



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## Tesis doctoral

**Factores que condicionan la cooperación  
interempresarial en los Sistemas Productivos Locales.**

**Doctorando:** Juan Herrera Ballesteros

**Director:** Dr. Francisco Alberto Vallejo Peña

Área de Sociología.

Dpto. Derecho del Estado y Sociología

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales


**Universidad de Málaga**

Málaga 2017



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

AUTOR: Juan Herrera Ballesteros

 <http://orcid.org/0000-0003-0564-9338>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): [riuma.uma.es](http://riuma.uma.es)



## ***Dedicatoria***

***A mis padres***

*Por los valores que me inculcaron*

***A M<sup>a</sup> Carmen y a mis hijos Álvaro y Andrea***

*Por su cariño, apoyo*

*y por el tiempo que no les puede dedicar*

## ***Agradecimientos***

***A Alberto Vallejo, mi director de tesis***

*Por sus consejos, su dedicación*

*y por el ánimo que siempre me ha transmitido*

***Al Área de Sociología CCEE de la UMA***

*Por haberme dado la oportunidad de cumplir mi sueño*

***A todos los que han creído en mí***

*A todos... mil de gracias*

*...la energía y la perseverancia conquistan todas las cosas*

*Benjamin Franklin*

# INDICE

---

<b>Introducción .....</b>	<b>11</b>
1. Planteamiento .....	11
2. Importancia del estudio .....	11
3. Objetivos.....	12
4. Hipótesis .....	13
5. Estructura de la Tesis .....	13
<b>Capítulo I Marco teórico.....</b>	<b>15</b>
I.1 La cooperación empresarial .....	15
I.1.1 Concepto de cooperación empresarial .....	15
I.2 Distritos industriales y SPL como unidades de análisis .....	16
I.2.1 Introducción .....	16
I.2.2 Distritos industriales .....	17
I.2.3 Los Distritos Industriales: caso de España .....	29
I.2.4 Economías de aglomeración .....	31
I.2.5 Sistema productivo local .....	33
I.2.6 Sistemas Productivos Locales en Andalucía.....	36
I.2.7 Relaciones en los Sistemas Productivos Locales .....	39
I.2.8 La estabilidad de las redes de subcontr. o relaciones verticales.....	41
I.3 Factores que afectan a la cooperación interempresarial .....	42
I.3.1 Capital social.....	42
I.3.2 Los factores socioculturales y la cooperación interempresarial .....	62
I.3.3 La cultura organizacional .....	64
I.3.4 Estructura organizativa.....	66
I.4 Consideraciones finales .....	68



## **Capítulo II      Antecedentes de investigación ..... 69**

II.1	Introducción.....	69
II.2	Redes, innovación, desarrollo territorial .....	70
II.2.1	Innovación y territorio. Análisis comparado de SPL Andalucía. ....	70
II.2.2	Redes e innovación socio-institucional SPL. ....	72
II.3	Análisis estratégico en los SPL. Relaciones complejas SPL de Lucena.....	78
II.4	El cambiante mundo de las organizac. Teoría, metodología e investigación ....	81
II.5	Aportación del presente trabajo con respecto a los antecedentes teóricos .....	87

## **Capítulo III      Contexto socioeconómico de Lucena ..... 89**

III.1	Contexto demográfico .....	89
III.2	Análisis del contexto económico de Lucena. ....	93
III.2.1	Economía. ....	93
III.3	El sector del mueble y la Madera .....	96
III.3.1	El tamaño de las empresas de la madera y del mueble .....	99
III.4	El sector del frío industrial. ....	101
III.5	Consideraciones finales .....	102
III.5.1	Hacia dónde va el sector del mueble.....	102
III.5.2	Retos del Sector del mueble de Lucena. ....	103

## **Capítulo IV      Metodología..... 105**

IV.1	Introducción.....	105
IV.2	Objetivos e hipótesis.....	105
IV.3	Justificación metodológica .....	107
IV.3.1	Estudio de caso .....	107
IV.3.2	Diseño metodológico.....	109
IV.3.3	Diseño cuantitativo.....	109
IV.3.4	Diseño cualitativo .....	117
IV.4	Modelo de encuesta .....	122

<b>Capítulo V</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>129</b>
V.1	Resultados: análisis cuantitativo.....	129
V.1.1	Tipología de las empresas de la muestra .....	129
V.1.2	Perspectiva de integración en SPL sector del mueble de Lucena.....	136
V.1.3	Relaciones internas y conexión con redes externas. ....	140
V.1.4	Factores socioculturales motivadores .....	146
V.1.5	Experiencias y resultados proyectos de coop. con otras empresas....	147
V.1.6	Percepción de los beneficios de la cooperación .....	151
V.2	Resultados del análisis cualitativo .....	153
V.2.1	Capital Social .....	154
V.2.2	Sentimiento de pertenencia al SPL del mueble de Lucena.....	166
V.2.3	Factores socioculturales que inciden en la cooperación.....	175
V.2.4	Factores intrínsecos de la organización.....	180
V.2.5	Experiencias negativas/positivas en cooperación.....	187
V.2.6	Dependencia empresas monofase de las que prod.bienes finales.....	194
<b>Capítulo VI</b>	<b>Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.....</b>	<b>197</b>
VI.1	Introducción .....	197
VI.2	Conclusiones .....	197
VI.2.1	Principales conclusiones del desarrollo empírico.....	198
VI.3	Limitaciones.....	205
VI.4	Futuras líneas de investigación y propuestas .....	205
<b>Capítulo VII</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>207</b>
<b>Capítulo VIII</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>223</b>

## Índice de cuadros

---

Cuadro I-1	Definiciones de distrito industria .....	118
Cuadro I-2	Principales características del distrito industrial .....	25
Cuadro I-3	Caracterización de los Sistemas Productivos Locales en Andalucía .....	38
Cuadro I-4	Definiciones de Capital Social .....	44
Cuadro II-1	Fases del proceso de modernización del sector del mueble .....	80
Cuadro II-2	Criterios cualitativos para la elección de muestra estratégica .....	82
Cuadro II-3	Matriz de oportunidades y cierre.....	83
Cuadro IV-1	Hipótesis y variables .....	107
Cuadro IV-2	Bloque cuestionario tipología de empresa .....	110
Cuadro IV-3	Bloque cuestionario Perspectivas integración en el SPL de Lucena.....	111
Cuadro IV-4	Bloque cuestionario Relaciones internas y externas .....	112
Cuadro IV-5	Cuestionario. Matriz de resultados de las experiencias de cooperación ..	113
Cuadro IV-6	Bloque cuestionario. Experiencia en proyectos de coop. con empresas ..	114
Cuadro IV-7	GDE Empresarios integrantes del SPL de Lucena.....	119
Cuadro IV-8	GDI Instituciones que tienen presencia en el SPL de Lucena.....	120
Cuadro V-1	Estructura de los modelos organizacionales.....	133
Cuadro VI-1	Resultado del contraste de las hipótesis de la investigación .....	198

## Índice de tablas

Tabla III-1	Núcleos de población.....	90
Tabla III-2	Población en grupo de edad y sexo.....	91
Tabla III-3	Migraciones en Lucena en 2015 .....	92
Tabla III-4	Actividad económica en función del número de establecimientos. ....	95
Tabla III-5	Establecimientos con actividad económica en Lucena. ....	95
Tabla III-6	Número de empresas en función de la actividad. ....	96
Tabla III-7	Empresas sector indust. madera y mueble, CCAA, año 2000 .....	98
Tabla III-8	Empresas sector indust. madera y el mueble, CCAA, año 2010 .....	100
Tabla III-9	E. I. madera y mueble, amb.nacional y Andalucía, asalariados, 2010.....	100
Tabla IV-1	Relación población/muestra empresas CNAE 2009 nº 310.....	115
Tabla V-1	Tipo de empresa en función de los años desde su creación .....	130
Tabla V-2	Qué tipo de empresa en función del tamaño categ. en tres niveles.....	130
Tabla V-3	Qué tipo de empresa en función del tamaño categ. en cinco niveles.....	130
Tabla V-4	Empresas según fases del ciclo productivo que incorpora.....	132
Tabla V-5	Empresas según su estructura organizativa.....	134
Tabla V-6	Producción dirigida al mercado del Sistema Productivo Local .....	134
Tabla V-7	Producción dirigida al mercado Regional.....	135
Tabla V-8	Producción dirigida al mercado nacional.....	135
Tabla V-9	Producción dirigida al mercado Extranjero .....	135
Tabla V-10	Cómo perciben su integración en el Sistema Productivo Local.....	137
Tabla V-11	Intensidad de relaciones con otras empresas .....	138
Tabla V-12	Percepción de las empresas sobre si pertenecer a un SPL les favorece...	138
Tabla V-13	Opinión imagen externa del SPL Lucena empr. integr. en el mismo. ....	139
Tabla V-14	Frecuencia reuniones de trabajo con puestos de respons. de la empresa.	141
Tabla V-15	Empresas con empleados provengan otras empresas puestos respons.....	142
Tabla V-16	Pertenencia a Asociación de Empresarios .....	143
Tabla V-17	Relación con las instituciones (nº de veces en los dos últimos años) .....	145
Tabla V-18	Confianza en otras empr. del SPL para compartir proy. coop.empr-.....	146
Tabla V-19	Consid. empresas sobre valores compromiso o la lealtad exist. SPL .....	147
Tabla V-20	Casos de experiencia cooperando con otras empresas.....	149
Tabla V-21	Experiencia y resultados de la coop. proyectos con otras empresas.....	150
Tabla V-22	Situación que mejor refleja empr. que no han tenido exper. cooperac. ....	152

Tabla V-23	Consideración como estrategia la coop. con otras empresas SPL.....	153
Tabla VIII-1	Fases ciclo productivo que agrupa empresas en función de su tamaño ...	223
Tabla VIII-2	Qué tipo de estructura organiz. en función del tamaño de empresa.....	224
Tabla VIII-3	Cómo está de integrada la empresa en el SPL en función de tamaño .....	225
Tabla VIII-4	Intensidad relaciones con empresas competidoras en función tamaño ....	226
Tabla VIII-5	Intensidad relac. con emp. que NO son compet. en función tamaño .....	227
Tabla VIII-6	Opinión si favorece pertenecer SPL en función del tamaño empr. ....	228
Tabla VIII-7	Pertenencia a una asociación empr. en función del tamaño de empr. ....	229
Tabla VIII-8	Exper. coop. con otras empr. SPL compet. en función tamaño empr. ....	230
Tabla VIII-9	Consideración sobre coop. como estrategia en función tamaño empr. ....	231

## Índice de esquemas

---

Esquema I-1	Capital social y movilización en la clase.....	49
Esquema I-2	El capital social y los efectos imprevistos en las organiz. económicas...	50
Esquema II-1	Redes interempresariales del sector del mueble en Lucena (2003).....	73
Esquema II-2	Redes socioinstitucionales.....	75
Esquema II-3	Red socioinstitucional del Sistema Productivo Local de Lucena 2003...	76
Esquema II-4	Escalas de la red socioinstitucional del SPL de Lucena 2003.....	77

## Índice de ilustraciones

---

Ilustración I-1	Tipología de redes según la forma de gobierno .....	55
Ilustración I-2	Intermediación instituciones en los SPL.....	59
Ilustración II-1	Relaciones entre Instituciones Públicas y entrevistados .....	85
Ilustración II-2	Nivel coop. en función complej. estruct. y necesidad de infraestruc....	86
Ilustración V-1	Mapa red relaciones empresas con instituciones .....	145

## **Introducción**

### **1. Planteamiento**

Buena parte de la literatura científica en torno al fenómeno de la aglomeración industrial, ha ido orientada fundamentalmente a explicar las bondades de estos espacios productivos, que gracias al aprovechamiento de las sinergias que provienen de las economías externas producidas por la aproximación geográfica, han permitido que las empresas insertas en ellos sean más eficientes y competitivas. Sin embargo, existen trabajos que han evidenciado que la reproducción de este fenómeno como aglomeración de empresas en un territorio determinado, no ha implicado el aprovechamiento de los beneficios supuestamente preconcebidos. Precisamente el hallazgo de antecedentes teóricos en los que en sus conclusiones evidenciaban que determinados Sistemas Productivos Locales de Andalucía, entre los que se encuentra el del sector del mueble de Lucena, no estuvieran dándose las condiciones para que se generara el clima de confianza adecuado, en el que se llevaran a cabo proyectos de cooperación dentro del marco de la competencia, es lo que nos ha llevado a interesarnos por conocer, qué factores pueden condicionar la cooperación interempresarial en los Sistemas Productivos Locales y para ello hemos optado por analizar el SPL<sup>1</sup> del sector del mueble de Lucena, realizando el presente estudio de caso.

### **2. Importancia del estudio**

Entre las características de los Sistemas Productivos Locales, existen factores tales como los rasgos socioculturales de una comunidad, un determinado nivel de capital social, características históricas naturales de un área geográfica o características técnicas de los sistemas de producción relacionados con el conocimiento tácito, es decir, el Sistema Productivo Local no es sólo un sistema productivo, sino también una comunidad local y un sistema de valores, es precisamente este conjunto complejo de factores que van a contextualizar de forma muy distinta a cada uno de

---

<sup>1</sup> SPL(Sistema Productivo Local)



estos espacios productivos, lo que nos lleva a proponer el estudio de caso como técnica más adecuada para conocer qué factores están influyendo en el SPL del sector del mueble de Lucena para que exista una muy baja tasa en proyectos de cooperación interempresarial desde una perspectiva horizontal (cooperación-competencia), como se ha podido evidenciar los estudios previos de investigación<sup>2</sup>. Con el propósito de conocer si la influencia del capital social en el SPL del sector del mueble de Lucena, el nivel de sentimiento de pertenencia a éste, si aspectos socioculturales o factores intrínsecos de las propias organizaciones empresariales influyen sobre la falta de cooperación interempresarial, hemos optado por realizar un diseño que integra técnicas cuantitativas y cualitativas, a través de las cuales pretendemos encontrar evidencias que justifiquen las bajas cuotas de proyectos de cooperación y la falta de interés por los mismos.

Por todo esto, la principal aportación de este estudio y su importancia reside en los resultados obtenidos, gracias al uso de un Sistema Productivo Local concreto, como unidad de análisis y una metodología que han aportado evidencias basadas en las experiencias de los propios actores.

### **3. Objetivos**

En relación a lo anteriormente expuesto, partiendo de que los SPL son entornos en los que el bagaje teórico ha demostrado, debido al aprovechamiento de las economías externas, que las empresas que pertenecen a estos espacios mantienen altas cuotas de eficiencia, en un equilibrio de cooperación-competencia, nuestro propósito es conocer de forma empírica que factores están incidiendo en el Sistema Productivo Local del mueble de Lucena, para que exista un escaso interés y participación en proyectos de cooperación.

---

<sup>2</sup> Véase capítulo de antecedentes de investigación.

#### 4. *Hipótesis*

Para poder alcanzar los objetivos anteriores nos proponemos analizar como punto de partida la relación entre cooperación y los siguientes factores:

1. Capital social
2. Bajo sentimiento de pertenencia a un SPL
3. Factores socioculturales
4. Factores intrínsecos de la organización empresarial.

Para ello nos planteamos las siguientes hipótesis:

**H1.-** A menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el SPL.

**H2.-** Si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local, éste desincentiva la cooperación.

**H3.-** Si existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación

**H4.-** Factores intrínsecos de la organización tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa determinan el nivel de cooperación interempresarial.

#### 5. *Estructura de la Tesis*

En el primero de los capítulos, se establece un marco teórico que soporta los hallazgos encontrados a lo largo de la investigación, las líneas teóricas son las relacionadas con los Distritos Industriales, Sistemas Productivos Locales y aquellas que han explicado la tendencia de la industria a aglomerarse en regiones geográficas concretas, la cultura organizacional y el capital social.

El segundo lo hemos dedicado para recapitular aquellos trabajos de investigación que han precedido a la presente tesis y que han servido de referencia al evidenciar las carencias en proyectos e interés por la cooperación.

El tercero está dedicado a contextualizar y conocer de una forma más concreta el entorno socioeconómico de Lucena.

En el cuarto está desarrollada la metodología empleada y su justificación.

El quinto tiene como objetivo la exposición de los resultados provenientes de la investigación, a través de la metodología cuantitativa y cualitativa utilizada.

El sexto está dedicado a la exposición de conclusiones derivadas de los resultados, así como de las limitaciones que han sido objeto de la misma y las posibles líneas de investigación futuras a seguir.

El séptimo de los capítulos contiene detalle de las referencias bibliográficas utilizadas.

El octavo y último contiene detalle de los anexos.

## Capítulo I Marco teórico

### I.1 *La cooperación empresarial*

En la segunda mitad del siglo XX ha sido donde la cooperación interempresarial ha ocupado un papel importante en los trabajos relacionados con el comportamiento de las organizaciones. Se suele citar como estrategia para proyectos que tengan que ver con el auge e importancia de la tecnología, el cambio en la demanda y la internacionalización y globalización de los mercados Cano (1997). Las consecuencias de la competencia obligan a las empresas a ofrecer nuevas respuestas y buscar instrumentos que les aporten garantías para enfrentarse a un entorno cada vez más complejo. En ese contexto, la cooperación es utilizada para acceder y desarrollar espacios que aporten seguridad y una capacidad de llegar a extremos que de forma individual no sería posible o en todo caso muy costoso, es decir, el motivo principal y subyacente de los acuerdos de cooperación se justifica en el hecho de que difícilmente una empresa puede, por sí sola, ser totalmente autosuficiente. De ahí la necesidad de abrirse hacia el exterior y de intercambiar su conocimiento con el de otros sujetos. Por tanto, la cooperación empresarial se utiliza como alternativa estratégica para adquirir los conocimientos, competencias y recursos necesarios para competir con las máximas garantías.

Convencidos de que la apuesta por la cooperación es hoy en día una apuesta ganadora, nos proponemos en este trabajo el objetivo de su análisis en un Sistema Productivo Local, en donde la abundancia de las pequeñas empresas hace de la cooperación su estrategia fundamental.

#### I.1.1 **Concepto de cooperación empresarial**

El concepto de cooperación es clave en este trabajo de investigación, no solo por la importancia que tiene en sí mismo, como hemos explicado anteriormente, sino que además de ser una de las principales características de los Distritos Industriales, forma parte también del condicionante de nuestras hipótesis. Una definición sintética y versátil del concepto de cooperación es la que entiende a la cooperación empresarial, alianza estratégica o coalición como “un acuerdo entre dos o más empresas que deciden actuar – al menos en parte de sus actividades- conjuntamente,

para lograr determinados objetivos” (Menguzzato y Renau, 1991: 284). Cano (1997) cita a Menguzzato (1992a), y señala que se pueden reconocer en la literatura sobre la cooperación tres enfoques o puntos de vista diferentes, aunque complementarios; a) el económico, b) el organizativo, c) el estratégico y que a este enfoque se le puede añadir un cuarto y quinto que emanan de la literatura estratégica y de la literatura sobre los Distritos Industriales y son d) el enfoque tecnológico, y e) el territorial (Camisón, 1994). Concretamente el enfoque territorial, evidencia y eleva la categoría analítica de primer orden a la dimensión geográfica o territorial en el estudio de la cooperación interempresarial; arguyendo que es esta variable una de las más relevantes a la hora de estudiar el fenómeno cooperativo. Este enfoque ha supuesto un nuevo marco interpretativo de gran riqueza para el estudio de la cooperación que, con la inclusión del territorio, nos permite estudiar este fenómeno con mayores posibilidades explicativas y predictivas, sobre todo en lo que tiene que ver con los procesos de industrialización difusa y descentralización productiva activados en diversas regiones y áreas de ciertos países industrializados (EE.UU., Alemania, Francia, Japón, Dinamarca y, especialmente Italia) en las décadas de los años sesenta y setenta (véase Pyke, Becattini y Sengenberger, 1992; Sengenberger, Loveman y Piore, 1992; Pyke y Sengenberger, 1993 y Cano, 1997)

## ***1.2 Distritos industriales y Sistemas Productivos Locales como unidades de análisis***

### **1.2.1 Introducción**

La literatura italiana sobre los distritos industriales, se ha centrado fundamentalmente en la clasificación de dos tipologías; una jerárquica y otra evolutiva, sin embargo, otras fuentes distintas a la italiana arrojan una clasificación implícita según el carácter del producto y la tecnología, distinguiéndose; a) distritos manufactureros tradicionales, b) distritos de alta tecnología, y c) distritos de servicios o terciarios. Teniendo en cuenta las tipologías que provienen de la literatura italiana, una primera distinción que puede ser efectuada es la propuesta por Becattini y Rullani (1993), que diferencian entre Distritos Industriales

organizados alrededor de una empresa líder (distritos jerárquicos) y los distritos “marshallianos” (distritos poliárquicos). Una segunda tipología de los sistemas de pequeñas empresas se puede hacer teniendo presente el grado de desarrollo del sistema en su conjunto, en este caso se tendría la siguiente tipología; (a) área de especialización productiva; (b) sistema productivo local; (c) área sistema (Garofoli, 1994), y (d) ecosistema territorial de innovación o distrito tecnopolitano (Formica, 1994).

### **I.2.2 Distritos industriales**

Para el análisis de los distritos industriales tendríamos que comenzar con una descripción de cuáles han sido sus orígenes en la literatura, ello nos llevaría a referirnos a conceptos que derivan de las economías de aglomeración y que han sido estudiados desde el punto de vista de la ventaja que tienen las llamadas regiones o zonas industriales sobre el resto, en este sentido, existe una larga tradición en estudios de economía industrial y regional, que se remonta al siglo XIX y que tiene como objeto explicar la tendencia de la industria a aglomerarse en regiones geográficas particulares. En los manuscritos de Alfred Marshall de alrededor de 1870 se puede evidenciar que llega a la conclusión de que, por lo menos en ciertos tipos de producción, existen dos modos de producción eficientes: el conocido, basado en grandes unidades productivas integradas verticalmente en su interior, y un segundo, basado en la concentración de numerosas fábricas de pequeñas dimensiones y especializadas en las diferentes fases de un único proceso productivo en una o varias localidades (Becattini, 2004). Frente a los economistas dogmáticos que, por una parte se obstinan en el fondo salarial y por otra están cegados por las economías de escala y por el sistema de fábrica, Marshall demuestra, mediante un ejemplo específico —la fórmula del distrito, precisamente— que ya existe en la realidad, al menos, una alternativa, o tal vez un complemento, a la potenciación productiva “exosomática” (más coches y/o mejores coches per cápita) del trabajo sencillo: su potenciación productiva “endosomática”, a través de una actuación sobre los valores y conocimientos funcionales, y a la competitividad del lugar con el que el trabajador mismo se

“identifica” [...] Becattini (2004) cita que en la obra de Marshall el distrito aparece bajo dos aspectos: como prolongación de los *centers of specialized skill* de la época preindustrial y como posible resultado de la extensión organizada de la actividad industrial de las ciudades industriales de la Inglaterra de finales del siglo XIX. En el primer caso, explicado a la perfección a través de Sheffield (“*epitome of English economic history*”) con su amplia tradición del trabajo del hierro, se subraya la interdependencia entre los aspectos técnico-económicos y las relaciones socioculturales que existían, en el segundo caso nace un embrión de política pública para promocionar los distritos industriales. En un texto que se convirtió en el manifiesto de la *Society for Promoting Industrial Villages*, cercana al *Garden City Mouvement*, del que Marshall formó parte de manera significativa [...] La visión “marshalliana” del distrito industrial no se puede reducir a las propiedades de la concentración territorial de la industria en sí mismas y por sí mismas (el *clustering* o el *networking* de las empresas de muchos economistas de hoy), es decir, el desarrollo «natural» de los automatismos de mercado, puesto que dicha visión recoge en un bloque conceptualmente unitario, los fenómenos económicos y los socioeconómicos, y es el prelude de intervenciones públicas adecuadas (Becattini, 2004:15-16).

El enriquecimiento de la obra de Becattini, junto al de Michael Porter, animó a un importante número de investigadores a estudiar estos fenómenos desde diferentes disciplinas y enfoques, que han generado una vasta y amplia literatura referida al tema. Al objeto de revisar las diferentes definiciones detallamos éstas en la (*Cuadro I-1*)

***Cuadro I-1 Definiciones de distrito industrial***

<b><i>Autores</i></b>	<b><i>Definiciones de Distrito Industrial</i></b>
<b><i>Marshall</i></b>	Es un sistema productivo localizado geográficamente y basado en una amplia división del trabajo entre pequeñas y medianas empresas especializadas en distintas fases de un sector industrial común” (1919)

<b><i>Becattini</i></b>	Es una realidad caracterizada por: una zona geográficamente delimitada y centrada en un tipo de producción predominante; un gran número de empresas de pequeña y muy pequeña dimensión; una organización flexible de la producción, que lleva a atender una demanda diferenciada; una relaciones no jerárquicas, flexibles y variables de subcontratación; un equilibrio entre competencia y cooperación, que permite la preservación del sistema; y una interconexión entre los factores económicos y extraeconómicos (sociológicos, culturales y éticos) muy intensa y profunda” (1979).
<b><i>Amin y Robins,</i></b>	Es un sistema económico localmente coordinado y bien articulado, normalmente, aunque no siempre, especializado en un producto, que se caracteriza por la división de tareas entre empresas, obteniendo éstas todas las ventajas y las economías de la aglomeración espacial (1992)
<b><i>Brusco</i></b>	Es un conjunto de empresas localizadas en una zona geográfica relativamente pequeña; que trabajan, directa o indirectamente, para el mismo mercado final; que comparten la misma gama de valores y conjunto de conocimientos y que se hallan ligadas entre sí por relaciones muy peculiares en una combinación compleja de competencia y cooperación (1992)
<b><i>Piore y Sabel</i></b>	El distrito industrial está formado por un núcleo de empresas más o menos iguales entrelazadas en una compleja red de competencia y cooperación (1990)
<b><i>Pyke y Sengerberger</i></b>	Son sistemas productivos definidos geográficamente, caracterizados por un gran número de empresas, en su mayoría pequeñas o muy pequeñas, que se ocupan de diversas fases y formas en la elaboración de un producto homogéneo” (1992)
<b><i>Sforzi</i></b>	Es una entidad socioterritorial caracterizada por las interacciones internas de un sistema de pequeñas empresas manufactureras, que intervienen en diferentes fases del mismo proceso de producción, concentradas espacialmente, estrechamente ligadas a la producción local y que comparten un territorio relativamente limitado. (1992)
<b><i>Markussen</i></b>	Es un área considerable y espacialmente delimitada de actividad económica industrial que tiene una distintiva especialización económica relacionada con los recursos, manufacturas o servicios” (1996)

Fuente: Elaboración propia basada en revisión bibliográfica



Brunet y Belzunegui (2001:83) señalan que los distritos industriales son habitualmente identificados con respecto a otros tipos de aglomeración industrial por el ambiente social y cultural en que se desarrollan, que permite vínculos o relaciones que van más allá de aspectos económicos. La confianza es el resultado de este tipo de vínculos que, aun no siendo fácilmente mensurable, representa la base para la interacción social, permitiendo que valores, reglas y conductas puedan ser compartidos y disfrutados por generaciones de individuos. La influencia de la confianza y la colaboración hacen prominente el rol de los individuos en las actividades económicas: uno de los temas centrales de los distritos industriales es entonces la maximización de la frecuencia y la intensidad de las comunicaciones interpersonales [...] sin embargo, el distrito industrial es más que la suma de los individuos que interactúan unos con otros en un ambiente local, así como también que la población de las firmas es más que el agregado de unidades de producción. [...] Por un lado, la estructura competitiva siempre ha sido prevalente en los ámbitos locales; por otro, se conjuga con la atmósfera de colaboración del distrito industrial. El rol prominente de los individuos y las relaciones informales, la estabilidad del ambiente y la homogeneidad de valores brindan el apoyo a una sociedad con un interés general en la colaboración.

### ***1.2.2.1 Segunda oleada de estudios sobre los distritos industriales***

A pesar del balance positivo de los efectos de los distritos, no es hasta los años setenta cuando surge con fuerza un verdadero interés científico por los mismos, algunos economistas italianos frente a los perciben curiosos fenómenos en ciertas zonas del país, donde la gran empresa, pública y privada muestra claros signos de declive y sin embargo a su vez se produce un florecimiento de pequeñas empresas manufactureras. las nuevas empresas no nacen en el interior de las ciudades industriales, y en casi todos los sectores se extienden territorialmente en un amplia área —intermedia entre las regiones del desarrollo capitalista clásico y las de la economía deprimida del Sur de Italia— para concentrarse en áreas relativamente restringidas que, a menudo, la teoría corriente de la localización industrial no considera atractivas para la inversión (con pocas infraestructuras o poco accesibles,

por ejemplo), en sectores que la economía industrial predominante considera “pasados” y sin perspectivas (textil, vestido, calzado y peletería, muebles de madera, etc.) y bajo formas (la pequeña empresa, por lo general familiar) que considera sin futuro (Becattini, 2004:18).

En palabras de Bellandi (2002), el éxito de los distritos industriales se debió a sorpresas de tipo macroeconómico, producidas a finales de los setenta, es decir: a) cambios de tendencia en el de tamaño de las empresas provocada por la maximización de la flexibilidad y una mayor eficiencia ante los cambios de una demanda de productos más diversificados, b) pervivencia de algunos sectores maduros, c) incremento del desarrollo económico en áreas geográficas caracterizadas por estar formadas por pequeñas empresas, y d) los malos resultados de las grandes empresas industriales que se vieron perjudicadas por la cada vez menos eficiente economía de escala que provenía de una alta estandarización de los productos. Un modelo de organización industrial Piore y Sabel (1984), una forma de organizar la producción Storper (1997) o un tipo de red de empresas Langlois y Robertson (1995), que, constituido por pequeñas unidades productivas, era capaz, de conseguir resultados similares o mejores con respecto a empresas de estructuras más desarrolladas y mayores.

Los primeros trabajos sobre distrito industrial en esta oleada se sitúan en 1969 y fueron realizados por el IRPT de la Toscana (Instituto Regional de Programación Económica) siendo Giacomo Becattini su director. Sin embargo, no fue hasta 1979 cuando escribió su famoso artículo titulado “Del sector industrial al distrito industrial. Becattini (1979) planta recuperar el concepto “marshalliano” de distrito industrial para interpretar los procesos de industrialización y como instrumento de intervención pública.

Otros investigadores y grupos de investigación entre los que se interesaron fueron el grupo de Módena (Italia), al frente del cual se sitúa a Brusco, de Milán, con Vaccà y Rullani, y en España las contribuciones de Trullén y Costa (Becattini, 2002). En

la década de los noventa, el grupo de Becattini en Florencia y el grupo de Brusco en Módena generan dos enfoques sobre los distritos industriales en las que aparecieron multitud de aportaciones y confrontación (Bianchi, 2009:104); mientras el primero se centra en los efectos de los factores culturales e institucionales, el segundo se enfoca sus trabajos en las relaciones que se dan a en las empresas a partir de las interdependencias tecnológicas y productivas.

La concepción que Becattini (1979) tiene sobre el distrito industrial se caracteriza por las siguientes apreciaciones (Bianchi, 2009:105-6)

- a) Las relaciones económicas que dan lugar a una combinación peculiar de competencia y cooperación que no se explica desde una lógica puramente de mercado.
- b) La progresiva segmentación del proceso productivo permite que incluso pequeñas empresas desarrollen una escala de producción adecuada.
- c) La competencia entre pequeños fabricantes especializados en las diferentes
- d) fases de la producción ayuda a mantener bajos los costes y crea un ambiente favorable a las innovaciones que aparecen en los procesos de producción (innovaciones “bottom-up”)
- e) La elevada movilidad profesional y social hace posible explotar de la mejor forma posible el potencial presente y futuro de todos los individuos involucrados
- f) La presencia de las autoridades locales que controlan algunos aspectos intrínsecos al proceso de acumulación (como las normativas de edificación) determinan un ajuste aceptable del conflicto entre capital y trabajo.

En la definición de Becattini (1979) de distrito industrial destaca como característica, por una parte la comunidad de personas que viven y trabajan en el distrito, dándole principal importancia a los valores, actitudes y normas de comportamiento, así como al gobierno local, los agentes sociales, centros de formación, etc., y por otra parte, la concentración de empresas de una industria y

sus empresas auxiliares en un territorio determinado. Sin embargo Becattini pone más énfasis afirmando que el distrito industrial no solo es una entidad económica sino también una entidad sociocultural. Esta interpretación de Becattini del distrito industrial Marshalliano ha permitido destacar que la confianza y la cooperación desempeñan un papel como mecanismos de reducción del riesgo y de gobernanza económica entre las empresas Dei Ottati (2009), precisamente por el sentido que tiene analizar el contexto en el que se realiza la actividad productiva, en relación a los aspectos socioculturales, Becattini propone cambiar la unidad de análisis basada en el sector al que pertenece una actividad por el análisis del lugar en el que se realiza la producción Trullén (2010).

### ***1.2.2.2 Economías externas e internas***

Marshall define las economías externas como aquellas que dependen del desarrollo general del sector, que están relacionadas con el desarrollo general de la industria en conexión con factores histórico-culturales y que incluye tanto las relaciones interempresariales como interpersonales, mientras que las economías internas son las que “dependen de los recursos individuales de las empresas, en su organización y en la eficiencia de su gestión” Marshall (1920:221). Por otra parte, para las economías internas hace la siguiente clasificación; las economías generadas por la creciente subdivisión del trabajo, las que se dan por la especialización de la función gerencial y aquellas que aparecen como resultado de las innovaciones que se dan en aspectos organizativos de la empresa y en los sistemas de producción. A partir de los escritos de Marshall Hart (2009:91) hace dos distinciones en las economías externas; en primer lugar, identifica las economías que aparecen por el “uso de habilidades y maquinaria especializada” que dependen del “volumen agregado de producción en el vecindario”, y en segundo lugar, están “aquellas relacionadas con el crecimiento del conocimiento y el progreso de las artes” y que dependen del “volumen agregado de producción en todo el mundo civilizado” Marshall (1920: 221). Hart (2009:221) plantea que estas economías externas se pueden alcanzar a través de la concentración de muchas pequeñas empresas de tipo similar en localidades concretas.

Marshall (1919) plantea que son las economías externas las que explican que una industria permanezca en una localización concreta en el tiempo. Para ello, detalla diferentes aspectos o factores materializados como economías externas, tales como la concentración de trabajadores locales cualificados y el mejor acceso a maquinaria especializada en la fabricación de determinados trabajos o productos y que suele ser costosa, por otra parte, la concentración de sectores especializados favorece el aumento de actividades comerciales, así como de industrias y servicios auxiliares, por último, y la más importante para Marshall es la “atmósfera industrial” que junto al conocimiento y la confianza mutua, estimula la creatividad, la innovación y la transferencia de conocimiento entre las empresas geográficamente próximas Hart (2009:92)

### ***1.2.2.3 Características de los Distritos Industriales***

Una característica más de los Distritos Industriales se basa en las diferentes formas de colaboración y relación entre las entidades insertas en estos espacios geográficos, tales como, empresas, sindicatos, asociaciones, bancos, instituciones públicas, etc. que toman una identidad propia inspirada en un sentimiento colectivo y de pertenencia. Becattini (2004) plantea que no se podría entender la formación del conjunto de mercados internos, que se basan en el muy singular “mercado de distrito” de los recursos humanos, si no se considerase conjuntamente la coagulación alrededor de los mercados de instituciones formales (por ejemplo, asociaciones artesanales, sindicatos, escuelas técnicas, centros tecnológicos, consorcios de compra o de venta, etc.) e informales (por ejemplo, lobbies) que cumplen la función en definitiva de construir en cada “especialización” la confianza de poder vender su propia “especialidad” a un precio medianamente remunerativo. Pyke y Sengenberger (1993: 48) confirman que “en el modelo de distrito industrial ideal, la empresa individual no concibe la supervivencia y el éxito en términos de lucha entre rivales, al contrario, se hace hincapié en el crecimiento colectivo donde cada unidad se beneficia del éxito del conjunto”.

En cuanto a la producción suele focalizarse en la especialización de un solo producto o sector, generalmente tradicionales, por ejemplo, en el caso de los distritos industriales de Italia (textil, vestido, calzado, piel, muebles, cerámica, etc.), si bien es verdad que existen otros distritos industriales que se han especializado en sistemas productivos bien distintos, tales como los tecnológicos, como es el caso paradigmáticos de la Carretera 128 de Boston (Massachusetts) y el SiliconValley en el Norte de California, ambos en EE.UU Piore, y otros (1992)

Las principales características de los distritos industriales identificadas en los trabajos de Becattini (1991), Garofoli (1991) y Brusco y Paba (1997) se resumen en la (*Cuadro I-2*)

***Cuadro I-2 Principales características del distrito industrial***

<b>Becattini (1991)</b>	<b>Garofoli (1991)</b>	<b>Brusco y Paba (1997)</b>
La unidad de análisis no es la pequeña empresa sino el conjunto de la ocupación del distrito.		
El distrito es el resultado de la conjunción de determinados rasgos socioculturales de una comunidad, de características históricas naturales de un área geográfica y de características técnicas del proceso productivo y el resultado de un proceso de integración dinámica (un círculo virtuoso) entre la división del trabajo en el distrito y el ensanchamiento del mercado de sus productos	Tendencia a una especialización productiva creciente. Cuota relevante del mercado nacional. Mercado de trabajo especializado.	Comunidad de personas y de empresas que actúa en un mercado limitado. Se da una fuerte orientación hacia el mercado nacional e internacional.
Población de pequeñas y medianas empresas independientes, que tienden a coincidir con las unidades productivas de fase, apoyadas sobre una miríada de suministradores de servicios para la producción y de trabajadores a domicilio y a tiempo parcial, orientados por el mercado de los pedidos por un grupo de	Multiplicidad de pequeñas y medianas empresas y ausencia de una empresa dominante.	Las empresas más pequeñas tienen un papel relevante. Intensa cooperación a escala vertical entre suministrador y usuario. Algunas empresas producen para un mercado final. Otras empresas son “monofase” o subproveedoras. Otras empresas operan en otros sectores productivos, aunque pertenezcan al mismo sector

empresarios puros.		verticalmente integrado.
El distrito no es sólo un sistema productivo, sino también una comunidad local y un sistema de valores (“ética del trabajo”).	La presencia de un elevado consenso social y de formas de reglamentación social. Flexibilidad del mercado de trabajo y presencia de una “ética del trabajo”.	Desarrollo de comportamientos cooperativos entre trabajadores y empresarios.
El distrito es una población de empresas especializadas pertenecientes a un mismo sector industrial definido en un sentido particularmente amplio.	Consistente especialización productiva a escala local. Desarrollo de interdependencias productivas de tipo intra e inter sectorial.	Desarrollo de un aparato productivo especializado.
La dimensión técnica óptima para la producción es baja.		
Posibilidad de que existan distritos pluri-sectoriales.		
Estrecha relación entre competencia y cooperación.		Desarrollo de comportamientos cooperativos entre las empresas.
Presencia de economías externas a las empresas pero internas al territorio. Atmósfera industrial.		Presencia de economías externas a las empresas pero internas al territorio.
	Difusión de relaciones “cara a cara” entre productores y usuarios de productos intermedios y de servicios a las empresas.	Se comparten valores y conocimientos en la comunidad local.
	Progresiva formación de un sistema informativo a nivel de área.	
	Elevadas tasas de movilidad de trabajadores entre las empresas y de recambio de las empresas.	La movilidad del trabajo por cuenta ajena al trabajo por cuenta propia y viceversa es elevada.
		El papel de las instituciones locales es importante en el establecimiento de las características de la comunidad. Se desarrollan “servicios reales” suministrados por instituciones locales

*Fuente: Boix y Galleto (2005) a partir de Becattini (1991), Garofoli (1991) y Brusco y Paba (1997)*

Becattini, 2004 hace una interesante descomposición de los procesos que identifican a los distritos industriales que convergen en su nacimiento, que son paralelos en su trayectoria vital y divergentes en la disolución del distrito; a) la subdivisión progresiva, cuidada y autocontenida de ciertos procesos productivos y de aquéllos complementarios de los mismos e instrumentales; b) la formación y la reproducción en el tiempo de nexos dinámicos entre, por un lado, “complejos de habilidades productivas especializadas” que se han formado en determinados ámbitos territoriales y, por el otro, “núcleos de necesidades” que se han delineado en el espacio general de las necesidades; c) la consolidación en instituciones, formales e informales, materiales e inmateriales, de prácticas sociales que respetan, a la vez, las condiciones de competitividad y de reproducción social y natural del sistema local; d) la integración dinámica entre saber productivo contextual, muy a menudo tácito, y saber productivo científico-técnico, o codificado, en el proceso productivo; e) la formación de figuras e instituciones (integradores versátiles) que median entre la exigencia de especialización y la de la versatilidad; f) la formación, la consolidación, la “desviación” y la disolución de los “sentimientos de pertenencia” de los agentes individuales de la producción social; g) por último y en resumen, el continuo alimentarse de la movilidad social y profesional a nivel local.

#### ***1.2.2.4 Ventajas competitivas de los distritos industriales***

Habitualmente se citan como elementos de éxito en la afirmación de los distritos industriales la capacidad de gestionar un sistema estratificado y complejo de producción, y la capacidad de adaptación al mercado con soluciones competitivas. Sin embargo, la ventaja más importante de los distritos industriales reside en la capacidad que han exhibido de desarrollar un sistema común y homogéneo de valores, en él se reconocen todos los sujetos, ética en trabajo y en la actividad y un profundo respeto por la comunidad y por la familia (Becattini, 1992). Esta fuerte identidad social ha permitido dos elementos de ventaja competitiva difícilmente reproducibles en otros contextos: por una parte el eficiente sistema de comunicación informal entre los actores y por otra, el equilibrio entre competencia y cooperación, que se desarrolla en el ámbito de reglas informales del mismo sistema ético-cultural.



La rivalidad es integrada en un marco de sólido equilibrio entre colaboración y competencia, contribuyendo a determinar el éxito de los distritos. Otro rasgo es su característico sistema de organización de la producción, que permite que las pequeñas empresas presenten niveles óptimos de escala en su especialización productiva, manteniendo, desde el punto de vista del distrito industrial, un nivel de activación cercano al óptimo productivo (Bianchi, 1991) y por último, los factores de competitividad complementarios provenientes de la innovaciones incrementales (Becattini, 1992); y el aprovechamiento de las sinergias generadas por la existencia de sectores industriales y comerciales contiguos.

#### ***1.2.2.5 Tipología de las empresas que se dan en los Distritos Industriales***

Al objeto de identificar qué tipología de empresas se dan en los espacios distritos industriales, hemos acudido a la siguiente clasificación de Brusco (1992); (a) *Empresas que producen bienes finales*, consideradas al mantener relaciones directas con el mercado, como el auténtico motor del distrito, permitiendo la coordinación del proceso productivo; (b) *empresas monofase* que sólo intervienen en una fase (o en muy pocas) de la producción, actuando como subcontratistas de las anteriores; y (c) *empresas auxiliares* que, si bien no pertenecen a la industria de las dos precedentes, en términos de producto acabado, pertenecen al mismo sector integrado verticalmente. Para Rabellotti (1995), en el distrito existen dos tipos de relaciones: hacia delante “forward”, que son las que mantienen principalmente las empresas finales y que abarcan las tareas comerciales y de distribución; y hacia atrás “backward” que afecta principalmente a las empresas intermedias en la función de transformación.

Por otra parte, podemos subrayar que existen aspectos coincidentes en la mayoría de las empresas que forman parte de los Distritos Industriales, entre otras son; a) la realidad común relacionada con el hecho de ser una dimensión pequeña, el propietario o propietarios son al mismo tiempo capitalistas y gerentes, b) los empresarios/emprendedores son, en la mayoría de los casos, antiguos operarios cualificados, c) el origen y evolución de las empresas se sustentan en el papel

desarrollado por las familias; priman las formas de coordinación informales fundamentadas en el parentesco y la simplicidad estructural, d) tienen altas cotas de externalización de actividades como consecuencia de necesidades de escala y de especialización productiva y como consecuencia mantienen relaciones estables de cooperación entre subcontratistas y contratistas (especialmente en la subcontratación estructural o de especialidad), y e) el recurso a servicios externos tales como servicios financieros, fiscales o laborales, están presentes en la estrategia de la empresa del distrito de forma sistemática y generalizada Cano (1997).

### **I.2.3 Los Distritos Industriales: caso de España**

De forma histórica determinadas actividades se han visto representadas en localidades, comarcas o ciudades que por sus recursos o su situación geoestratégica han permitido el establecimiento de estos espacios productivos y su continuidad en el tiempo. En el caso de España, debido a las circunstancias de una tardía industrialización y características socio-políticas diferentes no se puede decir que los Distritos Industriales se hayan creado en base al mismo modelo italiano, en este caso, se han dado dos circunstancias especiales para su creación, la primera, el éxodo llevado a cabo por las empresas desde el interior de las ciudades hasta ubicaciones al exterior de las mismas, fundamentalmente en áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona en los años 70, por otra parte, el otro origen ha sido las concentraciones industriales monosectoriales en núcleos rurales, tales como los que se han dado en el Levante. Sin embargo no es hasta ya mediados de los 80, con la entrada de España a la Unión Europea y su apertura internacional cuando comienzan a hacerse importantes dentro del contexto industrial español.

En España se distinguen tres generaciones de distritos industriales, la primera tiene su nacimiento en los sistemas productivos locales de industrias tradicionales que surgieron de forma espontánea en función de las características históricas de los lugares en que se originaron, por ejemplo (industrias textiles, calzado, muebles, productos alimentarios o juguetes), la segunda está representada por la oleada de sistemas productivos locales que surgió como respuesta a la demanda originada en

la industria española en los años setenta y por último, la tercera generación de sistemas productivos locales se originaron especializándose en actividades más avanzadas tales como la de productos químicos, Ybarra (2009). Las claves en el desarrollo de los distritos industriales en España han sido, la tradición local y la especialización en la fabricación de determinados productos; la apertura de la economía española al exterior y los niveles crecientes de renta y en consecuencia de demanda, en este sentido puede deducirse que lo que más ha influenciado a los distritos industriales en España ha sido el mercado más que las políticas.

Boix y Trullén (2010) señalan que en la mayoría de estudios que han intentado identificar distritos industriales en España se han centrado sobre todo en un nivel regional y han utilizado datos de municipios o comarcas como unidades de análisis, citando entre los que merece la pena mencionar a las contribuciones para Valencia de Ybarra (1991), Camisón y Molina (1998), Soler (2000), y Giner y Santa María (2002), las realizadas para Cataluña por Costa (1998) y Trullén (2002), para Baleares por Bibiloni y Pons (2001), para Murcia por De Luca y Soto (1995), y para Madrid por Celada (1999). Boix y Trullén, (*ibíd.*), que son de los autores más implicados en la identificación de distritos industriales en España, señalan que no hay muchas investigaciones en nuestro país en este sentido, sin embargo entre las que citan los autores están trabajos como Camisón (2004) que parte de una metodología multivariante y obtiene 35 distritos industriales para España que contienen alrededor de 60 municipios, señalan a su vez que en Boix y Galletto (2006) y Trullén (2006) se asiste por primera vez a la adaptación de la metodología Sforzi- ISTAT, que utiliza mercados locales de trabajo como unidades de análisis, y cuyo resultado fue un primer mapa comparable con el de Italia y que en concreto, estos trabajos identificaban 237 distritos industriales y 65 SPL manufactureros de gran empresa y mostraba que su número y peso sobre la ocupación era equiparable al que tenían en Italia. En 2006, la metodología Sforzi- ISTAT cambió mejorando algunos aspectos del proceso de identificación y en 2011, Catalán, Miranda y Ramón-Muñoz editaron un trabajo titulado *Distritos y clústeres en la Europa del Sur* (Catalán et al 2011b), en el que ofrece una perspectiva histórica sobre la

formación de la ventaja competitiva internacional que tienen los distritos industriales y los clústeres de la industria, destacando entre ellos los siguientes; en Cataluña el distrito del automóvil Seat-Barcelona (1981-2010) y los distritos de género de punto (1961-2004), el clúster del automóvil en Valladolid (1951-1965) o el calzado de Valencia y Baleares (1970-2002).

#### **I.2.4 Economías de aglomeración**

Brunet y Belzunegui (2001) destacan que el concepto de economías de aglomeración, marca las ventajas existentes entre la concentración territorial de las actividades económicas respecto a la dispersión de las mismas, citando la clasificación de economías de aglomeración de Richardson (1969) como las siguientes categorías: 1) economías de escala o internas a la empresa; que surgen de la posibilidad de repartir los costes fijos entre un número mayor de productos, reduciendo así los costes medios, 2) economías de urbanización, externas a la empresa y al sector productivo, que se refiere a las relaciones que se dan entre los diferentes sectores que se dan en el enclave territorial, y 3) economías de localización, externas a la empresa pero internas al sector productivo del que participa la empresa y que tienen que ver con las ventajas del establecimiento de relaciones entre actividades económicas correlacionadas dentro del mismo sector, destacando entre ellas; a) las conexiones de producción, que permite una mayor disponibilidad de materias primas, semielaboradas, mano de obra especializada y maquinaria, b) las conexiones de servicio relativas al mantenimiento de las instalaciones de las mismas por parte de empresas especializadas, y c) las conexiones de mercado, que son aquellas que se establecen con los proveedores de productos intermedios que demanda el sector productivo.

Además existen ventajas de lo que Marshall denomina “atmósfera industrial”. Esta cultura industrial permite una rápida difusión de los procesos tecnológicos e innovadores, proporcionando una mayor competitividad, a su vez reduciendo los costes de transacción y dando lugar una mayor calidad en las relaciones entre los

operadores, gracias a la cercanía geográfica y los contactos cara a cara que facilitará la elección entre jerarquía y mercado (Brunet y Belzunegui, *ibíd.*:76).

