	16,34	1,26	—	-0,012	0,326	-0,370	-0,479	1,000

N=118

El análisis de correlación se ha hecho a un nivel de significación del 5%.

α = Coeficiente Alfa de Cronbach.

El Alfa de Cronbach nos permite analizar *la fiabilidad de la escala*. Se trata de asegurar que el proceso de medida del *constructo* esté libre de cualquier error aleatorio. Es decir, que la escala de medida produzca resultados consistentes y estables. No existe un consenso entre los autores sobre cuál debe ser el valor a partir del cual

se puede considerar que una escala presenta una fiabilidad aceptable. Nunnally (1978) señala que en investigaciones de naturaleza exploratoria el valor mínimo recomendado se sitúa en 0,70. En cambio, en estudios no exploratorios este mismo autor fija el valor recomendado del Alfa de Cronbach en 0,80. Otros autores (Malhotra, 1997: 305) no distinguen entre tipos de estudios, considerando que para la mayoría de las investigaciones, un valor igual o inferior a 0,60 indica una fiabilidad interna no satisfactoria. Siguiendo a Malhotra, consideramos que la fiabilidad de la escala es satisfactoria cuando el Alfa de Cronbach es superior a 0,60. Concretamente, en nuestra investigación, el coeficiente Alfa de Cronbach se ha calculado para todas las variables que están medidas a través de escalas multi-ítem. Tanto el nivel de pertenencia como la variable de control no presentan Alfa de Cronbach por estar medidas a través de un único ítem.

Respecto a la correlación de las variables explicativas, en la Tabla 1 observamos que todas presentan valores entorno al 0,50 e inferiores; valor que no preocupa a efectos de perturbar las variables que entran en el modelo de regresión logística.

Para el desarrollo del modelo hemos trabajado con el programa estadístico SPSS 13.0 incorporando las variables explicativas en conjunto pues reflejamos de esta manera el capital social en el distrito industrial. Los resultados del modelo se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2: Ajuste del Modelo

X ² del modelo	22,788 (gl 5)	Sig: 0,000
Test de Homer-Lemeshow	$\chi^2 = 5,003$	Sig: 0,757
R ² de Nagelkerke	0,612	

N=118

Significación del 5%.

La significación conjunta del modelo la observamos a través del estadístico Chi-Cuadrado con el que se contrasta la hipótesis nula de que los coeficientes del modelo son en conjunto estadísticamente distintos de cero. Para el modelo planteado el valor que toma la χ^2 con 5 grados de libertad es de 22,788 ($p < 0,05$), con lo cual se confirma la hipótesis nula.

La bondad de ajuste del modelo viene dada por el R² de Nagelkerke que supera el valor de 0,60. El Test de Homer-Lemeshow nos indica el grado de aceptación o rechazo de la hipótesis nula de la no existencia de diferencias entre los valores observados y estimados. En nuestro caso, se acepta dicha hipótesis con un nivel de probabilidad del 0,75 ($p > 0,05$).

En cuanto a la capacidad discriminatoria del modelo, de la Tabla 3 se desprende la prácticamente óptima clasificación de los casos por el mismo. Se obtiene un porcentaje total de aciertos del 95,1%. En los casos de no presentación del suceso (no existencia de relocalización o externalización), el modelo clasifica correctamente el 100% de los casos; y en los casos de presentación del suceso (existencia de relocalización o externalización), el modelo clasifica correctamente el 57,1% de los casos.

Tabla 3: Tabla de Clasificación

VALORES OBSERVADOS	VALORES PRONOSTICADOS		% DE ACIERTOS
	NO SUCESIÓN (0)	SUCESIÓN (1)	
No sucesión (0)	54	0	100,0
Sucesión (1)	3	4	57,1
Total			95,1

En la Tabla 4 se pueden observar los resultados del modelo en cuanto a la ecuación planteada. El coeficiente de tres de las cinco variables explicativas de nuestro modelo: el nivel de pertenencia al distrito (1), la densidad de la red (2) y las normas y valores comunes (3) presentan una significatividad menor al 0,10.