La aglomeración es una estrategia de localización, seguida, frecuentemente, por los productores, ya que la proximidad se traduce en bajos costes de transacción y en amplias oportunidades para igualar las necesidades y las capacidades, no por ello deja de plantear problemas estructurales que evidencian la vulnerabilidad de los sistemas productivos entre otras cosas por el uso de la información asimétrica o privilegiada del mercado por parte de las empresas que lideran el Sistema Productivo Local y que tienen la capacidad de entrar en contacto con los actores externos al propio sistema, por ejemplo utilizando la información privilegiada para negociar al mejor postor, en el caso de desconfianza entre las empresas locales (Scott y Storper, 1990). Todos estos problemas pueden controlarse mediante infraestructuras institucionales o prácticas sociales, que permitan aumentar los intercambios de información y la confianza a nivel local (y limitar la probabilidad de comportamientos oportunistas, que beneficien a los que los practiquen) (Garofoli, 1993).

Instituciones locales como los centros tecnológicos son, a veces, necesarias para superar alguno de los fallos del mercado, Scott y Storper (1990) mantienen que el desarrollo económico regional está abierto a múltiples iniciativas que dependen de la interrelación entre las fuerzas económicas y las políticas del lugar. La atención a las instituciones locales y a la cultura local es, por lo tanto, un tipo de respuesta a los fallos del mercado, debidos a la presencia de externalidades e información imperfecta. La idea de que la reproducción del sistema económico no se pueda producir con éxito, si se carece de Agencias y de la acción colectiva, se mantiene no sólo al nivel de la economía nacional, sino también (y, particularmente) al nivel de la economía local y de los sistemas productivos locales. Los fallos del mercado en la creación y la transferencia de tecnología, en la provisión de servicios de gestión a las Pymes y en la formación de la mano de obra, son, relativamente, frecuentes. En algunas áreas de aglomeración de producción flexible, se han

realizado esfuerzos institucionales para enfrentarse a estos problemas mediante la provisión de actividades de investigación financiadas públicamente, agencias de servicios de gestión e instituciones de formación, muy a menudo con la cooperación (en planificación, financiamiento, seguimiento, gestión y control) de actores privados y colectivos, como empresarios, asociaciones o consorcio de empresas (respecto a la experiencia italiana, los casos de Citer en Capri, de Città Studi Biella, de Cil y Sistemas de Formación Profesional en Lecco) (Garofoli 1993).

La interacción entre actores económicos, socioculturales e institucionales sigue patrones de cooperación y competencia, los cuales crean un mecanismo estable de acumulación y difusión del conocimiento. Por un lado, la presión de la competencia y el empuje asociado a innovar proveen la dinámica guiada por la ventaja, que crea un círculo virtuoso. Por otro lado, la concentración espacial incrementa la intensidad de interacción entre los actores del sistema, aumentando las posibilidades de colaboración, para lo cual se precisa una mediación de las instituciones locales. Por lo tanto, la llave de la ventaja competitiva descansa en la relación entre competición y cooperación de las firmas que operan en el mismo sector o similar (Brunet y Belzunegui 2001:80)

### **I.2.5 Sistema productivo local**

Caravaca y otros (2002) señala que pese a la gran diversidad de situaciones recogidas en numerosos estudios de casos Garofoli (1986); Capecchi (1992); Courlet, C-Pecqueur y Soulage (1993); Caetano (1995...), que llevó a Garofoli (1986 y 94) a distinguir entre áreas de especialización productiva, sistemas productivos locales y áreas sistema, en función del menor o mayor grado de complejidad y solidez que presentan en su desarrollo, en buena parte de la bibliografía reciente se ha generalizado el uso del término Sistema Productivo Local para identificar conjuntamente y de forma simplificada a todos estos tipos de organización productiva. Garofoli, G (1993), señala que en las décadas de los 70 y 80 del siglo pasado, existe cierta incapacidad de interpretar por los viejos modelos

teóricos la realidad cambiante que se estaba dando, en la que aparecen progresivamente nuevos modelos de desarrollo tanto a nivel local, nacional e internacional, así como la inversión de las trayectorias territoriales. Consecuentemente con estos modelos, aparecen nuevos actores como instituciones locales, determinados colectivos tanto empresariales como sociales, administración local e incluso regional que tienen un papel fundamental en el cambio y dinamismo de estos espacios productivos y del contexto socioeconómico y que en los modelos teóricos anteriores no estaban analizados. Ese papel se ve reforzado en la medida en que las instituciones locales son conscientes de que tienen posibilidades y responsabilidades para el desarrollo endógeno de su territorio.

Los conceptos de sistemas productivos locales (o sistemas locales de empresas, sistemas territoriales de producción, etc.) y de medios o entornos innovadores se han abierto camino en las últimas décadas para aludir a territorios con una organización (económica + sociocultural) y un dinamismo internos particularmente adecuados para generar un elevado volumen de externalidades positivas para el conjunto de empresas allí localizadas. Más allá de sus diferencias, tanto uno como otro tipo de ámbitos pueden surgir asociados a actividades muy diversas –desde el turismo y el ocio, a la agricultura intensiva y la agroindustria, las actividades pesqueras, etc.–, aunque la mayoría de casos conocidos y estudiados hasta el momento se relacionan con la industria manufacturera.

Garofoli (1981, 1983a, 1992b): para referirse a los sistemas productivos locales en el caso de los sistemas de pequeñas empresas atendiendo a las relaciones estrictamente económicas, identificó las siguientes características estructurales del distrito industrial o de las áreas-sistemas:

1. Una notable especialización productiva a nivel local causada por la excesiva presencia de una industria o un sistema de producción que une varias industrias a la vez y sectores relacionados con el ciclo productivo del producto típico local.

2. La producción del sistema local es bastante importante, teniendo una cuota significativa de la producción nacional, y a veces internacional, del producto específico o sector.
3. Un nivel elevado de división del trabajo entre empresas del sistema productivo local que ocasiona relaciones input-output muy cercanas, intrasectorial e intersectorial.
4. La alta integración horizontal de la producción depende de los bajos costes de transacción entre las empresas locales.
5. El gran número de agentes locales (la "pluralidad de protagonistas") y la ausencia de un líder o empresa dominante. Esto impide la formación de un mercado monopolístico de la subcontratación, evitando un excesivo poder de negociación de las empresas "madre" y conduce a la adopción difusa de comportamiento "práctica y error". Esto implica una mayor probabilidad de que, al menos, algunos actores encuentren soluciones satisfactorias para los problemas económicos y los demás les imiten inmediatamente.
6. Una notable especialización de la producción a nivel de la empresa y planta que limita el campo de actividad, estimula la acumulación de conocimientos especializados, facilita la introducción de nuevas tecnologías y, eventualmente, aumenta, a través del incremento de la productividad del trabajo, la autonomía económica de las empresas y de los subsistemas en el área.
7. La existencia de un sistema eficiente de transmisión de la información a nivel local, que garantiza la circulación rápida de información con respecto a los mercados, las tecnologías alternativas, las nuevas materias primas, los componentes y productos intermedios, el nuevo marketing comercial y las técnicas financieras y comerciales. Esto ayuda a la transformación del conocimiento de cada actor individual dentro de la "herencia económica común" del área.
8. El alto nivel de habilidades de los trabajadores del área, cómo resultado de una sedimentación histórica de conocimientos de las tecnologías aplicadas.



9. El incremento de las relaciones "cara a cara" entre actores económicos (especialmente entre proveedores y usuarios de productos intermedios, maquinaria y servicios a las empresas). Ello facilita la difusión de las mejoras organizativas y tecnológicas que aumentan la eficiencia, ante todo, del sistema local.

Así plantea que la importancia del modelo basado en el sistema de pequeñas empresas y del análisis de este modelo para un nuevo enfoque teórico sobre el desarrollo reside en los siguientes aspectos; a) el papel crucial de las economías externas existentes en el territorio, b) la existencia estructural, en este sistema, de un equilibrio permanente entre competencia y cooperación de las empresas, y c) la existencia de un equilibrio entre las reglas del mercado y las de regulación social a nivel local; esto es, introducción de instituciones específicas para superar algunos tipos de fallos del mercado y para considerar la necesidad y el valor de la solidaridad social (Garofoli 1993).

### **I.2.6 Sistemas Productivos Locales en Andalucía**

El trabajo más relevante en cuanto al estudio de los Sistemas Productivos Locales en Andalucía ha sido el realizado por Caravaca y otros (2002), en el que centró en un análisis comparado de todos los SPL de la región. En sus palabras, en Andalucía no ha existido una consolidación de los Distritos Industriales en su configuración clásica, si bien se reconocen un gran número de sistemas productivos de dimensión local, constituido por pequeñas empresas cuya fisionomía y filosofía evidencian la conformación de futuros Distritos Industriales. Este estado previo, está más acorde con la denominación de SPL en su concepción tradicional, siendo los más representativos: Ubrique (cuero), Valverde del Camino (calzado, mueble), Estepa (industria del dulce, maquinaria industrial), Lucena (madera y mueble, frío industrial), Mancha Real (madera y mueble), El Ejido (agroindustria), Lepe (agrocomercial), se trata de ciudades pequeñas y medias, que oscilan entre los 11.324<sup>3</sup> habitantes de Mancha Real y los más de 84.144<sup>4</sup> de El Ejido, cuyo

---

<sup>3</sup> Padrón de habitantes 2014

<sup>4</sup> Padrón de habitantes 2014

crecimiento demográfico se ha visto incrementado muy por encima de la media Andaluza, en esta evolución influyen decisivamente los saldos migratorios. En cuanto al empleo en las últimas décadas se ha venido produciendo un constante trasvase de empleos hacia el sector terciario, lo que ha sido relacionado, con la llamada transición hacia la sociedad postindustrial (Bailly, Maillat, 1986; Castell, 1985; Méndez, 1988; Allen, 1993), lo cual se interpreta con el creciente peso de este sector en las economías productivas. La tercerización económica no es sólo resultado del propio crecimiento del sector, relacionado con el aumento del nivel de vida de la población y con la ampliación de las cadenas de valor empresariales, sino del retroceso experimentado por las otras actividades productivas, debido tanto a la desagrarización como a la reestructuración de la industria Caravaca y otros (*ibíd.*)

En cuanto a las características de los Sistemas Productivos Locales de Andalucía, fundamentalmente atendiendo a la clasificación de Caravaca y otros (*ibíd.*) detalladas en la (*Cuadro I-3*), nos encontramos en base a los orígenes de la industrialización con Ubrique, Valverde del Camino y Estepa, que partieron de la fase inicial de la 1ª revolución industrial, ya en la fase fordista, coincidiendo con la 2ª revolución industrial se iniciaron los SPL de Lucena y Mancha Real, y mucho más reciente, en la fase posfordista, entrada la denominada 3ª revolución industrial, ambas de origen agroalimentario irrumpieron El Ejido en Almería y Lepe en Huelva. Con respecto a los sectores, se centran fundamentalmente en productos manufacturados como la marroquinería (Ubrique) y el calzado (Valverde del Camino), alimentación (Estepa), muebles (Lucena, Mancha Real y Valverde del Camino), frío industrial (Lucena) y por último la industria agroalimentaria que gracias a la constante innovación está vinculada a un alto crecimiento y penetración de mercado tanto a nivel europeo como a otros mercados como el americano o ruso, sin embargo el crecimiento no es igual en todos los SPL mencionados, para el caso de los productos manufacturados, como es el calzado y la marroquinería en Valverde del Camino y Ubrique respectivamente, están sufriendo un estancamiento, en cambio el resto de SPL el crecimiento si es en positivo. Con respecto a los mercados destino, tan solo en el caso del Sistema Productivo Local

de Estepa, cuyo mercado es netamente nacional, el resto extienden sus redes comerciales en general a la U.E y otros mercados como EEUU, Japón, Rusia, Canadá, Israel, Emiratos Árabes, Marruecos o Argentina. En cuanto a las relaciones en el seno de los SPL, las relaciones interempresariales que se dan son fundamentalmente de comercialización y subcontratación.

**Cuadro I-3 Caracterización de los Sistemas Productivos Locales en Andalucía**

	Ubrique	Valverde del camino	Estepa	Lucena	Mancha Real	El Ejido	Lepe
Pob. Municipal (2014)	16.884	12.740	12.667	42.748	11.324	84.144	27.054
Orígenes de la Industrialización	Fase inicial 1ª Rev. Indus.	Fase inicial 1ª Rev Indust.	Fase inicial 1ª Rev Indust.	Fase fordista 2ª Rev. Indust.	Fase fordista 2ª Rev. Indust.	Fase post-fordista 3ª Rev. Indust.	Fase post-fordista 3ª Rev. Indust.
Sector	Marroquinería	Calzado, Muebles	Alimentación, Maquinaria	Muebles, Frío indus.	Muebles	Agroaliment.	Agroaliment
Interrelaciones Sectoriales	Papel y Artes Gráficas, Productos metálicos, Talleres Mecánicos	Productos Metálicos, Maquinaria, Talleres Mecánicos, Papel y Artes Gráficas	Maquinaria industrial, Talleres mecánicos, Papel y artes gráficas, Madera	P. metál., Papel y Artes gráficas, Talleres Mecánico	Minerales no metálicos, Productos Químicos, Productos Metálicos	Química, Maquinaria agrícola Frío indust, Madera, Papel y a. gráficas...	Química, fertilizantes, madera, maquinaria agrícola
Procedencia Insumos	Cataluña, Valencia, Francia	Cataluña, Valencia, Valverde del Camino Argentina (calzado) P. Nórdicos, Alemania, Polonia, Rumanía y África (mad.)	España (Mantecado) Provincia (Maquinaria)	País Vasco, Galicia, Cantabria, Rusia y Suecia	España (Galicia, principalmente), Mancha Real y Portugal	La comarca	Lepe y Andalucía
Tendencias en las Ventas	Estancamiento Regresión	Estancamiento	Aumento (Maquinaria) Estancamiento (Mantecado)	Aumento	Aumento	Aumento	Aumento
Mercados Predominantes	España, U.E., U.S.A., Asia, Japón.	Andalucía, España, U.E., Japón, U.S.A. (Calzado) Andalucía (Madera)	España	Andalucía España U.E (madera). U.E. España (frío Indust).	Andalucía, España, Rusia, Israel, Emiratos Árabes Un., Marruecos, Argentina, Portugal	U.E., España, U.S.A., Canadá, Rusia	España, Francia, Alemania e Italia
Relaciones Interempresariales	Subcontrat.	Subcontrat. (Calzado)	Comercializ.	Subcontrat. (Mueble)	Subcontrat.	Subcontrat. Comercializ.	Subcontrat. Comercializ.

Fuente: Caravaca y otros (2002)

## **I.2.7 Relaciones en los Sistemas Productivos Locales**

### ***I.2.7.1 Cooperación interempresarial en los Sistemas Productivos Locales***

En primer lugar, lo que permite el éxito en los Sistemas Productivos Locales es la generación de una densa red de relaciones de cooperación tanto a nivel vertical como a nivel horizontal. En el estudio de las redes se presenta la dimensión territorial como un complejo heterogéneo de empresas mutuamente interdependientes cuya competitividad se deriva de la capacidad del conjunto de minimizar costes y de innovar productos. A esta capacidad se le denomina participación o cooperación económica (Brunet y Belzunegui, 2001:71). Para Pyke y Sengenberger (1993:29) “la disposición de las empresas a cooperar es otra característica importante de los distritos industriales, cooperación que lejos de ahogar la competencia la favorece”, Coller (1997: 27) entiende “que esta forma de producción se caracteriza por su flexibilidad, y por la necesidad de cooperación para enfrentar las incertidumbres del mercado”. Una identidad propia, un conjunto de valores comunes y la cercanía geográfica que caracteriza los Sistemas Productivos Locales es el principal potencial y así debiera ser concebido por las organizaciones que las integran, al objeto de explotar la situación privilegiada aprovechando esas relaciones para la creación del capital social que permita la cohesión, estabilidad y el crecimiento sostenible de las diferentes entidades que conviven. La supervivencia de un SPL parte del aprovechamiento de las economías internas potenciales existentes. Estas economías surgen principalmente de la capacidad de las empresas para encontrar vías de cooperación, sin dejar por ello de competir (Fernández y Ariza, 2004:120).

Las relaciones interempresariales que se dan en los Sistemas Productivos Locales son relaciones de tipo transaccional (verticales) o de cooperación (horizontales) (Karlsson, y otros, 1994), las primeras permiten la especialización de las empresas, y la generación de una cadena productiva altamente fragmentada (desde los proveedores de materia prima hasta los agentes de comercialización) y, al mismo tiempo, fuertemente integrada y cohesionada dentro del SPL, generando así una red

de subcontratación. Por otra parte, la concentración productiva también favorece la creación de redes de cooperación que van a permitir la generación de proyectos comunes, distintos a los establecidos en la incorporación de las estructuras verticales y que tienen otros cometidos, si cabe, de mayor importancia para el crecimiento y sostenibilidad de las empresas que lo integran, entre ellos, acuerdos que permitan compartir proyectos de comercialización conjunta, innovación, formación, recursos humanos, etc., que sin duda potenciaran unos beneficios colectivos que de forma individual, difícilmente podrían obtener, creando y completando así una cultura de cooperación integral y favoreciendo una imagen de identidad compartida que abanderará la fortaleza de dichos proyectos o coaliciones, no solo en el interior del SPL, sino fuera de él.

El éxito de una empresa ya no se relaciona sólo con el dinamismo del sector al que pertenece y con una superior capacidad interna de inventar nuevas soluciones” sino que “al lado de las relaciones económicas de producción, asumen un papel esencial las relaciones sociales de cooperación y la compenetración de las empresas en las redes de relaciones socioeconómicas que constituyen el sistema local, entendido como integrador versátil de conocimientos y organización (Méndez, 2006:234).

Camagni (2002) denomina “capital de relación” a las relaciones que se dan como consecuencia de la proximidad geográfica y la proximidad sociocultural y que constituye una ventaja competitiva potenciando la innovación, ya que logra que los integrantes del SPL consoliden su sentido de pertenencia entorno al mismo, se sientan como partes importantes, integrantes de un todo e interactúen en un contexto de confianza y cooperación que permita el desarrollo del territorio de forma colectiva y como consecuencia, de cada uno de ellos a nivel individual. En esa línea Zamagni (2012) coincide en la importancia de la reciprocidad, del sentido de pertenencia y de la cooperación.

Una de las hipótesis que barajamos en este trabajo tiene que ver con el sentimiento de pertenencia, en la que planteamos que; si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local, éste desincentiva la cooperación (H2).

### **1.2.8 La estabilidad de las redes de subcontratación o relaciones verticales**

Existe una conciencia clara del aprovechamiento de las relaciones de subcontratación, cuidando las mismas en el convencimiento de que con la estrechez de dichas relaciones y con el compromiso adquirido en ellas se llegan a cotas que les aportan ventajas en estabilidad y posicionamiento. En la subcontratación de concepción, existe una relación contratista-subcontratista en la que prima la cooperación, ambos comparten conocimientos e información estratégica, y comprenden que el éxito de cada uno depende del otro (Fernández y Ariza, 2004) La confianza es la lubricación necesaria para que las interacciones sociales se establezcan y más aún para que muestren una estabilidad generadora de influjos positivos entre los actores, como consecuencia del ahorro de costes transaccionales. Cuando existe una estrecha colaboración con los proveedores habituales, la densidad de dichas interacciones actúa como mecanismo de cierre, debido a los compromisos adquiridos en forma implícita y protegidos por la confianza que les confieren las interacciones repetidas. Así los proveedores habituales, quizá sean los más interesados en este cierre, ya que siendo conscientes de la posición de centralidad que ocupan y por lo tanto de privilegio, evitarán un intento de relaciones con otros proveedores ajenos a la red, que tuviesen unas condiciones más favorables y se disputaran dichas posiciones.

En este sentido (White, 2005), argumenta que las empresas crean continuamente una interfaz de mercado, que proporcionan una medida de refugio de las incertidumbres en las transacciones. Entiende que cada mercado es tripartito, proveedores, productores y compradores y que tienen dos posibilidades de interfaz; una orientación ascendente hacia los proveedores (*upstream*) y otra descendente hacia los clientes (*downstream*). Argumenta que la atención se centra más en las

transacciones *upstream*, que es donde los fabricantes tienen que proveerse. Los productores en ese sentido trataran de orientarse sobre condiciones de intercambio con proveedores (*upstream*) que les garanticen sostenibilidad. La confianza está relacionada en esta ocasión con la garantía que le ofrece el confiar en proveedores que le generen estabilidad en sus compromisos.

Eccles (1981), por su parte, sobre el estudio que hizo sobre la construcción de viviendas de Massachussets muestra no sólo que las relaciones entre los contratistas y subcontratistas son duraderas, sino que también es muy infrecuente que un contratista emplee a más de dos o tres subcontratistas, a pesar de la gran disponibilidad de subcontratistas alternativos. Este fenómeno se puede explicar, en parte, en términos de inversión -por medio de una "asociación continua, ambas partes pueden beneficiarse de la inversión un tanto idiosincrásica de aprender a trabajar juntos- pero también se puede relacionar con el deseo de los individuos a la satisfacción que se deriva de la interacción social que acompaña a su trabajo diario, una satisfacción que quedaría disminuida considerablemente si cada día tuvieran compañeros de trabajo nuevos y desconocidos. Como en otras partes de la vida económica, la superposición de las relaciones sociales, sobre las que empiezan siendo puras transacciones económicas, representa un papel crucial.

### **I.3 Factores que afectan a la cooperación interempresarial**

#### **I.3.1 Capital social**

##### ***I.3.1.1 Definiciones de capital social***

Los conceptos de capital social y el de redes sociales se han convertido en mecanismos explicativos de gran importancia en el campo de la sociología económica, ya que reflejan las implicaciones de sus postulados metateóricos. Es en las redes donde se incrusta socialmente buena parte de la acción económica (aunque no toda), y uno de los resultados más destacados de esta incrustación es el capital social. Una definición sociológica de capital social comúnmente aceptada es la capacidad para acceder a recursos gracias a la pertenencia a redes o estructuras

sociales más amplias Portes (2013:59). Requena (2008:22-23) señala al capital social como “un concepto que se refiere al conjunto de normas, redes y organizaciones a través de las cuales se tiene acceso a recursos escasos que facilitan la toma de decisiones y la realización de tareas. Tiene una amplia relación con otros tales como el crecimiento económico, el funcionamiento de los mercados o las instituciones, los marcos legales, el papel del gobierno y la formación de la sociedad civil [...] El concepto de capital social es una categoría relacional. Sólo tiene sentido como conector presente o futuro entre actores o entre los miembros de grupos o colectivos; es decir, facilita la relación entre dos o más actores. (Requena 2008:22-23).

El capital social ha sido estudiado como organización informal, redes sociales, confianza, cultura o redes interorganizacionales. El capital social también es comprendido como las ventajas que proporciona la red de conexiones que poseen algunas personas o algunos grupos, por lo tanto el capital social se encuentra localizado en las relaciones entre las personas y no en las personas en sí mismas.

El desarrollo original del concepto de capital social fue realizado por el sociólogo francés Pierre Bourdieu y el sociólogo estadounidense James Coleman y se centraba en unidades de análisis constituidas por individuos o pequeños grupos. Aunque con algunas variaciones significativas, ambos investigadores se ocuparon de las ventajas obtenidas por algunos individuos o familias gracias a sus vínculos con otro. En particular, el tratamiento del concepto por parte de Bourdieu era instrumental, hasta el punto de afirmar que las personas establecían sus relaciones de forma intencionada en previsión de las ventajas que podrán obtener más tarde (Portes, 2013:61-62).

En la literatura existen multitud de definiciones de capital social que son ampliamente similares, sin embargo se dan enfoques con ciertos matices, Adler y Kwon (2002), plantea una clasificación que tiene que ver con el tipo de vínculos o lazos; a) externos, si tienen en cuenta las relaciones que un actor mantiene con los otros actores, b) internos, si el enfoque está orientado hacia a la estructura de las



relaciones entre actores dentro de la colectividad, y c) aquellas que están enfocadas a ambos tipos de vínculos. (Cuadro I-34),

**Cuadro I-4 Definiciones de Capital Social**

<b>Externo vs Interno</b>	<b>Autores</b>	<b>Definiciones de Capital Social</b>
<b>Externo</b>	<b>Baker</b>	<i>Un recurso que las estructuras sociales específicas proporcionan a los actores y que después usan para perseguir sus intereses; ésta es creada por los cambios en las relaciones entre actores.</i> (1990:619).
	<b>Belliveau, O'Reilly &amp; Wade</b>	<i>“La red personal de un individuo y las relaciones institucionales selectas.”</i> (1996:1572).
	<b>Bourdieu</b>	<i>“El conjunto de recursos reales y potenciales que están estrechamente vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones, más o menos institucionalizadas, de conocimiento mutuo o reconocimiento.”</i> (1985:248). <i>“Relaciones creadas de obligaciones sociales (‘conexiones’), que se convierten, en determinadas condiciones, en capital económico y pueden ser institucionalizadas en la forma de un título nobiliario.”</i> (1985:243).
	<b>Bourdieu &amp; Wacquant</b>	<i>“La suma de recursos, reales o virtuales, que otorga un individuo o grupo en virtud de poseer una red duradera de relaciones, más o menos institucionalizadas de confianza mutua y reconocimiento.”</i> (1992:119).
	<b>Boxman, De Graaf &amp; Flap</b>	<i>“El número de personas que se puede esperar que proporcionen la ayuda y los recursos que tienen a su disposición.”</i> (1991:52).
	<b>Burt</b>	<i>“Las oportunidades de intermediación y cierre en una red.”</i> (1997b:355)
	<b>Knocke</b>	<i>“El proceso por el cual los actores crean y movilizan sus conexiones de red dentro y entre las organizaciones para obtener acceso a las fuentes de otros actores sociales.”</i> (1999:18).
	<b>Portes</b>	<i>“La habilidad de los actores de asegurarse beneficios en virtud de su pertenencia a redes sociales u otras estructuras sociales.”</i> (1998:6).

<b>Interno</b>	<b>Brehm &amp; Rahn</b>	<i>“La telaraña de relaciones cooperativas entre ciudadanos que facilitan la resolución de problemas de acción colectiva.” (1997:999).</i>
	<b>Coleman</b>	<i>“El capital social viene definido por su función. No es una sola entidad, sino una variedad de diferentes entidades que tienen dos características en común: todos constan de algún aspecto de estructura social, y facilitan ciertas acciones de individuos que están dentro de la estructura.” (1990:302).</i>
	<b>Fukuyama</b>	<i>La habilidad de la gente para trabajar junta para conseguir propósitos comunes en grupos y organizaciones.” (1995:10). El capital social puede ser definido simplemente como la existencia de un determinado conjunto de valores informales o normas compartida entre los miembros de un grupo que permite la cooperación entre ellos.” (1997). Es un conjunto de normas informales que promueven la cooperación entre dos o más individuos (1999)</i>
	<b>Inglehart</b>	<i>“Una cultura de confianza y tolerancia, en la que surgen redes extensas de relaciones voluntarias.” (1997:188).</i>
	<b>Portes &amp; Sensenbrenner</b>	<i>“Aquellas expectativas para la acción dentro de una colectividad que afecta a los objetivos económicos y al comportamiento de búsqueda de esos objetivos de sus miembros, incluso si esas expectativas no están orientadas hacia la esfera económica.” (1993:1323).</i>
	<b>Putnam</b>	<i>“Características de la organización social tales como redes, normas y confianza social que facilitan la coordinación y cooperación para el beneficio mutuo.” (1995:67).</i>
	<b>Thomas</b>	<i>“Aquellos medios y procesos voluntarios desarrollados dentro de una sociedad civil que promueve el desarrollo de toda la colectividad.” (1996:11).</i>
<b>Ambos</b>	<b>Loury</b>	<i>“Las relaciones sociales que ocurren con naturalidad entre personas que promueven o ayudan a adquirir habilidades y características que son valoradas en el mercado... un activo que puede ser tan importante como los legados financieros en dar explicaciones del mantenimiento de la desigualdad en nuestra sociedad.” (1992:100).</i>

<b>Nahapiet &amp; Ghoshal</b>	<i>“La suma de los recursos reales y potenciales incorporados dentro, que están disponibles y proporcionados por la red de relaciones que poseen los individuos o las unidades sociales. El capital social comprende tanto las redes como los activos que puedan movilizarse a través de la red.” (1998:243).</i>
<b>Pennar</b>	<i>La red de relaciones sociales que influyen en el comportamiento individual y de ese modo afecta al crecimiento económico.” (1997:154).</i>
<b>Schiff</b>	<i>El conjunto de elementos de la estructura social que afecta a las relaciones entre personas y son aportaciones o argumentos de la producción y/o función de utilidad.” (1992:160).</i>
<b>Woolcock</b>	<i>“La información, la confianza, y las normas de reciprocidad inherente a la red social de una persona.” (1998:153).</i>

*Fuente: Adler y Kwon (2002, p. 20)*

Teniendo en cuenta las definiciones realizadas desde un enfoque externo de las relaciones sociales, estas consideran el capital social como un recurso inherente a la red social del propio actor en relación a los otros actores, está por tanto relacionado con las estructuras sociales propias de los actores y que después utilizarán en su propio beneficio, (Baker, 1990), tienen una connotación de vínculos duraderos, estrechos, en forma de obligaciones, reales o virtuales que otorga un individuo o grupo en virtud de poseer una red duradera de relaciones o que espera que le proporcionen, (Bourdieu, 1985; Bourdieu & Wacquant, 1992; Boxman, De Graff & Flap, 1991), por otra parte, los actores suelen ser activos en la medida de promover y movilizar las conexiones con habilidad para asegurarse beneficios gracias a su pertenencia a redes sociales u otras estructuras, (Knoke, 1999; Portes, 1998) o a su buen posicionamiento como intermediación en los agujeros estructurales (Burt, 1997), por lo tanto, podemos afirmar que; a mayor capital social personal, mayores posibilidades de éxito.

Dentro de las definiciones de capital social que están enfocadas hacia las relaciones internas de una red, éstas plantean que los beneficios vienen a través de la cohesión de los miembros del grupo, aprovechando así las oportunidades que se dan como consecuencia de esas conexiones, se basan en relaciones cooperativas que facilitan

la resolución de problemas, (Brehm & Rahn,1997), con características en común basadas en una estructura social y facilitando ciertas acciones a los miembros de la estructura (Coleman, 1990), enraizadas en una cultura de confianza y tolerancia, valores informales o normas compartidas entre los miembros, en la que surgen redes extensas de relaciones voluntarias que permiten la cooperación entre ellos para conseguir propósitos y objetivos comunes para la colectividad, incluso si no estuvieran orientados a la esfera económica (Fukuyama,1995,1997,199; Inglehart, 1997; Portes & Sensenbrenner, 1993; Putnam, 1995; Thomas, 1996).

En cuanto al enfoque neutro o que está orientado a ambos enfoques, externo e interno se basan en que la distinción entre interno y externo, en gran medida es una cuestión de perspectiva y unidad de análisis, por otra parte los procesos externos e internos no son mutuamente excluyentes, en este sentido se postulan las definiciones de autores como Lury (1992); Nahapiet & Ghoshal (1998), Pennar (1997), Schiff (1992) o Woolcock (1998).

El capital social se puede considerar como otra clase más de capital, además de ser ampliamente aceptado como fuente potencial de ventaja competitiva para las organizaciones, debido fundamentalmente a que puede generar ventajas para aquellos miembros de la red que estén mejor conectados, permitiéndoles obtener mejores resultados (Burt, 2000,2004; Moran, 2005; Uzzi, 1997). Fernández, Montes y Vázquez (2000) lo consideran como un activo intangible que puede conducir al éxito de la organización. Sus principales beneficios son; a) la información, lo que provoca mejoras en las oportunidades, b) mayor influencia, control y poder, que permitirá conseguir mejores condiciones de negociación, y c) solidaridad, proveniente de las normas y creencias compartidas.

Por otra parte, otras ventajas con especial importancia son la proximidad geográfica, ya que abarata los costes de producción al poder externalizar determinadas fases de producción con empresas que se encuentren en el mismo SPL de transporte lógicamente por la cercanía, la otra gran ventaja es la proximidad

sociocultural a la que denomina Camagni (2003:40) como “(...) modelos compartidos de comportamiento, confianza recíproca, lenguajes y representaciones comunes y códigos morales y cognitivos también comunes.”, ambas proximidades están relacionadas y se potencian entre sí, ya que la proximidad geográfica no tendría los mismos resultados si no estuviera acompañada de esos valores compartidos y de las aportaciones de los factores socioculturales, generando sinergias, reducción de comportamientos egoístas, generando confianza y como consecuencia un contexto que promueva la cooperación. En este sentido, Camagni (2002:227) señala que “(...) la aglomeración y la proximidad en sí no garantizan el desarrollo; los componentes culturales, psicológicos y de comportamiento son igualmente importantes; juntos, aumentan la probabilidad de que se produzcan efectos sinérgicos.”

### ***1.3.1.2 El capital social y el poder coercitivo***

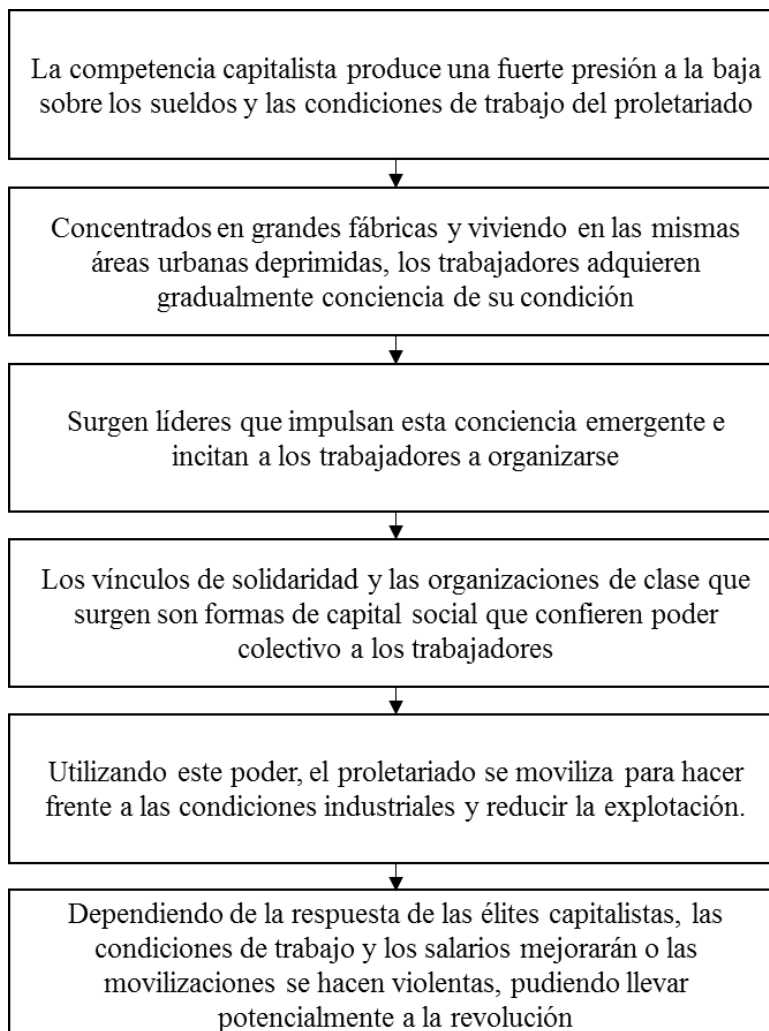
Es muy interesante la apreciación que hace Portes (2016:60) afirmando que el capital social es también un recurso de poder “fungible” (usando la terminología de Bourdieu) en otros recursos, que a diferencia de la riqueza, el capital social está al alcance de todos, convirtiéndose, en teoría, en uno de los medios de que disponen las clases subordinadas para resistir el poder coercitivo de las élites. Esto es lo que Marx<sup>5</sup> y Engels pensaban cuando se referían a un proletariado que fuera una “clase por sí misma”, cuya conciencia de un destino común llevara a sus miembros a establecer vínculos solidarios y una acción colectiva. Estos lazos eran, en efecto, el “capital social”, del proletariado, confiriéndole un poder muy superior al que podrían alcanzar los miembros de forma individual (*Esquema I-1*). Desde esta perspectiva podríamos decir que aquellos actores que estén aislados dentro de un sistema con un bajo nivel capital social, podrían estar sometidos a situaciones desfavorables, que serían reversibles con el solo hecho de tomar conciencia de ello, de ser conscientes en qué posición de la red están. Requena (1989), señala las posibilidades que nos ofrece el análisis de redes para analizar las estructuras de poder dentro de un sistema social, saber por qué canales se transmite ese poder entre

---

<sup>5</sup> Marx y Engels, Manifiesto; Marx, The Grundrisse

unas posiciones u otras, así como analizar e identificar las estructuras de poder con determinadas redes de intercambio. Ésta forma de entender el capital social, es muy potente en la medida en que se la da sentido y un especial protagonismo a la conciencia, así por ejemplo, aquellas empresas de un sistema productivo que no estén organizadas y tengan conciencia de grupo podrían estar sometidas a situaciones desfavorables y no ser conscientes de ello, para lo que sería imprescindible la acumulación de capital social a través del incremento de interacciones y de la incrustación de valores como el compromiso y la lealtad.

### *Esquema I-1 Capital social y movilización en la clase*



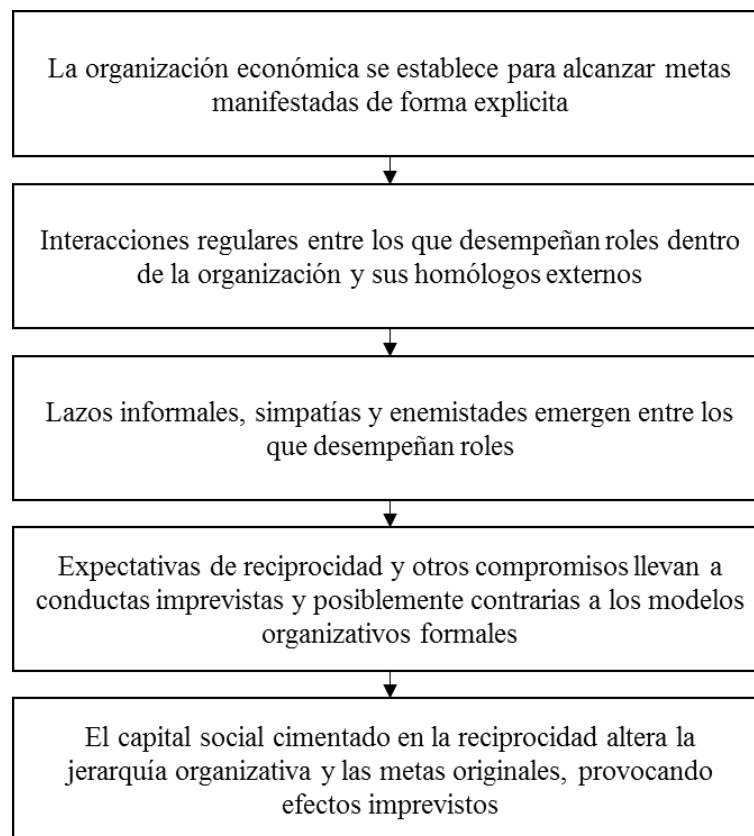
*Fuente: Portes, A (2013)*

### ***1.3.1.3 Efectos imprevistos del capital social***

El capital social es el que provoca normalmente los efectos imprevistos de una acción racional intencional, puesto que da lugar a una serie de compromisos y lealtades que discurren paralelamente a los modelos formales, (*Esquema I-2*)

Aunque las actividades económicas formales desarrollan normalmente mecanismos para supervisar y controlar los efectos imprevistos de las redes y de la sociabilidad, estos controles no siempre son eficaces al tener que enfrentarse a fenómenos muy Generalizados Portes (2016:60)

#### ***Esquema I-2 El capital social y los efectos imprevistos en las organizaciones económicas***



*Fuente: Portes, A (2013)*



Para nuestro trabajo el Capital Social es un factor clave, en este sentido, planteamos que; *a menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el Sistema Productivo Local (H1)*.

#### ***1.3.1.4 Redes sociales y capital social***

##### ***1.3.1.4.1 Redes sociales***

Existe una amplia bibliografía de la que resultan muchas definiciones de red social, y aunque nuestra intención no es hacer una revisión exhaustiva de la bibliografía, vamos a tratar de dar una aproximación teórica de red social, en este sentido, comentar que el autor que conceptualizó la idea de red, fue Barnes (1954), en los años sesenta hay importantes trabajos de algunos sociólogos como Hunter (1953), Blau (1955), Coleman, Katz y Menzel (1957, 1966), Coleman (1961), Laumann (1966) entre otros, sin embargo no fue hasta la década de los setenta, cuando empezaron a proliferar las temáticas y los contenidos de investigación que utilizaban la perspectiva y los métodos de las redes sociales como orientación e instrumento de análisis Alba (1982), es en estos años cuando se marca un gran momento de crecimiento con el nacimiento de la INSA, (en 1978) o de la revista *Social Networks* entre otros. En cuanto a lo expuesto por Barnes (*ibíd.*), analiza la importancia de las relaciones informales e interpersonales como la amistad, el parentesco y la vecindad en la integración de una pequeña comunidad de pescadores y argumenta que la totalidad de la vida social se ha de contemplar “como un conjunto de algunos puntos (nodos) que se vinculan por líneas para formar redes totales de relaciones. La esfera informal de relaciones interpersonales se contempla así como una parte, una red parcial de un total” Barnes, (*ibíd.*: 43). Requena (1994), señala que “las redes no están limitadas ni tan bien estructuradas como los grupos sociales. Sus límites son más vagos y difusos; sin embargo, son mucho más operativas para transmitir información, servicios y ayuda a través de los diferentes niveles sociales de la sociedad”, además contempla dos tipos de redes, la red *efectiva*, que consiste en lo que llamamos *clúster* o conjunto de relaciones entre personas ligadas entre sí de una manera estrecha y la red *extendida*, a la que



podemos acceder a través de otras personas o vínculos dentro de nuestra red efectiva, en este caso son más importantes tanto el status como la clase social Requena (*ibíd.*)

Planteamos algunas ideas o principios centrales en la teoría de redes sociales independientemente de las diferencias que puedan darse entre distintos analistas (Wasserman y Faust, 1994:4).

- a. La teoría de redes no analiza los comportamientos individuales, actitudes y creencias, sino que centra su atención en cómo estas interacciones forman una estructura que puede ser estudiada y analizada.
- b. Los actores y sus acciones son contemplados como interdependientes y no como independientes o unidades autónomas.
- c. Los lazos relacionales entre los actores vehiculan transferencias de recursos, tanto materiales como no materiales.
- d. Los modelos contemplan las estructuras de relaciones como entornos que o bien proporcionan oportunidades o bien coaccionan la acción individual.
- e. Los modelos de redes identifican la estructura social, económica, política, etc. como pautas constantes de relaciones entre actores

Las redes sociales, desde el punto de vista analítico, señala Requena (1989), están más cerca del concepto de sociograma de Moreno (1940), que de la idea de Radcliffe-Brown (1974) al definir la estructura social como “la red de las relaciones existentes entre las personas implicadas en una sociedad”, aquí la noción “red” se le está dando un sentido vago e impreciso y no como en el caso del primero, un sentido analítico, continua Requena (*ibíd.*), con que “el interés por separar radicalmente estos dos usos del término red es que si se le considera de un modo analítico, entonces el describir como personas o grupos a los nudos de una red implica que entre ellos los vínculos (unión entre nudos) existentes cumplen una serie de propiedades que repercuten sobre los diferentes aspectos de las relaciones sociales entre los actores de la red. Tales son la intensidad de la relación, la posición

del actor, la accesibilidad de un actor respecto a los demás etc. Propiedades que definen la función o funciones de una red social”.

#### ***1.3.1.4.2 Las redes sociales en la economía***

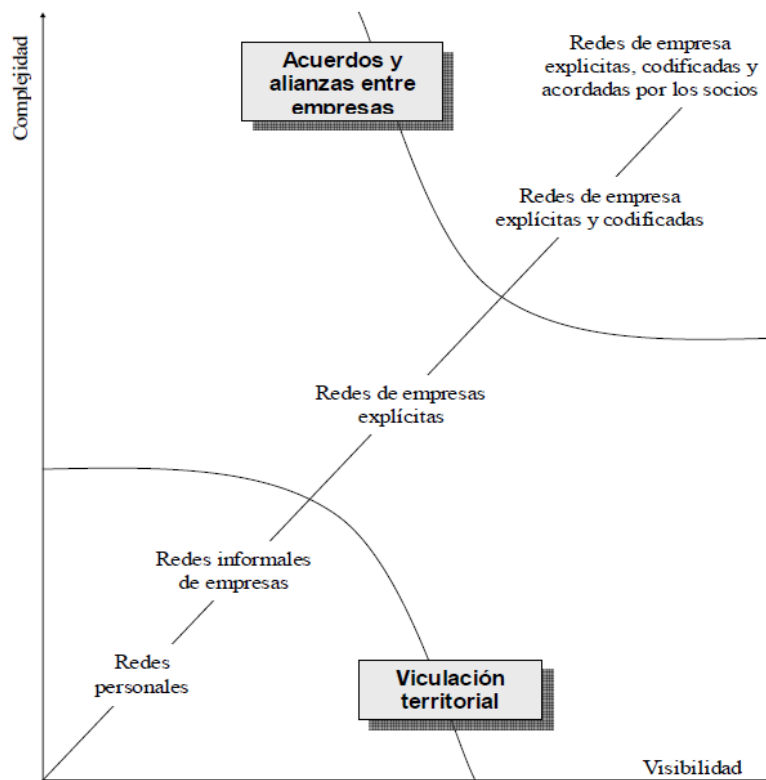
Hemos asistido en las últimas décadas a la incorporación de innumerables trabajos sobre estudios de investigación en los que se defiende que la acción económica no ocurre de una manera aislada (Burt, 2004; Granovetter, 1985) Galaskiewicz y Marsden, 1978; Lauman, Galaskiewicz y Marsden, 1978; Ping, 2007), el hecho de que las personas que llevan actividades económicas se relacionen uno con otros, afecta de manera significativa a las transferencias que estas relaciones se puedan derivar, tales como información conocimiento o recursos (Gulati, Nohria y Zaheer, 2000). En este sentido, en palabras de (Requena, 2008:100) citando a (Fukuyama, 1998:11) “Si se concibe la sociedad como un conjunto de instituciones relacionadas, entonces la economía no puede separarse de la vida social ni de las relaciones sociales. La economía no puede entenderse al margen de la organización de las estructura sociales”. Sigue Requena (*ibíd.*) argumentando que “de esta afirmación se deriva que el capital social, y los procesos de confianza que éste genera, son esenciales para el buen funcionamiento de las relaciones de mercado sobre las que se basan las economías avanzadas. Algunos hábitos éticos, como la capacidad para asociarse, son esenciales para la innovación organizativa y para la creación de riqueza”.

Cualquier red social es una fuente de oportunidades y relaciones (Eisenhardt y Shoonhoven, 1996; Gulati, Nohria y Zaheer, 2000). Las redes pueden proveer de múltiples accesos a información, recursos, mercados y tecnologías; facilitan la generación de economías de aprendizaje, escala y alcance; y permiten a las empresas conseguir sus objetivos estratégicos, a la hora de compartir riesgos o externalizar algunas actividades en la cadena de subcontratación, a su vez, también cuentan con aspectos perversos, tales como las relaciones improductivas o ciertas elecciones de contactos con actores que eliminan otras relaciones más rentables (Bogartti y Foster, 2003; Gulati, Nohia y Zaher, *ibíd.*).

En general, pero sobre todo en aquellos espacios productivos donde la aglomeración de empresas es masiva, es donde es clara la importancia de la red en el ámbito de la economía, tiene un papel fundamental en el aprovechamiento de las economías externas. En este tipo de economía conectada, las organizaciones que tienen éxito son aquellas capaces de generar conocimiento, procesar información, con eficacia, adaptarse a la forma variable de la economía global y ser lo bastante flexibles como para cambiar sus medios con tanta rapidez como cambian sus fines, y todo ello bajo el impacto cultural, tecnológico e institucional (Requena, *ibíd.*)

#### ***1.3.1.4.3 Confianza en la red social***

Por lo que respecta al intercambio de información la confianza tiene implicaciones sobre la profundidad y riqueza de la relación de intercambio (McEvily, Perrone y Zaheer, 2003). La confianza se percibe como un factor crítico en cuanto a la cooperación entre empresas y el hecho de que relaciones entre las empresas se perciban como competitivas o cooperativas va a condicionar en gran medida su comportamiento. Es muy interesante la clasificación que Vázquez Barqueo, (1999) plantea distinguiendo las redes en función de la formalización de las relaciones y su complejidad para diferenciar entre las redes personales, las empresariales y sus formas híbridas (*Ilustración I-1*). De esta manera, su clasificación se planteaba en un continuo entre las redes personales y las redes de empresa explícitas con códigos acordados por los socios (Brown y Butler, 1993). En cuanto a las redes personales de individuales proporcionan información y facilitan los intercambios de bienes y conocimiento (Collins y Clark, 2003; Geletkanycz y Hambric, 1997), en cambio, las redes de empresas, aportan información sobre actividades empresariales de mercado, recursos financieros y materiales, asesoramiento técnico, e incluso, acuerdos de colaboración o alianzas estratégicas (Gulati, Nohria y Zaheer, 2000).

**Ilustración I-1 Tipología de redes según la forma de gobierno**

Fuente: Vázquez Barquero (1999)

Vázquez Barquero, (1999: 100), señala que “sin confianza no se podría hablar de redes, ni de sistemas productivos locales ni de procesos de desarrollo endógeno (...). Las relaciones de confianza refuerzan los compromisos y la cooperación entre las empresas. Se basan en los contactos personales entre los actores y se fortifican a medida que los lazos entre las empresas perduran en el tiempo y los resultados de la relación fructifican” (Brunet, Belzunegui, 2001:72)

#### ***1.3.1.4.4 Importancia de la fortaleza o debilidad de los vínculos***

Las redes sociales tradicionales están formadas por personas de similares características, esta homogeneidad hace que sea para ellos relativamente fácil el trabajo cooperativo, aunque reduzca la creatividad. Sin embargo, la investigación de las redes sociales ha puesto de manifiesto que los equipos heterogéneos son más innovadores, una vez que se han disuelto las fricciones de las diferencias.

Las redes que generan innovación son las más débiles, pero, como señala Granovetter (1973), muchas veces “los lazos débiles son los más fuertes”, en el sentido de que son los más operativos. Burt (1982); Granovetter, (1973, 1982) y Rogers (1995) defienden la fortaleza de los lazos débiles señalando que las redes sociales deberían estar formadas por vínculos heterogéneos y transitorios, es decir, los miembros de una red que contengan vínculos que vayan más allá de sus redes próximas y se relacionen con personas que pertenezcan a otros círculos sociales diferentes tendrán informaciones más novedosas. Granovetter (1982) plantea que sólo aquellos lazos que proporcionan un puente tienen un valor especial, porque permiten conectar grupos de redes densas y servir de nexo para transferir información novedosa y por lo tanto nuevas oportunidades procedentes de distintos sistemas sociales. Siguiendo la filosofía de la fortaleza de los lazos débiles y en contraposición a los lazos fuertes, Putnam (2002) plantea la diferencia de capital social conectivo o *bridging* con capital social, en la medida en que el capital social une a personas o colectivos que se parecen entre sí<sup>6</sup>, mientras el capital social conectivo se refiere a las redes sociales que reúnen a personas o colectivos que tienen poco en común, es decir, redes sociales heterogéneas, haciendo hincapié en los efectos positivos que generarían los enlaces externos de este tipo de redes. Esta perspectiva es muy interesante, desde el punto de vista de la riqueza de oportunidades que pueden generar las relaciones horizontales entre los actores de un Sistema Productivo Local con redes externas y diferentes a las que se dan en el seno del mismo y que pueden aportar información novedosa que podrían compartir con su lazos más estrechos dentro del SPL.

Por otra parte, con respecto la fortaleza de los lazos fuertes Granovetter (*ibíd.*) los define como interacciones frecuentes, la existencia de una historia común y, la existencia de confianza o intimidad entre los miembros. La confianza y a la identificación mutua que caracteriza a este tipo de lazos hace más probable que los

---

<sup>6</sup> Etnia, edad, genero, clases social, oficio, etc. entre personas o en el caso de colectivos u organizaciones, asociaciones de empresarios, sindicatos, etc.

miembros de una red compartan información valiosa entre ellos (Rogers, 1995; Uzzi, *ibíd.*).

#### ***1.3.1.4.5 Redes cohesionadas vs dispersas***

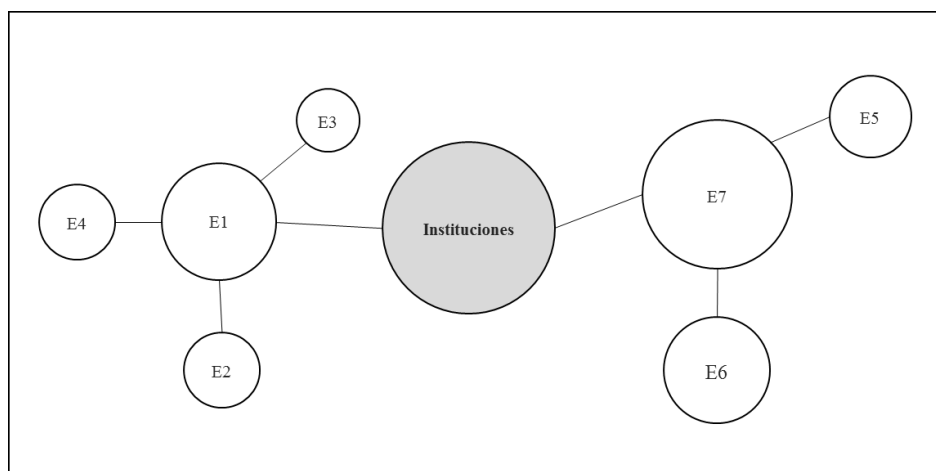
Señala Coleman (1988; 1990) que las redes cohesionadas, cerradas o densas son aquellas en las que todos están conectados, de forma que cualquier información que circule por ella llegará tarde o temprano a la totalidad de sus miembros, entendiéndose así, que el capital social se nutre principalmente de los contactos más cercanos.

Coleman (*ibíd.*) plantea que las redes cerradas tienen dos tipos de beneficios; que facilita el acceso a la información y que facilita las sanciones, lo que permite fomentar cierta confianza entre los miembros de las redes densas. Por su parte, Granovetter (1985, 1992: 44) argumenta que el efecto de las sanciones es más efectivo entre personas que tienen amigos en común “La mortificación cuando estafas a un amigo puede ser sustancial incluso cuando no eres descubierto. Ésta se puede incrementar cuando ese amigo se entera. Pero puede ser aun peor cuando nuestros amigos comunes lo descubren y lo comentan entre ellos”. Lo cual hace poco rentable acciones oportunistas dentro de redes que sean densas y cerradas. Sin embargo, uno de los aspectos negativos de las redes cerradas, es la pérdida de independencia que supone la supervisión directa de los miembros de dicha red (Burt, 1992; Zaheer y Zaheer, 1997).

Burt (1992) al margen de la clasificación de redes abierta o cerrada, plantea que se podrán tener mejor o peor resultados en función de la posición que se ocupe en la red. Estas posiciones son lo que él llama *structural holes* o “agujeros estructurales”. Los agujeros estructurales u oportunidades están alrededor, y no son visibles desde muchas partes de la red. Un agujero es el potencial de ver la otra orilla. Crean una ventaja competitiva para los individuos cuyas relaciones cruzan esos huecos, estos agujeros separan fuentes de información, no redundantes, precisamente es la

diversidad de la misma lo que genera su principal potencial (Burt, 2000). Un agujero estructural entre dos grupos en una red no tiene por qué significar que los miembros de los dos grupos no son conscientes de los otros, significa simplemente, que están tan centrados en sus propias actividades y que tienen poco tiempo para asistir a las actividades de la gente en el otro grupo. Un agujero estructural indica que circulan las personas a ambos lados del agujero con diferentes flujos de información.

Si entendemos que altos niveles de capital social permiten la generación de oportunidades a través de la conexión entre actores que intercambian información, estamos poniendo en énfasis que esta creación de oportunidades viene de la mano de una extensa y densa red que ayude a fluir la información necesaria para que se dé el mayor número de oportunidades para la cooperación, en este sentido la intermediación de las instituciones entre los miembros del SPL sería altamente positiva por el capital relacional y los beneficios que ello conllevaría para generar confianza y como consecuencia un contexto en que la cooperación interempresarial tuviera un papel protagonista en las relaciones entre las empresas (*¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.*), además, el papel de las instituciones tendría que ser proactivo, dinamizador e integrador, precisamente teniendo en cuenta la ventaja que supone tener mayor visibilidad al ocupar posiciones entre las diferentes redes y como consecuencia información sobre las potenciales oportunidades que debe hacer llegar al resto de miembros del SPL.

**Ilustración I-2 Intermediación instituciones en los SPL**

Fuente: elaboración propia

**I.3.1.4.6 Ventajas de las redes amplias y diversas**

Las redes amplias y diversas son más ricas en variedad de puntos de vista dando lugar a la crítica, lo que permite crear diferentes perspectivas y como consecuencia generar la incorporación de innovaciones, por ejemplo, además, si se da abundancia y un mayor grado de novedad de información puede favorecer la aparición, combinación o recombinación de buenas y nuevas ideas (Obstfeld, 2005). Burt (1982) y Granovetter (1973) mantienen que las redes amplias contienen más capacidad para recopilar información que las pequeñas, por otra parte, Burt (1992), señala que cuantos más vínculos diferentes tenga una red, mayor acceso a información nueva y diversa tendrán. Por lo tanto, el tamaño y la diversidad de las redes sociales se definen como herramientas clave para la innovación dentro de las organizaciones. Por otra parte Blau (1977) apunta a que la diversidad social afecta a la dinámica de los grupos, especialmente a la probabilidad de que los miembros interactúen con alguien de otro grupo. Los grupos grandes se orientan hacia el interior. Cuanto más grande es el grupo, más probable es que sus miembros mantengan relaciones exclusivamente entre ellos mismos. Por el contrario, cuanto más pequeño es el grupo, más miembros establecen contactos con su círculo social



inmediato. Los grupos heterogéneos se orientan hacia el exterior. Cuanto más heterogéneo es un grupo, más probable es que sus miembros interactúen con miembros de otros grupos (Blau, 1977).

#### ***1.3.1.4.7 Los directivos y mandos intermedios en las relaciones interempresariales***

Utilizando la perspectiva de los agujeros estructurales, un responsable de un área de una empresa que se extiende por un agujero estructural, por tener fuertes relaciones con otros contactos en ambos lados del agujero, tiene acceso a otros flujos de información. Burt, (1992) denomina a los agujeros estructurales como el marco para las estrategias y la información como la sustancia. Los beneficios de la información y de control se refuerzan entre sí en cualquier momento en el tiempo y se acumulan junto con él. Los agujeros estructurales presentan oportunidades para el desarrollo y subsistencia empresarial. Los comportamientos por los cuales los directores de las empresas desarrollan estas oportunidades son muchas y variadas, pero la propia oportunidad es en todo momento definido por un agujero en la estructura social en torno al director. En cuanto al argumento del agujero estructural, las oportunidades empresariales están representadas a través de los agujeros estructurales de las propias redes empresariales y los empresarios son expertos en la construcción de los puentes interpersonales que atraviesan esos agujeros estructurales (Burt, 1997a). De este modo, el capital social de la empresa vendría en función de las oportunidades de intermediación a las que los contactos den acceso. El intermediario, cuenta con flujos de información de varias redes compactas entre las que se mueve. Así puede adquirir y contrastar información de múltiples fuentes que posteriormente le suponga una ventaja competitiva, asimismo, la red externa de la organización dependerá del número de miembros de la misma con capacidad de tomar decisiones y que a su vez estén expuestos a la interconexión con miembros de otras organizaciones, esto permitirá una expansión continua de la misma, en sentido contrario cuando una organización solo tiene una conexión posible a través de un director, como es el caso de las pequeñas

organizaciones empresariales, en el que su estructura organizativa es excesivamente básica, podemos afirmar un solo miembro, en este caso un director o gerente restringe la acción empresarial en la medida en que la red está directamente concentrada en un sólo contacto. Más restricción significa menos agujeros estructurales y así menos capital social.

En este sentido con respecto a la red social que se da en el seno de la empresa, constituida por aquellas personas que tienen responsabilidad en la toma de decisiones, hacemos uso de la relación que plantea Burt (*ibíd.*) al determinar que existen tres condiciones que facilitan o restringen las posibilidades de conexión con otras redes; **el tamaño de la red**, (las redes más grandes son menos restrictivas), **densidad** (redes de contactos más fuertemente interconectados constriñen más a sus miembros), **jerarquía** (cuanto más jerárquica sea la organización más se constriñe a sí misma por la necesidad de dependencia del acceso a contactos dominantes estructurados jerárquicamente).

Por lo tanto, podemos afirmar según estas conclusiones que, habrá más posibilidades de conexión con otras empresas si existe un mayor número de personas en la organización que toman decisiones, si las relaciones no son muy densas y si no tienen una estructura fuertemente jerárquica.

#### ***1.3.1.5 Consideraciones finales***

El interés de este trabajo por la literatura relacionada con el capital social y las redes sociales, entre otras cosas, se centra en la ayuda que nos presta para explicar cómo el aislamiento y la desconexión entre los diferentes actores del SPL hacen que, en primer lugar, puedan tener un bajo sentimiento de pertenencia, y por lo tanto, proyecten sus actuaciones de manera más individualista, y en segundo lugar, que esa desconexión y la baja interacción en las redes de los propios empresarios, provoque que no se forjen lazos de confianza y como consecuencia que no se apoyen unos a los otros para emprender proyectos de cooperación, sobre todo, con empresarios que son competencia.

Esta situación, se podría explicar por el bajo nivel de capital social existente; a) desde la perspectiva externa, por el escaso acceso que tengan los empresarios a estructuras externas a su organización, que les permita conectar con información novedosa y por lo tanto, les ayude a ser más competitivos. Esto se entiende muy bien desde argumentación de (Burt,1997) sobre los agujeros estructurales, la Granovetter (1973) o Putnam (2002) con la fortaleza de los lazos débiles y el capital social conectivo respectivamente, y b) desde una perspectiva interna de la red social que conforma el SPL, la explicación vendría desde la evidencia de que una baja densificación, genera falta de cohesión en los miembros de la estructura social y falta de confianza, y consecuentemente desaprovechamiento de oportunidades.

Por otra parte, nos es de mucha ayuda entender la importancia de la incrustación de la economía en las redes sociales, es decir, concebir que la economía no puede separarse de la vida social, este enfoque es muy útil teniendo en cuenta que en el seno de un SPL, los miembros pertenecen a muchas redes, entre ellas personales, culturales o institucionales, que se solapan y que pueden influenciar en el comportamiento de los actores.

### **I.3.2 Los factores socioculturales y la cooperación interempresarial**

Habría que destacar la importancia de las condiciones socioculturales e históricas de la comunidad donde está inserto el Sistema Productivo Local, las cuales pueden favorecer su cohesión y, consecuentemente, la conformación de un conjunto de normas y pautas de comportamiento sustentadas en la confianza, la costumbre y otros valores comunitarios que sirven de marco a las relaciones económicas que se establecen entre los pequeños productores. Por otro lado, el carácter familiar de las empresas, la incrustación de las relaciones económicas en relaciones sociales Polanyi, y otros (1957) más amplias (parentesco, vecindad, etc.), constituirían otros aspectos que contribuyen al desarrollo de relaciones de confianza como base de la cooperación inter-empresarial.

Los aspectos socioculturales provienen de la cultura nacional, regional o comarcal, en este sentido, tendremos que tener por tanto en cuenta la repercusión de estos valores en la cultura de la empresa y como consecuencia en su percepción de la bondad que ofrecen las relaciones sociales y la cooperación interempresarial. La pequeña empresa andaluza presenta unos rasgos socioculturales muy específicos que influyen negativamente en el desarrollo y crecimiento económico de la misma, así como en el desarrollo socioeconómico de la comarca, localidad y/o región en la que ésta se ubica Galindo, (2005). Una de las grandes problemáticas laborales de Andalucía en comparación con la realidad nacional radica en la cultura productiva imperante en la que han reinado una serie de valores sociales y laborales, en principio, contrarios al desarrollo de la aventura empresarial (pasividad, reactividad, seguridad o estabilidad frente a riesgo, iniciativa, logro o proactividad). Dicha realidad se traduce no tanto en la ausencia de emprendedores —que los hay, en el sentido de crear una empresa—, sino en la falta de una cultura emprendedora, que tiene como nefastas consecuencias, entre otras, las altas tasas de mortalidad empresarial Galindo (*ibíd.*).

Es muy interesante la aportación de Albuquerque (2003:15) cuando afirma que si bien la conformación de elementos culturales en un territorio son importantes para entender en profundidad el territorio en cuestión, no solo son activos preexistentes sino que se pueden edificar o destruir con acciones concretas, “el registro de las historias locales y la conformación de elementos culturales de identidad territorial constituyen una información fundamental para entender las relaciones que se cristalizan en el territorio, siendo su conocimiento imprescindible para cualquier estrategia de desarrollo local. Se constata que la identidad regional y el capital social, no deben ser entendidos como activos preexistentes en un territorio, resultado de una conjugación de factores geográficos o históricos anteriores, sino como activos intangibles que pueden ser contruidos localmente mediante la generación de espacios de concertación y confianza entre actores para enfrentar los retos comunes. En este sentido, la participación de los diferentes actores sociales

en la discusión de los problemas locales colabora en este proceso de construcción de identidad territorial compartida y, en suma, a la construcción social de la región.”

En cuanto a los factores socioculturales que se dan en los distritos industriales Brunet y Belzunegui (2001:82), señalan al referirse al background social que está presente en los distritos industriales, que los orígenes históricos, los valores sociales y los hábitos culturales son profundamente compartidos por los miembros de la comunidad y son funcionales al tipo de actividad económica desarrollada en el propio distrito industrial. Esta homogeneidad de valores y reglas sociales previene conflictos y refuerza la confianza, liderando patrones de complementariedad y cooperación entre actividades y actores. La noción de competencia está implícita en la definición del ambiente de las firmas que producen bienes y servicios similares, pero, a su vez, la colaboración tiende a ser la dimensión prevaleciente en los distritos industriales. Por lo tanto, los vínculos «horizontales» entre firmas tienen una naturaleza cooperativa que es complementaria a su naturaleza competitiva intrínseca.

En cuanto a nuestra hipótesis en relación a cómo afectan los factores socioculturales a la cooperación, planteamos que; si existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación (H3).

### **I.3.3 La cultura organizacional**

La utilización del concepto cultura ha entrañado muchas discusiones sobre su precisión, ya que ostenta muchos significados y connotaciones. Taylor (1871) fue el primero en formular una definición explícita de cultura, al referirse como “aquel todo complejo que incluye saber, creencias, arte, moral, derecho, costumbre y todas las demás capacidades adquiridas por el hombre como miembro de una sociedad”. Situándonos en el contexto de la cultura de la organización y de la empresa, para Schein (1988), la cultura es el resultado del aprendizaje del grupo ante la resolución de situaciones conflictivas o “incidentes críticos” ante las que ha tenido éxito. Es

decir, en esta dinámica de aprendizaje influye el buen resultado de la conducta ejercitada de cara a la manifestación futura de la misma ante la resolución de un conflicto o la reducción de la ansiedad generada por dicha situación. En términos de Berger y Luckmann (1983) nos encontramos ante un fenómeno de construcción social de la realidad. En otras palabras, la construcción de la realidad se desarrolla mediante representaciones sociales, es decir, la cultura, es el resultado de las relaciones y la comunicación con los objetos sociales. Puede decirse que la realidad organizacional se va creando poco a poco como consecuencia del propio desarrollo y existencia de la misma. Por su parte Garmendia (1990), entiende por cultura de empresa la “conjunción de valores, creencias y actitudes y conductas más o menos compartidas que, profundamente enraizadas e interiorizadas, determinan las maneras, actuaciones y formas de hacer las cosas en el entramado empresarial”.

Otros autores, como Schein (1985), referente obligado a la hora de definir este término, define la cultura empresarial como “modelo de presunciones básicas — inventadas, descubiertas o desarrolladas por un grupo dado al ir aprendiendo a enfrentarse con sus problemas de adaptación externa e integración interna— que hayan ejercido la suficiente influencia como para ser consideradas válidas y, en consecuencia, ser enseñadas a los nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir esos problemas”, para Stefanova y Lucas Marín (2006: 75) “La cultura contribuye al funcionamiento interno de la organización, al dar lugar a un factor importante de cohesión y de intercambio de información. Ésta interviene favoreciendo las conductas útiles para el logro de objetivos colectivos. Por otra parte, la cultura juega un importante papel estabilizador para la organización, pues una vez establecida evita la necesidad de repetir continuamente las normas, los procedimientos y los modos de hacer propios de cada organización”. Es muy interesante la aportación de Lucas Marín (1997) en la que plantea que la cultura supone siempre un sistema compartido de respuestas, así como un diseño social de la conducta individual y propone que para saber si un rasgo de la vida del grupo es cultural, tendremos que fijarnos en tres de sus características intrínsecas: 1) Si se comparte socialmente entre los miembros del grupo, pues la cultura no es

individual, por definición es social; 2) si se transmite, lógica consecuencia de su carácter social perdurable; 3) si requiere aprendizaje, pues la cultura inicialmente no se tiene de manera innata, se recibe por interacción con otros que la poseen y se difunde a través del proceso de socialización.

En cuanto a las diferentes conceptualizaciones de la cultura organizacional Coller y Garvía (2004: 60) establecen una distinción entre escuelas: “para los sociólogos la cultura organizacional es algo que las organizaciones reviven, o tienen, una variable; para los antropólogos es lo que las organizaciones son”. Asimismo, la cultura organizacional (cuestionada por su potencial manipulador) ha estado vinculada al intenso debate sobre la burocracia librado a finales del Siglo XX, basado en el impacto de la estructura, jerarquía y normativa en las desigualdades sociales. Perrow (1986 [1972]) construye su modelo neoweberiano en base a su crítica a las nuevas burocracias industriales que absorben la sociedad, las organizaciones deben reformularse para orientarse hacia la sociedad y nunca al contrario. Martin (1992), por su parte, consideró la necesidad de dividir los estudios de cultura organizacional en tres perspectivas de análisis diferenciadas; a) la de la integración, la contempla como un instrumento que persigue la homogeneidad de la organización a través del consenso de valores, b) la de la diferenciación, resalta la red de subculturas que interacciona dentro de la organización, con inevitables relaciones conflictivas y por último, c) la de la fragmentación, que resalta las relaciones entre grupos con intereses divergentes que basan la estabilidad organizativa en consensos transitorios (Vallejo, 2016)

#### **I.3.4 Estructura organizativa**

En nuestro trabajo partimos de que la estructura organizativa como eje principal en la toma de decisiones, puede ser un condicionante que repercute a la hora de emprender proyectos de cooperación con otras empresas. En cuanto a su clasificación, en función del grado de diferenciación vertical y horizontal se pueden observar tres modelos organizativos representativos de la mayoría de las pequeñas

empresas del distrito, el primero de ellos; a) *modelo indiferenciado*, éste viene a representar la estructura organizativa de las empresas individuales y de las microempresas, y está tipificado en la llamada “estructura simple”, en este modelo cabe diferenciar dos situaciones, con el rasgo común de presentar ambas una vocación “hacia la producción”, la primera hace referencia al caso de un único socio y propietario que se convierte en el único referente para cualquier problema y que, ante un bajo o inexistente grado de diferenciación, está ocupado fundamentalmente en las tareas productivas y la segunda situación detalla la circunstancia de que existan varios socios, generalmente familiares, en esta situación se produce un primer estadio de diferenciación funcional, separando las actividades de producción de las de comercialización y administración, el segundo, b) *modelo de diferenciación elemental*, parte de la existencia de más de un socio, éste determina un mayor grado de diferenciación horizontal y vertical respecto de anterior, aquí las tareas son repartidas entre los socios desde un punto de vista funcional, y representa una evolución de la estructura organizativa simple a la funcional, finalmente, el tercero, c) *modelo de diferenciación articulado*, es el modelo identificado en las empresas medianas, en este caso, además de observarse un mayor nivel de diferenciación, se constata la formalización de la estructura organizativa con base menos empírica y más planificada, esta estructura sigue siendo funcional, y respecto a la anterior, la única diferencia es la adición de nuevos niveles jerárquicos y de departamentos especializados, lo que viene a ilustrar un incremento en la complejidad organizativa del modelo funcional precedente (Cano, 1997).

Parece razonable ver en estos modelos un esquema de crecimiento desde la empresa artesanal hasta formas empresariales más desarrolladas, en virtud de estrategias de crecimiento interno o por dilatación, sin embargo, la evidencia empírica está demostrando la poca vocación al crecimiento interno de las empresas del distrito (Lorenzoni, 1990; Zagnoli, 1993) y, atendiendo a la edad, Franchi, Rieser y Vignali (1990), demuestran, para el caso de la mecánica de Modena (Italia), que las edades medias de las empresas pertenecientes a los tres modelos organizativos son extremadamente similares, por consiguiente, no parece que la edad sea determinante de la estructura organizativa de las empresas del distrito, como podría



pensarse en un primer análisis, al contrario que con la edad, existe una correlación entre dimensión de la empresa (medida en función de los empleados) y grado de diferenciación, determinándose un paso hacia modelos organizativos más complejos conforme se incrementa la plantilla de las empresas del distrito (Cano, *ibíd.*)

Nuestra última hipótesis tiene que ver con los factores intrínsecos de la organización y planteamos que; factores intrínsecos tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa, determinan el nivel de cooperación interempresarial (H4).

#### **I.4 Consideraciones finales**

Al intentar encontrar factores que pudieran influir en el bajo interés por emprender proyectos de cooperación entre empresas competidoras del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, objeto de estudio del presente trabajo, y con el propósito de dar soporte teórico a nuestras hipótesis, hemos tratado de recabar suficiente base teórica, que permitiera explicar la importancia del capital social y las redes sociales en relación con el aprovechamiento de las oportunidades y el sentimiento de pertenencia, cómo determinados factores socioculturales pueden afectar a la generación de la confianza, y que algunos aspectos sobre la estructura organizativa o cultura organizacional pueden afectar a la relación con otras empresas.

## Capítulo II **Antecedentes de investigación**

Nuestro propósito en este capítulo es el sintetizar y poner en valor el trabajo de determinados autores que han realizado sus investigaciones centradas íntegramente, en parte o incluso algunas menciones del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, al objeto en algunos casos de servir de punto de partida y en otros de contextualizar nuestro trabajo de tesis.

### II.1 **Introducción**

Hemos tratado de analizar aquellos trabajos de investigación sobre el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena al objeto de que nos sirvieran de antecedentes teóricos y como punto de partida. Se han encontrado tres líneas de investigación diferentes, Caravaca y otros, en 2002 y posteriormente en 2003 con sus trabajos *Innovación y territorio, análisis comparado de sistemas productivos locales en Andalucía* y *Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales* respectivamente, centraron su trabajo, en el primer caso en un análisis descriptivo y en el segundo en un análisis de las redes institucionales y como habían sido fundamentales para el crecimiento económico y social del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena. Por otra parte Fernández L, y Ariza (2004) en su trabajo *Análisis estratégico de los sistemas productivos locales: el caso del mueble de Lucena (Córdoba, España)* propone una metodología para realizar el análisis estratégico de un SPL, basada en las cinco fuerzas competitivas de Porter, poniendo especial énfasis en las relaciones verticales, y emplea para ejemplarizar esta teoría el análisis estratégico desarrollado en el sistema productivo del mueble de Lucena, a su vez trata de ilustrar las principales diferencias entre el análisis estratégico de sistemas productivos y de sectores, así como dar una visión de las relaciones complejas encontradas en el caso del SPL de Lucena. Por último, Herrera (2013), en un libro recopilatorio de trabajos sobre sociología de las organizaciones, editado por la Universidad Jaime I, con el título *El cambiante mundo de las organizaciones. Teoría, metodología e investigación*, forma parte de esta obra con un capítulo titulado *Modelo teórico sobre factores que condicionan la cooperación*

*interempresarial en los sistemas productivos locales. Estudio de caso de Sistema Productivo Local den Andalucía*, en el que presenta los resultados de un trabajo basado en un modelo experimental y que trata de explicar qué factores dificultan o potencian la cooperación en los Sistemas productivos Locales.

## **II.2 *Redes, innovación, desarrollo territorial***

### **II.2.1 *Innovación y territorio. Análisis comparado de sistemas productivos locales en Andalucía, 2002.***

Autores: Inmaculada Caravaca (Coordinadora), Gema González, Ricardo Méndez, Rocío Silva

El trabajo de Caravaca y otros (2002) se centra fundamentalmente en el enfoque comparado de los Distritos Industriales o Sistemas Productivos Locales de Andalucía, es este planteamiento, por su novedad su principal valor. A través de una metodología de carácter deductivo y de un análisis contextual pormenorizado de los diferentes espacios productivos del territorio Andaluz, tratan de identificar los ámbitos más dinámicos desde el punto de vista industrial, así como el análisis del comportamiento de estos espacios en torno a la innovación y las redes de cooperación existentes o ausentes, terminando por hacer algunas reflexiones y recomendaciones sobre futuras políticas de innovación y desarrollo local.

De forma contextual revela entre otros hallazgos que los sistemas productivos locales contemplados se fundamentan sobre procesos de industrialización de diferente trayecto histórico, distinguiendo los casos de Ubrique, Valverde del Camino y Estepa como ámbitos de mayor tradición industrial; Lucena y Mancha Real con una industrialización asociada a la fase económica expansiva de los sesenta; y los Municipios de El Ejido y Lepe con un crecimiento económico muy reciente y escaso desarrollo de su industria transformadora.

Este trabajo centra especial atención a la innovación a través de las redes de cooperación como principio generador, añade que desde una perspectiva sociológica la innovación es una actividad colectiva, resultado de la acción de un

conjunto de actores heterogéneos que establecen un sistema de relaciones basadas en la cooperación. Por esa razón, los verdaderos medios innovadores muestran una organización interna de tipo reticular, resultado de la interacción frecuente y flexible entre los múltiples agentes implicados –en especial las empresas- a la que se identifica habitualmente como red de innovación. Suponen, pues, la existencia de un espacio complejo y articulado, en el que existe una elevada densidad de vínculos, tanto entre la mayor parte de las empresas implantadas, como entre éstas y su entorno social e institucional (administración regional y local, universidades, centros de I+D, laboratorios...), que son tanto materiales como inmateriales, destacando por encima de todos los que se relacionan con la información.

En cuanto a las prácticas de cooperación en estos espacios productivos, señalan que la existencia de una cultura de la cooperación previa, basada en una cierta práctica compartida en terrenos muchas veces distintos al estrictamente económico junto a la presencia de algún tipo de asociacionismo, son condiciones que favorecen el establecimiento de relaciones donde la confianza mutua es requisito importante, frente al individualismo imperante en las relaciones de mercado. Por eso mismo, la propia estabilidad de una red basada en acciones de cooperación se verá reforzada a medida que se acumulan experiencias anteriores.

En cuanto análisis descriptivo que hace de los diferentes SPL del territorio Andaluz, al referirse al Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena concluye, que Lucena puede ser considerada en la actualidad como una de las localidades andaluzas con un mayor grado de desarrollo económico fundamentalmente cimentado sobre el sector industrial, y que a pesar del aumento de establecimientos y de empleos industriales, hay una serie de elementos que pueden afectar negativamente el desarrollo de la localidad a medio o largo plazo. En este sentido, señala la desconfianza de los empresarios en las diversas formas de colaboración, sobre todo cuando la tipología de sus producciones tienen características similares, es decir, compiten por el mismo mercado, a su vez indica que el bajo nivel de cualificación de los empresarios, puede constituir un impedimento para la incorporación de innovaciones, a esto hay que añadir que los trabajadores del sector de la madera se incorporan a edades muy tempranas al mercado laboral también

con una formación bastante limitada. También destaca que las asociaciones empresariales, centros de formación y demás instituciones asociadas a la actividad industrial cuentan cada vez con un papel más destacado en el devenir de la actividad industrial, a lo que hay que sumar una red de relaciones más densa entre los mismos que contribuye a facilitar la difusión de información e innovación.

En cuanto a las redes locales de innovación, trata de hacer un estudio comparativo de las redes de cuatro de los municipios estudiados, entre ellos Lucena, utilizando un sencillo modelo en el que recoge las relaciones entre los ocho tipos de instituciones y agentes que intervienen en los distintos ámbitos: Junta de Andalucía, Asociaciones empresariales supralocales y locales, Ayuntamiento, centros de formación, centros de investigación, y centrales sindicales, tratando de ver el número de participantes que en cada caso intervienen en la red y la densidad de los flujos que producen entre ellos y el mayor o menor grado de conectividad de sus componentes. Este modelo es desarrollado posteriormente en un trabajo que publican en 2003.

### **II.2.2 Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales, 2003.**

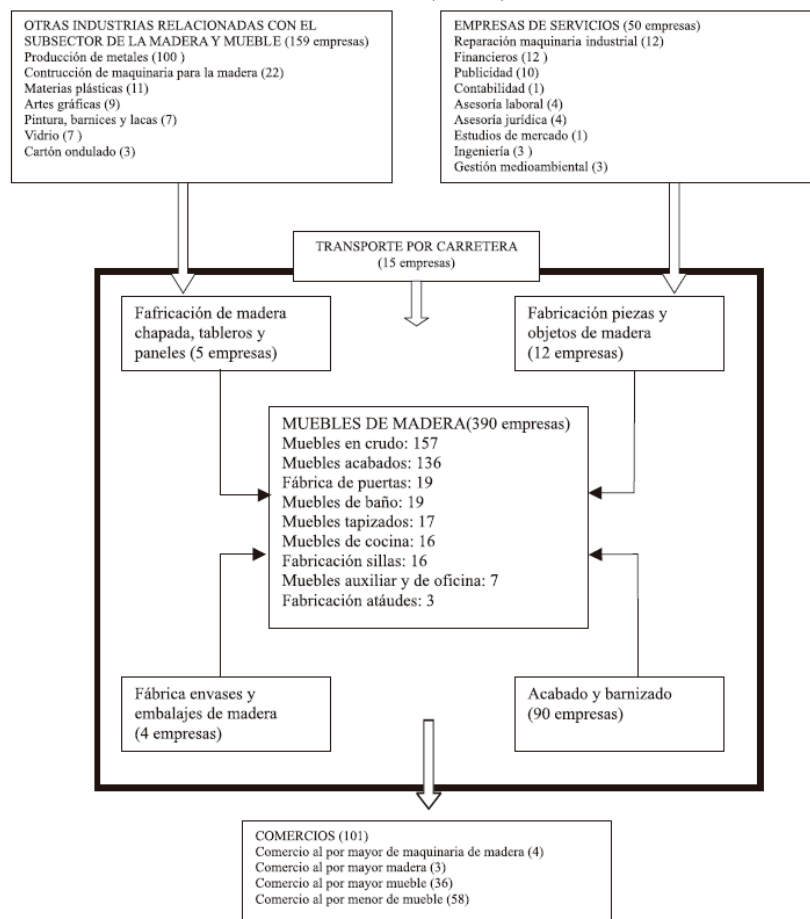
Autores: Inmaculada Caravaca, Gema González, Rocío Silva.

En este trabajo Caravaca y otros (2003) parte de su investigación previa Caravaca y otros (2002) y señala que el objetivo del mismo es plantear una propuesta metodológica para el análisis de la innovación social a partir de un estudio de caso del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena.

Pone especial énfasis en el entorno, y señalan que está íntimamente ligado a lo que se ha dado en llamar Capital Social, generado al interactuar las fuerzas sociales con los procesos socioeconómicos, y que éste determina la habilidad y la facilidad de las gentes y de los grupos para trabajar juntos por un objetivo común; se diferencia así de otros factores de desarrollo por su carácter relacional, puesto que sólo existe cuando se comparte y de ahí la importancia adquirida por la creación de redes (Consejo de Europa, 1999; Durston, 1999; Sforzi, 1999...). En este sentido, su trabajo tenía por objeto plantear una propuesta metodológica que ayude a conocer

el carácter innovador de las redes tanto empresariales como socio-institucionales que operan en dichos sistemas, así como los efectos generados en los mismos por tales redes. Para ello era necesario analizar: los diferentes tipos de actores (empresariales y socio-institucionales), la estructura de las redes que sustentan los sistemas productivos locales, el grado de consolidación interna de dichas redes y el de apertura externa de las mismas, el carácter más o menos innovador de las actuaciones colectivas y, por último, los efectos dinamizadores por ellas generados. Entre sus hipótesis de entrada se encuentra que existen unas redes interempresariales densas y complejas (*Esquema II-1*), que ha crecido su complejización con respecto a la red que existía en 1998

**Esquema II-1 Redes interempresariales del sector del mueble en Lucena (2003)**

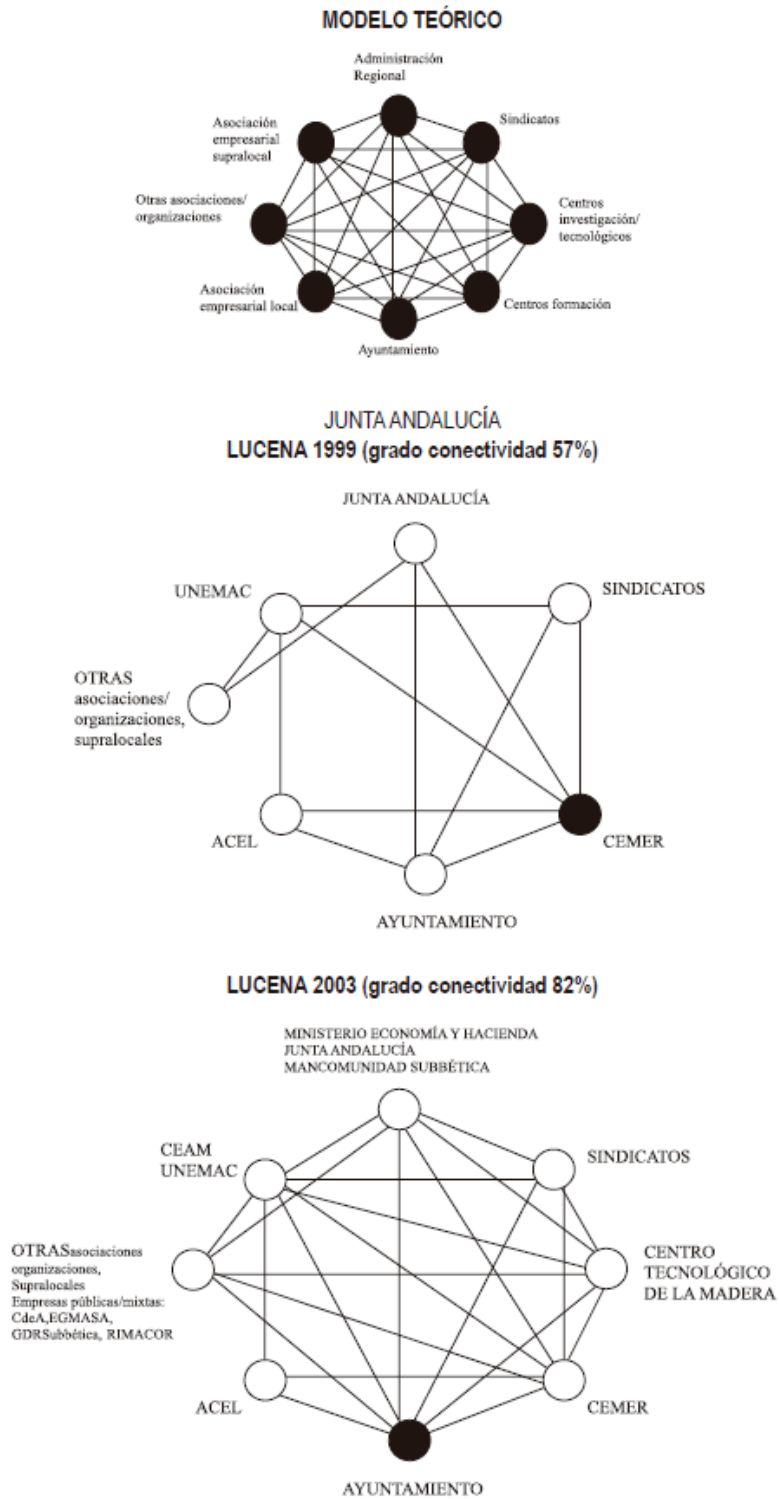


Fuente: Caravaca y otros (2002)

Afirman que para la creación de un entorno local innovador es una exigencia y un reto la cooperación entre las instituciones, asociaciones y agentes que tienen presencia activa en el sistema productivo. Dicha cooperación se sustenta en un clima de confianza mutua, propiciado por sentimientos de identidad colectiva. En este sentido, enumeran dos aspectos que requieren atención; a) la identificación de los diferentes tipos de actores así como las características y atributos de sus actuaciones, y b) el análisis de las redes que conectan y relacionan a los actores y que estimulan los procesos de interacción, aprendizaje colectivo e innovación (Rodríguez, 1995; Molina, 2001).

Por otra parte, señalan que el dinamismo económico experimentado por Lucena está estrechamente unido al entramado de actores socio-institucionales, así como a la densidad de relaciones existentes entre los mismos, que se ha multiplicado y desarrollado significativamente en los últimos años. Para el análisis de las redes que proponen han utilizado un sencillo modelo, propuesto por Méndez (1998) y utilizado ya en otras investigaciones Méndez y Alonso, (2000); Caravaca y otros, (2002). Realizan una comparación del entramado socioinstitucional de Lucena en dos momentos diferentes 1999 y 2003 con un modelo teórico, permitiendo apreciar la maduración y el desarrollo alcanzado por la red (*Esquema II-2*) y resuelven con siguiente afirmación: Aparece un nuevo actor: el Centro Tecnológico de la Madera que, aunque aún no está en funcionamiento, eleva el número de nodos de 7 a 8, se complejiza la red al aumentar los vínculos entre los diferentes actores, que pasan de 12 a 13 y consecuentemente, el grado de conectividad se incrementa considerablemente ya que en 1999 era del 53 % y en el 2003 es del 82%; se llega así casi a alcanzar la situación ideal definida en el modelo. Plantean que, si importante es la multiplicación, la diversificación y la conectividad de los actores, más lo es el hecho de que buena parte de los mismos correspondan a una escala supramunicipal, pues, con ello, se evidencia la capacidad y autonomía que tienen los miembros de la comunidad para acceder a grupos o áreas más allá del ámbito local.

**Esquema II-2 Redes socioinstitucionales**

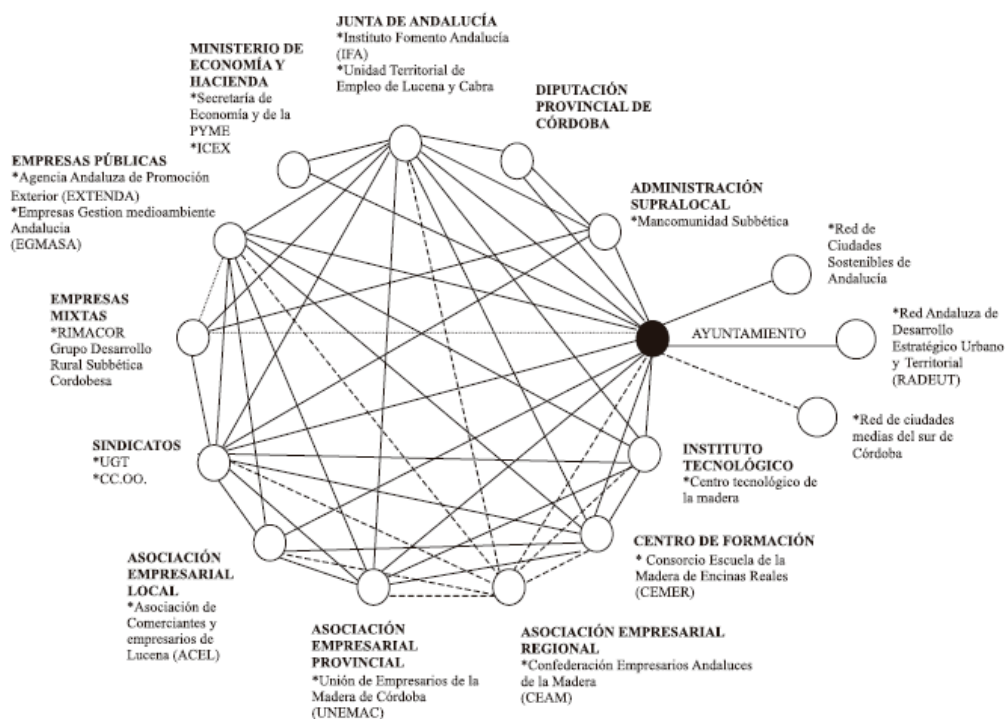


Fuente: Caravaca y otros (2003)



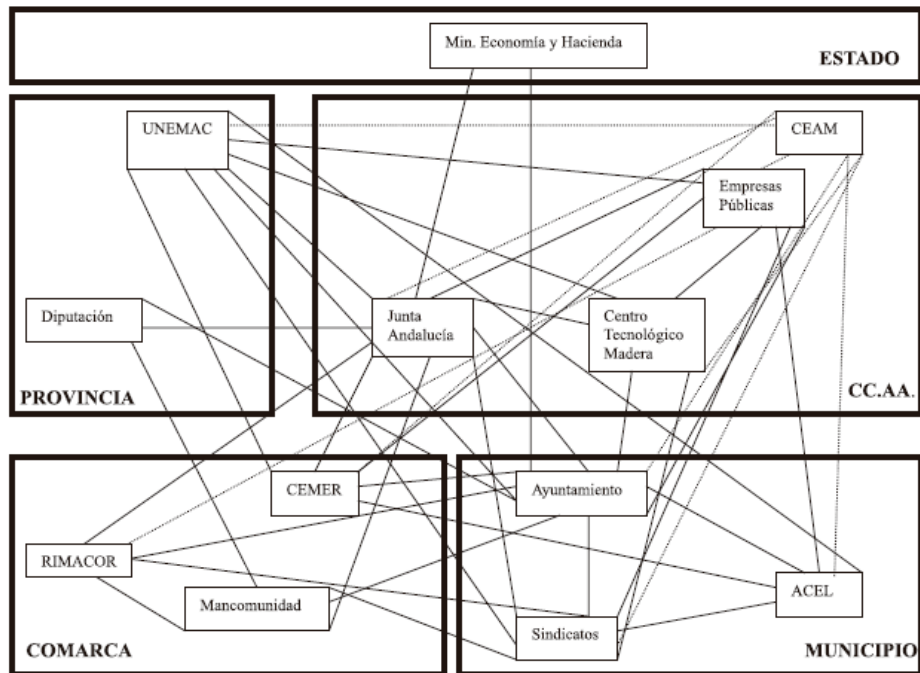
Por último incorporan un nuevo modelo más complejo argumentando que el anterior pese a ser operativo, resulta extremadamente simplista para representar las redes socioinstitucionales de Lucena, de ahí que hacen dos propuestas complementarias; a) que simplemente se amplíe el número de nodos, diseñándose un nuevo grafo con 13 nodos y 46 conexiones, recogiendo también las relaciones con las redes externas (*Esquema II-3*) y que se diferencien las distintas escalas institucionales con presencia activa en la red, lo que añade una perspectiva más territorial al análisis (*Esquema II-4*)

### ***Esquema II-3 Red socioinstitucional del Sistema Productivo Local de Lucena 2003***



Fuente: Caravaca y otros (2003)

**Esquema II-4 Escalas de la red socioinstitucional del Sistema Productivo Local de Lucena 2003**



*Fuente: Caravaca y otros (2003)*

Concluyen los autores con las siguientes afirmaciones, a) parece haber una estrecha relación entre la complejización de las redes empresariales (crecimiento del tejido productivo) y la maduración de las redes socio-institucionales (crecimiento del capital social), b) el dinamismo socioeconómico está directamente relacionado con: (i) la formación de redes interempresariales (ampliación de las cadenas de valor y aumento de la competitividad), (ii) la dinámica de interacción entre empresas e instituciones (creación de entorno), (iii) la cooperación interinstitucional (gobierno relacional) y (iv) la inclusión en redes externas (integración en el espacio de las redes)

No obstante, estos dejan claro que no se puede dejar al margen el hecho de que el crecimiento socioeconómico puede ser una condición necesaria pero nunca es una condición suficiente para un mayor desarrollo territorial, que requiere, además, una utilización imaginativa y racional de los propios recursos.

### **II.3 *Análisis estratégico en los SPL. Relaciones complejas en el Sistema Productivo Local de Lucena***

Luis Fernández Portillo. José Antonio Ariza Montes Universidad de Córdoba

Este trabajo propone una metodología para realizar el análisis estratégico de un Sistema Productivo Local basada en las cinco fuerzas competitivas de Porter. Emplean el análisis estratégico desarrollado en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena para ilustrar las principales diferencias entre el análisis estratégico de sistemas productivos y de sectores, así como para dar una visión estructurada de las relaciones complejas encontradas en el caso. La metodología utilizada en el trabajo se trataba de un conjunto de encuestas a las empresas fabricantes de muebles y para completar la información y contraste se optó por la realización de mesas de debate en torno a cuatro temas; la dotación de infraestructuras, subcontratación, mercado laboral y formación y comercialización y mercado exterior, en los que participaron agentes relacionados con el sistema o pertenecientes a él, como proveedores de inputs, sindicatos, Administraciones Pública, etc. Se realizó una quinta mesa sobre visión estratégica del sistema, para establecer un modelo de futuro para el Sistema Productivo Local que sirviera de base para la formulación.

Cuando se abordó el análisis de la rivalidad, en el caso del estudio de un Sistema Productivo Local, la rivalidad viene de la mano de otro Sistema Productivo Local, en este caso entre el SPL de Valencia y de Lucena, en ese sentido el estudio fue enriquecedor en la medida en que se dieron relaciones de competencia muy complejas, debido a que se encontraron que algunos fabricantes de Lucena compraban pinturas o barnices a proveedores de Valencia y algunos fabricantes valencianos subcontrataban componentes de sus muebles a empresas de Lucena, este cruce desvirtúa la percepción común de las unidades del SPL sobre quiénes son sus competidores más importantes, esto da lugar a la propia conciencia de formar parte de un SPL. Planteaban que la rivalidad existente entre las empresas, en parte, por la percepción que éstas tienen sobre este fenómeno, hacen creer que el competidor más importante está dentro del SPL y no se percibe la rivalidad con

otros Sistemas Productivos Locales, con el consiguiente desaprovechamiento de las economías externas o internas en este espacio productivo debido a que se complican las posibilidades de cooperación. Por lo tanto, afirman, que si hay conciencia de pertenencia a un Sistema Productivo Local, es más probable que se perciba que el éxito individual depende en cierta medida del éxito colectivo, esto es, percibirá el potencial de las economías internas del SPL. Continúan planteando que para fomentar esa conciencia, sería necesario la intervención de la Administración Pública para proteger el SPL, a través del fomento de actividades de cooperación. También es muy interesante la aportación que hace sobre las relaciones de subcontratación o relaciones verticales, donde afirma que son una fuente potencial de economías internas al Sistema Productivo Local, si se organizan de manera eficiente y se aprovechan las posibilidades de cooperación latentes. Muestra el *Cuadro I-1* en el que puede observarse cuál ha sido la evolución de las relaciones de subcontratación del sector del mueble. La subcontratación de capacidad viene de la necesidad de no poder hacer frente a la demanda, por tener saturada su capacidad de producción, sin embargo la subcontratación de especialización no responde a una necesidad de capacidad determinada, sino a la necesidad de la especialización de determinadas partes del proceso, en el caso de la fabricación del mueble, las empresas de productos finales se especializan en el acabado subcontratando las demás fases de fabricación a las empresas subcontratistas. Señala que en los modelos de subcontratación de capacidad y de especialización prima una relación basada en la rivalidad por la desconfianza que genera, ya que en algunos casos, el subcontratista se convierte en competidor al comercializar directamente mueble crudo. En la subcontratación de concepción, sin embargo existe una relación entre contratista y subcontratista en la que prima la cooperación, ambos comparten conocimiento e información estratégica, y comprenden que el éxito de cada uno depende del otro, lo que favorece una negociación menos distributiva y más integradora.