Tabla 4: Resultados del Modelo Logit Binomial

VARIABLE	COEFICIENTE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	ESTADÍSTICO	SIG.
(1) NivPert	-0,909	0,538	2,854	0,091*
(2) DensiRed	-1,703	0,882	3,730	0,053**
(3) NoryVal	-2,172	1,037	4,385	0,036**
(4) InstLocales	-0,566	0,486	1,360	0,244
(5) LnFactor	0,140	0,454	0,095	0,758
Constante	1,441	8,095	0,032	0,859

$N = 118$.

Las correlaciones son significativas para los niveles: ** $p < 0,05$, * $p < 0,01$.

Los resultados indican en general una tendencia coincidente con el sentido de las hipótesis formuladas. Así, el sentimiento de pertenencia al distrito discrimina las empresas que realizan extenalizaciones o deslocalizaciones de forma significativa, según predice la hipótesis 1. También incluso con una mayor significación la variable que recoge la densidad de las relaciones y la existencia de normas y valores compartidos en el distrito (hipótesis 3 y 2). La cuarta variable considerada en el modelo, las relaciones con las instituciones aunque apunta en la misma dirección de que unos mayores valores de esta variable están asociados con una menor relocalización no logra ser significativas (hipótesis 4). Este resultado, que no se ajusta a lo esperado, puede ser explicado a partir de la existencia de algunos elementos moderadores del efecto inhibitor, como los contactos con el exterior que suponen las instituciones locales, la excesiva orientación local o de zona de las instituciones o la no existencia de algunas actividades de servicios especializados que se generan en el distrito como puedan ser aquellas relaciones con las tecnologías de la comunicación o servicios avanzados de marketing.

6. CONCLUSIONES

El presente trabajo ha analizado el proceso de decisión de relocalización de actividades por parte de las empresas. En concreto, hemos estudiado el caso de las empresas pertenecientes a los distritos industriales. El distrito industrial ha sido caracterizado como red social donde el conjunto de relaciones interorganizativas configura su capital social. Esta identificación puede explicar teóricamente ciertas inercias o restricciones a las decisiones de externalización o relocalización.

A partir de este desarrollo teórico hemos pretendido hipotetizar cuatro grupos de factores, el sentimiento de pertenencia, la densidad de las relaciones, la existencia de normas y valores compartidos y las relaciones con las instituciones locales. Los resultados del trabajo empírico han evidenciado que estos factores actúan como barreras para las decisiones de deslocalizar actividades, de forma significativa el sentimiento de pertenencia y la existencia de normas y valores compartidos.

Las empresas con un alto sentido de pertenencia a un red densa como la del distrito dedican un tiempo y unos recursos considerables a las relaciones internas (Hansen, 1999), de manera que limitan su capacidad de relaciones externas ya que implican un importante coste de oportunidad. Las decisiones de un actor local se circunscriben a un determinado rango o abanico limitado de alternativas debido al coste inherente a la construcción del capital social (Adler y Kwon, 2002). Podemos decir que el capital social puede inhibir la flexibilidad de las organizaciones para buscar nuevas relaciones y vínculos.

Respecto a las normas y valores compartidos, un alto nivel de confianza puede tener un efecto boomerang que se manifiesta de diversas maneras. Un alto nivel de confianza reduce los flujos de nuevas ideas dentro del grupo, provocando una cierta cerrazón e inercia (Adler y Kwon, 2002). Las organizaciones con altos niveles de confianza están menos predispuestas a la experimentación con nuevos socios, lo que incluso puede afectar a la eficiencia de las organizaciones individuales (Berman et al., 2002). Respecto a la densidad de las relaciones, Portes y Sensenbrenner (1993) argumentan que en ocasiones los beneficios que provienen de las redes cohesivas, densas, generan también obligaciones en términos de confianza, reciprocidad, solidaridad etc., difíciles de eludir y que reducen su capacidad de conseguir nuevas oportunidades. La densidad de la red está asociada con la idea de la reciprocidad en la que las ayudas han de circular en ambos sentidos (Marsden y Campbell, 1984). Las empresas que proveen información y recursos esperan recibir un valor similar a cambio.