**Cuadro II-1 Fases del proceso de modernización del sector del mueble**

Período	Antes de 1978	1978-1985	1986-1993	A partir de 1994
Factor clave de competitividad	Producción	Precio	Calidad /precio	Imagen/calidad
Producto	Semiartesanal	Masivo	Diferenciado	Sofisticado
Tecnología	Semi-industrial	Línea rígida	C.Numérico aislado	Células flexibles
Sistema de producción	Subcontratación de capacidad	Subcontratación de capacidad	Subcontratación de especialización	Subcontratación de concepción
Proveedores	Materias primas brutas	Premecanizados	Semielaborados	Componentes (semielaborados + servicios)
Relación con subcontratista	Rivalidad	Rivalidad	Rivalidad atenuada	Cooperación

Fuente: ADIMA (2000), Fernández, L y Ariza, J.A. (2004)

En cuanto a los resultados del análisis estratégico del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena en comparación con otros sistemas productivos andaluces presentaba como principales fortalezas que las empresas tienen un tamaño superior a la media nacional, que existe un fuerte carácter emprendedor y un alto dinamismo empresarial, así como un claro liderazgo en costes a nivel nacional, sin embargo, en cuanto a las debilidades afirmaban que estaba excesivamente orientado al mercado local, con escasa internacionalización, una excesiva rivalidad horizontal y vertical, ausencia de inversión en diseño propio y un enfoque empresarial muy orientado a la producción y al liderazgo en costes con reducida diferenciación del producto. En cuanto a la rivalidad expresada, el 51,2% de las empresas consideraba que su mayor competidor es otra empresa del mismo Sistema Productivo Local, sin embargo, plantean a su vez la manifestación por parte de los empresarios en el sentido de ver conveniente reducir la rivalidad encontrando vías de colaboración, fundamentalmente en aspectos comerciales.

En cuanto a los modelos de subcontratación en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena confirman que aparecen los tres, aunque predominan

los dos primeros, es decir, de capacidad y de especialización, hallándose pocos casos del tercero, subcontratación por concepción, fruto de unas relaciones más de cooperación que de competencia.

En cuanto a las propuestas que plantearon la más significativa fue la optimización de los procesos productivos, y en cuanto a la formulación estratégica, se planteaba la necesidad de reducir la rivalidad, y de incrementar las características propias de un Sistema Productivo Local frente a una mera agrupación de empresas.

#### **II.4 *El cambiante mundo de las organizaciones. Teoría, metodología e investigación, 2013.***

Herrera (2013) es coautor con un capítulo del mencionado libro, en el que se dan a conocer una serie de trabajos del ámbito de la sociología de las organizaciones, y que se titula *Modelo teórico sobre factores que condicionan la cooperación Interempresarial en los Sistemas Productivos Locales Estudio de Caso de un SPL de Andalucía*. En este trabajo se presentan los resultados de una investigación que trata de conocer qué factores dificultan o potencian la cooperación interempresarial en los Sistemas Productivos Locales. Está centrado en un estudio de caso del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, y se planteaba como objetivo encontrar alguna relación entre cooperación y la estructura organizativa de la empresa, así como factores socioculturales que afectasen de manera notable en la decisión de emprender proyectos de cooperación. Sus hipótesis fueron las siguientes; a) las empresas que más cooperan desde la perspectiva horizontal son: aquellas con un tamaño de entre 1 a 10 trabajadores, tienen una infraestructura deficitaria y estructura organizacional básica y empresas con más de 50 trabajadores con una estructura organizacional compleja y b) las empresas que menos cooperan desde una perspectiva horizontal son: aquellas de mediana dimensión, entre 11 y 50 trabajadores y tienen una estructura básica. La metodología utilizada estaba centrada en un diseño experimental en el que trabajaron con una muestra estratégica de grupos por “emparejamientos” según el interés del análisis. El trabajo de campo consistió fundamentalmente en la realización de entrevistas semiestructuradas, al

objeto de conocer la red empresas e instituciones con las que tienen relación los sujetos analizados. En número de entrevistas fueron nueve atendiendo a los criterios del *Cuadro II-2*, en las que se les ha solicitado información a los entrevistados

***Cuadro II-2 Criterios cualitativos para la elección de muestra estratégica***

Característica	Descripción
Categoría 1 (E11-E13)	1 a 10 trb. (3 entrevistas)
Categoría 2 (E21-E23)	11 A 50 trb. (3 entrevistas)
Categoría 3 (E21(E33)	Más de 50 trb. (3 entrevistas)
Sector	Fabricación del mueble
Sistema Productivo Local	Lucena (Córdoba)
Tipología	Que incorpore cualquier fase en la fabricación del mueble
Personas a entrevistar	Gerentes, propietarios y personal directivo

*Fuente: Herrera, (2013)*

Como fuente primaria, las entrevistas semiestructuradas tenían como base una batería de preguntas bajo la siguiente configuración: (i) atributos del actor, al objeto de conocer tanto datos propios de la organización tales como edad de la empresa, número de trabajadores o mercado, así como la formación del entrevistado, (ii) empresas con las que tiene relación de naturaleza transaccional –diferentes tipos de proveedores y clientes-, especificando su ubicación y frecuencia de los contactos, (iii) proyectos de cooperación actuales, empresas con las que estarían interesados en compartir un proyecto común y viceversa, (iv) relaciones con instituciones públicas, (v) grado de relaciones externas, conexión con otros mercados, presencia en eventos comerciales, etc. y (vi) consideraciones generales sobre la perspectiva del entrevistado en relación con los proyectos de cooperación. En cuanto al modelo teórico, plantea una perspectiva muy interesante al tratar de explicar el escenario de oportunidades que se da en los SPL, desde el modelo que Burt, R (2000) utiliza para determinar cómo repercute el mecanismo de intermediación y cierre en la generación de capital social, se trata de una matriz de oportunidades y cierre que va a servir para intuir qué posibilidades tendría una

organización, dependiendo de las oportunidades externas o agujeros estructurales y el cierre de dicha organización.

**Cuadro II-3 Matriz de oportunidades y cierre**

		Oportunidades ((agujeros estructurales)	
		Nivel Alto	Nivel Bajo
Cierre	N. Alto	<b>Terreno fértil</b>	<b>Expansión Nula</b>
	N. Bajo	<b>Expansión</b>	<b>Terreno fértil</b>

Fuente: Herrera (2013)

**Expansión Nula:** escasas posibilidades del crecimiento de la Red social/cooperación.

**Terreno fértil:** existen posibilidades de interacción latentes que se podrían activar.

**Expansión:** existe un gran potencial para el crecimiento de la Red social/cooperación.

De esta manera tratan de detectar al combinar las dos variables, que el caso más desfavorable para generar un escenario apropiado de expansión de la red de cooperación es cuando existe un *cierre alto* y un *nivel bajo oportunidades o agujeros estructurales*, dando lugar a una constricción en ambas esferas, es decir **expansión nula**<sup>7</sup>. Esta posición se podría dar en empresas que están aisladas geográfica o sectorialmente y a su vez tienen un nivel de cierre muy alto. El escenario de **expansión** será el opuesto al anterior, se da cuando existe *un nivel alto de oportunidades* y *al mismo tiempo el mecanismo de cierre es bajo*, por lo tanto

<sup>7</sup> Este escenario no se daría en un SPL ya que partían del convencimiento de que en un Sistema Productivo Local el nivel de oportunidades es muy alto, con lo que prestaremos más atención a la intersección cierre alto-bajo/oportunidades altas.

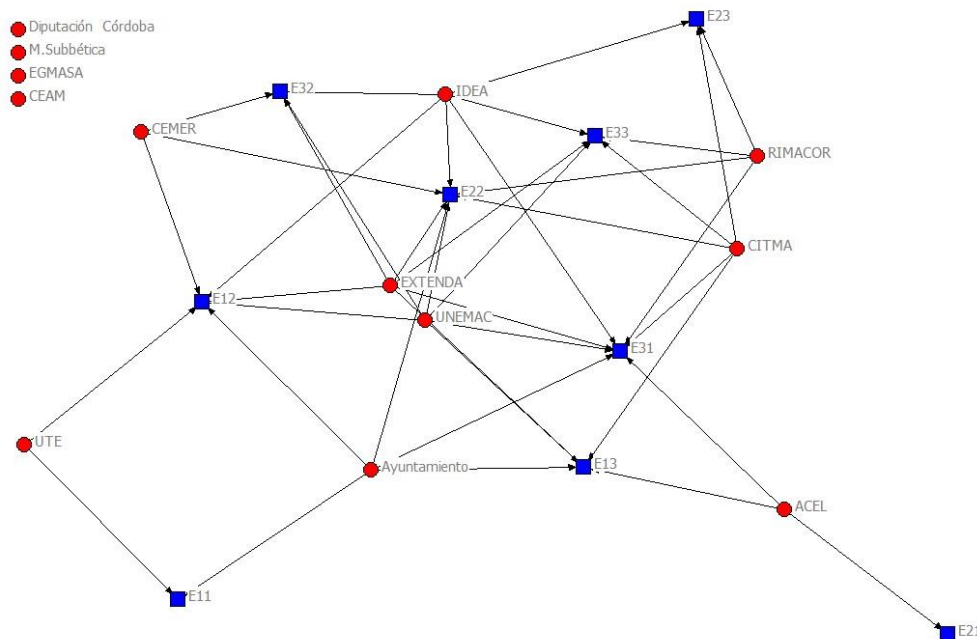


no existen constricciones en ese sentido. Así se dará la mejor opción para que la organización se pueda expandir e iniciar proyectos de cooperación. Se puede considerar **terreno fértil**, o sea, con posibilidades de expansión, cuando existe la combinación de ambas variables *nivel alto de oportunidades o agujeros estructurales* y *un nivel alto de cierre o bajo nivel de oportunidades o agujeros estructurales* y *un bajo cierre*. Definieron por tanto terreno fértil al escenario que se da cuando aun no existiendo proyectos de cooperación, existen factores latentes que a través de su activación podrían terminar culminando el aprovechamiento de las redes horizontales para la utilización de proyectos de cooperación, es decir, es el escenario en el que están inmersas las empresas que pertenecen a un Sistema Productivo Local.

En sus conclusiones con respecto a las redes institucionales, confirmaban (*Ilustración II-1*)<sup>8</sup> que existe un nivel muy bajo de relaciones con Instituciones Públicas en la mayoría de los casos y casi nulo como es el caso de la empresa E21 (NT 11-50). Las instituciones con más centralidad son EXTENDA e IDEA (empresas públicas) y UNEMAC (asociación de empresarios), entidades supramunicipales de ámbito regional las dos primeras y provincial la segunda, les siguen CITMA fundación de carácter regional y el AYUNTAMIENTO, que si en la clasificación realizada por (Caravaca, y otros, 2003) tenía la máxima centralidad con respecto a las relaciones dadas entre las instituciones que operan en la localidad, en cuanto a la red empresa-instituciones su centralidad es mucho más modesta, en la que el 44% de los casos dicen no tener relación alguna con esta institución.

---

<sup>8</sup> Para el análisis hemos eliminado de la lista de IIPP que ofrece (Caravaca, y otros, 2003) las relaciones con el actor Hacienda, con el objeto de que ofrezca una imagen más real, debido a que la obligatoriedad de las relaciones con este actor desvirtuaba la percepción del resto de la red.

**Ilustración II-1 Relaciones entre Instituciones Públicas y entrevistados**

*Fuente: Herrera, (2013)*

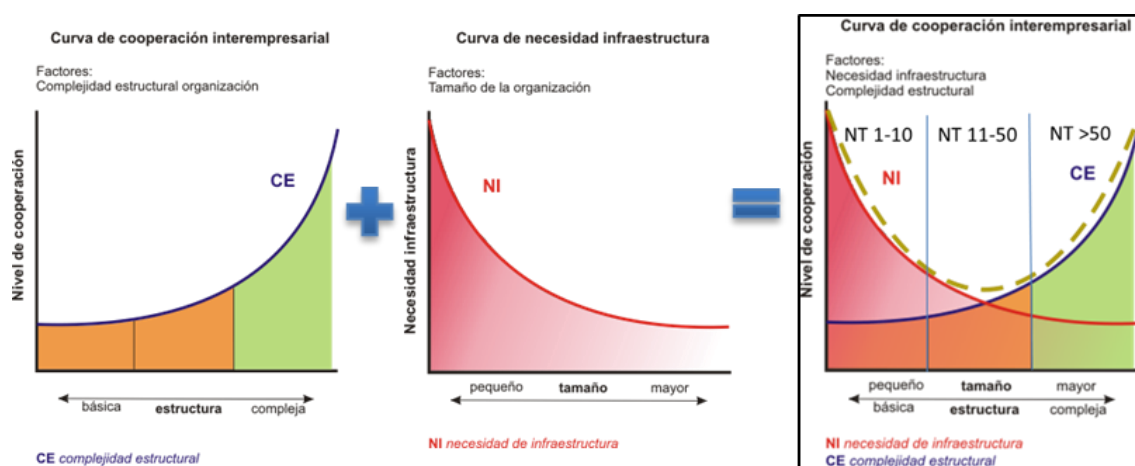
En cuanto a las redes transaccionales (proveedores y clientes), evidenciaron que todos los casos pudieron observar cierta similitud en cuanto a la diversidad y variedad, es decir, la mayoría se soportan en pocos proveedores, son los que creen necesarios para el buen desarrollo de su actividad y el número de clientes adecuado al mercado en el que se enmarcan.

Por último las conclusiones de las redes de cooperación o redes horizontales evidenciaron lo siguiente: en relación a los factores que dificultan la cooperación encontraron los siguientes hallazgos; (i) la complejidad de la estructura determina qué posibilidades tiene una organización para detectar las oportunidades externas a ella e internas al sistema productivo, (ii) los aspectos socioeconómicos y culturales limitan o promueven las acciones y decisiones dentro de la empresa. Dentro de estos últimos, del discurso de los entrevistados se evidenciaron varias conclusiones, entre ellas que existe una similitud en cuanto al interés por cooperar entre las empresas pequeñas (1-10 trab.) y las de dimensión mayor (> 50 trab.). En tamaños de empresa reducidos, el factor necesidad de infraestructura se sitúa como

determinante, así las empresas pequeñas se ven abocadas a buscar soluciones y confiar en la cooperación para elevar su potencial y con él los niveles de seguridad y crecimiento. En cuanto a las empresas de mayor dimensión, el interés les proviene del nivel de la complejidad de su estructura organizativa y como consecuencia de la heterogeneidad de sus miembros<sup>9</sup>, así como por la cualificación de su cuadro de mandos, estando más interesados en buscar alternativas y estrategias en las que estén incluidos proyectos de cooperación que les permitan cumplir con sus objetivos empresariales.

Así, la curva del nivel de cooperación en función de la necesidad de infraestructura y complejidad de la estructura organizacional (*Ilustración II-2*) tiene forma de U, de tal manera que las empresas más propensas a cooperar son en cuanto al tamaño, las más pequeñas y las de dimensión mayor. Las primeras por carecer de infraestructura pese a tener una estructura organizativa básica y las segundas por su complejidad organizativa.

***Ilustración II-2 Nivel de cooperación en función de la complejidad estructural y necesidad de infraestructura***



Fuente: Herrera, (213)

<sup>9</sup> Los grupos heterogéneos se orientan hacia el exterior. Cuanto más heterogéneo es un grupo, más probable es que sus miembros interactúen con miembros de otros grupos (Blau, 1977)

Existen evidencias de que las empresas de dimensión media (11 a 50 trab.) son las menos propensas a emprender proyectos de cooperación. A estas les afectan más los aspectos socioculturales locales, dando lugar a la proliferación entre ellas de valores tales como la autocomplacencia o autosuficiencia. Su estructura organizacional básica y su tamaño, potencian mecanismos de cierre que hacen que no vean las oportunidades que se puedan dar al colaborar con empresas en su perspectiva horizontal.

### **II.5 Aportación del presente trabajo con respecto a los antecedentes teóricos**

La presente tesis doctoral, tiene como punto de partida trabajos como el expuesto por Caravaca y otros (2002), que trata de explorar los diferentes SPL que existen en Andalucía en modo comparado, aportando una foto fija sobre la situación socioeconómica del Sistema Productivo Local de Lucena, evidenciando los elementos negativos que pueden afectar al desarrollo del mismo, tales como la desconfianza de los empresarios sobre la cooperación interempresarial y su baja cualificación, en este sentido nuestra aportación viene del intento de encontrar y desarrollar los motivos que fundamentan tal desconfianza entre los actores del SPL y que origina el desaprovechamiento de las economías externas que provienen de estos espacios productivos.

Por otra parte, en el segundo trabajo que presentamos de Caravaca y otros (2003), su propósito era plantear una propuesta metodológica para el análisis de la innovación social en los SPL, utilizando de forma experimental el contexto del SPL de Lucena, la cual evidencia un crecimiento de los actores institucionales y de la conectividad entre ellos y las empresas, afirmando que el crecimiento del dinamismo experimentado por el tejido empresarial está relacionado con el entramado de los actores socio-institucionales que tienen presencia en el SPL, el presente trabajo, desde una perspectiva actual, pone luz sobre la calidad de esas relaciones entre instituciones y empresas y enfatiza sobre la percepción de las mismas entre los diferentes actores.

El trabajo Fernández y Ariza, (2004) pone luz sobre las formas de relacionarse entre los actores y de verse entre ellos desde una perspectiva estratégica. Sus conclusiones nos han servido como fuente para corroborar determinados comportamientos entre los empresarios del SPL, tales como la percepción de rivalidad, estando convencidos de que sus principales competidores se encuentran dentro del SPL y no fuera del mismo. En cuanto a la aportación de nuestro trabajo sobre estas afirmaciones, por una parte -como se ha mencionado antes-, ha sido reforzar la tesis de que existe una clara percepción individualista del empresario del Sector del Mueble del Lucena perteneciente al Sistema Productivo Local con un bajo sentimiento de pertenencia, y por otra, tratar de explicar esta actitud como resultado de una importante carencia de Capital Social y factores socioculturales que potencian la desconfianza.

Sobre el trabajo de Herrera, (2013), este forma parte de un previo para el desarrollo de esta tesis doctoral y que tenía como propósito explorar sobre los factores que condicionan la cooperación en los Sistemas Productivos Locales. Entre sus objetivos se encontraba conocer la relación existente entre la complejidad de la estructura organizacional y los niveles de cooperación desde una perspectiva horizontal, es decir, de empresas que son competidoras, aportando un modelo teórico muy interesante en el que se cruzaba además de la variable complejidad de la estructura organizacional, la necesidad de infraestructura, dando lugar a unos resultados en los que se confirma que existe una relación entre complejidad de la organización y necesidad de infraestructura, con los niveles de cooperación, en este sentido, el presente trabajo ha utilizado en parte estas hipótesis, profundizando en alguno de sus análisis, tales como las redes institucionales e incorporando otras perspectivas, utilizando una metodología que integra técnicas cuantitativas y cualitativas y que apoyada con un mayor número de casos dan una mayor consistencia al estudio.

## Capítulo III Contexto socioeconómico de Lucena

### III.1 Contexto demográfico

La localidad de Lucena está situada al sur de la provincia de Córdoba, a los pies de la cordillera Subbética, al lado de la campiña y en una zona de tradicional vocación agrícola. A 72 kilómetros de la capital, Córdoba, la principal vía de comunicación que transcurre la localidad es la carretera N-331 que conecta Córdoba con Málaga y es la única que cruza la región de norte a sur. Este eje, fundamental en la red viaria andaluza, enlaza a través de la ronda de circunvalación del núcleo de Lucena con la C-327 a Cabra, la C-334 a Rute, la C-338 a Puente Genil y la C-336 a Priego de Córdoba.

La Comarca de Lucena (Córdoba) de Andalucía tiene una población de 42.627 personas, según consta en el Padrón de Habitantes del Sistema de Estadística y Cartografía de Andalucía en 2015. Los municipios que la componen son generalmente de tamaño pequeño, donde destacan los núcleos de Vegas, Molino Navajas-El Zarpazo y Colina de la Virgen con una población de 35, 44 y 49 respectivamente. Navas del Selpillar (625 habitantes) y Jauja (560) son los municipios que resaltan por su tamaño junto con Lucena. Las diferencias por sexo no son significativas en los municipios de la comarca, y se compensan en el total, alcanzándose cantidades casi exactas de hombres y mujeres (50% cada género). Desde el punto de vista del territorio, la comarca posee 351,1 km<sup>2</sup> y una densidad poblacional de 1406 habitantes por km<sup>2</sup>.

Según Caravaca y otros (2002) el análisis de la dinámica y crecimiento económico que se produce en la actualidad en la localidad de Lucena se debe principalmente por el conocimiento de la idiosincrasia de sus habitantes, lo que sin duda está íntimamente ligado con el contexto social. Por lo general, los habitantes de Lucena se consideran mayoritariamente empresarios en potencia, que no dudan en arriesgar su capital y en abandonar trabajos por cuenta ajena para iniciar proyectos

empresariales propios, por lo que se diferencian en gran medida del resto de los andaluces establecen estos autores.

**Tabla III-1 Núcleos de población**

Núcleo	Población		
	Total	Hombres	mujeres
Lucena	42.697	21.298	21.399
Las vegas	35	17	18
Molino Navajas-El Zarpazo	44	23	21
Campo de Aras	147	77	70
Cristo Marroquí	134	76	58
Colina de la Virgen	49	24	25
Huertas Duque	148	80	68
Huertas Llanos	203	108	95
Jauja	560	270	290
Lucena	39.445	19.626	19.819
Navas del Selpillar	625	300	325
Población en diseminados	1.307	697	610

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía en 2015.

El crecimiento que ha desarrollado la población de Lucena, especialmente en la década de los noventa, es un buen indicador del ritmo de expansión de su economía. En efecto, la población de Lucena ha aumentado progresivamente desde 1970, cuando contaba con 27.978 habitantes, superando a inicios de 1980 los 30.000, para situarse en 1998 en los 35.564 y contando actualmente con 42.627. Según Caravaca y otros (*Ibíd.*) en el crecimiento de la población de Lucena pueden distinguirse tres períodos diferentes. Entre 1960-1970 se produce una pérdida poblacional, coincidiendo con los años de mayor importancia de las migraciones campo-ciudad y con la salida masiva de gran número de trabajadores de España al resto de Europa; pero se destaca que estas pérdidas son menores (2,2%) de las que se producen en el resto de la provincia (9%). En una segunda etapa (1970- 1991), la localidad experimenta un crecimiento alto (15%) que, además de lograr frenar la tendencia a

la pérdida de población sufrida entre 1960 y 1970, incrementa sus habitantes, situándolo por encima de los valores con los que se inicia la década de los sesenta y muy por encima de los que se alcanzan en el conjunto de la provincia. Este crecimiento podría entenderse principalmente por una menor emigración, debido a que la mano de obra, que no era demandada en el campo, podía colocarse en el trabajo industrial que empezaba a desarrollarse en la localidad. Por último, entre 1991-1998 es constante el ritmo de crecimiento demográfico en la localidad, superando el 10%, mientras que para el mismo período la evolución experimentada en el resto de la provincia continua siendo irregular: un incremento inicial (3,7%), entre 1991 y 1995, una nueva caída (- 2,6%) en los años 1995 y 1996, y un lento crecimiento (0,75%) entre 1996 y 1998, pero sin llegar a igualar en este último año el número de habitantes con los que contaba en 1960 (803.507 habitantes) (INE-IEA).

**Tabla III-2 Población en grupo de edad y sexo.**

<b>Intervalo de edad</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
0-4	1245	1162	2407
5-9	1453	1290	2743
10-14	1274	1232	2506
15-19	1302	1236	2538
20-24	1405	1295	2800
25-29	1451	1321	2772
30-34	1560	1560	3120
35-39	1904	1755	3699
40-44	1774	1824	3598
45-49	1689	1627	3316
50-54	1519	1456	2975
55-59	1148	1190	2338
60-64	902	892	1794
65-79	850	831	1681
70-74	637	719	1356
75-79	475	675	1150
80-84	404	635	1039
85- o +	306	599	906
<b>Total</b>	<b>21.298</b>	<b>21399</b>	<b>42.697</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadísticas y Cartografía de Andalucía en 2015.*



La pirámide de población que se muestra en la (*Tabla III-3*) tiene una forma de campana o estable, lo que indica que la sociedad lucentina tiende al envejecimiento y se acerca a una forma de bulbo, característica típica de zonas altamente desarrolladas, con una base estrecha, una zona central extensa y una parte superior en aumento, lo que verifica la calidad de vida de la población en todos sus tramos de edad. Atendiendo a las clasificaciones por grupos de edad y sexo conjuntamente, existe un determinado equilibrio en los distintos grupos de edad que se analizan, exceptuando las edades más avanzadas, donde las mujeres con edades comprendidas entre los 70 y 80 o más presentan una mayor esperanza de vida. Cabe destacar también, que el 23,18% de la población es menor de 20 años y por el contrario, únicamente el 14,36% supera la edad de 65 años.

**Tabla III-3 Migraciones en Lucena en 2015**

	Hombre	Mujer	Total
Inmigraciones	525	506	1.031
Inmigraciones interiores	324	324	648
Inmigraciones exteriores	129	113	242
Inmigraciones del extranjero	72	69	141
Emigraciones	607	579	1.186
Emigraciones Interiores	347	338	685
Emigraciones Exteriores	149	158	307
Emigraciones al extranjero.	111	83	194

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.*

Con el fin, de analizar los movimientos de la población, en la (*Tabla III-3*), se refleja el número de inmigraciones y emigraciones que se han producido en el año 2015. Cabe decir, que los movimientos interiores son aquellos que se producen dentro de Andalucía, los exteriores dentro de todo el territorio nacional y la del extranjero, fuera del País.

Se destaca que ha habido más emigraciones que inmigraciones durante ese año, pero no existe una diferencia sustancial. Otros datos destacables son que los

hombres realizan más migraciones y emigraciones que las mujeres. Se debe resaltar al mismo tiempo, que principalmente las migraciones y emigraciones son interiores. Es decir, que más del 62% de las inmigraciones y más del 57% de las emigraciones se hacen dentro de la Comunidad autónoma de Andalucía. Los movimientos que menos se producen son los del extranjero, y más concretamente, las inmigraciones procedentes del extranjero presentan unos números muy bajos. Tal y como se puede observar, las migraciones se convierten en uno de los principales factores explicativos del crecimiento experimentado por la localidad, así en la década comprendida entre 1988 y 1998 el 61% de los nuevos habitantes eran inmigrantes (Caravaca y otros, 2002). El perfil tipo de los inmigrantes es el de población joven que habitaba en municipios relativamente cercanos, principalmente de la comarca, como demuestra la (Tabla III-3) anterior y que, tras estar un tiempo trabajando en Lucena, decide finalmente fijar su residencia en esta localidad. Hay, además, un nuevo grupo de inmigrantes principalmente de origen norteafricano, muchos de los cuales permanecen en la ilegalidad, por lo que resultan muy difíciles de cuantificar.

### **III.2 Análisis del contexto económico de Lucena.**

#### **III.2.1 Economía.**

Lucena se configura como una comarca con una importante actividad industrial, en el que destaca un dinamismo creciente y una diversificación manifiesta en su estructura productiva. Lucena es una gran ciudad, tanto desde la perspectiva comercial como industrial, aunque sigue manteniendo su peso en la actividad agrícola. Esta ciudad ha sido protagonista de un rápido crecimiento económico, convirtiéndose hoy en uno de los principales centros industriales de Andalucía y todo ello sin haber abandonado su apuesta por la industria.

El desarrollo de la industria, tal y como se conoce en la actualidad, se remonta a los años sesenta del siglo XX, cuando la elaboración de productos de bronce, que se había mantenido con carácter artesanal, entra en crisis y se crean empresas que, especializadas en otro tipo de productos, buscaban otras alternativas. Como muestra el (Tabla III-4), la industria de Lucena se caracteriza por su relativa diversificación,

pues casi todos los subsectores industriales están presentes en la localidad (con la excepción del textil y del material de transporte). Sin embargo, despunta por su importancia con relación al número de establecimientos, empleados y potencia instalada el subsector de la madera y mueble. Tras él, se sitúa el subsector de primera transformación de metales que representa la evolución de la elaboración tradicional de artículos de bronce, seguido por la construcción de maquinaria, donde se integra la construcción de aparatos de frío industrial.

Las empresas de Lucena se caracterizan por su pequeño tamaño que, incluso en los últimos años, se ha visto reducido, pasando de 6,3 empleados/establecimiento en 1985 a 5,6 en 1996; a pesar de ello, existen algunas firmas que emplean a cerca de 200 trabajadores, lo que puede considerarse significativo considerando el contexto rural en el que se enmarca la localidad. La tendencia experimentada por todos los sectores industriales ha sido la reducción del tamaño medio de las empresas (con la excepción de material eléctrico, electrónico y mecánica de precisión y de alimentación, bebidas y tabaco) en los años comprendidos entre 1985 y 1996. Las firmas mayores son aquellas dedicadas a la construcción de maquinaria con 13 empleados de media, lo que supone una reducción de su tamaño a la mitad en este período de tiempo, seguida por el cuero, calzado y confección que cuentan con 11,75 trabajadores y madera y corcho con 6 empleados de media, lo que supone una disminución en ambos casos de cerca de 2 trabajadores/establecimiento.

En la (Tabla III-4) se refleja el peso de la actividad económica en función del número de establecimientos, tanto en Lucena como en la provincia de Córdoba y en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se puede observar que el sector servicios tiene un mayor peso a nivel no sólo autonómico, sino también provincial y municipal, aunque existe una fuerte presencia de la industria en Lucena, muy por encima de la media de la provincia de Córdoba y de la Comunidad Autónoma Andaluza (18,91% frente al 10,93% de Córdoba y el 7,04% de Andalucía). Por último, el peso de la construcción está en torno a la media (8,87% de Lucena frente al 9,38 % de la provincia de Córdoba y el 9,6% de Andalucía).

En la (Tabla III-4), se refleja también que el 72,22% de los establecimientos abiertos en la ciudad corresponden al sector servicios, un 18,91% a la industria y un 8,87% a la construcción, datos que difieren en comparación con la provincia de Córdoba y la comunidad de Andalucía, ya que estas presentan mayor número de establecimientos abiertos en el sector servicio.

**Tabla III-4 Actividad económica en función del número de establecimientos.**

Sector	Lucena	%	Córdoba	%	Andalucía	%
Construcción	305	8,87%	5.607	9,38%	52.071	9,60%
industria	650	18,91%	5.901	10,93%	38.180	7,04%
Servicios	2.483	72,22%	43.041	79,69%	451.982	83,36%
Total	3.438	100	54.009	100%	542.233	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del sistema de estadística y cartografía de Andalucía. 2014.

**Tabla III-5 Establecimientos con actividad económica en Lucena.**

Sin Asalariados	1.926
Hasta 5 asalariados	1.226
Entre 6 y 19 asalariados	234
De 20 y más asalariados	81
Total establecimientos	3.467

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del sistema de estadística y cartografía de Andalucía. 2014

Según el instituto de estadística y cartografía de Andalucía, Lucena contaba con 3467 establecimientos con actividad económicas registrados en el año 2014. De todos los establecimientos, 1926 no tenía empleados trabajando (sin asalariados) dentro de esa empresa, 1.226 establecimientos con un máximo de hasta 5 asalariados, 234 entre 6 y 19 y únicamente 81 establecimientos con 20 o más asalariados. Por lo que se puede establecer que en su inmensa mayoría los establecimientos o empresas se pueden considerar PYMES. Las principales actividades económicas en el año 2014 entendiéndose esta como aquella para la que hay un mayor número de establecimientos son en primer lugar el comercio al por mayor y el por menor y reparación de vehículos a motor y motocicletas con 1144 establecimientos, seguida de la industria manufacturera con 608 establecimientos.

En tercer y cuarto lugar se encuentran la construcción y las actividades profesionales con 300 y 278 establecimientos respectivamente, y en el quinto puesto se encuentra la hostelería con 247 establecimientos. Se destaca que el número de establecimientos que presenta los comercios al por mayor y por menor junto con la reparación de vehículos a motor y motocicletas es muy superior al resto, constituyendo esta sección la más pionera en Lucena.

**Tabla III-6 Número de empresas en función de la actividad.**

Industria, energía agua y residuos	Construcción	Comercio	Transporte y almacenamiento	Hostelería	Información y comunicaciones	Banca	Servicios sanitarios educativos y el resto	total
574	254	879	121	203	19	53	799	2901

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del sistema de estadística y cartografía de Andalucía. 2014*

Lucena presenta 2901 empresas en su localidad. Las actividades principales de estas empresas son el comercio junto con los servicios sanitarios, educativos y el resto de servicios con 879 y 799 empresas cada actividad respectivamente, seguido muy de cerca por las empresas dedicadas a la Industria, energía, agua y gestión de residuos. Se destaca que las actividades empresariales menos explotadas en Lucena son la información y telecomunicación seguida por la Banca y seguros, ya que únicamente constan de 19 y 53 empresas respectivamente.

### **III.3 El sector del mueble y la Madera**

Las empresas que en Lucena se dedican a la producción de mobiliario u otros objetos de madera conforman el grupo más numeroso e importante de industrias de Lucena. En 1996 representaban el 49% de los establecimientos y el 53% de los empleos. El origen de esta industria del mueble se sitúa a finales de los años 50 y principios de los 60, cuando la industria de fundición y elaboración de artículos de bronce entró en crisis y surgieron nuevas industrias dedicadas a la elaboración de muebles, con el objetivo de cubrir parte de la demanda generada.

El dominio de la industria de la madera sobre las restantes empresas industriales se ha incrementado en los últimos años; de esta manera, los establecimientos de dicho

subsector en 1985 suponían el 38%, mientras que en 1996 representaban casi el 50%. El aumento del peso relativo de las industrias de madera y mueble respecto al resto de los sectores industriales vuelve a ponerse de manifiesto al comprobar la evolución del número de empleos, que han pasado de representar el 43% en 1985, al 53% en 1996. Aunque el sector de la madera y el mueble es el que más peso cuantitativo tiene en la localidad objeto de estudio, es el del frío industrial el que mayor crecimiento relativo ha experimentado entre 1985 y 1996. Este sector está experimentando una tendencia alcista, tanto en lo que se refiere al número de empleos como en volumen de ventas.

Analizando el artículo de Caravaca y otros (2002), los autores establecieron que en torno a las empresas del sector se ha tejido una amplia red de relaciones que comprenden desde aquéllas que se desarrollan para adquirir los inputs necesarios en el proceso productivo, hasta la contratación de servicios externos especializados, pasando por toda una serie de lazos de subcontratación.

Durante todo el desarrollo del proceso de fabricación de muebles se van añadiendo diversos inputs de distinta naturaleza y origen. La materia prima principalmente empleada es la madera, fundamentalmente de pino, que procede en gran parte de Galicia, Cantabria y el País Vasco. Los proveedores de la madera tienen una procedencia muy variada, debido a que generalmente, las industrias no adquieren las materias primas en un solo lugar. En el estudio Caravaca y otros (*Ibíd.*), la mayoría de las empresas encuestadas (73,1%) tiene proveedores españoles, pero localizados fuera de Andalucía y sólo el 26,9% de los industriales del mueble adquieren la madera fuera de nuestras fronteras (principalmente en Suecia o Rusia, llegando las maderas más exóticas desde Chile o Brasil).

Este estudio también destaca que además de con los proveedores, se ha conformado una red entre empresas dedicadas a la madera, la mayoría de las veces basada en relaciones de subcontratación. Así, el 50% de las industrias encuestadas indican que subcontratan habitualmente alguna fase de la producción, fundamentalmente torneado, lijado o determinadas piezas como patas de mesas y sillas.

Las empresas que subcontratan son de procedencia mayoritariamente en la propia localidad (46%), siguiéndole en importancia las ubicadas en la provincia (23,1%) y en el resto de la región (15,4%); sólo tienen su sede en otras zonas de España o en algún país extranjero (básicamente Alemania e Inglaterra) el 7,7% restante. Se debe resaltar también que aparte de las relaciones empresariales más básicas, asociadas a tareas de subcontratación, las firmas que mantienen colaboraciones con otras son escasas, si bien dichas colaboraciones inter-empresariales parecen incrementarse con el paso del tiempo; de esta manera, un 26,9% de las empresas encuestadas tiene suscrito algún acuerdo de cooperación, entre los que destacan fundamentalmente los de tipo comercial (11,5%). En la *Tabla III-7* y *Tabla III-8*, correspondientes a los años 2000 y 2010, se puede observar la organización del sector de la madera y el mueble y su distribución en las diversas comunidades autónomas de España.

**Tabla III-7 Empresas del sector industrial de la madera y el mueble, por comunidades autónomas, año 2000**

	Aserrado y cepillado		Chapas, tableros, alistonados		Estruct. madera y piezas para construcción		Envases y embalajes		Otros madera, corcho y cestería		Muebles		TOTAL	
Cataluña	188	10,3%	33	6,5%	2530	20,3%	205	17,8%	882	23,2%	3550	17,0%	7388	18,2%
Comunidad Valenciana	123	6,8%	238	46,6%	1304	10,4%	202	17,5%	698	18,3%	3014	14,4%	5579	13,7%
Andalucía	103	5,7%	42	8,2%	1450	11,6%	180	15,6%	417	11,0%	3014	14,4%	5206	12,8%
Comunidad de Madrid	45	2,5%	33	6,5%	754	6,0%	70	6,1%	318	8,4%	2530	12,1%	3750	9,2%
Galicia	499	27,4%	41	8,0%	1060	8,5%	55	4,8%	239	6,3%	1205	5,8%	3099	7,6%
Castilla y León	304	16,7%	27	5,3%	743	6,0%	58	5,0%	166	4,4%	1124	5,4%	2422	6,0%
Castilla La Mancha	95	5,2%	16	3,1%	782	6,3%	29	2,5%	162	4,3%	1232	5,9%	2316	5,7%
País Vasco	135	7,4%	30	5,9%	632	5,1%	143	12,4%	193	5,1%	1203	5,8%	2336	5,7%
Región de Murcia	32	1,8%	13	2,5%	303	2,4%	80	6,9%	108	2,8%	965	4,6%	1501	3,7%
Islas Canarias	21	1,2%	3	0,6%	695	5,6%	17	1,5%	63	1,7%	617	3,0%	1416	3,5%
Islas Baleares	24	1,3%	1	0,2%	589	4,7%	2	0,2%	119	3,1%	518	2,5%	1253	3,1%
Aragón	49	2,7%	13	2,5%	407	3,3%	40	3,5%	72	1,9%	582	2,8%	1163	2,9%
Asturias	104	5,7%	0	0,0%	281	2,3%	8	0,7%	100	2,6%	461	2,2%	954	2,4%
Extremadura	27	1,5%	0	0,0%	275	2,2%	14	1,2%	151	4,0%	266	1,3%	733	1,8%
Comunidad Foral Navarra	44	2,4%	14	2,7%	269	2,2%	15	1,3%	31	0,8%	207	1,0%	580	1,4%
Cantabria	19	1,0%	0	0,0%	284	2,3%	9	0,8%	48	1,3%	169	0,8%	529	1,3%
La Rioja	10	0,5%	7	1,4%	126	1,0%	25	2,2%	38	1,0%	224	1,1%	430	1,1%
Ceuta y Melilla	0	0,0%	0	0,0%	1	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	10	0,0%	11	0,0%
Nacional	1822	100%	511	100%	12485	100%	1152	100%	3805	100%	20891	100%	40666	100%

Fuente: Fuente: Elaboración propia en base al Directorio Central de empresas DIRCE, clasificación CNAE 1993, publicado por el INE.

Se destaca en primer lugar, la mayor presencia, en ambos casos, de Galicia y Castilla y León en las actividades de “aserradero y cepillado de la madera” y todo

ello obedece a la existencia de materia prima en esas regiones. Concretamente en la Comunidad Valenciana se refleja en el año 2000 una presencia importante (46,6% sobre el total español) en la actividad de fabricación de chapas, tableros y alistonados. La segunda comunidad autónoma después de Valencia más importante en la fabricación de chapas, tableros y alistonados es Andalucía con un 8,2% sobre el total español. Presenta un porcentaje mucho menor que la comunidad Valenciana pero representa la segunda comunidad con mayor presencia en este tipo de actividad. Lo mismo ocurre con otras actividades de fabricación relativas a muebles, corcho y cestería, donde las comunidades autónomas que destacan por encima del resto son Valencia y Andalucía, respectivamente. Es decir, en lo que se refiere a la segunda fase de transformación, específicamente, a la fabricación de productos de madera y la fabricación de muebles, la cantidad de unidades empresariales hacía que la Comunidad Valenciana ocupara en el año 2000 el segundo lugar, conjuntamente con Andalucía. Sin embargo en 2010, Valencia pasa al tercer lugar del ranking y Andalucía el segundo puesto. Ambas tablas reflejan que las principales comunidades pioneras en el tratamiento de la madera junto con diversas actividades de fabricación de muebles, corchos cestería etc., destacan en el año 2000 Cataluña, Valencia y Andalucía, intercambiándose Valencia y Andalucía los puestos en 2010, por diversos motivos.

### **III.3.1 El tamaño de las empresas de la madera y del mueble**

Este apartado tiene como principal objetivo reflejar que el sector de la madera y el mueble está integrado por pequeñas y medianas empresas. Y como el Directorio Central de Empresas (DIRCE) no publica datos desagregados a nivel comarcas y/o municipios, se han analizado los datos a nivel estatal y de la Comunidad Autónoma. Como puede observarse en la (*Tabla III-8*), en España, la presencia de PYMES en las distintas fases de transformación de la madera es preponderante. Específicamente, más del 85% de las empresas tiene un tamaño en el segmento entre 0 y 9 asalariados, incluyendo a los diversos tipos de empresas desde las empresas de aserrado y cepillado de la madera, hasta las de fabricación de otros productos de madera.



**Tabla III-8 Empresas del sector industrial de la madera y el mueble, por comunidades autónomas, año 2010**

	Aserrado y cepillado de la madera		Fabricación de productos de madera, corcho, cestería y espartería		Fabricación de muebles		TOTAL	
<b>Cataluña</b>	123	9,0%	2328	17,8%	2518	14,8%	4969	15,8%
<b>Andalucía</b>	101	7,4%	1642	12,6%	2980	17,5%	4723	15,0%
<b>Comunidad Valenciana</b>	88	6,5%	1690	12,9%	2132	12,5%	3910	12,4%
<b>Comunidad de Madrid</b>	44	3,2%	826	6,3%	1842	10,8%	2712	8,6%
<b>Galicia</b>	363	26,7%	1027	7,9%	1099	6,4%	2489	7,9%
<b>Castilla - La Mancha</b>	60	4,4%	876	6,7%	1193	7,0%	2129	6,8%
<b>Castilla y León</b>	230	16,9%	772	5,9%	943	5,5%	1945	6,2%
<b>País Vasco</b>	101	7,4%	728	5,6%	862	5,1%	1691	5,4%
<b>Región de Murcia</b>	25	1,8%	382	2,9%	876	5,1%	1283	4,1%
<b>Islas Canarias</b>	14	1,0%	485	3,7%	469	2,8%	968	3,1%
<b>Islas Baleares</b>	19	1,4%	533	4,1%	406	2,4%	958	3,0%
<b>Aragón</b>	34	2,5%	402	3,1%	487	2,9%	923	2,9%
<b>Extremadura</b>	28	2,1%	407	3,1%	397	2,3%	832	2,6%
<b>Asturias</b>	57	4,2%	275	2,1%	336	2,0%	668	2,1%
<b>Comunidad Foral Navarra</b>	47	3,5%	296	2,3%	175	1,0%	518	1,6%
<b>Cantabria</b>	13	1,0%	248	1,9%	136	0,8%	397	1,3%
<b>La Rioja</b>	15	1,1%	139	1,1%	196	1,1%	350	1,1%
<b>Ceuta y Melilla</b>	0	0,0%	3	0,0%	6	0,0%	9	0,0%
<b>Nacional</b>	1362	100%	13059	100%	17053	100%	31474	100%

Fuente: Elaboración propia en base al Directorio Central de empresas DIRCE, clasificación CNAE 2009, publicado por el INE

**Tabla III-9 Empresas del sector industrial de la madera y el mueble, en ámbito nacional y Comunidad Andaluza, según intervalos de asalariados, año 2010**

Intervalo	Nacional				Comunidad de Andalucía			
	Aserrado y cepillado de la madera		Fabricación de productos de madera, corcho, cestería y espartería		Aserrado y cepillado de la madera		Fabricación de productos de madera, corcho, cestería y espartería	
0-9	1172	86%	11813	90,5%	91	90,09	1517	92,38%
10-19	116	8,5%	759	5,8%	6	5,94	86	5,23%
20-49	65	4,8%	390	3,0%	4	3,96%	32	1,94%
50-99	6	0,4%	56	0,4%	0	0%	5	0,30%
100-199	2	0,1%	32	0,2%	0	0%	2	0,12%
200 o +	1	0,1%	9	0,1%	0	0%	0	0%
Total	1362	100	13059	100	101	100%	1642	100%

Fuente: Elaboración propia en base al Directorio Central de empresas DIRCE, clasificación CNAE 2009, publicado por el INE.

En el ámbito de la Comunidad Andaluza, las PYME de “fabricación de muebles de productos de madera corcho, cestería y espartería de mayor tamaño tienen,

*Factores que condicionan la cooperación interempresarial en los SPL.*

comparativamente con el ámbito nacional, un menor peso en el conjunto. Como puede observarse en la (Tabla III-9) las empresas de muebles de más de 20 asalariados que en el ámbito nacional representan el 3,7% del total de empresas, mientras que en la Comunidad Andaluza únicamente suponen un 2,36%, es decir, el peso de este tamaño en nuestra región supera escasamente la mitad del promedio nacional. En el caso del “aserrado y cepillado de madera”, los porcentajes en el ámbito nacional vuelven a ser relativamente superiores a los establecidos por la Comunidad Andaluza. No obstante, aunque las PYME de la madera y el mueble tengan, en la Comunidad Andaluza, mayor tamaño relativo respecto de otras regiones de España, siguen siendo PYME. De hecho, en Andalucía, no existe ninguna empresa con 200 o más asalariados, y únicamente dos empresas con 100 asalariados o más, por lo que sería muy importante conocer, entonces, cuál es el grado de cooperación / competencia que existe entre estas PYME y también, el valor que atribuyen a la pertenencia al SPL.

Los agentes e instituciones que están contribuyendo más activamente a la generación de entorno en Lucena se identifican con la Corporación Municipal, La Escuela de la Madera del SAE (antiguo CEMER), el Instituto Andaluz de Tecnología (IAT, antiguo CITMA), la Asociación de Empresarios CECO Madera y la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda)

#### **III.4 *El sector del frío industrial.***

El origen del desarrollo de esta rama industrial en Lucena se identifica con la creación de la empresa Tecnicontrol por unos 160 cooperativistas en 1964. En el estudio de Caravaca y otros (2002) se establece que prueba de que esta empresa ha sido la semilla del desarrollo de esta actividad en Lucena es que algunos de los cooperativistas fundadores pusieron en marcha sus propias empresas en la década de los 80, dando lugar a lo que se podría definir como “segunda generación” de empresas del frío industrial.

El proceso productivo es muy complejo. En él se emplean aproximadamente dos mil componentes de diversa naturaleza, por lo tanto establecer de donde provienen resulta altamente complejo. Los productos principalmente elaborados por las empresas son aparatos de refrigeración y calefacción para el hogar, pero resalta sobre todo maquinaria de hostelería, que la fabrican todas las empresas del sector (Caravaca y otros, *ibíd.*).

Lucena copa el 70% del mercado nacional del frío industrial, aunque las ventas en el exterior también son significativas. Se debe resaltar que la totalidad de las industrias del sector que han sido analizadas en el estudio de Caravaca y otros (*ibíd.*) exportan parte de su producción, pero en ningún caso este porcentaje es superior del 25% de las ventas totales. Los principales mercados externos se realizan a países de la Unión Europea, aunque están aumentando las exportaciones a países tan distintos como Marruecos, Hong-Kong y Uruguay.

Un dato relevante encontrado en el estudio consiste en que entre las empresas dedicadas al frío industrial no se ha detectado la existencia de relaciones de subcontratación, resultados totalmente distintos frente a la compleja red observada en el sector de la madera y el mueble; pero por lo contrario un 40% de las empresas del frío industrial tiene suscrito algún acuerdo de cooperación de tipo horizontal con otras empresas, poniéndose así en evidencia el carácter más evolucionado de este subsector. El sector de la madera presenta una red de relaciones de subcontratación basada en los diferentes niveles de jerarquía, por el contrario, en la industria del frío, las relaciones son horizontales

### **III.5 Consideraciones finales**

#### **III.5.1 Hacia dónde va el sector del mueble**

El mundo del mueble ha estado siempre influenciado por las diferentes tendencias estéticas y sociales, sin embargo, en la actualidad está teniendo multitud de influjos que provienen de unos estilos de vida cada vez más cambiantes y efímeros, así como

de unas unidades de convivencia más variantes, debido entre otros, a un modelo de familia que ha ido evolucionando de forma incesante, provocado por determinados cambios sociales y económicos, por un aumento de la incorporación de la mujer al mercado laboral, un incremento importante en la movilidad geográfica en el trabajo o la crisis económica reciente (2007-2015), desembocando en la necesidad imperante del sector del mueble de estar en continua evolución, tratando de adaptarse a las demandas de un mercado especialmente activo.

Esta situación ha sido bien interpretada por las grandes cadenas o centros comerciales del mueble tales como IKEA, mostrándose como una posible amenaza del sector del mueble a nivel nacional, donde su especial ventaja radica en la estandarización de procesos y formatos con la adaptación local de la oferta, y cuyo modelo de negocio está basado en ofrecer un amplio surtido de productos para el hogar, funcionales y de buen diseño a precios que resulten asequibles, pretenden cambiar el concepto de que el diseño es caro y para gente con un poder adquisitivo alto, haciendo asequible el mobiliario de hogar de diseño y buena calidad a personas con medios económicos limitados (Dahlvig, 2012), por tanto, combinan diseño y economía, conceptos que encajan con una sociedad que es demandante de elementos estéticos que se adapten a la tipología de familia o situación económica en la que se encuentra.