En definitiva, desde la perspectiva del capital social se puede explicar o justificar ciertas limitaciones o barreras a la relocalización de las actividades por parte de las empresas pertenecientes a estas redes.

Alternativamente a las argumentaciones anteriores, algunos autores dentro del campo de los distritos industriales, han sugerido que las empresas han de reposicionarse por lo que se refiere a sus relaciones productivas. Por ejemplo, Grandinetti y Passon (2004) apuestan por una internacionalización de la producción de las empresas del distrito desplazando las actividades de menor valor añadido fuera del distrito (en áreas con menores costes productivos); así como algunos servicios altamente especializados no generados en el distrito. De manera que sólo se mantuvieran en el interior del distrito relaciones con proveedores de subproductos avanzados. Sin contradecir esta propuesta, nuestro trabajo sugiere la existencia de una serie de factores inhibidores que pueden moderar estas decisiones de externalización o relocalización de actividades.

Cabe señalar como una limitación también y que podría condicionar la posible generalización de las conclusiones de nuestro trabajo, el hecho de que nuestro análisis se centra en un único distrito industrial, el de la cerámica de Castellón. El análisis de empresas pertenecientes todas ellas a este distrito puede hacer que los resultados estén sesgados por las características específicas del mismo. Este es el caso de la caracterización del proceso productivo de la industria cerámica. El proceso productivo cerámico a diferencia del de otros productos, puede definirse como continuo, desde el tratamiento de las arcillas hasta la selección de los productos. Este hecho, que impide una desagregación en fases del proceso, pensamos que es un condicionante de las decisiones de relocalización ya que impide una relocalización parcial del proceso. Lo que sugerimos es que las características tecnológicas de un proceso productivo pueden influir en las decisiones empresariales analizadas en nuestro estudio, por lo que hemos de considerarlo como limitación y propuesta de estudio futuro del mismo.

Finalmente, así como la perspectiva del capital social nos permite señalar la importancia que ejerce este activo social sobre las empresas posibilitando relaciones que impulsan principalmente actividades de exploración, pensamos que el conocimiento de la existencia de factores inhibidores de la relocalización en los distritos industriales podría sugerir diversas actuaciones a la Administración a fin de impulsar actividades de exploración y potenciar el desarrollo de aquellas de mayor valor añadido.

BIBLIOGRAFÍA

- ADLER, P. S. y KWON S.W. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, nº 27, 2002, pp. 17-40.
- ALDRICH, H., ROSEN, B. y WOODWARD, W. Social behavior and entrepreneurial networks. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, nº, 1986, pp. 239-240.
- ASHEIM, B. T. Industrial districts as learning regions: a condition for prosperity? *European Planning Studies*, nº 4, 1996, pp. 379-400.
- BECATTINI, G. Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine in economia industriale. *Revista di Economia e Politica Industriale* nº 1, 1979, pp. 7-14.
- BECATTINI, G. The marshallian industrial district as a socio-economic notion. En: F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger Eds.. *Industrial Districts and Local Economic Regeneration*. Geneva: International Institute for Labor Studies, 1990, pp. 37-51.
- BERMAN S. L., JONATHAN D. J., y HILL C. Tacit knowledge as a source of competitive advantage in the national basketball association. *Academy of Management Journal*, nº 45, 2002, pp. 13-31.
- BIGGIERO, L. *Industrial relocation in a globalised and digitalised world*. University of L'Aquila. EU contract nº HPSE-CT2001. Italia, 2006.
- BRUSCO, S. The idea of the industrial district. Its genesis. En F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Eds.). *Industrial districts and local economic regeneration*. Geneva: International Institute for Labor Studies, 1990, pp. 10-19.
- BURT, R.S. Social structure of competition. En N. Nohria y R.G. Eccles (Eds.). *Networks and organizations: Structure, form and action*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1992a.
- BURT, R.S. *Structural holes*. Cambridge: Harvard University Press, 1992b.