### **III.5.2 Retos del Sector del mueble de Lucena.**

Lucena es considerada en la actualidad como una de las localidades andaluzas que conoce un mayor grado de desarrollo económico, impulsado en gran medida por el sector industrial, tanto de la madera como del frío industrial.

Caravaca y otros (2002) destacan en su estudio que a pesar del aumento de establecimientos y de empleos industriales, que ha repercutido positivamente en el nivel de vida de sus habitantes, hay una serie de factores que podrían influir negativamente el desarrollo de la localidad a medio o largo plazo. Por un lado, la desconfianza de los empresarios en las diversas formas de colaboración, incrementándose cuando las producciones tienen características similares y, por otro, el bajo nivel de cualificación de los empresarios, donde una minoría de ellos

han superado los estudios primarios, lo que puede ser un obstáculo a la hora de introducir innovaciones. A todas las razones expuestas debe añadirse que los trabajadores del sector de la madera se incorporan a edades muy tempranas al mercado laboral con una formación bastante limitada, que muchas veces no mejora con el paso de los años.

En cuanto a los productos elaborados de madera en Lucena, son generalmente de similares características a los que se producen en otras zonas, esto provoca la necesidad de competir en costes en un mercado cada vez más globalizado, en el que países con mano de obra más barata tienen mayores posibilidades de ser más competitivos, a esto se le suma la incorporación de grandes cadenas del mueble como IKEA, en las que a través de la introducción de un concepto o filosofía propia, han calado en una sociedad cambiante y con demandas muy definidas.

Podemos por tanto deducir que existen amenazas externas, que unidas a unas debilidades claramente identificadas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, hacen necesarias actuaciones que propongan minimizar el impacto de unas y otras. En cuanto a las amenazas se refiere, se materializan en los cambios que están sucediéndose en el mercado, con una cada vez mayor rapidez, y que deben ser suficientemente analizados para determinar una estrategia común, y en cuanto a las debilidades, la más notable es la falta de sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local y como consecuencia el desinterés o recelo por generar estrategias comunes, actuando de forma individual, sin una orientación clara y respuesta conjunta al mercado, y por otra parte, el bajo interés por emprender proyectos de cooperación entre empresas, debido a la falta de confianza inculcada en una cultura empresarial muy marcada, y provocando por tanto, el desaprovechamiento de las economías externas que se dan en el contexto industrial, Para afrontar este reto, las instituciones deben tomar un papel activo y orientar políticas y acciones que encaminen a la generación de un escenario que permita densificar las relaciones entre todos los actores del Sistema Productivo Local, y sirva para identificarse con una imagen y estrategia común.

## Capítulo IV Metodología

### IV.1 Introducción

La revisión efectuada de los capítulos anteriores, nos ha permitido encontrar suficiente justificación teórica sobre cuáles son las características de los Distritos Industriales o en su versión, los Sistemas Productivos Locales. Una de las cuestiones más significativas es que, entre estas características existen factores tales como los rasgos socioculturales de una comunidad, de características históricas naturales de un área geográfica o características técnicas de los sistemas de producción relacionados con el conocimiento tácito, es decir, el distrito no es sólo un sistema productivo, sino también una comunidad local y un sistema de valores. Es precisamente este complejo conjunto de factores que van a contextualizar de forma muy distinta cada uno de estos espacios productivos, por su connotación endógena, es lo que lleva a Becattini (1979) a proponer cambiar la unidad de análisis basada en el sector al que pertenece la actividad, por el análisis del lugar en el que se realiza la producción Trullén (2010). Esta argumentación nos lleva a proponer el estudio de caso como técnica más adecuada para conocer como objeto de este trabajo de investigación, qué factores están influyendo en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena para que exista una muy baja tasa en proyectos de cooperación interempresarial desde una perspectiva horizontal (cooperación-competencia), como se ha podido evidenciar en los estudios previos de investigación<sup>10</sup>.

### IV.2 Objetivos e hipótesis

Partiendo de los antecedentes teóricos de investigación reflejados en el capítulo 2, el objetivo de éste trabajo, enmarcado en estudio de caso, consiste en detectar qué factores promueven o dificultan la cooperación interempresarial en su perspectiva cooperación-competencia en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de

---

<sup>10</sup> Véase capítulo de antecedentes de investigación.

Lucena. Se pretende encontrar alguna relación entre cooperación y los siguientes factores:

1. Capital social
2. Bajo sentimiento de pertenencia a un SPL
3. Factores socioculturales
4. Factores intrínsecos de la organización empresarial.

Para ello nos planteamos las siguientes hipótesis:

**H1.-** A menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el SPL.

**H2.-** Si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local, éste desincentiva la cooperación.

**H3.-** Si existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación

**H4.-** Factores intrínsecos de la organización tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa determinan el nivel de cooperación interempresarial.

Para el contraste de hipótesis se han tenido en cuenta el diseño de distintas variables o indicadores que permitan medir el grado de justificación del modelo teórico. En base al bagaje teórico, el *Cuadro IV-1* enumera las variables utilizadas en función de las hipótesis.

**Cuadro IV-1 Hipótesis y variables**

<b>Hipótesis</b>	<b>Variable utilizada</b>
H1.- A menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el SPL.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intensidad de las relaciones entre empresas</li> <li>2. Intensidad de las relaciones entre las empresas y las instituciones</li> <li>3. Nivel de asociacionismo</li> </ol>
H2.- Si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local, éste desincentiva la cooperación.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Imagen interiorizada de SPL</li> <li>2. Sentimiento de pertenencia al SPL</li> <li>3. Grado de individualismo en las actuaciones empresariales</li> <li>4. Conocimiento de los beneficios del SPL</li> </ol>
H3.- Si existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valores lealtad y compromiso</li> <li>1. Confianza para cooperar</li> </ol>
H4.- Factores intrínsecos de la organización tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa determinan el nivel de cooperación interempresarial.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Interés por la cooperación empresas monofase</li> <li>3. Interés por la cooperación empresas que incorporan mayor número de fases y comercialización</li> <li>4. Interés por la cooperación empresas en las que en sus estructuras organizativas incorporan mandos intermedios con alto poder de decisión.</li> <li>5. Interés por la cooperación empresas que incorporan mandos intermedios que provienen de otras empresas.</li> <li>6. Cultura empresarial cortoplacista</li> </ol>

*Fuente: elaboración propia*

### **IV.3 Justificación metodológica**

#### **IV.3.1 Estudio de caso**

No hay más que indagar en la bibliografía científica sobre las organizaciones y podremos comprobar que existen innumerables trabajos empíricos que son incuestionablemente citados y altamente considerados, entre otros, el que realizó Elton Mayo (1933) en la Western Electric Company y que dio lugar a la escuela de



las relaciones humanas o los estudios de Mintzberg (1973) sobre la naturaleza del trabajo directivo. Esto no da una idea de las aportaciones que el estudio de casos ha hecho a través de innumerables trabajos que engrosan una vasta bibliografía de corte sociológico y antropológico Platt (1988), Yin (1981:1989).

De acuerdo con Yin (1989), los estudios de caso son una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son evidentes, y en la que se utilizan múltiples fuentes de evidencia, en este sentido, la estrategia de indagación en el estudio de caso, se caracteriza por tratar de interpretar un fenómeno en el contexto en el que tiene lugar Cronbach, (1975), enfocándose en descripciones y explicaciones holísticas, en definitiva, la característica definitoria más simple del estudio de caso es el objeto de estudio, es decir, el *caso* Merriam, (1998). Shith, (1978) define el estudio de caso como un sistema delimitado y Stake, (1994) añade que es un sistema integrado, por tanto, es una entidad simple, una unidad alrededor de la cual existen fronteras Merriam, (1998) y Miles y Huberman (1994) lo consideran como un tipo de fenómeno que ocurre en un contexto delimitado, por último, Wilson, (1979) lo define como un proceso en el que se trata de describir, analizar e interpretar una entidad en términos cualitativos, complejos y completos, asimismo, el método permite el uso de indicadores tanto cualitativos como cuantitativos.

De entre las diversas tipologías de estudios de caso, es de particular interés en nuestra investigación, los estudios descriptivos. La función de esta técnica es la de describir, de la manera más completa posible, el objeto de estudio (Yin, 1989). De esta manera, presentan una descripción completa del objeto de análisis en relación con su contexto, es decir, analizan cómo ocurre un fenómeno dentro de su contexto real (Bonache, 1999). Entre sus posibles beneficios permite identificar los elementos clave o variables que inciden en un fenómeno (Snow y Thomas, 1994). Rialp (1998) señala que, si bien esta clase de estudios no goza aún del

reconocimiento que merece a nivel científico, no hay descripción rigurosa sin una cierta selección y/o análisis e interpretación de la información disponible.

#### **IV.3.2 Diseño metodológico**

Con el propósito de encontrar las razones de la falta de cooperación en función de aspectos socioculturales inmersos en la cultura empresarial o el sentimiento de pertenencia, la influencia del capital social en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena o factores intrínsecos de las propias organizaciones empresariales, hemos optado por realizar un diseño que integra técnicas cuantitativas y cualitativas al objeto de aportar una perspectiva más cercana de la concepción de la cooperación, teniendo en cuenta que contiene un aporte elevado de factores más interesantes de medir a través líneas discursivas tales como el capital social, factores socioculturales, valores o la importancia de las experiencias negativas en la cooperación.

Tanto para el diseño cuantitativo como para el cualitativo, se han utilizado fuentes primarias que por la propia delimitación territorial del trabajo de investigación consistente en el análisis de los factores que condicionan la cooperación en el SPL de Lucena, se han centrado en la generación de información endógena proveniente de los integrantes del SPL, tanto empresas que están presentes, como instituciones que o están presentes o tienen su área de actuación en la propia localidad de Lucena, donde está inserto el SPL del sector del mueble.

#### **IV.3.3 Diseño cuantitativo**

En cuanto al diseño cuantitativo como se ha justificado anteriormente, se ha optado por la utilización de fuentes primarias, para ello nos hemos apoyado en el uso de la encuesta como técnica válidamente aceptada y que se nos puede aportar luz a un primer nivel de conocimiento sobre aquellos factores que pueden incidir en la cooperación y que van más allá de lo perceptible.

*Típicamente, las encuestas buscan información sobre la propia conducta y experiencia del individuo, valores y actitudes, características personales y*

*circunstancias sociales. Pero, con frecuencia también buscan información que va más allá del individuo, extendiéndose a sus relaciones, interacciones o actividades con otra gente; proporcionando información sobre contextos sociales, grupos, vecindarios y acontecimientos de los que tienen experiencia” (Hakim, 1994:52)*

#### **IV.3.3.1 Encuesta**

La encuesta está formada por 21 ítems con respuestas cerradas y divididas en cuatro bloques que obedecen al agrupamiento de variables o conceptualizaciones dirigidas a contrastar las hipótesis del trabajo de investigación.

##### **IV.3.3.1.1 Tipología de la empresa.**

En este bloque se pretende conocer las características más importantes de las empresas de cara a categorizarlas para un análisis posterior en función de su tamaño, fases de producción incluidas en su ciclo productivo, tipo de estructura organizacional o a qué mercado está dirigida la fabricación de sus productos.

**Cuadro IV-2 Bloque cuestionario tipología de empresa**

<b>Bloque</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Ident.Variable</b>	
1.- Tipología de la empresa	Tipo de empresa en función de los años desde su creación	2	V02_1B_T_edad
	Nº de trabajadores	3	V03_TRABAJADORES
	Qué tipo de empresa en función del tamaño	4	V03_1D_T_tamaño
	¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción?	5	V04_1E_T_fases
	Tipo de estructura organizacional	6	V05_1F_T_estructura
	Producción dirigida al mercado del SPL	7	V06_1G_T_Mdo_SPL
	Producción dirigida al mercado Regional	8	V07_1G_T_Mdo_AND
	Producción dirigida al mercado nacional		V08_1G_T_Mdo_NAC
	Producción dirigida al mercado Extranjero	9	V9_1G_T_Mdo_EXT

*Fuente: elaboración propia*

#### ***IV.3.3.1.2 Perspectiva de integración en el SPL del sector del mueble de Lucena***

Se pretende en este bloque de preguntas conocer cuál es la perspectiva que tienen las empresas sobre la propia imagen externa del SPL, su integración dentro del mismo o si favorece esta integración o no, así como la intensidad de las relaciones con otras empresas

***Cuadro IV-3 Bloque cuestionario Perspectivas de integración en el SPL del sector del mueble de Lucena***

<b>Bloque</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Ident.Variable</b>	
2.- Perspectiva de integración en el SPL del sector del mueble de Lucena	Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena	10	V10_2A_Integrada_SPL
	Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL	11	V11_2B_Intens_Rel_LUCENA
	Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL	12	V12_2B_Intens_Rel_fuera_LUCENA
	Pertenecer a un SPL favorece a su empresa	13	V13_2C_SPL_favorece
	Como cree que es la imagen externa del SPL	14	V14_2D_imagen_ext_SPL

*Fuente: elaboración propia*

#### ***IV.3.3.1.3 Perspectiva de integración en el SPL del sector del mueble de Lucena***

Con este bloque de preguntas se pretende conocer la intensidad de relaciones tanto a nivel interno como a nivel externo. A nivel interno se trata de medir el grado de cohesión con empleados que ocupen puestos de responsabilidad y así poder observar si el nivel de cohesión repercute en la relación con otras empresas. A nivel externo, tratamos de conocer cuál es la intensidad de las relaciones entre las empresas y las instituciones locales, esto nos puede dar una idea del capital social que existe en SPL. Por último, se incorpora una pregunta sobre si tienen empleados en puestos de responsabilidad que provengan de otras empresas, al objeto de conocer si los lazos de unión existentes entre estos trabajadores y las empresas de las que provenían pudieran ser útiles para entablar relaciones inter-empresariales que condujeran a proyectos comunes.

**Cuadro IV-4 Bloque cuestionario Relaciones internas y externas**

Bloque	Pregunta	Ident.Variable	
3.- Relaciones internas y externas	Frecuencia de reuniones de trabajo con las personas de su empresa que ocupan puestos de responsabilidad	15	V15_3A_Frec_reun_Intern
	Tiene empleados que provengan de otras empresas en puestos de responsabilidad	16	V16_3B_empl_Otras_emp
	Pertenece a alguna Asociación de Empresarios	17	V17_3C_Pert_Asoc
	Relación con Ayuntamiento (nº de veces en los dos últimos años)	18	V18_3D_Ayto
	Relación con Asoc. Empresarios (nº de veces en los dos últimos años)	19	V19_3D_Asoc_Emp
	Relación con CEMER (nº de veces en los dos últimos años)	20	V20_3D_Esc_Md
	Relación con CITMA (nº de veces en los dos últimos años)	21	V21_3D_CITMA
	Relación con EXTENDA (nº de veces en los dos últimos años)	22	V22_3D_Extenda

Fuente: elaboración propia

#### **IV.3.3.1.4 Experiencia en proyectos de cooperación con otras empresas**

Al objeto de medir aquellos aspectos que tienen que ver directamente con la cooperación, se han formulado una serie de preguntas en torno a tres ejes:

a) Factores motivadores

El grado de confianza para compartir proyectos de cooperación con empresas del SPL o la percepción de que valores como el compromiso o la lealtad están presentes en las relaciones con las empresas que integran el SPL, son realmente factores que incentivan o desincentivan, según el signo el interés de emprender proyectos comunes.

b) Experiencia en proyectos de cooperación y sus resultados

Se trata de conocer la actividad existente de proyectos de cooperación de las empresas del SPL. Para ello se ha querido distinguir en tres

posibles escenarios, dentro del SPL competencia o no, fuera del SPL y de otro sector diferente al del mueble.

**Cuadro IV-5 Cuestionario. Matriz de resultados de las experiencias de cooperación**

Cooperación con empresas del SPL	Empresas fuera del SPL
Que son competencia	Que sean o no competencia
Que NO son competencia	
Que no pertenezcan al sector del mueble	

*Fuente: elaboración propia*

Por otra parte se pretende conocer los resultados de la experiencia en proyectos de cooperación, cuál han sido los resultados y si estos influirían en futuros proyectos de cooperación

c) Percepción de los beneficios de la cooperación

Por una parte, para aquellos que no han tenido la experiencia en proyectos empresariales con otras empresas, se les pregunta cuál es su realidad frente a la cooperación inter-empresarial; se trata de ver cómo percibe la cooperación, sus beneficios y cual son sus expectativas, al objeto de conocer si existe una motivación negativa en la cooperación y cuál es el grado y la significación de ésta, por otra, con la intención de profundizar más sobre la percepción sobre la necesidad o el beneficio de emprender proyectos de cooperación se les pregunta que cómo consideran la cooperación con empresas del SPL como estrategia

**Cuadro IV-6 Bloque cuestionario. Experiencia en proyectos de cooperación con empresas**

Bloque	Pregunta		Ident.Variable
4.- Experiencia en proyectos de cooperación con otras empresas	Confianza en otras empresas del SPL de Lucena para compartir un proyecto de cooperación empresarial	23	V23_4A_confianza_coop
	Cree que valores como el compromiso o la lealtad se encuentran entre las empresas con las que convive en el SPL de Lucena	24	V24_4B_valores_comp
	Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia	25	V25_4C_Coop_SPL_comp
	Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que NO son competencia	26	V26_4C_Coop_SPL_N_comp
	Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas fuera del SPL	27	V27_4C_Coop_N_SPL
	Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas que no pertenecen al sector del mueble	28	V28_4C_Coop_N_secMueble
	Experiencia cooperando en proyectos empresariales con cualquier TIPO DE EMPRESA	29	V29_4C_RES
	Resultado experiencia coop. proy. empres. con empresas del SPL que son competencia	30	V30_4D_EX_Coop_SPL_comp
	Resultado experiencia coop. proy. empres. con empresas del SPL que NO son competencia	31	V31_4D_EX_Coop_SPL_N_comp
	Resultado experiencia coop. proy. empres. con empresas que no son del SPL	32	V32_4D_EX_Coop_N_SPL
	Resultado experiencia coop. proy. empres. con empresas que no son del sector del mueble	33	V33_4D_EX_Coop_N_secMueble
	Resultado de la experiencia cooperando en proyectos empresariales con cualquier TIPO DE EMPRESA	34	V34_4D_RES
	SI NO HA TENIDO EXPERIENCIA cooperando con otras empresas en proyectos empresariales, cuál es la situación que mejor refleja su realidad	35	V35_4E_S_EXP_Interes
	Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia	36	V36_4F_Coop_Como_extrat

Fuente: elaboración propia

#### IV.3.3.2 Población y muestra

La investigación de este trabajo está centrada en el SPL del sector del mueble de Lucena, así nuestra población consideramos que está comprendida por aquellas

empresas que están instaladas en la localidad de Lucena y que tienen como actividad empresarial las incluidas en el código 310 fabricación de muebles del CNAE 2009 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas). Como fuente secundaria para la obtención del número de empresas segmentada por nº de empleados, se ha utilizado Camerdata<sup>11</sup> (Tabla IV-1).

**Tabla IV-1 Relación población/muestra empresas CNAE 2009 nº 310**

Nº trabajadores	Población	% población	Afijación propor.	Afijación no prop.	% muestra	Coef. Pond.
1 a 5 empleados	88	61,5%	27	27	61,4%	1,00
6 a 10 empleados	25	17,5%	8	8	18,2%	0,96
11 a 25 empleados	14	9,8%	4	3	6,8%	1,44
26 a 50 empleados	11	7,7%	3	3	6,8%	1,13
más de 50 empleados	5	3,5%	2	3	6,8%	0,51
	143	100%	44	44	100%	1,00

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la muestra, hemos optado dentro de la modalidad de muestreos probabilísticos, por el muestreo aleatorio estratificado con afijación no proporcional, y una ponderación según se detalla en la Tabla IV-1. El motivo de la decisión por esta modalidad ha sido el interés porque se vean representadas las diferentes tipologías de empresas en función de su tamaño, ya que las de un tamaño mayor son un número muy reducido de la población y sin embargo representan un segmento determinante en los procesos de cooperación en los SPL, fundamentalmente por la necesidad que les conlleva el asociarse para proyectos de exportación o innovación entre otros.

---

<sup>11</sup> Camerdata S.A es la empresa que explota las bases de datos de las principales Cámaras de Comercio de España, entre ellas la de Córdoba, donde provienen los datos de las empresas de Lucena



### ***IV.3.3.3 Trabajo de campo***

Una vez se diseñó y elaboró el cuestionario de la investigación, para comprobar la consistencia de las respuestas y la duración de su aplicación, se realizó un pre-test a cinco casos, en las que además de contestar a las preguntas del cuestionario, se les preguntó sobre la comprensión y complejidad de las mismas, no observando problemas en las preguntas ni en el tiempo necesario para su desarrollo, se decidió no realizar modificación alguna y dar por definitivo el modelo de cuestionario diseñado.

Posteriormente a la confirmación del diseño, entre los meses de mayo a junio de 2016, se llevó a cabo la recogida de información teniendo en cuenta el método de muestreo. El procedimiento seguido fue el envío de un mail en el que se informaba sobre la investigación que se estaba llevando a cabo, sus objetivos e interés de la misma, posteriormente se contactaba con el gerente de la empresa al que se hacía alusión a dicha investigación, procediendo a una explicación más exhaustiva y se le invitaba a participar con la cumplimentación del cuestionario. Hay que señalar la gran dificultad con la que hemos convivido a la hora de intentar llegar al mayor número de casos, teniendo en cuenta el máximo de representación de las diferentes tipologías en cuanto a la variable estratégica tamaño de empresa (en función del número de trabajadores), se les envió un mail a las 143 empresas que conformaban el total de la población y se contactó por vía telefónica con un total de 54 empresas debido a que 10 de ellos argumentaron no estar interesados y siguiendo el mismo criterio de estratificación se contactó con la misma cantidad al objeto de completar el total de la muestra, 44 cuestionarios, una tasa de respuesta del 30,8%. Hay que insistir en que la dificultad para contactar con los empresarios y que cumplimentaran el cuestionario fue mayúscula, las empresas pequeñas, en la mayoría de los casos argumentan carecer de tiempo para contestar el cuestionario, y nos emplazaban continuamente para otro día, las empresas con un mayor tamaño, la dificultad consistía en poder contactar con el gerente, lo cual nos obligó a realizar repetidas llamadas hasta poder conseguir su colaboración.

#### IV.3.4 Diseño cualitativo

##### IV.3.4.1 Justificación

Dicotomía cuantitativo-cualitativo, existen innumerables trabajos que tratan de identificar y posicionar bondades y deficiencias de cada una de estas técnicas, “Ibáñez (1979:44) en su texto clásico sobre el grupo de discusión, publicado en 1979 con el título *Más allá de la sociología*, hay una sección acerca de la superioridad y anterioridad lógica y práctica de la tecnología lingüística sobre la tecnología estadística” (Cea D’Acona, 2009:42), por otro lado, Conde (1990) distingue, en su “estado de las relaciones entre las técnicas cualitativas y cuantitativas”, dos posturas básicas: la de quienes proponen extender la lógica estadística al análisis cualitativo, negando la especificidad de la metodología cualitativa [...] y la de quienes se muestran a favor de la complementariedad de ambas metodologías, pero basada en el respeto de la especificidad de cada una de ellas. Posición en la que Conde ubica a Ortí (1989) y a Alonso (1988), y a la que denomina complementariedad no articulada.” (Cea D’Acona, 2009:44). Nuestro interés está en usar ambas metodologías con la complementariedad de la que hace mención los autores Ortí y Alonso para tratar llegar con el método cualitativo a “observar la realidad” como dice De Miguel:

“A pesar de la gran variedad de géneros, tonos y estilos con que he investigado, ha algo en común a todas las publicaciones: el dato. No escribir si no es con información previa. Sólo que los datos no tienen por qué ser sólo estadísticos o respuestas a una encuesta, sino cualquier manifestación empíricamente manipulable de lo que ocurre en la realidad de modo significativo. Entiendo que no podrá hacerse un estudio suficiente de la estructura social española mientras no se agote un poco más la inmensa capacidad desaprovechada de analizar un sinnúmero de datos inéditos. Están ahí, retando a la curiosidad de los investigadores sociales, mil tipos diferentes de materiales impresos: textos escolares, novelas, cómics, revistas de todo tipo, periódicos, programas de televisión, panfletos,

boletines, discursos, etc. Junto a ello la observación de una variedad de situaciones humanas, desde las asociaciones de vecinos hasta las subastas, las asambleas estudiantiles o las reuniones de los colegios profesionales. No podremos llamar Sociología a lo que hacemos mientras todas esas oportunidades de observar la realidad continúen inexploradas” (De Miguel, 1973: 48-49)

La técnica cualitativa por la que hemos optado ha sido el grupo de discusión, técnica encuadrada en la familia de las entrevistas grupales, que autores como (Ibañez, 1979), (Morgan, 1988), Stewart y Shamdasani, 1990) o (Krueger, 1991) con enfoques diferentes en sus trabajos coinciden en destacar dos aspectos, el primero en la referencia a Merton en sus escritos sobre la entrevista focalizada y el segundo consiste en resaltar, precisamente, el mayor desarrollo y aplicación de los grupos de discusión (o focalizados) en el campo de la investigación de mercados, en la investigación social. En esta última, donde la técnica tuviera sus orígenes, se habría producido una especie de redescubrimiento y se vendría trabajando en el retorno de la técnica (Cea D´Acona, 2009:281).

En el tiempo transcurrido desde el trabajo pionero de Merton, los grupos focalizados se han convertido en una importante herramienta de investigación para científicos sociales aplicados como los que trabajan en la evaluación de programas, el marketing, las políticas públicas, la publicidad y las comunicaciones (Stewart & Shamdasani, 1990:10)

La popularidad de la técnica está creciendo entre otros investigadores, como científicos sociales, evaluadores, planificadores y educadores... Los científicos sociales están redescubriendo finalmente los grupos de discusión. El trabajo pionero de Merton ha permanecido hibernado en las ciencias sociales durante décadas. (Krueger, 1991:25-26)

#### ***IV.3.4.2 Grupos de discusión***

En nuestro interés por adentrarnos en la realidad del propio Sistema Productivo Local, de explorar cualquier observación o perspectiva que se pudiera dar entre los diferentes actores de este peculiar fenómeno como espacio productivo, los SPL están imbricados en un escenario en el que el capital social y los factores socioculturales tienen un peso importante en la toma de decisiones, calando las capas de los diferentes contextos como son el familiar, social o empresarial donde los actores tienen distintos roles, diseñamos dos grupos de discusión que representaran en su mayor medida las perspectivas de los dos niveles más implicados, empresarios e instituciones.

El criterio que se utilizó para la creación de los dos grupos de discusión atendió a dos principios básicos, heterogeneidad entre los grupos y homogeneidad interna, el Grupo de discusión de empresarios integrantes del SPL de Lucena (GDE) estaba constituido por seis directores gerentes de empresas que representaban de una forma lo más equitativa posible las diferentes tipologías en función del tamaño de empresa y el Grupo de discusión de instituciones que tienen presencia en el SPL de Lucena (GDI), estaba formado 6 representantes de cada una de estas instituciones.

#### ***IV.3.4.3 Nomenclatura utilizada para el análisis cualitativo***

Para el análisis, nos hemos ayudado del software especializado en análisis cualitativo Atlas.ti. La transcripción de los dos grupos de discusión se realizó en un documento de audio y posteriormente también en un solo documento de texto, esto explica que las citas sean consecutivas para ambos grupos. Para una lógica identificación en este trabajo se han etiquetado con el número de orden -[n] - en el que se codificaron. A su vez para una mejor comprensión sobre la línea discursiva de los participantes, se han tenido en cuenta las siguientes nomenclaturas:

#### ***Cuadro IV-7 GDE Empresarios integrantes del SPL de Lucena***

*Factores que condicionan la cooperación interempresarial en los SPL.*

GDE Empresarios integrantes del SPL de Lucena				
Id.	Empresa	Nº Trab.	Año fundación	Estruct. Org. <sup>12</sup>
E1	E1 Empresa	80	1987(GS)	Compleja
E2	E2 Empresa	62	2000(FF)	Compleja
E3	E3 Empresa	32	1985(CN)	Compleja
E4	E4 Empresa	10	1998(HR)	Gerente
E5	E5 Empresa	9	2015(XM)	Básica
E6	E6 Empresa	8	1989(DP)	Gerente

Fuente:

*elaboración propia*

#### **Cuadro IV-8 GDI Instituciones que tienen presencia en el SPL de Lucena**

GDI Instituciones que tienen presencia en el SPL de Lucena	
Id	Institución
I1	I1.Institución pública local
I2	I2.Institución regional con presencia en el SPL
I3	I3.Institución privada con presencia en el SPL
I4	I4.Asociación con presencia en el SPL
I5	I5.Organización sindical 1
I6	I6.Organización sindical 2

Fuente:

*elaboración propia*

#### **IV.3.4.4 Trabajo de campo**

En cuanto al trabajo de campo relacionado con los grupos de discusión, estos se realizaron en octubre 2016. El lugar en el que se celebraron fue en el centro que el IAT (Instituto Andaluz de Tecnología), antes CITMA, tiene en la población de Lucena, la duración de cada sesión fue de 2,5 horas realizadas en horario de tarde. El procedimiento que se siguió para la captación de los miembros de los grupos fue la toma de contacto con aquellas empresas que estratégicamente cumplían con el

<sup>12</sup> Estructura organizativa Compleja: Gerente, + Jefes de departamento (administración, comercial, etc.) + Jefes de taller + resto de operarios, Básica: Gerente + Jefes de Taller + resto de operarios, Gerente: Gerente como único decisor

perfil de la representación según la muestra fijada y que habían participado en la encuesta, en este caso, aun con ciertas dificultades, el acceso fue significativamente mejor, sobre todo con empresas de mayor tamaño, sin embargo con las empresas de un tamaño menor seguíamos encontrándonos con bastante dificultad, en este caso, aquellas que habían accedido a hacer el cuestionario, para acudir a la realización del grupo de discusión decían no tener tiempo suficiente. La puesta en contacto fue por vía telefónica y un mail. Se contactó con 10 empresas, declinando en el último momento 4 de ellas ante la imposibilidad de asistir por imprevistos. En cuanto al grupo de instituciones, el procedimiento de contacto fue el mismo, si bien existió una predisposición absoluta a la participación mostrando un gran interés por el tema.

En cuanto al desarrollo de las sesiones de los dos grupos de discusión, se les ofreció unas líneas discursivas a modo de posible esquema, haciéndoles hincapié en que el método permite la no utilización de ningún esquema y que por lo tanto expusieran con total libertad sus inquietudes y planteamientos.

#### IV.4 Modelo de encuesta

## Encuesta

### **Factores que condicionan la cooperación en los Sistemas Productivos Locales**

TITULARES DE LA INVESTIGACIÓN

Doctorando: Juan Herrera Ballesteros ([juanherrera@uma.es](mailto:juanherrera@uma.es))

Director de tesis: Francisco Alberto Vallejo Peña ([favallejo@uma.es](mailto:favallejo@uma.es))

#### OBJETO DEL CUESTIONARIO

El presente cuestionario forma parte del trabajo de campo de una tesis doctoral llevada a cabo en el Área de Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Málaga. Su objetivo es ayudar a conocer los factores que condicionan a las empresas que forman parte de Sistemas Productivos Locales a la hora de crear alianzas o acuerdos de cooperación entre sí.

#### TRABAJO DE CAMPO

UNIVERSO: El cuestionario se realizará entre las empresas del Sistema Productivo Local del Sector del Mueble de Lucena.

#### USO DE LOS DATOS

La información del presente cuestionario se utilizará exclusivamente como fuente primaria de la mencionada investigación y en ningún caso se hará pública citando de forma expresa a los titulares de manera que se pueda relacionar la información con el encuestado.

El nombre de la empresa sólo se utilizará a modo de poder identificar el cuestionario, sin embargo, en ningún caso se hará público.

#### DEFINICIONES

SPL (Sistema Productivo Local) del Sector del Mueble de Lucena. Consideramos como miembros de este SPL a todas aquellas empresas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Lucena y que tienen como principal actividad la fabricación del mueble, en todas sus fases o en cualquiera de ellas. \*Obligatorio

### 1.- Tipología de la empresa

---

Se trata de conocer las características básicas de la empresa para su posterior segmentación

1.

a) **Nombre de la empresa \***

.....

2.

b) **Año de fundación \***

.....

3.

c) **¿Su actual empresa proviene de una refundación de otra empresa que anteriormente haya dirigido? \*** Marca solo un óvalo.

Sí

No

4.

d) **Nº de trabajadores \***

.....

5.

e) **¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción? (puede seleccionar varias respuestas) \*** Selecciona todos los que correspondan.

Diseño del producto

Productos semiterminados. (Ejemplo piezas en crudo o piezas que luego serán montadas por terceras empresas)

Acabado del producto (barnizados, lacados, etc.)

Montaje final

Comercializa sus productos con otros fabricantes

Comercializa sus productos con mayoristas

Comercializa sus productos con minoristas



6.

f) **Cuál de estas estructuras organizativas se asemeja a la de su empresa \***

Marca solo un óvalo.

- Gerente + resto de operarios
- Gerente + Jefes de Taller + resto de operarios
- Gerente, + Jefes de departamento (administración, comercial, etc.) + Jefes de taller + resto de operarios

7.

g) **Hacia qué mercado va dirigida su producción \*** Marca solo un óvalo por fila.

	Nada	menos del 25%	entre el 25 y 50%	entre el 50 y 75%	más del 75%
Local (SPL Lucena)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andalucía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Extranjero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 2.- Perspectiva de integración en el SPL del sector del mueble de Lucena

En las siguientes preguntas el objetivo es conocer el rol que representa el SPL en las empresas y la perspectiva que tienen las empresas de este rol

8.

a) **Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena \***

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
nada integrada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	integrada

9.

b) **Con qué intensidad y de qué tipo de relaciones tiene con empresas del SPL el Sector del Mueble de Lucena \*** Marca solo un óvalo por fila.

	Intensas	Poco intensas	No hay realmente relación
Con empresas competidoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas NO competidoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.

**c) ¿Cree que pertenecer a un Sistema Productivo Local favorece a su empresa? \***

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Más bien me perjudica por la competencia que hay dentro

11.

**d) ¿Cómo cree que es la imagen externa del SPL del sector del mueble de Lucena? \***

Marca solo un óvalo.

- Como imagen de CONJUNTO DE EMPRESAS INTEGRADAS y que COOPERAN entre sí
- Empresas RELACIONADAS y que existen ALGUNOS PROYECTOS COMUNES entre ellas.
- Empresas POCO RELACIONADAS y que NO COOPERAN entre sí
- Empresas DISPERSAS e INCONEXAS del sector de la madera.

### 3.- Relaciones internas y externas

---

Las siguientes preguntas tratan de conocer qué tipo de relaciones se dan tanto internamente en la empresa como con agentes externos

12.

**a) ¿Con qué frecuencia tiene reuniones de trabajo con las personas de su empresa que ocupan puestos de responsabilidad? \* Marca solo un óvalo.**

- Todos los días
- De dos a cuatro veces a la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Sólo en situaciones excepcionales
- Sólo cuando hay problemas que solucionar

13.

**b) ¿Tiene empleados que provengan de otras empresas en puestos de responsabilidad? \* Marca solo un óvalo.**

- Sí
- No

14.

c) **¿Pertenece a alguna Asociación de Empresarios? \* Marca solo un óvalo.**

- Sí, acudo normalmente a las reuniones o jornadas que a las que me citan
- Sí, pero no acudo con normalidad a reuniones
- No pertenezco a ninguna asociación.

15.

d) **Con qué frecuencia tiene relaciones con las siguientes instituciones (nº de veces en los dos últimos años) \* Marca solo un óvalo por fila.**

	No hay realmente relación	menos de 2 veces	de 2 a 5 veces	más de 5 veces
Ayuntamiento (Área de Desarrollo Local)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asociación de Empresarios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escuela de la Madera del SAE (antiguo CEMER)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CITMA (Centro de la Madera y el Mueble)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 4.- Experiencia en proyectos de cooperación con otras empresas

Las siguientes preguntas proporcionan información sobre la actividad de cooperación con otras empresas.

En este estudio de investigación, se considera proyecto de cooperación cualquier acuerdo con otras empresas para fabricar o comercializar conjuntamente productos, así como proyectos de I+D+I.

16.

a) **¿Tiene confianza en otras empresas del SPL de Lucena para compartir un proyecto de cooperación empresarial? \* Marca solo un óvalo.**

- Sí y estaría interesado en estudiar su viabilidad
- Sí tengo confianza, aunque no la suficiente para emprender algún proyecto en común
- Tengo relaciones con otras empresas pero no me inspiran confianza para emprender un proyecto en común
- No tengo confianza

17.

**b) ¿Cree que valores como el compromiso o la lealtad se encuentran entre las empresas con las que convive en el SPL de Lucena? \* Marca solo un óvalo.**

- Sí, son valores que destacan entre las empresas del SPL de Lucena
- Son valores que tienen MUCHAS empresas del SPL de Lucena
- Son valores que tienen POCAS empresas del SPL de Lucena
- Son valores INEXISTENTES en el SPL de Lucena.

18.

**c) ¿Qué tipo de experiencia tiene cooperando en proyectos empresariales con otras empresas?**

*Ejemplos: Proyectos de I+D+i, fabricación y/o comercialización compartida de productos, proyectos de exportación conjunta. Marca solo un óvalo por fila.*

	No tengo experiencia	En alguna ocasión	Con regularidad
Con empresas del SPL de Lucena que son competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas del SPL de Lucena que NO son competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas fuera del SPL de Lucena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas que no pertenecen al sector del mueble	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19.

**d) Marque la situación que mejor refleja su realidad CON RESPECTO A LA EXPERIENCIA que haya tenido cooperando en proyectos empresariales con otras empresas.**

*Ejemplos: Proyectos de I+D+i, fabricación y/o comercialización compartida de productos, proyectos de exportación conjunta. Marca solo un óvalo por fila.*

	No he tenido	MAL, pero repetiría	MAL y NO repetiría	BIEN y repetiría	BIEN, pero NO repetiría
Con empresas del SPL de Lucena que son competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas del SPL de Lucena que NO son competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas fuera del SPL de Lucena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con empresas que no pertenecen al sector del mueble	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20.

e) **SI NO HA TENIDO EXPERIENCIA cooperando con otras empresas en proyectos empresariales marque la situación que mejor refleja su realidad (puede seleccionar varias respuestas)** Selecciona todos los que correspondan.

- No considero la cooperación necesaria para ser competitivo y no voy a emprender ningún tipo de proyecto con otras empresas.
- Con empresas que puedan ser competencia, en ningún caso estaría dispuesto a cooperar en proyectos empresariales
- No está dentro de las opciones que barajo actualmente
- Estaría dispuesto a estudiar su viabilidad si me lo propusieran
- Debido al tamaño de mi empresa, para ser competitivo necesito tener alianzas
- Estoy activamente buscando posibles alianzas con otras empresas pero no encuentro interesados
- Otro: .....

21.

f) **¿Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia?** \* Marca solo un óvalo.

- Cooperar con otras empresas podría acarrearle más problemas que beneficios.
- Puede ser interesante pero no la creo necesaria para el desarrollo de mi empresa
- Puede ser interesante aunque no es vital
- Creo que es necesaria para ser más competitivo.

## Capítulo V **Resultados**

En base a lo expuesto en el capítulo anterior sobre la metodología utilizada en este trabajo de tesis, en este capítulo se van a describir y analizar los resultados de la encuesta realizada a empresas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, para ello hemos utilizado un análisis cuantitativo de corte descriptivo, al objeto de tratar de contextualizar y apoyar la teoría que emerja de los discursos que provienen de los dos grupos de discusión realizados a empresarios e instituciones del Sistema Productivo Local y que son los que sustancian los hallazgos de la realidad que acontece según lo explicado por los propios protagonistas.

### **V.1 Resultados: análisis cuantitativo**

En cuanto al análisis cuantitativo, se llevará a cabo a través de un descriptivo de la muestra que detalle su composición en relación a los distintos valores alcanzados por las variables más significativas del estudio Miquel et al., (1996). Esta tarea va a consistir en la exploración, ordenación y presentación de los datos en tablas y gráficos, así como en el cálculo de algunos estadísticos (porcentajes) de forma que resuman la información contenida y faciliten su comparación.

#### **V.1.1 Tipología de las empresas de la muestra**

En este primer bloque se trata, por una parte, de contextualizar y conocer de manera generalizada el conjunto de empresas que forman el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena y por otra, conocer determinados indicadores tales como el tamaño de la empresa o su estructura organizativa, al objeto de conocer si éstos son factores que condicionan la toma de decisiones a la hora de cooperar con otras empresas.

##### **V.1.1.1 Antigüedad y tamaño de las empresas**

Son empresas que en su mayoría (86,4%) tienen más de 10 años de antigüedad y sólo el 4,5% tienen menos de cinco años. En cuanto al tamaño algo más de tres cuartas partes (77,3% con 34 casos) están formadas por 10 trabajadores o menos,

un 15,9% (7 casos) estaría en la franja intermedia de entre 11 y 50 trabajadores y sólo un 6,8% (3 casos) estaría en franja superior a los 50 trabajadores, con lo cual podemos considerar, teniendo en cuenta la muestra, que la microempresa es la más representada.

**Tabla V-1 Tipo de empresa en función de los años desde su creación**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Menor o igual a 5 años	2	4,5	4,5	4,5
Entre 5 y 10 años	4	9,1	9,1	13,6
Más de 10 años	38	86,4	86,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Fuente: elaboración propia*

**Tabla V-2 Qué tipo de empresa en función del tamaño categorizado en tres niveles**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
10 trabajadores o menos	34	77,3	77,3	77,3
Entre 11 y 50 trabajadores	7	15,9	15,9	93,2
Más de 50 trabajadores	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Fuente: elaboración propia*

**Tabla V-3 Qué tipo de empresa en función del tamaño categorizado en cinco niveles**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
1 a 5 trabajadores	27	61,4	61,4	61,4
Entre 6 y 10 trabajadores	8	18,2	18,2	79,5
Entre 11 y 25 trabajadores	3	6,8	6,8	86,4
Entre 26 y 50 trabajadores	3	6,8	6,8	93,2
Más de 50 trabajadores	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Fuente: elaboración propia*

### V.1.1.2 *Ciclo productivo*

Tal y como hemos visto en el *capítulo 1* sobre la tipología de las empresas que se dan en los sistemas productivos locales, en base a las fases de producción que incorporan, se identifican los siguiente tipos; *empresas que producen bienes finales* y *empresas monofase* (Brusco, 1992). En la encuesta realizada como hemos detallado en el *capítulo 4* y al objeto de obtener la máxima información, se le solicitó que especificaran las fases de producción que incorporaban en la cadena de valor del producto, sin embargo, al objeto de identificar su rol en el Sistema Productivo Local teniendo en cuenta la clasificación de Brusco, hemos hecho la siguiente operacionalización: aquellas empresas que tienen solo fases intermedias de producción, las clasificamos como *empresas monofase* y aquellas otras empresas que tienen todas las fases o alguna de ellas junto con la de comercialización, las clasificamos como *empresas que producen bienes finales*.

En cuanto a la segmentación de las empresas del Sistema Productivo Local según el número de fases que incorporan al ciclo productivo, la tipología con mayor frecuencia está representada por las empresas en las cuales incluyen todas las fases de producción con un 40,9% (18 casos), seguido de aquellas que incorporan las fases finales de acabado y comercialización con un 29,5% (13 casos), frente al 27,3% de los casos que realizan alguna de las fases intermedias o el 2,3% que sólo participa en la fase de comercialización (*¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.*). Sin embargo siguiendo la clasificación de Brusco (2009), un 72,7% están tipificadas como *empresas que producen bienes finales* frente al 27,3% que se considerarían *empresas monofase*.

En cuanto a la conexión con el mercado externo -*empresas que producen bienes finales*-, el segmento de empresas que mantienen una mayor conexión son las que tienen más de 50 trabajadores (100%), seguido de las empresas de entre 11 y 50 trabajadores (71,4%) y por último las empresas que tienen igual o menos de 10 trabajadores (70,6%) (*¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.*), por lo tanto podemos considerar según las observaciones realizadas, que el contacto con el



mercado externo no está totalmente monopolizado por las grandes empresas, existiendo éste en empresas de cualquier tamaño, si bien es verdad que las menores (<50 trabajadores) son las que ocupan el rol de *empresas monofase*

**Tabla V-4 Empresas según fases del ciclo productivo que incorpora**

Tipo empresas		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Monofase	Fases intermedias	12	27,3	27,3	27,3
<i>Empresas que producen bienes finales</i>	Sólo comercialización	1	2,3	2,3	29,5
	Fases finales y comercialización	13	29,5	29,5	59,1
	Todas las fases y comercialización	18	40,9	40,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

### V.1.1.3 Estructura organizativa

En cuanto a la estructura organizativa, atendiendo a la clasificación que Cano, S. (1997) hace con respecto a los modelos organizativos más representativos de la mayoría de las pequeñas empresas en los distritos industriales, se encuentran; el *modelo indiferenciado* que representa la estructura organizativa de las empresas individuales y de las microempresas en el que el poder de decisión recae exclusivamente en el propietario y que coincide con la figura del gerente, el modelo de *diferenciación elemental* que se origina cuando la empresa está constituida por más de un socio y que como consecuencia se reparten responsabilidades y con ella se incrementa la estructura organizativa pasando de simple a funcional y que para este trabajo, aparte de esta situación contempla aquellas empresas en las que la organización está estructurada además del gerente, que es quien tiene el mayor peso de decisión sobre todas las áreas (administración, comercial, producción, etc.), con un segundo nivel orgánico de naturaleza funcional y que se origina con la delegación de la toma de decisiones y organización intrínsecas a la producción (jefes de taller), por último, el *modelo de diferenciación articulado* que está más identificado con las empresas medianas y que contempla una complejidad superior

en su estructura organizativa, con un nivel de mayor diferenciación jerárquica. Este último se puede considerar como una evolución del modelo anterior, en el que el gerente lleva a cabo una delegación de sus funciones (administración, comercial, producción, etc.) generando un nuevo nivel estructural de departamentos o áreas.

**Cuadro V-1 Estructura de los modelos organizacionales**

Estructura organizativa	Modelo indiferenciado	Modelo diferenciación elemental	Modelo diferenciación articulada
Gerente	•	•	•
Jefes de departamento			•
Jefes de taller		•	•
Resto de operarios	•	•	•

Fuente: elaboración propia

Atendiendo a la categorización representada en el *Cuadro V-1 Estructura de los modelos organizacionales*), el 72,7% de los casos corresponden a estructuras organizativas dentro del *modelo indiferenciado*, es decir, la figura del gerente como único componente decisor, en segundo lugar, el 4,5% de las empresas tienen su estructura organizativa según el *modelo de diferenciación elemental*, es decir, estructuras con dos niveles orgánicos, gerente y jefes de taller y por último, el 22,7% tiene una estructura más compleja, en la que está compuesta por gerente, jefes de departamento y jefes de taller correspondiente al *modelo de diferenciación articulada*.

De las empresas del *modelo indiferenciado* cuyo peso de decisión recae exclusivamente en el gerente (72,7%), el 93,8% está representado por empresas con un tamaño igual o menor a 10 trabajadores y el 6,2% con un tamaño intermedio de entre 11 y 50 trabajadores. El 100% de las empresas mayores de 50 trabajadores tienen una estructura organizativa perteneciente al *modelo de diferenciación articulada* (Tabla VIII-2).

**Tabla V-5 Empresas según su estructura organizativa**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Modelo indiferenciado	32	72,7	72,7	72,7
Modelo diferenciación elemental	2	4,5	4,5	77,3
Modelo diferenciación articulada	10	22,7	22,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

#### **V.1.1.4 Mercado al que se dirigen las empresas del Sistema Productivo Local**

Desde el punto de vista contextual y al objeto de encontrar algún tipo de relación entre la expansión comercial y la necesidad de cooperación, era interesante conocer a qué mercados estaban orientadas las empresas del Sistema Productivo Local de Lucena. Nos encontramos con lo siguiente; el 29,5% de las empresas venden más de un 75% de su producción en propio Sistema Productivo Local, con lo cual estaríamos hablando de productos semiterminados que producen las *empresas monofase* y que abastecen a las *empresas que producen bienes finales*. Por otra parte, las *empresas que producen bienes finales* están más orientadas al mercado regional, nacional e internacional, así un 43,2% dice dirigir su productos al mercado regional y un 40,9% de las empresas hace lo mismo pero en el mercado nacional con más del 75% de su producción, en este caso y en el de estarían representadas aquellas. En cuanto a las empresas que exportan, sólo el 2,3% de los casos lo hacen con un porcentaje de su producción que se encuentra entre el 50% y 75%, el 15,9% exportan menos del 25% de su producción y el 81,8% no exporta nada.

**Tabla V-6 Producción dirigida al mercado del Sistema Productivo Local**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Nada	7	15,9	15,9	15,9
Menos del 25%	19	43,2	43,2	59,1
Entre el 25% y 50%	4	9,1	9,1	68,2
Entre el 50% y 75%	1	2,3	2,3	70,5
Más del 75%	13	29,5	29,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

**Tabla V-7 Producción dirigida al mercado Regional**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Nada	5	11,4	11,4	11,4
Menos del 25%	11	25,0	25,0	36,4
Entre el 25% y 50%	4	9,1	9,1	45,5
Entre el 50% y 75%	5	11,4	11,4	56,8
Más del 75%	19	43,2	43,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

**Tabla V-8 Producción dirigida al mercado nacional**

	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Nada	6	13,6	13,6	13,6
Menos del 25%	12	27,3	27,3	40,9
Entre el 25% y 50%	2	4,5	4,5	45,5
Entre el 50% y 75%	6	13,6	13,6	59,1
Más del 75%	18	40,9	40,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

**Tabla V-9 Producción dirigida al mercado Extranjero**

	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Nada	36	81,8	81,8	81,8
Menos del 25%	7	15,9	15,9	97,7
Entre el 50% y 75%	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

### **V.1.2 Perspectiva de integración en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena.**

Como hemos señalado anteriormente, en los Sistemas Productivos Locales se dan principalmente relaciones transaccionales y de cooperación (Karlsson, y otros, 1994). Las primeras, también denominadas relaciones verticales, son aquellas que relacionan a las empresas en la cadena productiva, suelen ser muy intensas y generan una red muy cohesionada dentro del SPL. Por otra parte, las segundas, relaciones de cooperación u horizontales, son relaciones que mantienen un equilibrio entre competencia y cooperación que permite la preservación del sistema y una interconexión entre los factores económicos y extraeconómicos (sociológicos, culturales y éticos) muy intensa y profunda Becattini (1979). Estamos hablando por tanto, del conjunto de relaciones que se dan en una red de organizaciones para conseguir propósitos comunes Fukuyama (1995). Las redes cohesionadas, cerradas o densas son aquellas en las que todos están conectados, de forma que cualquier información que circule por ella llegará tarde o temprano a la totalidad de sus miembros (Coleman, 1988; 1990), debido a la confianza y a la identificación mutua que caracteriza a este tipo de lazos se hace más probable que los componentes compartan información valiosa entre ellos (Rogers, 1995; Uzzi, 1996), por tanto, en este caso podríamos decir que las relaciones están dotadas de lazos fuertes, provenientes de una interacción frecuente, existencia de una historia común y confianza o intimidad entre los miembros Granovetter (1982)

Así pues, en este bloque, el objetivo era conocer en qué medida las empresas se consideran o tienen conciencia de formar parte del Sistema Productivo Local, es decir, en qué medida tienen relaciones con sus iguales, si tienen conciencia de grupo o red y que beneficios le puede aportar la pertenencia a esta red, en este sentido se les preguntó por cómo se veían de integrados en SPL, cuál era la intensidad de sus relaciones con las empresas tanto competidoras como no competidoras, su percepción sobre los beneficios que aporta pertenecer al SPL o qué imagen creen que están dando hacia el exterior.

### V.1.2.1 Integración en el Sistema Productivo Local

Podríamos decir que existe una red bastante fragmentada, en la que sólo el 40,9% se siente totalmente integrado, un acumulado del 36,4% de los casos en los que se sienten medianamente o bastante integrados y un 22,7% de empresas que su sentimiento es de estar nada o poco integrados y por lo tanto sus conexiones en la red se deducen escasas y poco intensas. También se ha comprobado que no existe ninguna relación entre este sentimiento de integración con el tamaño de la empresa según el número de trabajadores (*Tabla VIII-3*)

**Tabla V-10 Cómo perciben su integración en el Sistema Productivo Local**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Nada Integrada	3	6,8	6,8	6,8
Poco integrada	7	15,9	15,9	22,7
Medianamente integrada	9	20,5	20,5	43,2
Bastante integrada	7	15,9	15,9	59,1
Totalmente integrada	18	40,9	40,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

### V.1.2.2 Intensidad de relaciones con empresas del Sistema Productivo Local

Un 72,7% de las empresas tienen relaciones poco intensas o nulas con empresas competidoras del Sistema Productivo Local, de las cuales el 43,74% de éstas, la relación es totalmente nula, sin embargo el 27,3% del total de las empresas dice tener relaciones intensas con la competencia. El 83,4% de los casos se concentran en las empresas con 10 o menos trabajadores y el resto (16,7%) en el segmento de 11 a 50 trabajadores, las empresas mayores de 50 trabajadores consideran que no tienen relaciones intensas con empresas de su competencia en el Sistema Productivo Local (*Tabla VIII-4*).

En el caso de las empresas del Sistema Productivo Local que no son competencia, las que tienen relaciones intensas alcanzan más de un tercio (38,6%), bajando a su vez las que no tienen ningún tipo de relación a un 25%. Existe un desplazamiento similar hacia una mayor intensidad en todos los segmentos de tamaño de empresa (*Tabla VIII-5*).

**Tabla V-11 Intensidad de relaciones con otras empresas**

	Empresas competidoras Sistema Productivo Local		Empresas NO competidoras Sistema Productivo Local	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No hay relación	14	31,8	11	25,0
Poco intensas	18	40,9	16	36,4
Intensas	12	27,3	17	38,6
Total	44	100,0	44	100,0

Fuente: elaboración propia

### V.1.2.3 Conciencia de los beneficios de pertenecer a un SPL

Un 81,8% de las empresas manifiesta que pertenecer a un Sistema Productivo Local le favorece, sin embargo un 18,2% dice no sólo que no le favorece, sino que le perjudica pertenecer a un Sistema Productivo Local. En cuanto al tamaño de las empresas en función de los trabajadores, entorno a un tercio, tanto de las que tienen de 11 a 50 trabajadores como de las empresas con más de 50 trabajadores, manifiestan que le perjudica pertenecer al Sistema Productivo Local, mientras que sólo el 14,7% de las empresas con menos de 10 trabajadores cuentan con esa misma opinión (Tabla VIII-6)

**Tabla V-12 Percepción de las empresas sobre si pertenecer a un SPL les favorece**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	-	-	-	-
Más bien me perjudica por la competencia que hay dentro	8	18,2	18,2	18,2
Sí	36	81,8	81,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

#### ***V.1.2.4 Percepción sobre la imagen como Sistema Productivo Local que están proyectando hacia el exterior***

Un 65,9% de las empresas creen que desde fuera del Sistema Productivo Local ven a éste como empresas poco relacionadas y que no cooperan entre sí, un 22,7% consideran que la imagen externa es de empresas relacionadas, con algunos proyectos comunes y sólo el 11,4% cree que la imagen es de un conjunto de empresas integradas y que cooperan. Se deduce que mayoritariamente la percepción que tienen de sí mismos y que proyectan hacia el exterior es de un Sistema Productivo Local con empresas inconexas o poco relacionadas y que no existen proyectos de cooperación comunes.

***Tabla V-13 Opinión sobre la imagen externa del SPL S. Mueble Lucena que tienen las empresas integradas en el mismo.***

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Empresas DISPERSAS e INCONEXAS del sector de la madera.	8	18,2	18,2	18,2
Empresas POCO RELACIONADAS y que NO COOPERAN entre sí	21	47,7	47,7	65,9
Empresas RELACIONADAS y que existen ALGUNOS PROYECTOS COMUNES entre ellas.	10	22,7	22,7	88,6
Como imagen de CONJUNTO DE EMPRESAS INTEGRADAS y que COOPERAN entre sí	5	11,4	11,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Fuente: elaboración propia*



### V.1.3 Relaciones internas y conexión con redes externas.

La densidad y la heterogeneidad de los contactos son otros de los indicadores de la estructura de la red más empleados. La densidad mide el grado en que los contactos están interrelacionados entre sí, en este sentido, cuanto más densa sea la red de contactos, menos probable será que entren nuevos recursos e información y más probable que simplemente se mueva la información ya existente dentro del círculo Burt, R (2000), por lo tanto, los beneficios que puede proporcionar el establecimiento de relaciones muy estrechas con algunos compañeros se ven limitados por la pérdida de independencia que supone, siendo la información limitada y en muchos casos redundante Burt, R (1992); Zaheer y Zaheer, (1997), esto condiciona la conexión hacia el exterior de las redes, sin embargo en sentido contrario, la heterogeneidad de los miembros de la red, posibilita la generación de contactos con otras redes externas a la misma. Blau, P. (1977) apunta a que la diversidad social y la heterogeneidad de los miembros afecta a la dinámica de los grupos, especialmente a la probabilidad de que los miembros interactúen con alguien de otro grupo. Por otra parte y en el plano de las relaciones entre todo el conjunto de actores de los espacios productivos, Becattini, (2004) señalaba que una característica más de los Distritos Industriales se basa en las diferentes formas de colaboración y relación entre las entidades insertas en estos espacios geográficos, tales como, empresas, sindicatos, asociaciones, bancos, instituciones públicas, etc., es decir, estas infraestructuras institucionales son fundamentales para el correcto funcionamiento del mismo y que aportan el capital social necesario para el aprovechamiento de las sinergias que se prestan en estas aglomeraciones empresariales, así como aumentar a través de los intercambios de información la confianza a nivel local y limitar la probabilidad de comportamientos oportunistas, que beneficien a los que los practiquen Garofoli, G (1993).

Centrándonos en el análisis de datos de este trabajo con respecto a la introducción teórica anterior, el objetivo en este bloque de preguntas de la encuesta tenía interés en conocer las redes tanto internas de la organización, como externas hacia otras entidades tales como instituciones que están presentes o trabajan directamente en el

Sistema Productivo Local del Sector del Mueble de Lucena. Con respecto a las primeras, interesaba conocer dos perspectivas; cohesión interna y posibilidad de conexión con otras empresas a través de la incorporación de empleados con poder de decisión que provinieran de otras empresas, en este sentido, se trata de conocer si ambos factores podrían repercutir a la hora de generar oportunidades para emprender proyectos de cooperación con otros miembros del SPL.

### **V.1.3.1 Relaciones internas**

Como se ha señalado anteriormente, se trataba de conocer con qué intensidad se relacionaban los miembros de la estructura organizativa de las empresas que pertenecen al SPL del sector del mueble de Lucena. Hay que tener en cuenta que la mayoría (72,7%) tienen estructuras organizacionales propias de las empresas individuales y de las microempresas, es decir, obedece al *modelo indiferenciado* Cano, S. (1997) cayendo el poder de decisión exclusivamente en la figura del gerente o director, esto hace que los resultados sobre la frecuencia de las relaciones con los miembros de su organización se contemplen con cierta prudencia, ya que incluso careciendo de esta estructura, el 75% de todos los casos dice tener reuniones con los responsables de su empresa todos los días.

**Tabla V-14 Frecuencia de reuniones de trabajo con puestos de responsabilidad de la empresa**

Motivo	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Sólo cuando hay problemas que solucionar	1	2,3	2,3	2,3
Sólo en situaciones excepcionales	3	6,8	6,8	9,1
Una vez a la semana	4	9,1	9,1	18,2
Una vez al mes	1	2,3	2,3	20,5
De dos a cuatro veces semana	2	4,5	4,5	25,0
Todos los días	33	75,0	75,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

### ***V.1.3.2 Empleados que provengan de otras empresas en puestos de responsabilidad***

Tal y como se ha expuesto desde un punto de vista teórico, el hecho de que existan puestos de responsabilidad que provengan de otras empresas, da lugar a una mayor posibilidad de tener conexiones externas y así poder tejer lazos de unión que permitan crear proyectos de cooperación comunes. Los datos del análisis de nuestro trabajo señalan, que en el 36,4% de los casos, los puestos de responsabilidad son ocupados por trabajadores que antes pertenecían a otras empresas, sin embargo el 63,6% de las empresas ocupan sus puestos de responsabilidad trabajadores de la misma empresa. Hay que tener en cuenta que el 86,5% de las empresas tienen más de 10 años, la propia consolidación puede dar lugar a plantillas estables y con pocas rotaciones en los puestos de responsabilidad e incluso que la promoción interna sea su principal forma de ascensión hacia estos puestos.

***Tabla V-15 Empresas con empleados que provengan de otras empresas en puestos de responsabilidad***

Empresas con empleados en puestos de responsabilidad que provienen de otras empresas	Frecuencia	%	% acumulado
No tienen empleados de estas características	28	63,6	63,6
Sí tienen empleados con estas características	16	36,4	100,0
Total	44	100,0	

*Fuente: elaboración propia*

### ***V.1.3.3 Asociacionismo***

El asociacionismo en el Sistema Productivo Local está muy poco representado, el 65,9% dice no permanecer a ninguna asociación y e incluso el 13,6%, aunque si está asociado, no acude con normalidad a las reuniones, tan solo el 20,5% pertenece a una asociación y participa activamente. El 89,7% de los que no pertenecen a ninguna asociación tienen 10 o menos trabajadores, el 10,3% son empresas que tienen entre 11 y 50 trabajadores. Las empresas de mayor tamaño (50 trabajadores

o más), son miembros de asociaciones de empresarios y en su mayoría participan activamente (*Tabla VIII-7*)

**Tabla V-16 Pertenencia a Asociación de Empresarios**

Pertenencia a asociación de empresarios	Frecuencia	%	% acumulado
No pertenece a ninguna asociación.	29	65,9	65,9
Sí, pero no acude con normalidad a reuniones	6	13,6	79,5
Sí y acude normalmente a las reuniones o jornadas que a las que se le cita	9	20,5	100,0
Total	44	100,0	

*Fuente: elaboración propia*

#### **V.1.3.4 La relación con las instituciones**

Definimos institución como aquellas entidades públicas, mixtas, privadas o asociaciones que tienen como propósito la generación de servicio público en unos casos y en otros, servicios dirigidos a un colectivo relacionado con el objeto de investigación, que en este caso es el Sistema Productivo Local.

En este trabajo se han considerado instituciones plenamente presentes en el Sistema Productivo Local de Lucena Sector del Mueble, aquellas que están ubicadas localmente y/o tienen servicios dirigidos a las empresas del Sistema Productivo Local de Lucena. Así se ha preguntado a las empresas por la relación que mantienen con las siguientes entidades: Ayuntamiento de Lucena, Asociación de empresarios, Escuela de la Madera del SAE (antiguo CEMER), Instituto Andaluz de Tecnología (entidad que ha absorbido al CITMA ubicado en Lucena) y EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

Se ha tratado de medir la intensidad de las relaciones de las empresas con las instituciones, tomando como indicador el número de veces que se han puesto en contacto éstas con cada una de las instituciones antes relacionadas, en los dos últimos años. Así podemos detectar de forma generalizada, que la relación entre empresas e instituciones es inexistente o casi nula; el 50% no tiene ninguna relación con las instituciones especificadas, e individualmente este porcentaje oscila entre el

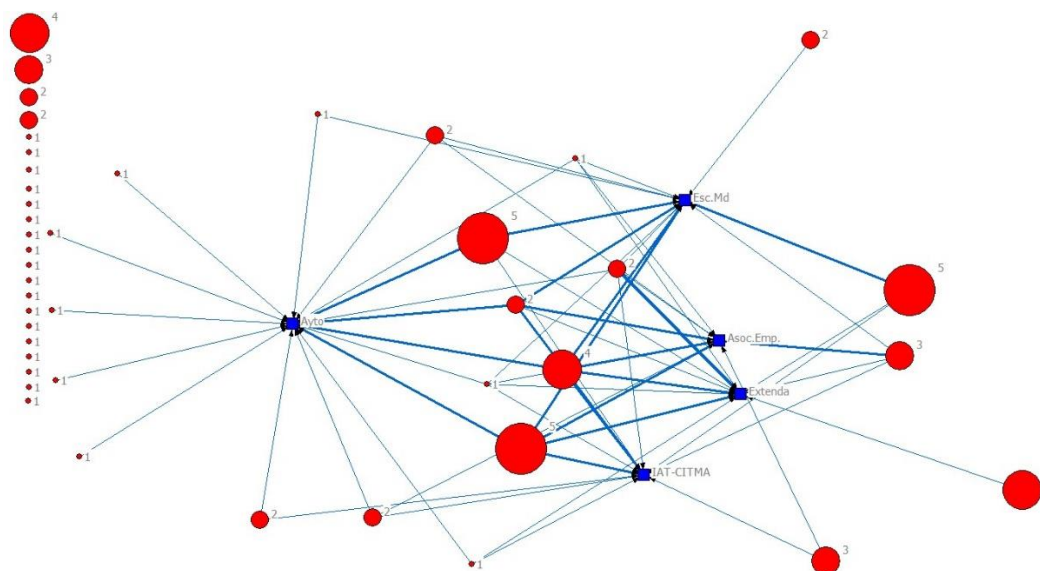
65,9% y el 77,3%, en el caso del principal organismo local (Ayuntamiento) el 88,6% ha contactado menos de 2 veces en los dos últimos años, de los cuales el 74,38% dice no tener relación alguna. Con respecto a otras instituciones tales como la asociación de empresarios, las relaciones vienen dadas por la propia actividad asociativa, que a su vez está poco representada (el 65,9% de las empresas no pertenecen a ninguna asociación de empresarios. La Escuela de la Madera del SAE y EXTENDA las relaciones pueden derivar de las necesidades de los servicios que prestan, tales como la formación de gestión, comercio exterior, calidad, producción y diseño, en el caso de la primera entidad y servicios de consultoría y financiación de proyectos de negocio en mercados internacionales, la segunda. En el caso de ambas entidades, según el análisis de los datos, sólo el 18,2% de las empresas ha contactado más de dos veces en los dos últimos años. Por último IAT Lucena (CITMA), el rol de esta entidad quizá no está bien entendido por las empresas integrantes del Sistema Productivo Local y el uso de sus servicios ha sido residual. En el (*Ilustración V-1*) podemos observar como existen numerosas empresas (22 casos que representa el 50% de la muestra) que no tienen relación alguna con las instituciones (presentadas en el margen izquierdo), que en su mayoría son empresas del tipo 1 (entre 1 y 5 empleados) a excepción de 2 empresas del tipo 2 (6 a 10 empleados) y una del tipo 4 (26 a 50 empleados). Que las empresas con más trabajadores, tienen mayor número de relaciones con las instituciones y más intensas.

**Tabla V-17 Relación con las instituciones (nº de veces en los dos últimos años)**

	Ayuntamiento		Asociación de Empresarios		Escuela de la madera (CEMER)		IAT Lucena (CITMA)		EXTENDA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No hay realmente relación	29	65,9	33	75	33	75,0	31	70,5	34	77,3
menos de 2 veces	10	22,7	3	6,8	3	6,8	5	11,4	2	4,5
de 2 a 5 veces	3	6,8	3	6,8	4	9,1	4	9,1	5	11,4
más de 5 veces	2	4,5	5	11,4	(prd 4)	9,1	4	9,1	3	6,8
Total	44	100,0	44	100,0	40	100,0	44	100,0	44	100

Fuente: elaboración propia

**Ilustración V-1 Mapa de la red de relaciones de las empresas con las instituciones**



Tipo	1	2	3	4	5
Empleados	1 a 5	6 a 10	11 a 25	26 a 50	más 50

Fuente: elaboración propia

#### V.1.4 Factores socioculturales motivadores

Para determinar el grado de confianza que existe entre las empresas del Sistema Productivo Local, se ha abordado desde dos perspectivas; por una parte, conocer qué grado de confianza se tienen entre sí las empresas para compartir proyectos de cooperación empresarial y la segunda saber si valores como compromiso o lealtad están presentes entre las empresas del SPL del sector del mueble de Lucena.

##### V.1.4.1 *Confianza con otras empresas para compartir proyectos de cooperación empresarial*

En la encuesta se definió proyecto de cooperación cualquier acuerdo con otras empresas para fabricar o comercializar conjuntamente productos, así como proyectos de I+D+I., el resultado fue que más de la mitad de los miembros del SPL del sector del mueble de Lucena (52,3%) no tienen confianza para compartir proyectos empresariales (4,5% no tiene ninguna confianza, 25% tienen relaciones con otras empresas pero no le inspiran confianza y el 22,7% aunque tienen confianza no la suficiente), en contrapartida, existe una parte importante de los miembros del SPL (47,7%) que dice tener confianza y estar interesados en estudiar la viabilidad de proyectos comunes.

**Tabla V-18 Confianza en otras empresas del SPL de Lucena para compartir un proyecto de cooperación empresarial**

Grado de confianza	Frecuencia	%	% acumulado
No tienen confianza	2	4,5	4,5
Tienen relaciones con otras empresas pero no le inspiran confianza para emprender un proyecto en común	11	25,0	29,5
Sí tienen confianza, aunque no la suficiente para emprender algún proyecto en común	10	22,7	52,3
Sí tiene confianza y estarían interesadas en estudiar su viabilidad	21	47,7	100,0
Total	44	100,0	

Fuente: elaboración propia

#### V.1.4.2 Valores en el Sistema Productivo Local

Para analizar este indicador, se les preguntó a las empresas, sobre si creían que valores como el compromiso o la lealtad se encontraban entre las empresas del SPL del sector del mueble de Lucena, siendo las posibles respuestas; a) son valores inexistentes entre las empresas del SPL, b) son valores que tienen pocas empresas del SPL, c) son valores que tienen muchas empresas del SPL, y d) sí, son valores que destacan entre las empresas del SPL. En el análisis se ha observado que el 77,3% de los casos, creen que son valores poco representados en las empresas miembros del Sistema Productivo Local de Lucena (9,1% indican que son valores inexistentes en el SPL y 68,2% que lo tienen pocas empresas del SPL). Esto implica que las empresas tienen una percepción muy negativa en cuanto a valores que son clave para la generación de confianza.

**Tabla V-19 Consideración por parte de las empresas sobre si los valores como el compromiso o la lealtad se encuentran entre las empresas con las que convive en el SPL de Lucena**

Consideración	Frecuencia	%	% acumulado
Son valores INEXISTENTES en el Sistema Productivo Local de Lucena.	4	9,1	9,1
Son valores que tienen POCAS empresas del Sistema Productivo Local de Lucena	30	68,2	77,3
Son valores que tienen MUCHAS empresas del Sistema Productivo Local de Lucena	5	11,4	88,6
SÍ, son valores que destacan entre las empresas del Sistema Productivo Local de Lucena	5	11,4	100,0
Total	44	100,0	

Fuente: elaboración propia

#### V.1.5 Experiencias y resultados de proyectos de cooperación con otras empresas

Para conocer la intensidad de proyectos de cooperación que se dan entre las empresas del el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, se les preguntó en el cuestionario sobre qué tipo de experiencia tenían cooperando en proyectos empresariales con otras empresas, en este sentido y en cuanto al nivel de



intensidad se les planteó tres posibilidades; a) no tener ningún tipo de experiencia, b) en alguna ocasión o c) con regularidad, por otra parte, para conocer con qué tipo de empresas había sido en su caso la experiencia abarcando tres planos diferentes, su pertenencia al SPL, que sean o no competencia y su pertenencia al sector del mueble, se les dio cuatro posibilidades; a) empresas del SPL que son competencia, b) empresa del SPL que no son competencia, c) empresas que no pertenecen al SPL pero son del mismo sector y d) empresas que no pertenecen al sector del mueble. Era muy importante hacer la distinción entre empresas competidoras y no competidoras, al objeto de ver si la reacción era negativa en función de si eran competencia o no.

#### ***V.1.5.1 Casos de experiencia en proyectos de cooperación***

Del análisis de las respuestas de los empresarios en cuanto a su experiencia cooperando, se extrae lo siguiente:

##### ***V.1.5.1.1 Cooperación con empresas dentro del Sistema Productivo Local***

Tres cuartas partes de las empresas no han cooperado nunca con empresas que compiten entre sí por el mismo mercado. El 75% de las empresas no han tenido experiencia alguna con otras empresas que son competencia, de las cuales el 79,4% tienen menos de 10 trabajadores, el 15,2% entre 1 y 50 trabajadores y el 2,3% más de 50 trabajadores, a este último segmento hay que añadirle que representa a su vez el 33,3% de las empresas de su tamaño (*Tabla VIII-8*).

Se ha podido observar que el hecho de que no sean competencia no ha sido un estimulante para cooperar, es decir, no hay una diferencia positiva en experiencia en proyectos de cooperación con empresas que no son competencia frente a las que sí lo son, sorprendentemente en este caso el 81,8% no ha cooperado nunca con empresas que no son competencia, frente al 75% que sí lo era.

##### ***V.1.5.1.2 Cooperación con empresas fuera del Sistema Productivo Local o que no pertenezcan al sector del mueble.***

No se aprecia que sea un factor determinante el hecho de pertenecer o no al Sistema Productivo Local, ni tampoco que pertenezca al sector o no del mueble para

cooperar con otras empresas. El 77,3% de las empresas manifiestan que no tienen experiencia con empresas fuera del Sistema Productivo Local, el 84,1% que no han cooperado nunca con empresas que no pertenezcan al sector del mueble y el 61,4% con cualquier tipo de empresa.

Con regularidad parece que el valor es residual, sólo 2,3% cooperan con regularidad con empresas que no son competencia o están fuera del sector del mueble y el 4,5% con empresas de cualquier tipo. Para cualquiera de las segmentaciones indicadas anteriormente han cooperado en alguna ocasión entre un 15,9% y el 34,1%. En el análisis de resultados de nuestro trabajo para el conjunto de observaciones, se puede deducir que realmente la cooperación no está condicionada por factores como que sean competencia o no, su pertenencia al SPL o pertenecer al sector del mueble. Se detecta una falta de proyectos de cooperación en general, lo cual puede llevar a pensar que existen otros factores más potentes que desincentivan la cooperación y que van más a allá de los analizados en la (Tabla V-20)

**Tabla V-20 Casos de experiencia cooperando con otras empresas**

		Sin experiencia	En alguna ocasión	Con regularidad	Total
Empresas Competencia Sistema Productivo Local	Frecuencia	33	11	-	44
	%	75,0	25,0	-	100,0
Empresas NO Competencia Sistema Productivo Local	Frecuencia	36	7	1	44
	%	81,8	15,9	2,3	100,0
Empresas del sector fuera del Sistema Productivo Local	Frecuencia	34	9	1	44
	%	77,3	20,5	2,3	100,0
Empresas no pertenecen sector mueble	Frecuencia	37	7	-	44
	%	84,1	15,9	-	100,0
Empresas cualquier tipo	Frecuencia	27	15	2	44
	%	61,4	34,1	4,5	100,0

Fuente: elaboración propia

#### **V.1.5.2 Resultados de la experiencia en proyectos de cooperación**

Para determinar el grado de satisfacción de la experiencia en proyectos de cooperación, se le preguntó a las empresas cuál fue el resultado y si repetirían, para

aquellas que cooperaron con la competencia, el 58,3% les fue bien y volverían a cooperar, mientras que el 41,7% les fue mal, 16,7% volverían a cooperar y el 25% no repetiría, sin embargo aquellas que cooperaron con empresas que no eran competencia, el 100% han salido satisfechas y volverían a repetir su experiencia. Para aquellas que cooperaron con las empresas del sector fuera del Sistema Productivo Local, también les fue bastante bien en su experiencia, el 90% está satisfecho y repetiría, frente al 10% que le fue mal y no volvería a cooperar. En el caso de aquellas empresas que no pertenecen al sector del mueble, les ha sido favorable y la experiencia también les ha ido bien a la totalidad de empresas, aunque hay un 14,3 que no volvería a repetir, por último en la experiencia con empresas de cualquier sector, también el porcentaje de empresas con experiencia positiva es el más alto, con un 77,8%, aunque el 5,6% no volvería a repetir, por otra parte están las que les ha ido mal que han sido un 22,3%, de ellas un 5,6% que no darían otra oportunidad y un 16,7% las que volverían a intentarlo.

**Tabla V-21 Experiencia y resultados de la cooperación en proyectos con otras empresas**

Tipo de empresa		Experiencia			Resultado de la experiencia				Total
		Sin experiencia	En alguna ocasión	Con regularidad	Mal y repetiría	Mal y no repetiría	Bien y repetiría	Bien y no repetiría	
Competencia SPL	Frec.	33	11	-	2	3	7	-	12
	%	75,0	25,0	-	16,7	25,0	58,3	-	100,0
NO Competencia SPL	Frec.	36	7	1	-	-	9	-	9
	%	81,8	15,9	2,3	-	-	100,0	-	100,0
sector fuera del SPL	Frec.	34	9	1	1	-	9	-	10
	%	77,3	20,5	2,3	10,0	-	90,0	-	100,0
no pertenecen sector mueble	Frec.	37	7	-	-	-	6	1	7
	%	84,1	15,9	-	-	-	85,7	14,3	100,0
Cualquier tipo	Frec.	27	15	2	1	3	13	1	18
	%	61,4	34,1	4,5	5,6	16,7	72,2	5,6	100,0

Fuente: elaboración propia

Concluyendo podemos decir, que si bien es verdad según lo que hemos observado anteriormente, parece que la condición de ser empresa que compita por el mismo mercado, a priori, no era determinante en la experiencia en cuanto al número casos, sin embargo, podemos contemplar como en el resultado de la satisfacción de esas experiencias si ha influido el hecho de que el proyecto de cooperación haya sido con empresas de la competencia, elevándose al 41, 7% las empresas que les ha ido mal.

### **V.1.6 Percepción de los beneficios de la cooperación**

Marshall, (1920) define las economías externas como aquellas que dependen del desarrollo general del sector, que están relacionadas con el desarrollo general de la industria en conexión con factores histórico-culturales y que incluye tanto las relaciones interempresariales como interpersonales. Para el modelo basado en el sistema de pequeñas empresas, el papel de las economías externas existentes en el territorio es crucial, así como la existencia de un equilibrio permanente entre competencia y cooperación de las empresas Garofoli, G (1993). Por lo tanto, el aprovechar esas relaciones que se generan en el exterior de la empresa y verlas como oportunidades para generar proyectos de cooperación que permitan una mayor consolidación, tanto de las empresas, como del propio Sistema Productivo Local es vital. En este sentido, era interesante conocer la percepción de aquellas empresas que no habían tenido experiencia en cooperar, sobre los beneficios que les podría aportar la cooperación en el Sistema Productivo Local del Mueble de Lucena, y por otra, para todas las empresas en general, cómo consideraban la cooperación desde el punto de vista estratégico, es decir, como herramienta para aprovechar las economías externas que se daban en el SPL.

#### ***V.1.6.1 Qué situación refleja mejor la realidad de aquellas empresas que no han tenido experiencia cooperando en el SPL del sector del mueble de Lucena.***

Un 43,20% no parecen estar interesadas en cooperar, aunque hay ciertos matices, el 2,7% no considera la cooperación como necesaria para ser competitivo, el 6,8%

no cooperaría con empresas en competencia y el 27,3%, la cooperación no está dentro de las opciones que baraja. Frente a este grupo reticente a la cooperación existe un 43,2% que estaría dispuesto a estudiar su viabilidad si se lo propusieran, un 2,3% de empresas que están convencidos que les es necesario tener alianzas para ser más competitivos y otro 2,3% que están buscando activamente alianzas pero que no encuentra interesados.

**Tabla V-22 Situación que mejor refleja a aquellas empresas que no han tenido experiencia cooperando con otras empresas en proyectos empresariales**

	Frecuencia	%	% acumulado
No consideran la cooperación necesaria para ser competitivo y no van a emprender ningún tipo de proyecto con otras empresas	1	2,3	2,7
Con empresas que puedan ser competencia, en ningún caso estarían dispuestos a cooperar en proyectos empresariales	3	6,8	10,8
No está dentro de las opciones que barajan actualmente	12	27,3	43,2
Estarían dispuestas a estudiar su viabilidad si se lo propusieran	19	43,2	94,6
Debido al tamaño de sus empresa, para ser competitivos creen necesario tener alianzas	1	2,3	97,3
Están buscando activamente posibles alianzas con otras empresas pero no encuentran interesados	1	2,3	100,0
Total	37	84,1	-
Perdidos	7	15,9	-
Total	44	100,0	-

Fuente: elaboración propia

#### **V.1.6.2 Consideración de la cooperación como estrategia por parte de las empresas del SPL**

El 15,9% la ve como un lastre que le podría acarrear más problemas que beneficios. Sólo el 13,6% considera la cooperación como necesaria para ser más competitivo, un 50% la ve interesante aunque no es vital y un 20,5% no la cree necesaria. Las empresas con 10 o menos trabajadores representan un 85,7% de las más reticentes a considerar la cooperación como estrategia y al mismo tiempo, representan un

66,7% de las que entienden que la cooperación es necesaria para ser más competitivo, si bien no es menos cierto que sólo representa 11,8% del total de empresas de ese segmento (*Tabla VIII-9*)

**Tabla V-23 Consideración como estrategia la cooperación con otras empresas del SPL**

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Cooperar con otras empresas podría acarrear más problemas que beneficios	7	15,9	15,9	15,9
Puede ser interesante pero no la creen necesaria para el desarrollo de sus empresas	9	20,5	20,5	36,4
Puede ser interesante aunque no es vital	22	50,0	50,0	86,4
Creen que es necesaria para ser más competitivo.	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	-

*Fuente: elaboración propia*

## V.2 Resultados del análisis cualitativo

Tal y como se descrito en el capítulo 4, se llevaron a cabo dos grupos de discusión unidos por el mismo objetivo de estudio, pero constituido con miembros de diferente rol dentro del Sistema Productivo Local, por una parte directores gerentes de empresas instaladas en el Sistema Productivo Local de Lucena (GDE) y por otra representantes de instituciones que, o bien están ubicadas en Lucena o prestan servicios y/o tienen relaciones directamente con las empresas del Sistema Productivo Local (GDI).

Las principales líneas discursivas que dieron lugar durante el desarrollo de los grupos de discusión coincidieron básicamente con las líneas centrales de nuestras hipótesis, sin embargo, el discurso tomo en determinados momentos el curso de unas afirmaciones que si bien no estaban contempladas, podrían tener especial importancia y repercusión en cuanto a formar parte de un factor que condicione las

relaciones entre los empresarios y como consecuencia la generación de proyectos de cooperación interempresarial.

Líneas contempladas inicialmente.

- a) El Capital Social
- b) El sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local del mueble de Lucena
- c) Los factores socioculturales en la cooperación
- d) Los factores intrínsecos de la organización
- e) Experiencias negativas/positivas en cooperación

Líneas no contempladas y emergentes del discurso

- f) Dependencia empresas monofase a empresas que producen bienes finales.

### **V.2.1 Capital Social**

El capital social en sus inicios, se centró en los estudios de comunidades donde es considerado como el conjunto de elementos y características que une a los miembros de redes y comunidades facilitándoles la coordinación y la cooperación para lograr un beneficio mutuo (Portes, 1998). Putnam (1995, 2000), argumenta por su parte que las redes sociales permiten incrementar la productividad individual o colectiva de sus usuarios, por tanto los contactos y las relaciones afectan a la productividad de individuos, redes o regiones. Con respecto a las organizaciones, tener un buen posicionamiento en la red social puede proporcionar la capacidad de identificar y desarrollar oportunidades (Burt, 1997). (Serageldin y Grootaert, 1999) plantea que el capital social vincula las esferas económica, política y social de una sociedad, generando un marco informal para compartir información, coordinar actividades y tomar decisiones (Requena, 2008). Podemos considerar por tanto que el capital social en el que se enmarca el Sistema Productivo Local del sector de mueble de Lucena, será el generado por las relaciones socio-económicas entre las empresas y éstas, tanto con las instituciones públicas como con las privadas.

Partimos de que el indicador que utilizamos para analizar el capital social en el análisis cuantitativo, englobaba los ítems de la encuesta en las que se les preguntaba por la intensidad de las relaciones con otras empresas del Sistema Productivo Local, distinguiendo entre aquellas que eran competidoras y las que no y por otra parte el grado de intensidad de las relaciones con las diferentes instituciones que tienen presencia en el ámbito en el que se extiende el Sistema Productivo Local, el resultado que arroja este análisis como hemos podido comprobar es el siguiente; un 31,8% de las empresas no tienen ningún tipo de relación con empresas con las que compiten y un 25% igualmente en este caso con empresas que no son competidoras, por otra parte el 40,9% tiene relaciones poco intensas con empresas competidoras y el 36,4% en el caso de aquellas que no lo son. En cuanto a las instituciones, de forma generalizada la relación entre empresas y éstas es muy débil o casi nula, entre el 65,9% y el 77,3% dice que realmente no existe relación con las instituciones locales, en el caso del principal organismo local, con el Ayuntamiento, el 88,6% ha contactado menos de 2 veces en los dos últimos años, de los cuales el 74,38% dice no tener relación, con respecto a otras instituciones tales como la asociación de empresarios el 65,9% de las empresas no pertenecen a ninguna asociación de empresarios.

Desde estas premisas hemos tratado de conocer mediante el discurso de los grupos de discusión el origen de escaso nivel de intensidad de la red social del Sistema Productivo Local, encontrándonos diferentes perspectivas sobre el grado y circunstancias entre las instituciones y los empresarios.

#### ***V.2.1.1 Perspectivas diferentes de las relaciones entre empresas e instituciones***

Las instituciones tienen conciencia de que en torno a los años previos a la crisis de 2008 en el que el sector estaba en plena expansión, ha habido momentos en los que la intensidad de las relaciones entre las instituciones y éstas con los empresarios ha sido intensa, de hecho manifiestan enérgicamente que todo parecía desembocar en el ideal de un SPL, en el que como afirman, las políticas de las diferentes instituciones alinearon sus esfuerzos en torno a esa idea



*...hubo un momento en que las instituciones, estamos aquí representantes de las instituciones, estuvimos casi tocándolo, porque yo lo he vivido personalmente y muchos de los que estamos aquí había una relación súper estrecha entre las administraciones, que es fundamental para el Sistema Productivo Local, el Ayuntamiento de Lucena estaba muy implicado, los agentes sociales estaban muy implicados, había una asociación empresarial muy fuerte que era UNEMAC que estaba muy implicada, [56]*

*...no se trabajaba en temas puntuales, es decir, se marcaban objetivos, se hacía seguimiento, no era cuestiones de reuniones porque yo tengo un problema puntual, no, vamos a marcar objetivos de formación, de crecimiento, de exportación, que necesitamos para esto, pues para esto necesitamos de una entidad o crear una entidad que canalice el tema de las exportaciones [114]*

*...había un Sistema Productivo Local que se iba haciendo, faltaba ya la identidad de grupo, estaba el grupo, el grupo se llevaba bien, cada uno se respetaba en el grupo y cada uno veía como los otros del grupo participaban y faltó pues ponerle el nombre el grupo y vender el grupo... yo creo que culpa de nadie... se hizo una feria en Madrid en la que fue el Sistema Productivo Local presente allí, lo que pasa que aquello se perdió... [57]*

Todo indica a que el momento álgido en el que vivieron algunos años, no se dio ni antes ni después de la crisis, más bien existió una relación latente pero sin intensidad o relación puntual para algunos proyectos.

*con el resto de instituciones, en la medida en la que bueno... hace poco hemos... con el Ayuntamiento de Lucena en un proyecto de economía colaborativa y hemos estado ya con ellos, que sí que hay, lo que no hay es*

*intensa, lo que es la que sería necesaria para el Sistema Productivo Local, no hay intensa [72]*

*...hay buenos lazos, es que es diferente, nos conocemos, estamos identificados, nos respetamos y colaboramos, el problema es que no nos reunimos lo bastante que nos teníamos que reunir, porque es una responsabilidad de las instituciones que el Sistema Productivo Local avance. [73]*

*...nosotros hemos llegado a colaborar, las instituciones que estamos aquí hemos llegado a colaborar bien, puntualmente no, hubo una época en la que trabajábamos muy intensamente [111]*

#### ***V.2.1.2 Capital social dependiente de los cambios de estrategia de las instituciones***

Se contabilizan muchas referencias de los miembros del grupo de discusión de las instituciones que manifiestan que están bajo la tutela de las direcciones de sus propias entidades y que entienden que dependen absolutamente de las políticas y direcciones que en cada momento se den, esto es muy habitual en organismos públicos y/o mixtos donde las agendas políticas, estratégicas y/o económicas están marcadas por planes supramunicipales en algunos casos y en otros que su orientación es local, se plantean prioridades diferentes abandonando en muchas ocasiones líneas de actuación que necesitan una mayor estabilidad.

*...hubo una época en la que trabajábamos muy intensamente, lo que pasa es que luego también tienes que las instituciones pertenecemos a políticos, los políticos cambian, pero no es que cambien la ideología política, es que si te cambia el político y te cambia su planteamiento de funcionamiento, las instituciones funcionan cuando la persona funciona [112]*

*Nosotros (las personas que estaban en la mesa) nos llamamos y de momento hay relación, hay una relación consolidada de confianza, entre nosotros, pero es que yo no soy mi jefe, es que mi jefe me marca unas pautas de funcionamiento y a ella el suyo... entonces ahí es más difícil, porque yo puedo llegar hasta cierto punto, es decir, a nivel técnico o nivel de base está, se consiguió y no se ha perdido, pero no va a la velocidad a la que debería de ir porque depende de la persona, es que las instituciones no son instituciones en si como tal, funcionan por la persona que está al frente [113]*

### **V.2.1.3 Necesidad de la figura del intermediador institucional de forma estable**

Las instituciones entienden que los empresarios no están receptivos a las actuaciones que desde los diferentes ámbitos institucionales se llevan a cabo, habría que profundizar cuál es la motivación que les lleva a desconectarse en el último momento, sin embargo, las propias instituciones plantean como una posible solución a esta desconexión la incorporación de la figura del intermediario que articule las relaciones entre todos los actores del SPL, dinamizando el sector y promoviendo la cooperación entre ellos, creen que precisamente por la inestabilidad en la que se encuentran las acciones de generación de redes por parte de las instituciones a través de planes que no tienen continuidad, este intermediario debe ser estable, ajeno a los cambios de ciclo que sufran las diferentes instituciones, en este sentido Brunet y Belzunegui (2001, P80) afirma que la concentración espacial incrementa la intensidad de interacción entre los actores del sistema, aumentando las posibilidades de colaboración, para lo cual se precisa una mediación de las instituciones locales, por su parte, Fernández y Ariza, (2004) suscribe que es aconsejable la intervención de los agentes públicos, fomentando aquellas iniciativas que pueden ser interesantes para mejorar el SPL, pero que no son abordadas por las empresas. La intermediación de las instituciones entre los miembros del SPL sería altamente positiva por el capital relacional y los beneficios que ello conllevaría para generar confianza y como consecuencia un contexto en

que la cooperación interempresarial tuviera un papel protagonista en las relaciones entre las empresas.

Con el planteamiento de la incorporación de la figura del intermediario que aparece en el discurso se interpreta como la concienciación de la bondad de que un mayor capital social propiciaría un contexto en el que se intensificarían las relaciones y donde emergerían valores como la lealtad y el compromiso y con ello el aumento de la confianza.

*...se ha hecho proyecto de consorcios de exportación entre distintos grupos de empresas, se ha colaborado, se ha posicionado, se han hecho catálogos, se han posicionado en distintos países, se ha intentado posicionar y cuando el proyecto estaba casi maduro para dejarlo en manos de los empresarios, los empresarios se han quitado de en medio [62]*

*...porque tenemos que partir de la base de que ellos no quieren colaborar, no tienen ese sentimiento de colaboración, aunque tengan la necesidad, que es otra cosa, pero ese sentimiento no lo tienen, entonces para que el proyecto cuaje, tiene que haber un organismo intermedio que esté vigilando hasta que eso madure [64]*

Los propios participantes del grupo de instituciones (GMI) formulaban enérgicamente la necesidad de que la intermediación permanezca en el tiempo, creen que ese es el principal problema, falta de continuidad.

*...yo insisto mucho en que el organismo intermedio o que la instituciones no se retiren cuando está madurando el Sistema Productivo Local es fundamental, en Italia por qué, es la Cámara de Comercio, aquí no contamos con las CC porque no funcionan en España, pero en Italia, quien madura y quien mantiene los distritos son las CC, que están ahí detrás, que están vigilantes... [68]*

*...hace falta un catalizador, algo que haga de catalizador, pero también necesita que los dos elementos que tú quieres catalizar que estén en esa disposición. [120]*

Por otra parte asumen que la figura dinamizadora del intermediario, generaría Capital Social y con él la regeneración de valores como la lealtad, compromiso y como consecuencia la confianza.

*...aquí está claro que si eso existiese, esa estructura, independientemente del color político, de los cargos políticos, si eso existiese tal y como está ahí, los valores de lealtad, compromiso y confianza existía. [116]*

Esta concienciación no solo viene en este caso de una perspectiva institucional sino es demandada por parte de los empresarios, que en no pocas ocasiones en su discurso manifestaban que cuando hubo más intensidad en las relaciones entre ellos mejoraron las mismas evitando acciones desleales como el plagio de productos y/o catálogos.

*...seguramente lo que nos tienen que ayudar es a tener una persona que nos una [285]*

*Ha habido también competencias duras, o sea, posiblemente haya evitado más competencias, o sea, el vernos tan juntos en las mesas, todos los días mirándonos la cara, pues macho... cópiale al que está en [...], no le copies al que está en la calle frente tuya, pero que alguna excepción ha habido, que nos hemos sentado aquí en las mesas... [188]*

*...a [...] se lo han hecho y a mí también me lo han hecho, lo mismo se han evitado por esas convivencias, a lo mejor si no hubiera habido esas convivencias hubiera habido más. [189]*

#### ***V.2.1.4 El Centro Tecnológico como agente dinamizador de capital social.***

En el grupo de discusión de los empresarios miembros del SPL, emergieron expresiones referidas al concepto de capital social como conjunto de relaciones entre los diferentes actores, identificando estos, fundamentalmente aquellos empresarios que habían tenido relación con CITMA<sup>13</sup>, un contexto en el que se creaban lazos más intensos entre los empresarios que participaban en las reuniones periódicas que se daban por la propia programación de eventos del centro tecnológico.

*...lo que es esa colaboración conjunta, nosotros como empresarios de la madera sí que lo hemos visto y uno de los centros que nos unió mucho fue el CITMA [202]*

*...ha habido buen entendimiento, no sé, entre veinte empresas, de las que más nos hemos juntado, en esta sala y en la sala de patronos nos hemos juntado mucha veces y hemos hablado mucho... que hay buen compañerismo hasta que evidentemente a [] no le voy a decir mis mejores clientes, está claro, pero después podemos hablar muchas cosas de la empresa... [187]*

*...antes el CITMA nos servía para tener muchas reuniones, no patronatos, que patronatos había dos o tres al año, los que fueran, pero teníamos muchas reuniones a nivel de clúster, de afrontar problemas y ya que nos juntábamos [...] hablamos de fútbol y de otras cosas... [250]*

Argumentan que si bien es verdad que el Centro Tecnológico tenía un rol dinamizador e integrador dentro del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, muchas de las empresas del mismo no entendían qué papel representaba.

---

<sup>13</sup> CITMA Centro Tecnológico de la Madera. 9/2007 a 6/2013 en el que se integra a IAT Instituto Andaluz de Tecnología, como Centro Operativo.

*...pero dentro del mismo clúster hay partidarios y detractores, yo en mi propia empresa lo he vivido, a mi dentro de mi propia empresa, una empresa familiar y estamos tres o cuatro, no han entendido desde nunca el funcionamiento del porqué del CITMA y bueno ya si nos vamos a otras empresas les preguntas y no tienen ni idea, [251]*

#### ***V.2.1.5 Perspectiva de los empresarios sobre las instituciones públicas***

Nos referimos a las instituciones públicas siguiendo el mismo criterio al que los empresarios (GDE) hacían alusión al referirse, en este caso a aquellos organismos públicos en los que su relación tenía que ver, en la mayoría de los casos con programa de ayudas públicas (subvenciones) o planes de asesoramiento de comercio exterior, etc. Las referencias de sus citas se fundamentaban en la distancia generada por la continua demanda de necesidades desatendidas por parte de las administraciones públicas, así como por el desacierto de las acciones y sobre todo por la forma de gestionarlas por parte de la administración y que llevaba a un gasto improductivo de recursos tanto públicos como los que les ocasionaba a los propios empresarios, esta situación que se repetía constantemente les producía gran apatía para seguir participando.

*...muchas veces no quieren ni que vayamos a verlos porque saben que vamos a pedirles dinero, [80]*

*llevamos muchos años pidiéndole a la Junta de Andalucía un plan renové en el sector del mueble, llevamos años, la última ha sido hace tres meses, [...] ahora mismo hoy por hoy las relaciones institucionales son muy difíciles [83]*

*...hay que ir poniéndolo sobre la mesa y hay que ir requiriéndole a la administración que se tiene que implicar en eso [77]*

En el discurso de los empresarios, plantean que experimentan una sensación de lejanía por parte de las instituciones, a veces sólo se ponen en contacto en contadas ocasiones, para proyectos concretos, se crea apatía.

*...las instituciones las veo como muy apartadas, jamás en mi vida se me ha ocurrido emprender algo pensando en las instituciones [227]*

*... [...] dijo... señores, olvidarse del papá estado y sacar las castañas del fuego de vuestras empresas, a mí se me quedó claro ese tema [228]*

*...en un momento determinado si, en un proyecto, pero después ya... [74]*

Los empresarios comentan con cierto ahínco que uno de los problemas más importantes y por lo que en continuas ocasiones fracasan las iniciativas, es porque las instituciones no les suelen pedir opinión, no les hacen partícipes de los proyectos.

*...que digan señores que tengo esto y que me dicen ustedes en qué los gasto, no te gastes la pasta y después nos días que vayamos a compartir algo que no nos interesa, eso es fundamental, que hay pocos recursos está claro, pero si hay algunos que cuenten con los empresarios para pedirnos opinión [229]*

*...el día que fuimos con la Cámara de comercio que estuvimos en París y luego en Lyon, si no recuerdo mal, pues si tu vieras dos días o tres perdidos... pero es que fuimos a perder el tiempo, un desastre, un viaje de organización desastroso... [230]*



### ***V.2.1.6 Bajo nivel de asociacionismo***

El grupo de las instituciones (GDI) estuvo más activo a la hora de pronunciarse sobre el asociacionismo, considerando que existe una gran dificultad de poder conseguir y mantener una cuota de participación relativamente significativa en el asociacionismo empresarial. Partimos del análisis de la encuesta realizada en el SPL y nos arroja los siguientes datos; el 65,9% dice no pertenecer a ninguna asociación y el 13,6% aunque si está asociado no acude con normalidad a las reuniones, queda por tanto patente que existe un bajo interés en el asociacionismo, pero no es menos cierto que según la Encuesta Anual Laboral de 2014, el índice de empresas industriales que no están asociadas a ninguna organización empresarial se sitúa en el 63,6%, por lo tanto podemos decir que el asociacionismo en el SPL del sector del mueble de Lucena, aun siendo mayor a la media nacional en un 2,3% no es una diferencia especialmente alta. En las líneas discursivas, se plantean varias hipótesis sobre la apatía por parte de los empresarios a asociarse, por una parte el desconocimiento de los beneficios del asociacionismo, por otra el hecho de que estuvieran centradas en la consecución de objetivos que no eran del interés de la mayoría, como es el caso de los convenios colectivos, planteando la posibilidad de que existan pequeñas asociaciones con objetivos específicos más centrados en temas concretos y más cercanos a la realidad de los propios empresarios y sobre todo de los más pequeños que tienen prioridades diferentes a los empresarios de mayor tamaño. También relacionaron bajo interés de asociacionismo con conductas individualistas, explicando que no tiene sentido estar pagando por servicios de forma individual cuando esos mismos servicios los podrían tener a través de una asociación con un coste notablemente inferior, sin embargo, esa actuación aparentemente irracional está relacionada con un bajo nivel de capital social y por tanto en la desconfianza generalizada en el trabajo colectivo frente a las acciones individuales, así un alto nivel de capital social viene dado por “la capacidad de las personas para trabajar juntas para fines comunes en grupos u organizaciones“ Bagnasco, (2003: 101), Putnam, (1995) relaciona los niveles de capital social con el preocupante descenso de los niveles de asociacionismo de Estados Unidos. La ideas de este autor parte de considerar que el capital social

incluye determinadas características de la vida social, ejemplificadas en normas, compromiso cívico y confianza que permiten a los participantes actuar conjuntamente para así perseguir de forma más efectiva sus objetivos compartidos.