- COLEMAN, J.S. *Foundation of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- COOKE, P. Y MORGAN, K. *The associational economy: Firms, regions and innovation*. Oxford University Press: Oxford, 1998.
- GELETKANYCZ, M. A. y HAMBRICK, D. C. The external ties of top executives: Implications for strategic choice and performance. *Administrative Science Quarterly*, Vol. December, 1997.
- GLASMEIER, A. Technological discontinuities and flexible production networks: The case of Switzerland and the world watch industry. *Research Policy* n° 20, 1991, pp. 469-485.
- GRABHER, G. The weakness of strong ties: The lock-in of regional development in the Ruhr area. En G. Grabher (Ed.). *The embedded firm: on the socioeconomics of industrial networks*. Routledge: Londres, 1993.
- GRANDINETTI, R. y PASSON, M. *La situazione e le prospettive del distretto della sedia*. Camara di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura, 2004, Udine.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology* n° 78, 1973, pp. 1360-1380.
- HANSEN, M. T. The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge Across Organization Subunits. *Administrative Science Quarterly*, n° 44, 1999, pp. 82-111.
- HITT, M. A., HOSKISSON, R. E. y KIM, H. International diversification: Effects on innovation and firm performance in product-diversified firms. *Academy of Management Journal* n° 40, 1997, pp. 767-798.
- KRUGMAN, P. *Geography and trade*. Cambridge, MA. MIT Press, 1991.
- LUNDEVALL , B. A. Y JOHNSON, B. The Learning Economy. *Journal of Industry Studies* I, n° 2, 1994, pp. 23-42.
- MALECKI, E. Culture as mediator of global and local forces. En B. Van der Knaap y R. Le Heron (Eds.). *Human resources and industrial spaces: A perspective on globalization and localizatio*, 1995, pp. 105-127
- MALHOTRA, N. K. *Investigación de mercados: un enfoque práctico*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 1997.
- MALHOTRA, N. K. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New York: Prentice-Hall, 1997.
- MARSDEN, P., y CAMPBELL, K. (1984): Measuring tie strength. *Social Forces*, n° 8, 1984, pp. 482-501.
- MARSHALL, A. *Principles of economics (1890)*. 8th ed. London: Macmillan, 1925.
- MARTÍN, R. Economic Theory and Human Geography. En D. Gregory, R. Martin y G. Smith (Eds.). *Human Geography. Society, Space, and Social Science*: University of Minnesota Press: Minneapolis, 1994, pp. 21-53.
- MASKELL, P. y MALMBERG, A. Localised learning and industrial competitiveness. *Cambridge Journal of Economics*, n° 23, 1999, pp. 167-185.
- MCDONALD, F. y BELUSSI, F. Industrial districts: a state of the art review. Informe preparado para el Proyecto Europeo de Investigación West-East ID, 2002. Disponible en www.west-east-id.net.
- MCEVILY, B. y ZAHEER, A. Bridging ties: A source of firm heterogeneity in competitive capabilities. *Strategic Management Journal* Vol. 20, n° 12, 1999, pp. 1133-1156.