*...desde la asociación de empresarios... hay una cosa que nosotros sí detectamos y es que la gente es muy reacia a asociarse, muchas veces, por más que se les diga, por más dossieres que se les presenta, por más actividades que se han hecho y que se han conseguido y que se han elaborado y los años que se lleva trabajando [78]*

*...yo ahora recientemente he intentado aportar un par de socios a UNEMAC (por error llama UNEMAC a la nueva asociación CECOMADERA) y me ha costado la misma vida, la misma vida, no lo entienden y ahí estamos hablando de treinta y cinco euros al mes, incultura empresarial o incultura de asociacionismo pues estamos hablando aquí de un aspecto troncal [252]*

Sentido individualista del uso de los recursos, esto es lo que manifiestan al no entender como en una empresa está dispuesta a pagar servicios exclusivos para ella más caros cuando los podría obtener por la vía de la asociación de empresarios.

*...efectivamente cuesta trabajo asociar, porque los propios empresarios no sienten la necesidad de asociarse o no entienden que beneficios o no le sabemos explicar cuál es el beneficio de estar asociado a una asociación patronal, entonces esto lo que da a decir es la individualización, que cada uno se averigüe sus cosas [84]*

*...es que hay una cosa, no están dispuestos a poner una cuota para asociarse para que tengamos asesores, que tengamos gente para que nos tengan al día para todo lo que haya y sin embargo si estamos dispuestos a pagar a un asesor particular, a una gestoría, que lo que me crea son las nóminas, los seguros sociales y para de contar [107]*

Del discurso sobre las necesidades de las asociaciones, se deja entrever, que existe una tendencia por parte de los empresarios a ver los problemas que plantea la asociación no como problemas de los asociados en general, sino de parte de los asociados o de la propia asociación como organización y esto hace que se distancien aún más de sus propios asociados o asociados potenciales, al dar la sensación de que en vez de ser instrumentos para resolver problemas, son instrumentos que incomodan con sus problemas.

*...no se asocian, nos está costando muchísimo trabajo llegar y mira que se está yendo puerta a puerta intentando explicar la necesidad de estar asociado y si la situación económica para intentar dirigirnos con un poco de fuerza hacia las instituciones, tenemos una representatividad importante del sector cuando vayamos a hablar con cualquier... tenemos que llevar un respaldo o un aval de que tenemos detrás equis empresas o equis asociados para poder sentarnos con cualquier institución, entonces eso no se consigue, entonces eso es un gran problema para el tema de las asociaciones de empresarios [79]*

*...tendría que haber asociaciones de interés, es decir, una asociación que fuese de veinte empresas, por ejemplo y no tiene por qué ser más, pero que se creasen para unos objetivos específicos y no para negociar convenio colectivo, por qué, porque ahí estarían las que quieren estar, pagarían la cuota que quieren poner y tendrían los servicios que ellos querrían acordar [110]*

### **V.2.2 Sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local del mueble de Lucena**

El sentimiento de pertenencia es uno de los ejes fundamentales para la toma de decisiones por parte de los miembros del SPL, entre otras cosas porque puede tomarse desde una perspectiva exclusivamente individualista o por el contrario una desde el punto de vista de comunidad o colectivista, donde el beneficio de la

colectividad desemboca en el beneficio propio. Para desarrollar un sentimiento de pertenencia, no solo es necesaria la proximidad geográfica sino también la sociocultural, Camagni, (2002: 227) señala que “(...) la aglomeración y la proximidad en sí no garantizan el desarrollo; los componentes culturales, psicológicos y de comportamiento son igualmente importantes; juntos, aumentan la probabilidad de que se produzcan efectos sinérgicos. En este sentido Camagni (2002) denominó “capital de relación” a las relaciones que se dan como consecuencia de la proximidad geográfica y la proximidad sociocultural y que constituye una ventaja competitiva potenciando la innovación, ya que logra que los integrantes del SPL consoliden su sentido de pertenencia entorno al mismo, se sientan como partes importantes, integrantes de un todo e interactúen en un contexto de confianza y cooperación que permita el desarrollo del territorio de forma colectiva y como consecuencia, de cada uno de ellos a nivel individual. Por otra parte, Sengenberger y Pyke (1993: 48) confirman que “en el modelo de distrito industrial ideal, la empresa individual no concibe la supervivencia y el éxito en términos de lucha entre rivales, al contrario, se hace hincapié en el crecimiento colectivo donde cada unidad se beneficia del éxito del conjunto”.

Por tanto, se considera necesario tener conciencia de conjunto y de pertenencia al grupo. El sentimiento de pertenencia de sus miembros, lo hace más fuerte hacia el exterior, en la medida en que se suma a su proyección la acumulación de conciencia y sentimiento individual proyectado colectivamente, por tanto la existencia de sentimiento de identidad y de pertenencia al Sistema Productivo Local favorece la formación de redes y como consecuencia la reducción de comportamientos egoístas, incrementando la posibilidad de generar proyectos de cooperación. Desde este punto de vista es imprescindible medir qué grado de conciencia y de pertenencia al grupo tienen las empresas integrantes del Sistema Productivo Local.

### ***V.2.2.1 Alejamiento consciente de la imagen del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena***

Como hemos mencionado antes, el sentirse parte integrante de un grupo e identificarse con él es fundamental para dirigir sus acciones de forma colectiva y explorar las posibles vías de cooperación con sus cohabitantes dentro del Sistema Productivo Local, para generar proyectos que empujen al conjunto hacia niveles más altos de competitividad y esto beneficie al propio sistema. Casi la totalidad de las líneas discursivas están orientadas hacia la consideración de que no existe un sentimiento de pertenencia, un sentimiento que les una al pensamiento lógico de que forman parte de un Sistema Productivo Local que les identifique más allá de nombre de la Localidad.

Uno de los motivos de ser reticentes a identificarse con algo que tenga que ver con el mueble de Lucena de forma colectiva, proviene precisamente de la época de los primeros años de surgimiento del Sistema Productivo Local, en el que la imagen que se proyectaba coincidía con un producto muy poco diferenciado y de relativa calidad. Del discurso emana el esfuerzo individualizado que cada uno ha hecho para posicionarse, distanciarse y demostrar por sí mismo la calidad que tienen sus productos y alejarse de la una imagen de productos encasillados en determinados estilos y de poca sofisticación que el sector del mueble de Lucena tenía en el mercado.

*Cuando se inició el mueble aquí en Lucena fue a raíz de una crisis, la crisis del metal y lo que se hizo fue cambiar el sistema productivo, el primer mueble que empezó era de calidad mala, "no lo quiero ni regalao" eso yo lo he escuchado visitando a clientes. [8]*

*...gracias a dios, porque antes, hace veinte años es lo que tú dices, ese mueble es de Lucena, porque el mueble que hacía Lucena era provenzal o castellano, ya está y eran todos iguales y así empezamos, yo empecé haciendo muebles como los hacía todo el mundo [196]*

Ante la necesidad de mejorar la imagen del sector del mueble de Lucena con la que partió en sus inicios, la reacción no fue precisamente la de intervenir colectivamente, sino todo lo contrario, cada empresa actuó de forma individual invirtiendo en mejorar su calidad y sobre todo, incorporando innovación en el diseño para así desmarcase del estilo preconcebido que sobre ellos tenía el mercado. Estas acciones llevó a las empresas a generar un know-how diferenciador, que celosamente preservan y que como veremos más adelante forma parte de otra barrera significativa a la hora de compartir conocimientos en proyectos comunes.

*...hoy gracias a dios, [...] hace un tipo de mueble [...] hace otro y nosotros hacemos otro y entonces no estamos identificados, ese es el mueble de Lucena, no ese es uno de los tipos de muebles que se hace en Lucena, antiguamente no había ninguna organización, pero si estaban los muebles muy identificados, hoy en día no. [197]*

*cada día con una imagen mejor, es decir, las empresas han ido posicionándose con muy buena tecnología, mucha calidad en el producto que fabrican, es decir, ahí han avanzado ya muchísimo, pero no tampoco han proyectado esa imagen común, sino más bien empresas individuales que han mejorado esa calidad, pero no el Sistema Productivo Local [31]*

*...muchas se han convertido en empresas locomotoras a nivel andaluz, pero ni siquiera esas empresas locomotoras se sienten pertenecientes a un Sistema Productivo Local... [33]*

#### **V.2.2.2 Visión, sentimiento y proyección individualista**

Esa carrera emprendida de forma individualizada por desprenderse de una imagen común que entendían que no les favorecía, ha podido reforzar aún más el sentimiento individualista frente al de grupo, manteniendo su estrategia centrada en

la diferenciación con respecto al resto de los miembros del Sistema Productivo Local y a su vez de la imagen que les precedía.

*Yo creo que el sentimiento individualista ha primado y cada uno quiere tener su espacio [60]*

*...no había identidad de grupo... el sentimiento individualista a primado. [58]*

*...la imagen que proyecta Lucena como fabricante de mueble al exterior es una imagen totalmente individual de cada marca. [195]*

*Yo creo también que se trata de un aspecto de mentalidad, porque nosotros en la actualidad solo estamos preocupados en intentar llevar nuestros proyectos individualizados adelante [239]*

En general son las instituciones las que expresan de forma más enérgica la falta de visión conjunta como un Sistema Productivo Local.

*...aquí no se ha sabido aprovechar ese momento, de que la empresa se sintiese identificada con ese Sistema Productivo Local, me da igual del de Lucena que del de Córdoba, pero que se sintiese identificada y cuando fuese a exponer por ejemplo expusiese su Sistema Productivo Local porque es lo que refuerza la empresa, se iba individualmente como empresa [53]*

### **V.2.2.3 Desconocimiento beneficios del Sistema Productivo Local**

Partimos de la afirmación como hemos señalado anteriormente, de que el principal potencial de los Sistemas Productivos Locales es el aprovechamiento de sus redes, tanto en las relaciones transaccionales o red de subcontratación, como en las relaciones de cooperación, entre empresas que guardan un equilibrio en acciones de cooperación y competencia, es decir, empresas que se dedican a la misma fase de

producción y tienen la capacidad de competir por los mismos clientes al tiempo que colaboran en determinados proyectos de cooperación que les facilite el acceso a innovación tecnológica o de procesos, información sobre nuevos mercados, creación de empresas o alianzas para la comercialización conjunta o promoción de denominaciones genéricas. (Climent, 1997). El poder aprovecharse de las economías externas que se generan fuera de la empresa y dentro del SPL es lo que realmente diferencia a las empresas que pertenecen a un SPL de las que no. Son precisamente estas economías de aglomeración las que permiten un mayor grado del uso de las sinergias generadas en su interior, por lo tanto, para poder beneficiarse de estas, el nivel de conocimiento o de conciencia sobre estas bondades es fundamental, así como la generación de una imagen común al mercado que los identifique con altos niveles de calidad, diversificación e innovación, en definitiva una imagen de fortaleza frente a competidores de otros sistemas productivos locales tanto a nivel nacional como internacional.

De nuevo, la perspectiva del desconocimiento de los beneficios o aportaciones que derivan de la permanencia a un Sistema Productivo Local viene del discurso de las instituciones, siendo muy críticos con la situación de pasividad en la que los empresarios están inmersos.

*...me da la sensación de que no hay un sentimiento arraigado de pertenencia a un Sistema Productivo Local [] ...yo creo que aquí lo que es en sí un Sistema Productivo Local no lo veo ni arraigado, ni siquiera creo que ellos mismos sepan que están en posible Sistema Productivo Local, me da esa sensación [6]*

*...parte de la base de que ellos no saben ni siquiera qué es un Sistema Productivo Local, tú le preguntas a una pequeña y mediana empresa... oye, ¿tú perteneces a un Sistema Productivo Local? y no sabe lo que es, no sabe lo que es un Sistema Productivo Local, si no sabe lo que es un Sistema*



*Productivo Local tampoco se plantea ni proyectar una imagen hacia el exterior, ni proyectar una imagen hacia el interior [25]*

*...yo creo que el problema real es que no ha habido concienciación en ese Sistema Productivo Local de que son un Sistema Productivo Local y de lo que les puede beneficiar la pertenencia a ese Sistema Productivo Local [51]*

Las instituciones hacen mención al potencial del tejido empresarial del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, proyectando un futuro muy prometedor si realmente unieran ese potencial a las oportunidades que les brinda las sinergias que se generan en torno al SPL.

*...si Lucena hubiese estado dentro de un Sistema Productivo Local tal como está definido lo que es un Sistema Productivo Local aprovechando las sinergias, digamos que apoyándose entre ellos y demás, con la eclosión que tuvo Lucena, Lucena tendría que estar fuera del mapa. [34]*

#### **V.2.2.3.1 Visión como confluencia de empresas**

En las líneas discursivas, las instituciones manifiestan que detectan que la imagen que tienen los empresarios de sí mismos y proyectan al exterior tiene que ver más bien con una confluencia geográfica de empresas ubicadas, sin conexiones y sin arraigo, por otra parte, de la encuesta realizada en este trabajo cuando se les preguntó a los empresarios cómo creían que era la imagen externa del Sistema Productivo Local, el 18,2% indicó que la imagen que creía que se daba al exterior era de “empresas dispersas e inconexas del sector de la madera” y el 47% que “la imagen sería de empresas poco relacionadas y que no cooperaban entre sí”.

*...yo pienso que no ha existido ese sentimiento de pertenencia, ha habido una comunidad geográfica en el que como ha dicho [] se han desarrollado muchísimas empresas [22]*

*...sin embargo el de Lucena no se ha posicionado como Sistema Productivo Local, da una imagen de proyección al exterior evidentemente como localidad de producción del mueble [30]*

*...no se ha posicionado un imagen de marca de Lucena que hubiese agrupado el sistema como tal, lo hubiese identificado al exterior, sino lo que se identifica la localidad, geográficamente una zona, en la que evidentemente hay muchas empresas de madera, que muchas se han posicionado, que muchas se han convertido en empresas locomotoras a nivel andaluz, [32]*

#### **V.2.2.3.2 Relaciones transaccionales o verticales**

El discurso apunta a que sí existe un nivel de cooperación intensa, pero solo en sentido vertical, las empresas crean un interfaz de mercado que les proporciona una medida de refugio de las transacciones White, (2005), creando relaciones duraderas, por medio de la asociación continua y beneficiándose de la inversión un tanto idiosincrásica de aprender a trabajar juntos Eccles, (1981), tendría que ver con el sistema de subcontratación de concepción Fernández y Ariza, (2004) en el que ambas parte comparten conocimiento e información estratégica, comprendiendo que el éxito del uno depende del éxito del otro, favoreciendo una negociación menos distributiva y más integradora. En este sentido, como explican, únicamente aprovechan estas relaciones verticales y manifiestan que estas les funcionan bien, es decir, el aprovechamiento de ese conglomerado de empresas tiene que ver más con la oportunidad de tener proveedores de productos semiterminados cerca para lógicamente ser más competitivos individualmente, sin embargo, no se entrevé que apunten a los beneficios que les aporta las sinergias para generar más conocimiento, más imagen colectiva o crear proyectos de cooperación que permitan una mejor evolución colectiva.

*...es la subcontratación, o sea, la cooperación por medio de la subcontratación, esa para mi entender funciona en Lucena perfectamente, somos unos fabricantes que nos dedicamos a sacar el producto fuera de Lucena y otros fabricantes que nos hacen ese producto que nosotros pintamos, barnizamos, manipulamos, terminamos y vendemos fuera, esa para mi entender funciona perfectamente [161]*

*...para ese tipo de cosas es que es difícil, es que claro, nosotros tenemos unas grandes relaciones en el orden vertical, como habéis dicho vosotros, con los proveedores y ahí hay una colaboración terrible, hay una colaboración importante, tanto tanto tanto que es complicado, porque claro una empresa de la índole nuestra es muy difícil que pueda hacerlo todo, entonces necesitas mucha colaboración entre proveedores [248]*

*...como este venda un comedor yo no lo vendo eso es así, entonces es difícil pues que podamos poner el conocimiento de nuestras empresas, o sea ese tipo de cooperación ya es difícil, entre las otras, es posible, o sea yo, al que me fabrica los muebles a mí, pues yo le tengo que dar parte de mi conocimiento para que esa fabricación mejor y ahí ya me beneficio yo. [284]*

Se da con la frecuencia más absoluta que las *empresas que producen bienes finales* subcontraten a las *empresas monofase* para la producción de determinadas fases del producto, sin embargo, estas últimas, también subcontrataban en momentos en los que no tenían la capacidad suficiente de producción a otras *empresas monofase*, dándose una subcontratación de especialización<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> No subcontrataban las mismas fases que ellos mismos ejecutaban, sino que contrataban determinadas partes del proceso que otras empresas estaban especializadas y que permitían que ellas se dedicaran al resto de fases.

*...yo he comprado los marcos ya hechos, pues digamos también subcontratas a otros fabricantes que estén más especializados en hacer el marco, que si hacer la moldura, eso sí se solía hacer, no exactamente que se acabe el mueble del todo, pero de otros fabricantes se subcontrata también [224]*

#### **V.2.2.4 Consideraciones sobre como incide el sentimiento de pertenencia en la cooperación interempresarial en el Sistema Productivo Local de Lucena**

De los discursos resulta ver como existe un sentimiento individualista, que nace precisamente de la necesidad de desvincularse de la imagen precaria con la que el sector del mueble se daba a conocer en el mercado, con productos encasillados en estilos muy concretos y de poca sofisticación y que en la actualidad aún perdura. La percepción por parte de los empresarios del Sistema Productivo Local está vinculada a una confluencia de empresas en una ubicación geográfica y la única ventaja de la que se aprovechan es de las relaciones verticales, que las entienden totalmente necesarias.

De los resultados del discurso de las instituciones que participaron en el grupo de discusión, se desprende el convencimiento de que los empresarios no conocen suficientemente los beneficios que aporta el Sistema Productivo Local e incluso cuestionan que sepan que verdaderamente forman parte del mismo.

#### **V.2.3 Factores socioculturales que inciden en la cooperación**

Los factores socioculturales provienen de la cultura nacional, regional o local, en este sentido, tendremos que tener por tanto en cuenta la repercusión de estos valores en la cultura que se imbrica en el contexto en el que está ubicado el SPL y por supuesto como la cultura de la empresa es permeable a la cultura local y como consecuencia en su percepción de la bondad que ofrecen las relaciones sociales y la cooperación interempresarial. Becattini, (1979) afirma que el distrito industrial no solo es una entidad económica sino también una entidad sociocultural. Esta

interpretación ha permitido destacar que la confianza y la cooperación desempeñan un papel como mecanismos de reducción del riesgo y de gobernanza económica entre las empresas (Dei Ottati 2009), precisamente por el sentido que tiene analizar el contexto en el que se realiza la actividad productiva, en relación a los aspectos socioculturales. Brunet, I y Belzunegui (2001), señalan al referirse al background social que está presente en los distritos industriales, que los orígenes históricos, los valores sociales y los hábitos culturales son profundamente compartidos por los miembros de la comunidad y son funcionales al tipo de actividad económica desarrollada en el propio distrito industrial. Esta homogeneidad de valores y reglas sociales previene conflictos y refuerza la confianza, liderando patrones de complementariedad y cooperación entre actividades y actores

Valores como la lealtad y el compromiso son pilares para la generación de confianza creándose un ciclo de retroalimentación entre estos factores que puede resultar positivo o negativo según hayan acontecido las acciones de reciprocidad, a su vez, la confianza actúa como lubricante en cualquier relación, ayuda a la concertación de acuerdos y proyectos comunes, así pues, conocer qué apreciación tienen los empresarios sobre la existencia de estos valores entre los miembros del SPL, puede arrojar luz sobre el nivel de confianza que pudiera ser generado por estos valores, así como hemos visto, el 77,3% de los casos de la muestra analizada en el análisis cuantitativo, creen que son valores poco representados en las empresas del Sistema Productivo Local de Lucena (9,1% indican que son valores inexistentes en el Sistema Productivo Local y 68,2% que lo tienen pocas empresas del Sistema Productivo Local)

Durante el discurso de ambos grupos, se generaron tres líneas que engloban ideas comunes; (1) reflexiones sobre los valores, (2) bajo nivel confianza, lealtad y en compromiso, (3) valores que una mayoría si tiene y (4) desconfianza por deslealtad.

### **V.2.3.1 Reflexiones sobre valores**

Nos encontramos con un discurso que mezcla un ideal de lo que representan los valores de lealtad y compromiso y su repercusión en la confianza, contrapuesta a

su vez con una reflexión en voz alta sobre el sentimiento de resistencia que palpan las instituciones -[123]- cuando les plantean a los empresarios pertenecer a asociaciones por entender que sus intenciones son las de tutelarles. A su vez se tiene conciencia de que la confianza se imbrica en un contexto que requiere que sea duradero y en el que las interacciones estén abordadas desde la legalidad, los buenos gestos y la transparencia -[128]-. Se sabe lo que se requiere para que haya confianza y a su vez se desconfía, esa es la realidad con la que se manejan en el discurso.

*...si no hay compromiso es difícil, por no decir imposible y si no hay lealtad pues ya olvídate ni siquiera unir, las reticencias están por delante de otras cuestiones, no... bueno y lealtad y confianza están en el mismo plano, digamos, no... y el compromiso evidentemente pues va en que haya más compromiso o menos compromiso en función directa en el valor de lealtad y confianza... como quieres que yo tenga compromiso si no me fío de ti o veo que eres un desleal, no me puedes pedir compromiso... [117]<sup>15</sup>*  
I5.Organización sindical 1<sup>16</sup>.

*...llega una institución y dice venga vamos ponernos mano a la obra y luego vamos a hacer una asociación, eso ya el valor de confianza desaparece... dice claro, tú lo que quieres es manipularme, tú lo que quieres es tutelarame... [123] I6.Organización sindical 2.*

Brunet y Belzunegui, (2001) señala que la confianza es el resultado de vínculos relacionados con el ambiente social y cultural, aun no siendo fácilmente mensurable, representa la base para la interacción social, permitiendo que valores, reglas y conductas puedan ser compartidos y disfrutados por generaciones de

---

<sup>15</sup> Codificación detallada en el capítulo 4 Metodología; [n] será en número de orden de la cita en el documento resultante de la transcripción.

<sup>16</sup> Para identificar a los autores de la cita se enumerado el miembro (In) o (En) en función de si es una institución o una empresa y una etiqueta que lo une con el rol que representa en ese segmento.

individuos. La influencia de la confianza y la colaboración hacen prominente el rol de los individuos en las actividades económicas [...]

*...la confianza entre las personas la da el tiempo, legal y el trato durante mucho tiempo que efectivamente no ha habido malos gestos, transparencia, ha habido... eso es lo que te da confianza, ese efecto no se hace de la noche a la mañana. [126] I6.Organización sindical 2.*

### **V.2.3.2 Bajo nivel de confianza, lealtad y compromiso**

La deslealtad es sentida desde el uso desmedido y adulterado del isomorfismo, algo que en principio es necesario en los espacios productivos donde la innovación viene precisamente de la incorporación de nuevas formas de organización, productos, formas de novedosas de hacer que han sido llevadas a cabo por las empresas pioneras y organizaciones que conviven en un mismo espacio y que van siendo adoptadas por el resto, en el discurso se advierte que el isomorfismo se convierte en plagio, donde manifiestan que existe una práctica ciertamente generalizada en copiar el producto en esencia y que aparece como un aprovechamiento ilegal o al menos desleal del “esfuerzo” de aquellos que invierten en innovación, visto desde la perspectiva del diseño de productos, catálogos, formas de presentar el producto, etc.

Del propio discurso emergen diferentes formas de ver la deslealtad, o quizá distintos escenarios, una de los más significativos es la deslealtad que forma parte de las relaciones de mercado, donde se encuentran como copian su producto, catálogos o ideas, compiten con precios más económicos y/o fuera de mercado

*...pues falta lealtad, compromiso y confianza... [85]*

*...la lealtad yo que quieres que te diga, a mí me han dicho empresarios, "tú te crees que me puedo gastar un pastón en hacer un catálogo y voy a una feria y me encuentro mí mismo catálogo, el mío mismo, con que tiene hasta las letras que lo tiene fulano de tal y no se ha gastado ni un duro y tiene mi*

*mismo catálogo", eso que crea una deslealtad y crea una desconfianza que no se fían de nadie. [86]*

*...siempre hemos tenido la mentalidad errónea de que nuestra competencia es el vecino, nuestra competencia es el mundo y siempre ha habido esa mentalidad, el fulanito que está aquí al lado que le va bien, a ver que está haciendo y yo cinco euros más barato. [89]*

*...por ejemplo yo estoy con mi cliente y digo que me va bien con un cliente a otro fabricante y va en busca de él [216]*

Ver como plagian sus trabajos es otra de las formas de ver la deslealtad dentro del Sistema Productivo Local y quizá la que valoran más negativamente, haciendo alusión a que esas experiencias negativas le hacen ser más desconfiados.

*...hombre, ahí tienes lo importante o una de las claves de que el sector no sea capaz de confiar y de que todos podemos hacer, de que las experiencias nos hacen desconfiar de mi propio vecino. [88]*

Otra forma de ver la repercusión negativa de la deslealtad es como la etiqueta que acompaña a miembros del Sistema Productivo Local que comparten espacios en los que difícilmente pueden transmitir la confianza para emprender proyectos comunes como podría ser una central de compras

*...es el propio empresario el que ha visto que su catálogo lo han copiado y es el que ahora está pensando en una central de compras y se tiene que sentar con el mismo que sabe que le ha copiado, eso es humanamente imposible. [137]*

El discurso se vio representado por líneas que marcaban claramente la presencia de deslealtad, bajo compromiso y como consecuencia desconfianza, si bien se



encontró una afirmación que contradecía o más bien relativizaba la negatividad del discurso.

*...siempre hay alguno que no tiene valores, ni lealtad con alguno, pero yo creo que la mayoría sí, siempre habrá un veinte por ciento que van por libre, pero yo pienso que en plan generalizado, siempre hay alguien, pero por eso no mancha la imagen realmente, yo con la mayoría con los que he trabajado he tenido lealtad, he tenido un compromiso y una buena relación [233]*

### **V.2.3.3 Consideraciones sobre como los factores socioculturales pueden dificultar la cooperación.**

Podemos por tanto considerar que hay una carga importante de la orientación del discurso hacia la confirmación de que existen actuaciones desleales, fundamentalmente insertadas en el trato de las relaciones de mercado y competencia dentro del Sistema Productivo Local, que hacen que valores como la lealtad o el compromiso no se consideren como valores suficientemente representados y como consecuencia no exista un contexto de confianza generalizada que promueva la cooperación de tipo horizontal entre empresas del Sistema Productivo Local.

## **V.2.4 Factores intrínsecos de la organización**

### **V.2.4.1 Importancia de las estructuras organizativas**

Como hemos descrito en el marco teórico y hecho mención al principio de este capítulo, en los distritos industriales se dan tres modelos de pequeñas empresas en función de su estructura organizativa, *modelo indiferenciado*, *modelo diferenciación elemental* y *modelo de diferenciación articulada*. Aparece una constante en la forma de organización de aquellas empresas que están constituidas por más de un socio, se adaptan más al modelo *diferenciación elemental*, adoptando los socios responsabilidades funcionales, por tanto existe una evolución desde el modelo indiferenciado, en la medida en que la estructura organizativa se expande

Cano, S. (1997), por otra parte la confianza mutua como mecanismo de gobierno se basa en la credibilidad en el otro socio en términos de cumplimiento de la obligación. Dicha confianza permite a las partes asumir que cada uno adoptará las acciones que son mutuamente aceptables y predecibles (Das y Teng, 1998). Este modelo se ve reflejado en el discurso como el llevado a cabo algunos de los miembros del grupo de discusión (GME) y explicaba cómo funcionaba y era eficiente.

*yo hago un gerente... yo llevo la administración más que la gerencia porque, yo no soy el jefe de mis socios, yo tengo un director comercial que es mi socio, muchas veces yo no estoy de acuerdo con lo que hace pero lo hace y si yo fuera el gerente y él el director comercial, diría tú estás como tú quieras, se hace esto y punto, eso no se lo puedo decir a mi socio, él tiene autonomía, o sea, yo dentro de mi casa somos cuatro y cada uno tiene sus responsabilidades... [257]*

*...yo creo nosotros, aparte es que somos cuatro y entonces entre los cuatro tiene su parte y yo soy gerente y cada uno tiene autonomía dentro de su sección. [256]*

*...claro y que cada uno entendemos de una cosa [259]*

*...es una empresa modelo, que todos hemos ido un poco a mirarnos en ese espejo y es que esa estructura medianamente a ellos si les ha funcionado. [258]*

#### **V.2.4.2 Con mandos intermedios con mayor delegación es más factible la cooperación**

Por otra parte, existía una línea discursiva en la que se planteaba la hipótesis de que en aquellas empresas en las que los mandos intermedios tenían más poder de decisión, o bien, eran mandos intermedios técnicos se generaban ciertos comportamientos proactivos en la organización en cuanto a la búsqueda de alianzas

para llevar a cabo determinados proyectos de cooperación, se ponía como ejemplo precisamente las empresas del SPL de sector del Frío Industrial de Lucena, empresas de la misma localidad y que por su perfil técnico, delegaban mucho más en este nivel jerárquico y que efectivamente repercutía en la mejora de la actitud hacia la cooperación.

*...lo que tienen bueno esas empresas es que tienen unos mandos intermedios, muy buenos, muy potentes que son conscientes de que ellos tienen que estar con otras empresas que son su competencia, [132]*

*...hay plantillas técnicas que han generado proyectos empresariales que después, el capital lo han puesto los empresarios, pero la imitativa ha sido de la plantilla técnica y eso en el sector del mueble, quizá por el tipo de producto, pues no se ha llevado a cabo, pues entonces yo creo que es el gran déficit [134]*

*...en el sector de la madera y del mueble, no han existido esos mandos intermedios técnicos [136]*

En relación a esta línea discursiva, el grupo de las instituciones (GMI), que fue representado por mandos intermedios de dichas instituciones, corroboraban a pesar de no pertenecer a la red de empresas, como se daba esta situación de interés por la cooperación desde los mandos intermedios también en las instituciones que representaban.

*...claro un Sistema Productivo Local si es que lo ha dicho él [], es que faltaban los mandos intermedios, aquí estáis reunidos con los mandos intermedios, los mandos intermedios funcionamos estupendamente y nos entendemos estupendamente, que pasa, que cuando ya se eleva a los jefes, pues ya lo jefes... [154]*

#### ***V.2.4.3 Delegar en los mandos intermedios la iniciativa de la cooperación como estrategia***

Las redes sociales personales proporcionan beneficios a través de los directivos a título individual, ya que son quienes tienen esos contactos (Burt, 1992; Macdonald, 1995). No obstante, éstos se pueden hacer extensivos a toda la organización (Zaheer, McEvily y Perrone, 1998), en ese sentido la organización se puede beneficiar de la información o la reputación y adquiridos a través de los contactos de esos directivos. La complejidad o diferenciación señala cómo los miembros de la organización están divididos en: distintas posiciones, reflejando la división del trabajo y la especialización, distintos niveles jerárquicos, y distintas subunidades dispersas espacialmente (Hall y cols., 1967; Blau, 1970). Partimos por tanto de que la estructura organizativa puede ser un factor determinante para emprender proyectos de cooperación, así, en el discurso se planteó una hipótesis sobre una realidad detectada centraba en el bloqueo que en determinados momentos puede suponer que el único interlocutor de la empresa para cualquier proyecto de cooperación sea el gerente de la propia empresa y dando lugar como alternativa a la necesidad estratégica de crear nuevos lazos entre los profesionales con cargos de responsabilidad de las diferentes empresas, eliminado así la carga emocional que pudiera derivarse de experiencias pasadas no positivas.

*...yo insisto mucho porque creo que es un factor clave, no es lo mismo que te llame el dueño que a lo mejor me hizo competencia, que a lo mejor un día fue trabajador mío y se fue y me hizo jugarretas, a que quien me llame sea el director de producción de una empresa al director de producción de otra, que son profesionales, que lo que les interesa es su profesión... [160]*

#### ***V.2.4.4 Problemas en la delegación de responsabilidades en los mandos intermedios de las empresas del SPL***

Aparece en el discurso de los empresarios (GME), una afirmación por parte de ellos centrada, primero en que sí que tienen esos mandos intermedios, pero en el mismo

discurso manifiestan que no están dotados de la delegación necesaria, en algunos casos por el exceso de supervisión, en otros por la falta de confianza en que esa delegación esté acompañada de resultados o por desconocimiento de la necesidad de generar dicha estructura.

*...bueno lo que si es cierto y verdad que el organigrama hay mandos intermedios [246]*

*...eso no lo tenemos, nosotros podemos tener mandos intermedios, pero siempre bajo una supervisión desde arriba, no es un mando intermedio... [254]*

Hay mandos intermedios, sí... pero... es aquí donde se encuentran las evidencias de que las estructuras en las que tienen mandos no están dotadas de la suficiente delegación o poder de decisión.

*...[...] es el gerente que ha manejado doscientos trabajadores, pues yo creo que a él, lo mismo que a nosotros nos ha podido llegar el problema y no la solución, te lo trasladan para que tú... no para eso estás tú, tú me planteas el problema y me planteas la solución, yo creo que nosotros no lo hemos tenido, yo creo que nosotros carecemos de eso, no hemos sabido... no estamos educados para eso... no nos han enseñado... [255]*

*Yo apuntaría una cosa... yo creo que nuestras estructuras empresariales de la madera han carecido siempre de una educación estructural, entiendo que eso hemos carecido, porque no tenemos esa cultura, porque nosotros hemos nacido de la nada, del esfuerzo privado, de la iniciativa, de la sangre que corre por nuestras venas y eso no lo hemos aprendido... [253]*

#### **V.2.4.5 Cultura empresarial**

Galindo, P (2005) afirma que la pequeña empresa andaluza presenta unos rasgos socioculturales muy específicos que influyen negativamente en el desarrollo y

crecimiento económico de la misma. Una de las grandes problemáticas laborales de Andalucía en comparación con la realidad nacional radica en la cultura productiva imperante en la que han reinado una serie de valores sociales y laborales, en principio, contrarios al desarrollo de la aventura empresarial (pasividad, reactividad, seguridad o estabilidad frente a riesgo, iniciativa, logro o proactividad). Dicha realidad se traduce no tanto en la ausencia de emprendedores —que los hay, en el sentido de crear una empresa—, sino en la falta de una cultura emprendedora empresarial (Galindo, P, 2005). Podemos detectar en el discurso como determinados comentarios apuntan a que son conscientes de que esa cultura empresarial está enraizada en la cultura regional y/o local y que difícilmente se pueden desprender de ella, de esos pensamientos no exentos de prejuicios que constriñen sus decisiones.

*...aquí como quien dice hasta hace tres días los mismos empresarios estaban trabajando en el campo, es que hablamos de una reducción de tiempo a una velocidad enorme, yo muchas veces digo tenemos empresarios, bastante con que tenemos, es que no ha habido una masa empresarial. [156]*

*...pero que es verdad que tenemos que tener cuidado a la hora de compartir ese conocimiento, porque pienso realmente, a lo mejor está mal visto, pero es lo pienso. [166]*

*...estás hablando perfectamente [167]*

Manifiestan sentirse como empresarios hechos a sí mismos y eso les hace proteger sus decisiones con el aval de los resultados cosechados en el tiempo.

*...cada empresa tiene su realidad, su forma de gestionar y al fin y al cabo los que estamos dirigiéndolas empresas en este pueblo salvo alguna posible excepción somos gente hechos así mismo o que nos han enseñado, que no*

*venimos de doctrinas, ni universidades, que gestionamos nuestras empresas un poco a como nos han enseñado o como gestionamos nos propios hogares o nuestra propia forma de administrar la vida [261]*

*...cuando mi hermano y yo nacimos ya mis padres eran empresarios, ya tenían empresa... somos segunda generación pero no hemos estudiado, no tenemos el conocimiento, en mi caso he estado formándome pero no en universidad, y esto al final hace, a donde quiero llegar, esto hace que cada empresa sea un reflejo de nosotros, el empresario hecho así mismo y por mucho que tú quieras, tú no va a venir a contarme que tú... [263]*

*...por supuesto, nos hemos profesionalizado todo lo que hemos podido, yo estoy muy orgulloso del nivel de profesionalización que hemos conseguido llevar, en mi caso somos segunda generación ya y hemos nacido en el seno... [262]*

*...efectivamente, hechos a sí mismo [268]*

En el discurso emergen sentimientos de autosuficiencia que provienen de la acumulación de logros que acompaña a la trayectoria del empresario, esto les hace mantenerse a la defensiva ante determinadas actitudes en las que ellos entiendan que se les trata de adoctrinar o inducir a realizar las cosas de una manera diferente a como ellos la tienen interiorizada, esto evidencia una aversión al cambio.

*...es que tú no tienes que venir a decirme a mi ahora yo voy a ser el que te voy a decir... perdona un momentito, mi experiencia me avala, no... [125]*

#### **V.2.4.6 Decisiones cortoplacistas**

Existen muchos elementos en el discurso que hacen mención a la forma de afrontar las decisiones o la resolución de problemas con una perspectiva cortoplacista. Esto

evidentemente también tiene que ver con las necesidades coyunturales que en cada caso se estén viviendo por parte de las empresas, pero sin duda es propio de formas aprendidas de hacer y de enfrentarse hacia los problemas.

*Yo creo también que se trata de un aspecto de mentalidad, porque nosotros en la actualidad solo estamos preocupados en intentar llevar nuestros proyectos individualizados adelante [239]*

*...porque no hay otros recursos y el que más y el que menos tiene una estructura detrás que tiene que alimentar y la gran preocupación que tenemos es que esa estructura se alimenta a base de pedidos, pero el hecho de poder pensar en proyectos que nos unan es ocupar esa parte de nuestro tiempo dedicarlo ahí a saber que podemos sacar, si no tenemos una ayuda, si no tenemos a alguien que pueda coordinar ese tipo de trabajo que nos ilusione yo creo que eso no lo vamos hacer. [165]*

### **V.2.5 Experiencias negativas/positivas en cooperación**

Caravaca y otros (2002) señala citando a Maillat, D.-Crevoisier, O.-Lecoq, B. (1991, 410), que el resultado de las interrelaciones de carácter estable genera un valor añadido que beneficia a todos los participantes y que no puede aparecer allí donde las empresas trabajan aisladas y poco conectadas a su entorno local. Así, “desde el momento en que una red se constituye, se formaliza un capital relacional que permitirá a los actores ampliar posteriormente su colaboración y desarrollar nuevos proyectos de innovación”, esta apreciación sobre la capacidad de generación de nuevos proyectos a través de la interrelación constante, es extrapolable al valor que generan las experiencias positivas de proyectos de cooperación, en la medida en que entran en un ciclo del mismo signo propiciando un contexto proactivo en este sentido, si bien, las experiencias negativas generan la misma dinámica pero en sentido contrario.



Entrado en aspectos del análisis, se deduce de los resultados de la encuesta que existe una muy baja participación en proyectos de cooperación interempresarial, el 75% de las empresas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena decía no haber tenido experiencia en este sentido y en cuanto a los resultados de estas experiencias, el más llamativo fue en el caso de los proyectos llevados a cabo entre empresas que competían por el mismo mercado; el 41,7% manifestó que la experiencia había sido negativa, un 16,7% estaba decidido a repetir la experiencia y un 25% declaró que no volvería a repetirla.

Como se ha mencionado anteriormente, en cualquier proceso, los resultados obtenidos condicionan las posibilidades de cualquier intento de repetición de ese mismo proceso, de la misma manera en el discurso del grupo de discusión de los empresarios (GDE), aparecían determinadas referencias a la frustración de experiencias que acabaron con resultados negativos y que les planteaban dudas para volver a realizar proyectos similares. Se trataba precisamente de proyectos de cooperación con otras empresas, a veces a instancia de las instituciones, como la creación de un consorcio de exportación y otras por iniciativa interempresarial. El número de referencias a experiencias negativas fue considerablemente mayor y más variado que al de experiencias positivas, que estuvo centrado en compartir espacios en exposiciones con el objeto de reducir los costes y más en concreto con un proyecto de exposición de las empresas del SPL en el palacios de congresos de Madrid.

#### ***V.2.5.1 Experiencias negativas en cooperación por incumplimiento de expectativas por parte las instituciones***

Durante el discurso el grupo de discusión de los empresarios (GDE) se manifestaba enérgicamente para dejar patente que el fracaso de muchos de los proyectos que se llevaron a cabo por parte de las instituciones era debido a la falta de coordinación, sobre todo porque en ningún caso les pedían opinión, se encontraban con proyectos

en los que no se veían identificados o no creían en el planteamiento y que les hacía perder tiempo y dinero.

*...estábamos un poco supeditados en el aspecto de que las cosas que yo he vivido, cuando se intentaba hacer un proyecto importante, como por ejemplo exportación, un consorcio de exportación o cualquier cosa de esas, nosotros teníamos que regirnos por la forma en que ellos pensaban que tenían que hacerlo, ponían los asesores que ellos decían, valiesen o no valiesen a mí me han hecho perder mucho dinero, ilusión y credibilidad, entonces han fallado mucho en eso... [82]*

*...fue con la cámara de comercio, un auténtico desastre. [204]*

*...algunas veces se llevaban proyectos a cabo, que a mí me daba un poco la sensación que eran matar moscas con cañones, porque se liaba una parafernalia entorno a todo, como muy costoso, a mí me daba un poco esa impresión, aquella vez que estuvimos en Francia para captar red comercial [203]*

#### **V.2.5.2 Experiencias negativas en cooperación por inadecuada gestión en el proyecto**

De las experiencias enumeradas en el discurso, la más directamente relacionada con proyectos entre empresas por iniciativa de las mismas, tuvo que ver con un consorcio entre empresarios para la compra de materia prima. Manifestaron que fue un fracaso y que pudo haber tenido consecuencias desastrosas, en general hablaban sobre la experiencia de forma tan negativa que dejaban muy claro el no volver a repetirla.

*...hubo hace ya años una experiencia especie de asociación para comprar materia prima, eso fue un fiasco total, se perdió la madera, se perdió el*

*dinero y se perdió hasta el local, bueno ahora tu les dices a estos que habían invertido un dinero para eso vamos a montar otra vez... [87]*

*...compraba tráiler y tráiler de madera, los depositaba en unos terrenos e iban retirando las empresa y se las iban pagando, no veas el sirio que se lio, una quiebra que si no tenemos suerte estábamos... pero que se han intentado y no creas que siempre ha habido aciertos, en lo de las compras no me meterás otra vez, yo estuve metido en el consejo de administración de la empresa y sin comerlo ni beberlo pues nos metieron allí un sirio...esa experiencia, a los que vivimos aquello no se la cuentas.. [234]*

### **V.2.5.3 Experiencias negativas en cooperación comercial por un enfoque erróneo desde el punto de vista de los empresarios**

Con respecto al conjunto de experiencias en proyectos comerciales, principalmente estaban orientados al comercio exterior o a exposiciones en ferias internacionales. En el discurso de los empresarios (GME) continua presente ese sentimiento individualista que les hace pensar en primera persona cuando van explorar mercados internacionales, al igual que lo hacían a nivel regional o nacional cuando querían distanciarse del resto de empresas del SPL de Lucena y no identificarse con los inicios del mismo, en el que el producto era de menor calidad y poco diferenciado. Expresiones como “ir juntos, juntos pero no revueltos”, dejaba patente la necesidad de distinguirse frente a los demás, perdiendo de vista que lo importante debería ser distinguir al SPL del sector del mueble de Lucena frente a otros competidores a nivel internacional.

*...competencias dentro del mercado, igualmente te digo, aquí hicimos dentro de un centro que había aquí, hicimos una asociación para exportar, bueno, aquello funcionó al cincuenta por ciento y es mucho, y uno de los motivos por lo funcionó, por mi punto de vista es que todos vendíamos lo mismo, entonces, vendíamos lo mismo, teníamos el mismo representante y queríamos los mismos clientes... conflicto [168]*

*...para fuera de España lo veo ideal ir juntos, juntos pero no revueltos.  
[164]*

#### **V.2.5.4 Experiencias negativas en cooperación: barreras por la desconfianza**

Cuando se hablaba sobre cooperación, en el discurso de los empresarios (GME), continuamente se contestaba con un claro pesimismo, exponían rápidamente las barreras que impedían la cooperación, fundamentalmente estaban asentadas bajo el prisma de la desconfianza que había supuesto experiencias negativas anteriores o el hecho de tener que plantearte cooperar con otras empresas que de antemano han sido desleales.

*...es que ha habido en que han hecho proyectos, que lo han intentado y al final han visto que no es lo que querían, han perdido el tiempo, el dinero y se han visto dañados, entonces y ya dañan la siguiente... [130]*

*...hombre, ahí tienes lo importante o una de las claves de que el sector no sea capaz de confiar y de que todos podemos hacer, de que las experiencias nos hacen desconfiar de mi propio vecino [88]*

*...es el propio empresario el que ha visto que su catálogo lo han copiado y es el que ahora está pensando en una central de compras y se tiene que sentar con el mismo que sabe que le ha copiado, eso es humanamente imposible. [137]*

*...por ejemplo yo estoy con mi cliente y digo que me va bien con un cliente a otro fabricante y va en busca de él [216]*

#### **V.2.5.5 Experiencias negativas en cooperación por diferencias conceptuales de estrategias entre las empresas**

Hubo una línea de discurso muy interesante y diferente a las demás en cuanto a experiencias de cooperación, se trataba de una empresa que había emprendido un

proyecto con otra empresa durante cierto tiempo, según manifestaba, existía apariencia de una notable formalidad en cuanto al establecimiento de normas para el correcto funcionamiento, sin embargo, describía con bastante claridad cual fueron los motivos del fracaso, fundamentalmente estaban centrados en las diferencias de cultura de empresa, de objetivos o de ciclos económicos entre otros y realmente lo importante de estos motivos es que pueden ser extrapolables a otras situaciones en la medida en que factores como la cultura de empresa no se tengan en cuenta para la conformación de proyectos de cooperación. Estas experiencias negativas, pueden formar parte de una barrera de entrada a futuros proyectos de cooperación.

*...nosotros hace tres años llevamos a cabo una colaboración, una alianza de colaboración, una joint venture con una empresa del sector, donde hemos hecho; compartir gastos fijos, a través de un alquiler de una serie de contratos y gastos fijos que se han compartido según consumos, etc. y luego un acuerdo de colaboraciones de veintisiete hojas aproximadamente, vale, de las veintisiete hojas no se ha hecho ni media... [260]*

*...muy complejo, muy complicado, porque al final llamémosle cultura, llamémosle tiempo, llamémosle tiempo y la situación de una empresa y el momento y la situación de otra... ¿ha dificultado?, sí, ha dificultado, porque, porque hay diferencias de política de empresa, diferencias de como concebir la empresa, diferencias de costumbres, diferencias situaciones económicas, diferencias de necesidades y éramos dos empresas que cada una atendemos un sector diferente y que yo he vivido esa experiencia, entonces yo aquí que voy a decir, si yo soy el primero capaz de llevar un acuerdo de colaboración de veintisiete o veintiocho hojas ni a media hoja... yo creo que el problema es cultura [266]*

Queda patente en el discurso de los empresarios el desgaste que les ocasiona una experiencia negativa, que más allá del coste de los recursos que tienen que destinar,

el coste anímico de permanecer perseverante ante las diferentes eventualidades, y que después de esa experiencia, les cuesta reponerse y por supuesto encontrar motivación para emprender otro proyecto de características similares.

*...tú no va a venir a contarme que tú... como por ejemplo me ha podido pasar a mí... estoy hablando de una experiencia de tres años de una joint venture o de una colaboración, vale, de una colaboración estrecha entre empresas, pero muy estrecha, no funciona... [265]*

#### **V.2.5.6 Experiencia positiva en cooperación entre empresas en exposición comercial**

En cuanto a las experiencias positivas, durante el discurso de ambos grupos de discusión, empresario (GME) e instituciones (GMI) estuvo presente LUCMA, el éxito de una feria de muestras del SPL del sector del mueble de Lucena que tuvo lugar en Madrid. El enfoque del discurso fue dispar, para el primero fue todo un éxito e incluso para el segundo, pero éste último lo incorporaba en una línea discursiva en la que manifestaba que ese proyecto se enmarcó en un período en el que se vislumbraban elementos coincidentes con un ideal de SPL, pero que fue efímero por la falta de identidad de grupo primando claro sentimiento individualista.