- MORGAN, K. The learning region: Institutions, innovation and regional renewal. *Regional Studies* n° 31, 5, 1997, pp. 491-503.
- NASSIMBENI, G. (2003): Local manufacturing systems and global economy: are they compatible? The case of the italian eyewear district. *Journal of Operations Management* n° 21, 2003, pp. 151-171.
- NEWELL, S. y CLARK, P. The importance of user design in the appropriation of New Technologies: The example of PICS. *International Journal of Operations & Production Management*, n° 13, 1990, pp. 4-22.
- NUNNALLY, J. C. *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill, 1978.
- OINAS, P. *The embedded firm? Prelude for a revived geography of enterprise*. Helsinki School of Economics and Business Administration. Helsinki, 1998.
- PINCH, S. Y HENRY, N. Paul Krugman's geographical economics, industrial clustering and the british motor sport industry". *Regional Studies* n° 33, 1999, pp. 815-827.
- PIORE, M.J. y SABEL, C. *The Second Divide. Possibilities for prosperity*. New York: Basic Books Inc, 1984.
- PORTES, A., y SENSENBRENNER, J. Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, n° 98, 1993, pp. 1320-1350.
- ROWLEY, T., BEHRENS, D. Y KRACKHARDT, D. Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the steel and semiconductor industries. *Strategic Management Journal* , n° 21, 2000, pp. 369-386.
- SAMMARRA, A. Relocation and the International Fragmentation of Industrial Districts Value Chain: Matching Local and Global Perspectives. En F. Belussi y A. Sammarra (Eds.). *Industrial Districts, Relocation, and the Governance of the Global Value Chain*: 61-70. CLEUP. Padua, Italia, 2005.
- STORPER, M. The limits of the globalization: Technology districts and international trade. *Economic Geography*, n° 68, 1992, pp. 60-93.
- STORPER, M. The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies". *Journal of European Urban and Regional Studies* n° 2, 1995, pp. 191-221.
- STORPER, M. Y SALAIS, R. *Worlds of Production: The Action Frameworks of the Economy*. Harvard University Press: Cambridge, MA, 1997.
- STORPER, M. Y SCOTT, A. The Geographical Foundations and Social Regulation of Flexible Production Complexes. En: Wolch J., Dear, M. Eds. *The Power of Geography: How Territory Shapes Social Life Social Reproduction*. Boston: MA: Unwin and Hyman, 1989, pp. 21-40.
- TRIGLIA, C. Social capital and local development. *European Journal of Social Theory*, Vol. 4, n° 4, 2001, pp. 427-442.
- TSAI, W. Social Capital, Strategic relatedness and the Formation of interorganizational linkages. *Strategic Management Journal*, n° 21, 2000, pp. 925-939.
- TSAI, W. Knowledge Transfer in Intraorganizational Networks: Effects of Network Position and Absorptive Capacity on Business Unit Innovation and Performance. *Academy of Management Journal*, n° 44, 2001, pp. 996-1004.
- TSAI, W. y GHOSHAL, S. Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, Vol. 41, n° 4, 1998, pp. 464-478.

UZZI, B. The sources and consequences of embeddedness for economic performance of organizations: the network effect. *American Sociological Review*, nº 61, 1996, pp. 674-698.

WOLFE, D. Social capital and cluster development in learning regions. En: Holbrook, J. Adam y Wolfe, David Eds. *Knowledge, Clusters and Learning Regions*. Kingston: School of Policy, Queen's University, 2002.

ANEXO 1: Ítems que conforman las variables explicativas

Variable 1: Nivel de Pertenencia al distrito.

- 1.1. ¿Piensa, en general, que sus competidores más inmediatos, sus proveedores principales y las diversas instituciones que apoyan su actividad son los que están en un área geográfica próxima?

Variable 2: Densidad de la red. (Dimensión estructural).

- 2.1. Los intercambios de recursos, información y demás entre las empresas, personas o instituciones externas a su organización con las que mantiene relaciones suelen tener un contenido semejante (redundantes).
- 2.2. Las empresas, personas o instituciones externas a su organización con las que tiene relaciones frecuentes, en general se conocen entre sí. Pensando en las cuatro o cinco organizaciones más relevantes para su empresa (proveedores, instituciones), ¿qué porcentaje de ellas se conocen entre sí? (Le pedimos que valore en la escala su acuerdo con la afirmación de que sea el cien por cien, es decir el valor 7 sería cuando todas se conocen entre sí).
- 2.3. Las empresas, personas o instituciones externas a su organización de las que recibe consejos, información o cualquier *input* que le sirva para tomar decisiones importantes en su empresa se conocen entre sí, es decir, que mantienen a su vez relaciones entre ellas. Podemos considerar que se trata de un círculo más o menos cerrado.
- 2.4. De forma general, su empresa obtiene más información y más relevante de personas, empresas o instituciones cercanas con las que mantiene contactos frecuentes y no tanto de personas, empresas o instituciones de otros círculos económicos, industrias o zonas.
- 2.5. En caso de tener que optar entre obtener recursos e información de un sitio u otro, si *a priori* las expectativas son las mismas en cuanto a su utilidad, ¿opta sistemáticamente por las opciones de la propia zona frente al exterior?

Variable 3: Normas y valores comunes. (Valoración de la existencia de normas y valores en el distrito).

- 3.1. En general, ¿considera que en sus relaciones con clientes, competidores, y proveedores existe un alto grado de confianza, es decir, en principio nadie trata de sacar provecho de la relación, incluso si la oportunidad surge, o sea, nadie actúa oportunísticamente?
- 3.2. ¿Considera que su reputación afecta a las empresas con las que mantiene relaciones (clientes, competidores, proveedores), y a su vez, la de ellos afecta a su empresa? Por ejemplo, si una empresa con la que tiene relación incumple frente a los clientes, ¿esto le repercute a su empresa?, ¿y al revés?
- 3.3. ¿Cree que las relaciones cooperativas que su empresa tiene en la actualidad (con proveedores, clientes, competidores o instituciones) se mantendrán en el futuro (reciprocidad)? Dicho de otra manera, cuando su empresa realiza un *favor* a un proveedor, cliente, etc., ¿espera que sea compensado en el futuro?

- 3.4. Las empresas de la zona que se comportan de manera oportunista (copiar modelos, prácticas comerciales desleales, etc.) son “castigadas” por el resto de empresas (excluidas de alguna manera) aunque sea un castigo social o de imagen.
- 3.5. En general, las empresas no recurren a los contratos para regular sus intercambios (*no-contractual*). Las organizaciones en su zona, si existieran conflictos, normalmente éstos se resolverían de manera amistosa, sin llegar a demandas judiciales que puedan dañar seriamente los intereses del otro (*no-judicial*)

Variable 4: *Compromiso con las instituciones locales.*

- 4.1. Señale el número de asociaciones empresariales o profesionales o instituciones en general a las que pertenece su empresa como tal o individualmente algún miembro de la misma.
- 4.2. Indique el número de responsabilidades o cargos ejecutivos (presidente, miembro del consejo, responsable de área, etc.) que tienen miembros de la empresa en algunas de las instituciones.
- 4.3. ¿Considera importante, atendiendo a la cantidad, sus relaciones externas con las instituciones (asociaciones profesionales, empresariales) para la obtención de conocimiento sobre nuevos productos, procesos y servicios, etc.? (1=nada importante, 7= muy importante).
- 4.4. ¿Su empresa o sus empleados consiguen información significativa e importante para su empresa a través de las asociaciones empresariales y profesionales?
- 4.5. ¿Sus relaciones con las instituciones o centros de investigación es intensa y la considera significativa para su proceso innovación?
- 4.6. En relación con sus competidores, ¿considera que sus relaciones con las instituciones locales son más frecuentes y cercanas?

Instituciones locales: *Asociaciones Empresariales (ASCER, ANNFFECC, ASEBEC); Asociaciones Profesionales (Colegios profesionales, ATC), Centros de formación e investigación (UJI, ITC, FUE, ALICER, IES Caminas); Instituciones de la Administración Pública (IMPIVA, Ayuntamientos, Generalitat, MCYT).*

Variable 5: *Variable de control.*

- 5.1. Facturación anual aproximada.