*...vamos a exponer en Madrid, y nos vamos a llevar LUCMA a Madrid, (se le planteó al Ayuntamiento), los que más facturamos que nunca habíamos expuesto en LUCMA fuimos a LUCMA... hicimos un "feriaz" en Madrid, un pabellón entero...*

*...había un SPL que se iba haciendo, faltaba ya la identidad de grupo, estaba el grupo, el grupo se llevaba bien, cada uno se respetaba en el grupo y cada uno veía como los otros del grupo participaban y faltó pues ponerle el nombre el grupo y vender el grupo... yo creo que culpa de nadie... se hizo*

*una feria en Madrid en la que fue el SPL presente allí, lo que pasa que aquello se perdió... no había identidad de grupo... el sentimiento individualista ha primado.*

### **V.2.6 Dependencia de las empresas monofase de las que producen bienes finales**

Becattini (2004), plantea que en el distrito industrial, los trabajadores y los suministradores saben que no están desarmados en manos de las empresas finales, que estas últimas fuera del distrito están limitadas en su búsqueda de trabajo a bajo coste. Éstas son las bases para una verdadera y realista concertación. Es como si en las cabezas de los representantes de las partes existiera un modelo simplificado del funcionamiento del distrito, que define para cada nivel de integración el margen de oscilación del tipo de salario medio y del precio de cada una de las operaciones de transformación (hilado, cosido, tinte, etc.). Dicho margen no es muy amplio y cada una de las partes tendrá buen cuidado de no destruir, junto a la otra parte, la gallina de los huevos de oro (siempre que la vea como tal) que es el vivir en un sistema local como el distrito, en el que los fortísimos impulsos de la competitividad se mezclan con extendidos fenómenos de cooperación, buena información e integración entre los agentes. Sin embargo, en el discurso podemos detectar que esta relación de equilibrio entre los diferentes niveles de integración no está verdaderamente compensada, apareciendo un desequilibrio en favor de las empresas finales que mantienen contacto con el mercado, con respecto a las empresas monofase. Se advierte un mejor posicionamiento por parte de las empresas finales controlando la información del mercado y además del control que supone su posición estructural, hacen uso del poder que les otorga ese posicionamiento (Andrew, Basler y Coller, 1998:47).

*...nosotros como tal no vamos a ferias, nosotros nos dedicamos a fabricarles a ellos, cada uno su modelo, entonces nosotros no tenemos modelos propios para presentar nada [213]*

El aislamiento será mayor cuanto más presione el mercado interno del SPL, es decir, en la medida que exista mayor desfase ente la oferta y la demanda interna, ya que las empresas monofase empiezan a competir con niveles altos de deslealtad, lo cual alimenta aún mayor la desconfianza y con ésta la desconexión entre las mimas.

*...que pasa, que cuando la demanda viene abajo, pues evidentemente, si yo sólo hacía mesitas de noche ahora hago mesitas de noche, cómodas, sifonier y espejos y cabeceros, ya le estoy comiendo al otro y entonces ahí sacamos la vena judía de Lucena y es... tú lo sacas barato, pues yo más barato, pues yo más barato todavía... [175]*

*...pues claro porque han bajado tanto los pedidos, es que ha sido tremendo, que ha pasado que “( nombra a una empresa monofase)” la rentabilidad de donde la sacaba, en hacer quinientas, y a ellos eso es verdad, me duele decirlo pero es verdad, ellos son los que más han padecido la... y están padeciendo la crisis, ese es uno de los motivos [180]*

Por otra parte, Portes (2016:60) señala que el capital social a diferencia de la riqueza, está al alcance de todos, convirtiéndose, en teoría, en uno de los medios de que disponen las clases subordinadas para resistir el poder coercitivo de las élites. Esto es lo que Marx<sup>17</sup> y Engels pensaban cuando se referían a un proletariado que fuera una “clase por sí misma”, cuya conciencia de un destino común llevara a sus miembros a establecer vínculos solidarios y una acción colectiva. El discurso, debido al bajo nivel de capital social no parece revelar que exista una conciencia y sentimiento de pertenencia entre semejantes, más bien al contrario, se percibe un cierto aislamiento de las pequeñas empresas o empresas monofase, que no hace sino otorgarle más poder, en este caso de negociación a aquellas empresas que tienen

---

<sup>17</sup> Marx y Engels, Manifiesto; Marx, The Grundrisse



una mayor perspectiva o una mejor posición en la estructura del Sistema Productivo Local al tener contacto con mercado externo al mismo.

Fue muy interesante la aportación del grupo de discusión de las instituciones (GMI), más concretamente de un agente social, precisamente por como enfocó la lógica de pensamiento sobre el control de determinadas empresas con más poder sobre las otras, gracias a su posicionamiento cerca del mercado y por la posibilidad de elección dentro de los proveedores interiores, con capacidad de aislamiento de estas empresas a las que incluso se les exigía exclusividad.

*...ha habido una dependencia muy grande, entiendo yo, de la mayoría del sector dominado, dominado por la minoría del sector, llámese las cuatro o ...seis empresas grandes, que han tenido capacidad de exportar, de comercializar y el resto pequeñitas han sido dependientes, total y absolutamente de estas grandes, hasta el punto de trabajar en exclusividad por imposición, "tú me fabricas esto y te impongo el precio y te impongo una serie de cuestiones" y eso ha hecho que el pequeño tenga pocas posibilidades y pocas iniciativas, estaba muy encorsetado. [36]*

...cuando no hay posibilidades de financiación, porque no hay medios para financiarse y me lo ponen muy fácil pues "ahí tienes la nave que yo tengo una nave más grande y esta que voy a dejar, ahí con cuatro máquinas bastante obsoletas y me fabricas esto", estamos encorsetando haciendo que dependa total y absolutamente esa pequeñita empresa, que es lo que impera, la micro y la pequeña empresa, dependiendo siempre de las cuatro o cinco que han tenido capacidad de exportación [38]

## Capítulo VI **Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación**

### **VI.1 Introducción**

En este capítulo pretendemos ofrecer un resumen sobre las aportaciones obtenidas en el trabajo de investigación al que ha dado lugar la presente tesis doctoral. En primer lugar, expondremos las conclusiones sobre el resultado de la validación de las hipótesis de la investigación, en la que analizaremos los resultados del estudio cuantitativo a nivel descriptivo, al objeto de contextualizar y apoyar las evidencias encontradas en el estudio cualitativo. En segundo lugar, expondremos las limitaciones encontradas a lo largo de nuestro trabajo, y por último, presentaremos las líneas de investigación que podrían desarrollarse basadas en las evidencias de la presente tesis.

### **VI.2 Conclusiones**

Una vez conocida a través de los antecedentes teóricos la carencia de iniciativas por parte de los empresarios en proyectos de cooperación, nuestro objetivo era evidenciar; a) que efectivamente existen pocos casos de cooperación entre las empresas del SPL del sector del mueble de Lucena, b) qué nivel de interacciones entre los actores del SPL y como consecuencia qué nivel de Capital Social, c) qué sentimiento de pertenencia tienen como grupo, d) la explicación de esa falta de cooperación profundizando en el conocimiento de los factores socioculturales que predominan en el Sistema Productivo Local, e) si existen factores intrínsecos en la organización que determinan el nivel de cooperación interempresarial; estructura organizativa, tamaño de la empresa o cultura empresarial y por último, f) las experiencias en cooperación y su resultado.

### VI.2.1 Principales conclusiones del desarrollo empírico

Con el propósito de comprender mejor los resultados alcanzados de esta investigación, se realiza un contraste de las hipótesis a través de las dimensiones recogidas en el (*Cuadro VI-1*) y desarrolladas posteriormente.

**Cuadro VI-1 Resultado del contraste de las hipótesis de la investigación**

Hipótesis	Dimensiones	Conclusión
H1.- A menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el SPL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaso nivel de asociacionismo</li> <li>• Escasa intensidad relaciones entre empresas</li> <li>• Escasa intensidad relaciones empresa y las instituciones</li> </ul>	Confirmada
H2.- Si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local, éste desincentiva la cooperación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen exterior de SPL como aglomeración de empresas</li> <li>• Bajo Sentimiento de pertenencia al SPL</li> <li>• Alto grado de individualismo en las actuaciones empresariales</li> <li>• Desconocimiento de los beneficios del Sistema Productivo Local</li> </ul>	Confirmada
H3.- Si existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores lealtad y compromiso poco representados</li> <li>• Desconfianza para cooperar</li> <li>• Cultura individualista</li> </ul>	Confirmada
H4.- Factores intrínsecos de la organización tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa determinan el nivel de cooperación interempresarial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipología empresas según tamaño; individual, pequeña y mediana</li> <li>• Tipología empresas según estructura organizativa; modelo indiferenciado, modelo diferenciación elemental y modelo diferenciación articulada</li> <li>• Tipología empresas según aportación cadena productiva; empresas monofase y empresas que producen bienes finales</li> <li>• Baja delegación de responsabilidad en mandos intermedios</li> <li>• Estructuras organizativas homogéneas y con relaciones densas</li> <li>• Cultura empresarial cortoplacista, individualista y visión del empresario hecho a sí mismo</li> </ul>	Confirmada

*Fuente: elaboración propia*

- a) En relación a la verificación de que en el Sistema Productivo Local del mueble de Lucena existían bajas tasas de cooperación, podemos afirmar a través del análisis de resultados de la investigación, que existe una escasa participación en proyectos de cooperación, el 75% de las empresas encuestadas decían no haber tenido experiencia en proyectos de cooperación con otras empresas.
- b) Si desde la concepción teórica, el Capital Social vincula las esferas económica, política y social de una sociedad, generando un marco informal en el que se comparte información y se coordinan actividades y toma de decisiones, éste se torna vital y necesario para la generación de oportunidades en torno a los miembros de esa sociedad. En cuanto a la confirmación de que a menor Capital Social, menor aprovechamiento de las oportunidades generadas en el SPL (H1), el análisis de resultados sobre la carencia de Capital Social existente en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena nos encontramos con las siguientes evidencias; a) escasas relaciones entre empresas (el 72,7% de éstas dicen tener relaciones poco intensas o nulas), b) con respecto a las relaciones entre éstas y las instituciones es aún más determinante, entre el 65,9% y el 77,3% dicen no tener relación alguna, c) existe un escaso interés por el asociacionismo, d) las instituciones salvo excepciones<sup>18</sup>, llevan a cabo actuaciones poco coordinadas entre sí y muy dependientes de ciclos y estrategias políticas ajenas a los intereses del SPL, se muestra una importante carencia de instituciones que coordinen o intermedien en actuaciones que promuevan la colaboración activa entre las empresas integrantes del SPL, y d) los empresarios tienen una percepción de lejanía sobre las instituciones y de no hacerles partícipes. Concluimos por lo tanto con la confirmación de que en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, las redes

---

<sup>18</sup> En los años anteriores a las crisis de 2008, ha existido cierta actividad coordinada para determinados proyectos tales como la Feria de Muestras celebrada en Madrid. (LUCMA)

empresariales e institucionales están provistas de escasas conexiones y poco intensas, que no existe un papel intermediador por parte de las instituciones y que las empresas las ven con cierta lejanía, dando lugar un importante carencia de Capital Social y como consecuencia el desaprovechamiento de las oportunidades generadas por las economías externas del SPL.

- c) En cuanto a que si existe un bajo sentimiento de pertenencia al Sistema Productivo Local éste desincentiva la cooperación (H2), hacemos las siguientes consideraciones; a) se confirma que la percepción que tienen los empresarios de sí mismos y la imagen que dan hacia el exterior, está más identificada con un conglomerado de empresas sin relaciones que las de un SPL tal y como está concebido teóricamente (el 65,9% de las empresas consideran que la percepción exterior del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena es de un conjunto de empresas poco relacionadas y que no cooperan), b) en el discurso se hacen importantes alusiones por parte de las instituciones a que los empresarios desconocen que pertenezcan a un SPL y como consecuencia también desconocen los beneficios que les aportaría, c) se confirma que las empresas tienen escasa experiencia a la hora de cooperar con empresas que compitan en su mismo mercado (el 75% dicen no tener experiencia en cooperar con empresas que son competencia), d) se confirma que los empresarios sí perciben el beneficio que les ofrece las redes de subcontratación o relaciones verticales, haciendo alusión a que funcionan correctamente, e) se detecta a través del discurso comportamientos individualistas con una clara vocación por diferenciarse y proyectar hacia el exterior una imagen distinta a la que proyecta el propio SPL<sup>19</sup>. Concluimos por lo tanto, que las empresas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena tienen un escaso nivel de conciencia de pertenecer a un SPL, como consecuencia carecen de

---

<sup>19</sup> Las razones pueden tener sus orígenes en la necesidad de distanciarse de la imagen que proyectaba en sus inicios el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena con productos poco diferenciados y de relativa calidad.

un sentimiento de pertenencia y mantienen actitudes individualistas que las alejan de cualquier intento de llevar a cabo proyectos de cooperación.

- d) Se ha constatado que cuando existen factores socioculturales que afectan negativamente a la confianza, éstos dificultarán la cooperación (H3), en este sentido, se ha confirmado que valores fundamentales para la generación de confianza tales como la lealtad y el compromiso están poco representados entre las empresas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, así el 77,3% de las empresas cree que son valores poco representados y en el discurso se hallan un gran número de casos en los que hacen referencia a la desconfianza generalizada por experiencias vividas de deslealtad, que están representada en diferentes escenarios como son las relaciones de mercado o el plagio de sus productos. A su vez se constata la existencia de una cultura individualista que impregna cada una de las decisiones que son tomadas por los empresarios tanto a nivel interno, en cuanto a el poder que se otorgan dentro de la organización con escasa capacidad de delegación, como hacia fuera de la empresa, mitigando perspectivas colectivas y de grupo y como consecuencia no aprovechando las economías externas, actuando de manera solitaria.
- e) En cuanto a conocer si existen factores intrínsecos de la organización que determinan el nivel de cooperación interempresarial, tales como la cultura empresarial, la estructura organizativa o el tamaño de la empresa (H4), partimos confirmando que la tipología de empresa que se da en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena está dentro de lo que la base teórica sobre este tipo de espacios productivos viene señalando, en su mayoría *empresas individuales*, en menor medida *pequeñas* y escasa de tipo *medianas*. En base a su organización, su representación en función a la clasificación de Cano, S. (1997) también es aceptada como común, según los modelos *indiferenciado* (empresario individual), *diferenciación elemental* (estructuras funcionales debido a empresas constituidas por

varios socios y distribución de responsabilidades entre ellos) y *diferenciación articulada* (empresas medianas con estructuras funcionales más jerarquizadas y departamentos especializados), si bien es verdad, los dos primeros si están bien representados entre las empresas del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, para el tercer modelo existe un sesgo entre lo que han contestado en la encuesta y lo que se ha observado en el discurso, el 22,7% dicen adoptar este modelo, sin embargo en las líneas discursivas aun confirmando que en su organigrama existen mandos intermedios, no están dotados de la delegación de responsabilidades que correspondería a un modelo de estructura jerárquica funcional. En cuanto a la tipología de empresas que se dan en este tipo de espacios productivos en función de su aportación a la cadena productiva, siguiendo la clasificación de Brusco, S. (1992), podemos confirmar que encajan en dicha clasificación, *empresas monofase y empresas que producen bienes finales*.

*Evidencias:*

- A través de los resultados del análisis se confirmaba una relación parcial entre el tamaño de la empresa y la complejidad en su estructura organizacional, con el interés por cooperar y la generación de capital social (relaciones con las empresas e instituciones). Esto significaría que a mayor tamaño habría mayor posibilidad de cooperar. Esta afirmación debido al tamaño reducido de la muestra, en el caso de los resultados de la encuesta, la tomaremos con la necesaria prudencia.
- Una dotación de mayor responsabilidad y delegación en los mandos intermedios daría posibilidad a la generación una mayor interconexión con otras empresas y con estas el aprovechamiento de las economías externas.

- Se confirma que las estructuras organizativas de las empresas son homogéneas y con relaciones densas, dificultando la conexión con otras redes o agentes externos a la misma.
  - En cuanto a la cultura de empresa, los empresarios del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena admiten en el discurso sentirse empresarios hechos a sí mismos, con una visión individualista y cortoplacista, siendo conscientes de que eso puede condicionar el emprendimiento de proyectos de cooperación.
- f) Por otra parte, aunque es universal el conocimiento de que el resultado de cualquier experiencia condiciona la reproducción de la misma, nos parece interesante hacer mención de este fenómeno con respecto a las experiencias en proyectos de cooperación interempresarial que se han dado en el SPL del sector del mueble de Lucena, no por corroborar esta evidencia, sino por conocer los hechos que las causaron, así nos encontramos las siguientes; a) incumplimiento de las expectativas por parte de las instituciones, b) inadecuada gestión del proyecto por parte de las empresas que lo llevaban a cabo, c) proyectos comerciales con un enfoque colectivo, cuando desde la perspectiva de los empresarios debió ser individualizado, d) barreras generadas por la desconfianza preconcebida, y e) diferencias conceptuales de estrategias entre las empresas. También hay que señalar que en sentido contrario, la enumeración de las experiencias positivas han sido muchísimo menores, la más nombrada fue la realización de una Feria de Muestras en 2002 y 2003 en Madrid (LUCMA) en el que mediaron las instituciones y que fue de gran éxito y referencia para todos. Por último, señalar sobre los proyectos de cooperación llevados a cabo entre empresas que eran competencia, que el 41,7% manifestó que la experiencia había sido negativa y el 60% de éstas no volvería a repetir dicha experiencia.

Resumiendo, podemos afirmar que en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena se constata lo que los antecedentes teóricos señalaban en cuanto



a la baja cooperación con empresas que son competencia, desaprovechando las economías externas, que las relaciones entre empresas y/o empresa e instituciones es muy baja o casi nula, lo cual demuestra niveles de Capital Social sustancialmente bajos, que existe una baja conciencia de pertenencia al Sistema Productivo Local y que hay factores socioculturales que inciden de forma negativa en la generación de confianza necesaria, tales como la deslealtad o la falta de compromiso o una cultura individualista muy acusada, que existen factores intrínsecos en las organizaciones empresariales tales como, defectos en las estructuras organizativas o la cultura empresarial, que sirven de barrera para el aprovechamiento de las oportunidades que se pudieran dar entre las redes de cooperación y por último que existen un cúmulo de experiencias negativas en los escasos proyectos de cooperación que desaniman a nuevas iniciativas. Además de la confirmación de las hipótesis planteadas previamente, el discurso ha puesto luz sobre una cuestión, no contemplada a priori pero que es especialmente sensible e importante para la generación de proyectos de cooperación entre empresas, se trata de la posible dependencia que tienen las *empresas monofase* de las *empresas que producen bienes finales*, existiendo un aparente cortocircuito entre ellas y el mercado externo, que aunque por el desarrollo de sus productos semiterminados pudiera parecer formar parte de la normalidad, plantea una cautividad del mercado local, posicionándolas en una situación precaria y de dependencia absoluta de unas pocas empresas, que les marcan condiciones de exclusividad, pudiéndolas alejar de cualquier pacto o cooperación con otras empresas monofase.

Por último, en el intento de dar una explicación contextual de la inacción de los actores del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, nos encontramos con unas instituciones, que si bien contemplan con impotencia el desaprovechamiento de las sinergias que se están dando en el SPL y que está provocando un desarrollo endógeno mucho menor y más inestable, se muestran incapaces de actuar de forma contundente y en una línea común, por la disparidad de estrategias individuales de cada una de ellas, inmersas en ciclos y agendas poco coordinadas y que no están enfocadas a la regeneración de capital social como uno

de los más importantes objetivos y que tienen que ver con actuaciones a muy largo plazo, por otra parte, los actores más importantes del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, los empresarios, inmersos en los problemas que las economías internas provocan día a día y acostumbrados, quizá por la acentuación exclusiva de este enfoque (hacia el interior) a resoluciones muy cortoplacistas, con una cultura acentuadamente individualista, denotan un mayor desconocimiento de ese desaprovechamiento del que están siendo espectadores. Haciendo uso de lo aprendido de la atención y observación que le hemos prestado a los empresarios del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena durante el desarrollo del trabajo de campo de esta investigación, no sería justo terminar estas conclusiones sin describir el inmenso esfuerzo que hacen cada día estas empresas por salir adelante, reinventarse y a veces con un discurso muy humilde hacer autocrítica y pedir ayuda, que no tiene por qué ser económica, sino apoyo institucional que les ayude a continuar el camino emprendido.

### **VI.3 Limitaciones**

Los estudios de caso tienen una utilidad especial en cuanto a su aprovechamiento en determinados programas de formación, sin embargo, por su concepción, las limitaciones están centradas en la difícil extrapolación a otros escenarios, debido a su carácter de centrípeto como estudio de caso único.

### **VI.4 Futuras líneas de investigación y propuestas**

Este trabajo de investigación ha tratado de arrojar luz y evidenciar qué factores están condicionando el aprovechamiento de las economías externas en el Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, a través de proyectos de cooperación. Para futuras líneas de investigación sería interesante conocer más en profundidad, qué perspectivas tienen las empresas monofase en cuanto a la relación con sus clientes dentro del SPL, es decir, las empresas que producen bienes finales y cómo afecta esta situación a la generación de proyectos de cooperación.

De las conclusiones del presente trabajo podrían plantearse las siguientes propuestas:

*a) Intermediador institucional*

Con el objeto de coordinar las acciones de las diferentes instituciones que tienen presencia en el Sistema Productivo Local, las instituciones públicas deben crear la figura del *intermediador institucional*, éste tendrá entre sus objetivos aunar esfuerzos, tratando de dinamizar las relaciones entre todos los actores, generando confianza a través de un aumento de Capital Social.

Una vez lograda esta intermediación, esa entidad deberá poner en marcha otro de los objetivos más importantes e inaplazables, se trata profundizar en la creación de un plan estratégico, que a través de la intervención total del entramado empresarial, se concienciara sobre la importancia de generar una imagen común del Sistema Productivo Local del sector del mueble de Lucena, creando unas pautas de integración y de participación que fomentaran las futuras relaciones y visión como grupo.

- b)* Es necesario reforzar el asociacionismo empresarial, sin duda clave, como instrumento integrador, y no menos importante, la aportación de una perspectiva práctica de la problemática y situación de sus asociados y actores principales del Sistema Productivo Local al resto de instituciones.
- c)* Poner en marcha un laboratorio de ideas en el que IAT (antiguo CITMA), Asociaciones de empresarios y La Escuela de la Madera del SAE (antiguo CEMER) participaran de forma activa presentando proyectos con carga en I+D+I que partan de la idiosincrasia local y sean realizables.

## Capítulo VII Bibliografía

- Adler, P.S., Kwon, S. (2002), “Social capital: Prospects for a new concept”, *Academy of Management Review*, 27, 17-40
- Amin, A. y Robins, K. (1992), “Distritos industriales y desarrollo regional: límites y posibilidades” en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): “*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*” vol. I., Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo.
- Ahuja, G. (2000), “The duality of collaboration: inducements and opportunities in the formation of interfirm linkages”, *Strategic Management Journal*. 21, 317-343
- Albuquerque, F. (2003), “Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local”. *Instituto de Economía Y Geografía. Consejo Superior de Investigaciones Científicas*, Madrid, 25(28006), 1-24.
- Baker, W. E. (1984), “The social structure of a national securities market”, *American Journal of Sociology*. 89, 775-811.
- (1990), “Market networks and corporate behavior”, *The American Journal of Sociology*, 96(3), 589
- Barnes, J.,A. (1954), “Class and Cornrnitee in a Nonvegian Island Parish”, *En Humans Relations*, 7.
- Becattini, G. (1979), “Dal’settore, industriale al’distretto, industriale. Alcune considerazioni sull’unitá di indagine dell’economia industriale”, *Rivista di Economia e Politica Industriale*, 1, 7-21.
- (1987), *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Bologna, Il Mulino,
- (1988), “Alcune consideracioni sul concetto di distretto industriale”, *Papers de Seminari*, 29-30, 13-33.
- (1991), “Il distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico”, in Pyke, Becattini e Sengenberger (a cura di) *Distretti Industriali e Cooperazione tra Imprese in Italia. Banca Toscana, Studi e Informazioni*, 51-65.

- (1992), "El distrito industrial marshalliano como concepto socio-económico", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas* (vol. I), Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo
- (2002), "Industrial Sectors and Industrial Districts: Tools for Industrial Analysis", *European Planning Studies*, vol. 10, 4, 483-493.
- (2004), "Del distrito industrial marshalliano a la 'teoría del distrito' contemporánea. Una breve reconstrucción crítica El distrito industrial Marshalliano", *Investigaciones Regionales*, 9-32.
- Becattini, G., Rullani, E. (1993), "Sistema Locale e Mercato Globale", *Economía e Politica Industriale*, 80, 25-48
- Becattini, G., Sengenberger, W. (eds.) (1992), "Los Distritos Industriales y las Pequeñas Empresas" en *Distritos Industriales y Cooperación Interempresarial en Italia* (vol. I), Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Berger, P., Luckmann, T. (1986), *La construcción social de la realidad*. Madrid, Amorrurtu-Murguía.
- Bellandi, M. (2002), "Italian Industrial District: An Industrial Economics Interpretation", *European Planning Studies*, 10 (4), 425- 437
- Belliveau, Maura A., Charles A., O'Reilly, J., Wade, B. (1996), "Social capital at the top: Effects of social similarity and status on CEO compensation", *Academy of Management Journal*, 39, 1568-1593.
- Bianchi, P. (1991), *Produzione e Potere di Mercato*, Roma, Ediesse
- (2009), "The Italian revival of industrial districts and the foundations of political economy", en Becattini, G., Bellandi, M, De Propriis, L. (Eds.) *A Handbook of Industrial Districts*, UK, Edward Elgar, 103-110.
- Bibiloni, A., Pons, J. (2001), "El lento cambio organizativo en la industria del calzado mallorquina (1900-1960)", en Arenas, F. and Pons, J. (eds) *Trabajo y relaciones laborales en la España contemporánea*. Sevilla. Mergablum, 355-369.
- Blau, P. (1977), "La desigualdad y la heterogeneidad", Nueva York, The Free Press.

- Boix, R., Galleto, V. (2005), “Identificación de Sistemas Locales de Trabajo y Distritos Industriales en España”. *MITYC. Secretaría General de Industria. Dirección General de Política para la Pequeña y mediana Empresa*.
- (2006), “El mapa de los distritos industriales de España”, *Economía Industrial*, 359, 95-112.
- Boix, R. y Trullén, J. (2010), “La relevancia empírica de los distritos industriales marshallianos y los sistemas productivos locales manufactureros de gran empresa en España”, (June), *IERMB Working Paper in Economics*, Institut d’Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, Barcelona Institute of Regional and Metropolitan Studies
- Borgatti, S. P., Foster, P. C. (2003), “The network paradigm in organizational research: A review and typology”. *Journal of Management*. 29 (6), 991-1013.
- Bourdieu, P. (1985), “The forms of capital”, In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York, Greenwood. 241-258.
- Bourdieu, P., Wacquant, L.J.D. (1992), *An invitation to reflexive sociology*, Chicago, University of Chicago Press.
- Boxman, E. A.W. De Graat, P.M., Flap. H.D. (1991), “The impact of social and human capital on the income attainment of Dutch Managers”, *Social Networks*, 13:51-
- Brehm, J. & Rahn, W. (1997), *Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital*, *American Journal of Political Science*, 41, 999-1023
- Brown, B., Butler, J. (1993), “Networks and entrepreneurial development: the shadow of borders”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 101-116.
- Brunet, I., Belzunegui, A. (2001). “En torno a las redes de empresa y el territorio”, *Reis*, 95, 69–98.
- Brusco, S. (1992), "El Concepto de Distrito Industrial: su Génesis", en Pyke, F.,

- Brusco, S., Paba S. (1997), “Per una storia dei distretti produttivi italiani dal secondo dopoguerra agli anni novanta”, in F. Barca (a cura di) *Storia del Capitalismo Italiano dal Dopoguerra a Oggi*. Roma, Donzelli Editore.
- Burt, R. S. (1982), *Toward a structural theory of action*, New York, Academic Press.
- (1992), *Structural holes: the social structure of competition*, Cambridge, MA. Harvard University Press.
- (1997a), “The Contingent Value of Social Capital”, *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365.
- (1997b), “A note on social capital and network content”, *Social Networks*, 19, 355-373
- (2000), *Brokerage and Clousure*. Oxford, Oxford University Press.
- (2004), “Structural holes and good ideas”. *American J. of Soc.*, 110, 349-399.
- Brajkovich, L. F. (1994), “Sources of social structures in a start-up organization: work networks, work activities, and job status”, *Social networks*. 16 (3), 191-212
- Caetano, L. (1995), “Les nouveaux districts industriels dans le developpement récent du Portugal: le cas du Centre- Littoral”, *Revue de Géographie de Lyon*, 70 (1), 51-60.
- Camagni, R. (2002), “Papel económico y contradicciones espaciales de las ciudades globales: El contexto funcional, cognitivo y evolutivo”, En Becattini, G., Costa, M. Y Trullén, J. F. (direc. y coord.), *Desarrollo local: Teorías y estrategias*, Madrid, Civitas Ediciones S. L., 215 - 244.
- (2003), “Incertidumbre, capital social y desarrollo local: enseñanzas para una gobernabilidad sostenible del territorio”. *Investigaciones Regionales n°2.*, Alcalá de Henares, Asociación Española de Ciencia Regional, 31 - 57
- Camisón, C. (1994), “Dirección de Empresas en Entornos Globales y Abiertos: Hacia la Estrategia de Alianzas”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 2 (3), 9-37

- Camisón, C., Molina, J. (1998), “El distrito industrial cerámico valenciano: ¿mito o realidad competitiva?”, *Revista Valenciana d’Estudis Autònòmics*, 22, 83-102.
- Cano, V. (1997), “La cooperación entre empresas de pequeña dimensión: El modelo de los distritos industriales”, *Revista Asturiana de Economía*, 9, 175-201
- Capechi, V. (1992), “Un caso de especialización flexible: los distritos industriales de Emilia Romagna” En Pyke, F., Becattini, G. Y., Senberger, W, *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 39-60.
- Caravaca, I., González, G., Méndez, R., Silva, R. (2002). *Innovación y territorio. Análisis comparado Sistemas Productivos Locales en Andalucía*, Sevilla, Consejería de Economía y Hacienda 2002. Servicio de Asesoría Técnica y Publicaciones.
- Caravaca Barroso, I.; González, G. y Silva, R. (2003), “Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales”, *Boletín de la Asociación Española de Geógrafos*, Madrid, 36,103-115
- Castells, M. (1985): “Reestructuración económica, revolución tecnológica y nueva organización del territorio“, en VV.AA *Metrópolis, Territorio, y crisis*. Asamblea de Madrid, Revista Alfoz, 37-62
- (1997), “La era de la información. Economía, sociedad y cultura” Vol. 1: *La sociedad red*, Madrid, Alianza.
- Catalan, J., Miranda, J.A., Muñoz R. Ramon (eds.) (2011b): *Distritos y clusters en la Europa del Sur*, Madrid, LID Editorial Empresarial.
- Celada, F. (1999), “Los distritos industriales en la Comunidad de Madrid”, *Papeles de Economía Española*, 18, 200-211.
- Climent, E. (1997), “Sistemas Productivos Locales y Distritos Industriales: el caso de España”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 24, 91-106.
- Coleman, J. S. (1961), *The Adolescent Society: The Social Life of the Teenager and its Impact on Education*, Nueva York, Free Press.
- (1988), “Social capital in the creation of human capital”. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.



- (1990), *The foundations of social Theory*, Cambridge, M.A., Harvard University Press.
- Coleman, J.S, Katz, E., Menzelh, (1957), “The diffusion of an Innovation Among Physicians”, en *Sociolmety*, 20, 253-270.
- (1966), *Medical Innovation: A Diffusion Study*. Indianapolis, Bobbs-Merrill.
- Coller, X. (1997), *La empresa flexible. Un estudio sociológico sobre el impacto de la flexibilidad en los puestos de trabajo*, Madrid, CIS-Siglo XXI.
- Coller, X., Garvía, R. (2004), *Análisis de organizaciones*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Collins, C. J., Clark, K. D. (2003), “Strategic human resource practices, top management team social networks, and firm performance: the role of human resource practices in creating organizational competitive advantage”, *Academy of Management Journal*. 46 (6), 740-751.
- Costa, M.T. (1988), “Descentramiento productivo y difusión industrial. El modelo de especialización flexible”, *Papeles de economía española*, 35, 251-276
- Courlet, C., Pecqueur, B., Soulage, B. (1993), “Industrie et dynamiques des territoires”, *Revue d'économie industrielle*, 64, 7-21
- Dahlvig, A. (2012). “Cómo hacemos las cosas en IKEA”, *Studentlitteratur AB*.
- De Luca, J.A., Soto, G.M. (1995), *Los distritos industriales como estrategia de desarrollo regional*. Murcia, Caja Murcia
- Dei Ottati, G. (1988), “El mercado comunitario”, *Papers de Seminari*, 29-30, 180-218.
- (2009), “Semi-automatic and deliberate actions in the evolution of industrial districts”, en Becattini, G., Bellandi, M., De Propris, L. (Eds.) (2009): *A Handbook of Industrial Districts*, UK, Edward Elgar, 204-216.
- Eccles, R. (1981), “The Quasifirm in the Construction Industry”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 2, 335-357
- Eisenhardt, K. M., Shoonhoven, C. B. (1996), “Resource-based view of strategic alliance formation: Strategic and social effects in entrepreneurial firms”, *Organization Science*, 7 (2), 136-150

- Fernández, E., Montes, J. M., Vázquez, C. J. (2000), "Typology and strategic analysis of intangible resources. A resources-based approach". *Technovation*, 20, 81-92
- Fernández, L., Ariza, J. A. (2004), "Análisis estratégico de los sistemas productivos locales: el caso del mueble de Lucena (Córdoba, España)", *Revista de estudios regionales*, 71, 109-129.
- Formica, P. (1994), "Dal Distretto Industriale all'Ecosistema Territoriale di Innovazione", *Zenit*, 1, 33-35
- Franchi, M., Rieser, V. y Vignali, L. (1990), "Note sul Modello Organizzativo dell'Impresa Distrettuale", *Economía e Política Industriale*, 66, 71-103
- Fukuyama, F. (1995), *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*, New York, Free Press.
- (1997), "Social capital and the modern capitalist economy: Creating a high trust workplace", *Stern Business Magazine*, 4 (1)
- (1998), *La confianza*, Barcelona, Ediciones B.
- Galaskiewicz, J., Marsden, P. (1978), "Interorganizational Resource Networks: Formal Patterns of Overlap" *Social Science Research*, 46, 89-107.
- Galindo, P. (2005), "La cultura empresarial en Andalucía. Un estudio sociológico de la pequeña empresa". *Papers*, 77, 105-133
- Garmendia, J.A. (1990), *Desarrollo de la organización y cultura de la empresa. Cultura empresarial e innovación*. Madrid, ESIC.
- Garofoli, G. (1986), "Areas de especialización productiva y pequeña empresa en Europa", *Documents d'Analisi Geogràfica*, 8-9, 143-172.
- (1981), "Lo sviluppo delle aree periferiche nella economia italiana degli anni settanta." *L'Industria II*, 3, 391-404.
- (1983a), *Industrializzazione diffusa in Lombardia*, Milano, Franco Angeli.
- (1991), *Modelli locali di sviluppo*. Milano, Franco Angeli,
- (1992b), "Les systèmes de petites entreprises: un cas paradigmatique de développement endogène." en Benko, G, Lipietz, A. (eds.). *Les régions qui gagnent*, París, PUF

- (1993), “Economic development, organization of production and territory”, *Revue d'économie industrielle*, 64, 22–37.
- (1994), “New firm formation and regional development: the Italian case”, *Regional Studies*, 28 (4), 381-393.
- Geletkanycz, M. A., Hambrick, D. C. (1997), “The external ties of top executives: Implications for strategic choice and performance”. *Administrative Science Quarterly*, 42(4), 654-681.
- Ghoshal, S., Korine, H., Szulanski, G. (1995), “Interunit communication in multinational corporations”, *Management Science.*, 40 (1), 96-110.
- Giner, J.M., Santa María, M.J. (2002), “Territorial systems of small firms in Spain: an analysis of productive and organizational characteristics in industrial districts”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 14, 211-228
- Granovetter, M. (1973), “The Strength of Weak Ties”, *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- (1982), “The strength of weak ties. A network theory revisited”, en Peter V. Marsden y Nan Lin (Eds.), *Social structure and network analysis*, Beverly Hills, SAGE, 105-130
- (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- (1992), “Problems of explanation in economic sociology”, en *Networks and Organization*, edited by Nitin Nohria and Robert G. Eccles, Boston, Harvard Business School Press, 29-56
- (2005), “The impact of social structure on economic outcomes”. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50.
- Granovetter, M., Swedberg, R. (1992), *The sociology of economic life*, Boluder, Westview Press.
- Gulati, R. (1995), “Social structure and alliance formation patterns: A longitudinal analysis”, *Administrative Science Quarterly*, 40, 619-652.
- Gulati, R., Nohria, N., Zaheer, A. (2000), “Strategic Networks”, *Strategic Management Journal*. 21, 203-215

- Hansen, M. T. (2002), “Knowledge networks: explaining effective knowledge sharing in multiunit companies”, *Administrative Science Quarterly*. 13, 232-248
- Hart, N. (2009), “External and internal economies”, en Becattini, G., Bellandi, M, and De Propris, L. (Eds.) (2009), *A Handbook of Industrial Districts*, UK, Edward Elgar, 90-102.
- Herrera, J. (2013) “Modelo teórico sobre factores que condicionan la cooperación interempresarial en los sistemas productivos locales. Estudio de caso de Sistema Productivo Local den Andalucía ”, en Fabra, A, Giménez, A (eds.) *El cambiante mundo de las organizaciones: teoría, metodología e investigación*, Castellón de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I, D.L., 567-598
- Hofstede, G. (1999), *Cultura y Organizaciones*, Madrid, Alianza Editorial, S.L.
- Ibarra, H. (1993), “Network centrality, power and innovation involvement: Determinants of technical and administrative roles”, *Academy of Management Journal*. 36, 471-501.
- Inglehart, R. (1997), *Modernization and Postmodernization*, New Jersey, Princeton University Press
- Inkpen, A. C., Tang, E. W. (2005), “Social capital, networks, and knowledge transfer”, *Academy of Management Review*. 30 (1), 146-165
- Karlsson, C., Westin, L., Johansson, B. (1994), *Patterns of a network economy*, Berlin y Nueva York, Springer-Verlag.
- Knoke, D. (1999), “Organizational networks and corporate social capital”, In R. Th. A. J. Leenders & S.M. Gabbay (Eds.) *Corporate social capital and liability*, 17-42, Boston, Kluwer.
- Langlois, R. N., Robertson, P. L. (1995), *Firms, Markets and Economic Change. A Dynamic Theory of Business Instituciones*, New York, Routledge
- Laumann, E. O. (1966), *Prestige and Association in an Urban Community: An Examination of an Urban Stratification System*, Indianapolis, Bodds-Merrill
- Laumann, E. O., Galaskiewicz, J., Marsden, P. (1978), “Community structure as interorganizational linkages”, *Annual Review of Sociology*. 4, 455-484.

- Lorenzoni, G. (1990), *L'Architettura di Sviluppo delle Imprese Minori*, Bologna, Il Mulino
- Lucas Marín, A (1997), *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*, Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A.
- Macdonald, S. (1995), "Learning to change: An information perspective on learning in the organization", *Organization Science*. 6 (5), 557-568.
- Markussen, A. (1996), "Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts", *Economic Geography*, 72, 293-313.
- Marshall, A. (1890), *Principles of Economics*, traducción al español de la 8ª edición inglesa (1963), Madrid, Editorial Aguilar
- (1919), *Industry and Trade*, London, Macmillan
- (1920), *Principles of Economics*, London and New York. [Primera edición 1890; Segunda edición 1891; Tercera edición 1895; Cuarta edición 1898, Eighth edition, Macmillan,
- Martin, J. (1992), *Cultures in Organizations: Mapping the Terrain*. Thousand Oaks, California, Sage
- Mcevely, B., Perrone, V. Zaheer, A. (2003), "Truth as an organizing principle", *Organization Science*, 14 (1), 91-103
- Méndez, R. (2006), "La construcción de redes locales y los procesos de innovación como estrategias de desarrollo rural. Problemas del Desarrollo", *Revista Latinoamericana de Economía*, 37 (147), 217-240.
- Méndez, R., Alonso, J. L. (coords.) (2000), *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*, Madrid, Civitas
- Menguzzato, M. (9,1992), "La Cooperación: Una Alternativa para la empresa de los 90", En II Congreso Nacional de la ACEDE, Jerez de la Frontera.
- Menguzzato, M., Renau, J.J. (1991), *La Dirección Estratégica de la Empresa. Un enfoque Innovador del Management*, Barcelona, Ariel.
- Mintzberg, H. (1991), *La Estructuración de las Organizaciones*, Barcelona, Ariel Economía.
- Moran, P. (2005), "Structural vs. embeddedness: social capital and managerial performance", *Strategic Management Journal*, 26, 1129-1151.

- Moreno, J. (1940), *Fundamentos de Sociometría*, México, Paidós
- Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998), “Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage”, *Academy of Management Review*, 23, 242-266
- Obstfeld, D. (2005), “Social networks, the tertius lungens orientation, and involvement in innovation”, *Administrative Science Quarterly*, 50, 100-130.
- Pennar, K. (1997), “The ties that lead to prosperity. The Economic value of social bonds is only beginning to be measured”, *Business Week*, 15, 153-155
- Perrow, C. (1986 [1972]), *Complex Organizations, A Critical Essay*, New York, McGraw Hill.
- Ping LI, P. (2007), “Social tie, social capital, and social behavior: toward an integrative model of informal exchange”, *Asia Pacific Journal of Management*. 24, 227-246.
- Piore, M. J., Sabel, C. F. (1984), *The Second Industrial Divide*, Nueva York, Basic Books.
- (1990), *La segunda ruptura industrial*, Madrid, Editorial Alianza.
- Podolny, J. M. Page, K. L. (1998), “Network forms of organization”. *Annual Review of Sociology*. 24, 57-76
- Polanyi, K., Pearson, H. (1957), *Trade and Market in the Early Empires*, Nueva York, Free Press.
- Portes, A (1998), “Social Capital: Its origins and applications in modern sociology”, *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24
- (2013). *Sociología económica. Una investigación sistemática*. Madrid. CIS
- Portes, A., Sensenbrenner. J. (1993), “Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of Economic action”, *American Journal of Sociology*, 98, 1320-1350
- Powell, W. W., Koput, K. W., Smith-doerr, L. (1996), “Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology”, *Administrative Science Quarterly*, 41, 116-145.
- Putman, R. D. (1995), “Bowling alone: America’s declining social capital”, *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78

- Putnam, R. D. (2002). *Democracies in Flux : The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Cary, US, Oxford University Press.
- Pyke, F., Becattini, G., Sengenberger, W. (1992, eds), “Los Distritos Industriales y las Pequeñas empresas” (vol. I). *Distritos Industriales y Cooperación Interempresarial en Italia*, Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social
- Pyke, F. y Sengenberger, W. (1992), “Introducción”, en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I., Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social
- (1993, eds), *Los Distritos Industriales y las Pequeñas empresas* (vol. III), Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Rabellotti, R. (1995), “Is there an industrial district model? Footwear districts in Italy and Mexico compared”, *World Development*, 23, 29-41
- Radcliffe-Brown, A. R. (1974) *Estructura y función en la sociedad primitiva*, (2.a ed.), Barcelona, Península.
- Requena, F. (1989). El Concepto de Red Social. *Revista Española de investigaciones Sociológicas REIS*, 137–152.
- (1994), *Amigos y redes sociales*. Madrid, CIS.
- (2008), *Redes sociales y sociedad civil*. Madrid, CIS.
- Richardson, G. B. (1969), “Elements of Regional Economics, Penguin Books, Harmondsworth”, Saxenian, A. (1994), *Regional Advantage, Cultural and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge (MA), Harvard University Press,
- Ritzer, George (1993), *The Mcdonaldization of Society*. Thousand Oaks, California, Sage.
- Rogers, E. (1995), *Diffusion of innovations*, New York, Free Press.
- Salom, J., Albertos, J.M. (2009), “Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España”, en *Colección Desarrollo Territorial. Serie Estudios y Documentos*, 6. Publicaciones de la Universitat de Valencia. Valencia, 202



- Sengenberger, W, Loveman, G.W., Piore, M.J. (1992, eds.), *Los Distritos Industriales y las Pequeñas Empresas* (vol. II), Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Schiff, M. (1992), "Social capital, labor mobility, and welfare. The impact of uniting states", *Rationality and Society*, 4, 157-175
- Scott, A.J., Storper, M. (1990), "Regional Development Reconsidered. The Lewis Center for regional Policies Studies, University of California - L.A. ", *working paper, 1*
- Sforzi, F. (1992), "Importancia cuantitativa de los distritos industriales marshallianos en la economía italiana" en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.), *Los distritos industriales y las pequeñas empresas* (Vol. I), Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo.
- Schein, E.H. (1988), *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. Barcelona, Plaza & Janés.
- Stefanova, D, Lucas Marín, A. (2006), "El concepto de cultura de las organizaciones: Centralidad actual y evolución histórica", *Revista Internacional de Organizaciones*, 65–76.
- Storper, M. (1997), *The Regional World*, Nueva York, The Guilford Press
- Taylor, E. B. (1871), *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*, London, John Murray-Albemarle Street
- Thomas, C.Y. (1996), "Capital markets, financial markets and social capital", *Social and Economic Studies*, 45(2-3), 1-23
- Trullén, J. (2002), "Barcelona como ciudad flexible. Economías de localización y economías de urbanización en una metrópolis polinuclear", en Becattini, G., Costa M.T. y J. Trullén (eds.) *Desarrollo local: teorías y estrategias*, Ed., Madrid, Civitas
- (2006), "Distritos industriales marshallianos y sistemas locales de gran empresa en el diseño de una nueva estrategia territorial para el crecimiento de la productividad en la economía española", *Economía Industrial*, 359, 95:112



- (2010), “Giacomo Becattini and the Marshall’s method. A Schumpeterian approach”, *IERMB Working Paper in Economics*, 3.
- Tsai, W. (2002), “Social structure of ‘Coopetition’ within a multiunit organization: coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing”. *Organization Science*, 13 (2), 179-190.
- Tsai, W., Ghoshal, S. (1998), “Social capital and value creation: The role of intrafirm networks”, *Academy of Management Journal*. 41(4), 464-476.
- Uzzi, B. (1996), “The resources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect”, *American Sociological Review*, 61 (4), 674-698.
- (1997), “Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness”, *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
- Vallejo, F.A. (2016), “Organizational Culture and Multinacional Mergers: An Approach to the Case of Maersk Sealand”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 156, 141-158.
- Vázquez Barquero, A. (1999), *Desarrollo, redes e innovación*, Pirámide, Madrid
- Wasserman, S., Faust, K. (1994), *Social Network Analysis*, Cambridge, University Press.
- White, H. C. (2005), *Markets form Networks: Socioeconomic Models of Production*, Princeton, Princeton University Press.
- Woolcock, M. (1998), “Social Capital and Economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework”, *Theory and Society*, 27, 151-208
- Ybarra, J.A. (1991), “Determinación cuantitativa de distritos industriales: la experiencia del País Valenciano”, *Estudios Territoriales*, 37, 53- 67.
- (2009), “Industrial districts in Spain”, en Becattini, G., Bellandi, M, and De Propris, L. (Eds.) (2009), *A Handbook of Industrial Districts*, UK, Edward Elgar, 512-520
- Zaheer, A. & Zaheer, S. (1997), “Catching the wave: alertness, responsiveness, and market influence in global electronic networks”, *Management science*, 43 (11), 1493-1509

Zagnoli, P. (1993), *Percorsi di Diversificazione dei Distretti Industriali: Il Caso di Prato*, Torino, Giappichelli.

Zamagni, S. (2012), *Per una economia a misura di persona*, Roma, Città Nuova Editrice.



## Capítulo VIII Anexos

**Tabla VIII-1 Fases del ciclo productivo que agrupa la empresa en función de su tamaño**

			Fases del ciclo productivo que agrupan sus sistemas de producción				Total
			Fases intermedias	Sólo comercialización	Fases finales y comercialización	Todas las fases y comercialización	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabajadores o menos	Recuento	10	1	11	12	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	29,4%	2,9%	32,4%	35,3%	100,0%
		% dentro de ¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción?	83,3%	100,0%	84,6%	66,7%	77,3%
		% del total	22,7%	2,3%	25,0%	27,3%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabajadores	Recuento	2	0	0	5	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	28,6%	0,0%	0,0%	71,4%	100,0%
		% dentro de ¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción?	16,7%	0,0%	0,0%	27,8%	15,9%
		% del total	4,5%	0,0%	0,0%	11,4%	15,9%
	Más de 50 trabajadores	Recuento	0	0	2	1	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		% dentro de ¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción?	0,0%	0,0%	15,4%	5,6%	6,8%
		% del total	0,0%	0,0%	4,5%	2,3%	6,8%
	Total		Recuento	12	1	13	18
% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño			27,3%	2,3%	29,5%	40,9%	100,0%
% dentro de ¿Qué fases del ciclo productivo agrupa su sistema de producción?			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% del total			27,3%	2,3%	29,5%	40,9%	100,0%

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-2** *Qué tipo de estructura organizacional en función del tamaño de empresa*

		Tipo de estructura organizacional			Total	
		Modelo indiferenciado	Modelo diferenciación elemental	Modelo de diferenciación articulada		
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabajadores o menos	Recuento	30	2	2	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	88,2%	5,9%	5,9%	100,0%
		% dentro de Tipo de estructura organizacional	93,8%	100,0%	20,0%	77,3%
		% del total	68,2%	4,5%	4,5%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabajadores	Recuento	2	0	5	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	28,6%	0,0%	71,4%	100,0%
		% dentro de Tipo de estructura organizacional	6,3%	0,0%	50,0%	15,9%
		% del total	4,5%	0,0%	11,4%	15,9%
	Más de 50 trabajadores	Recuento	0	0	3	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de Tipo de estructura organizacional	0,0%	0,0%	30,0%	6,8%
		% del total	0,0%	0,0%	6,8%	6,8%
Total		Recuento	32	2	10	44
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	72,7%	4,5%	22,7%	100,0%
		% dentro de Tipo de estructura organizacional	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	72,7%	4,5%	22,7%	100,0%

*Fuente: elaboración propia*

**Tabla VIII-3 Cómo está de integrada la empresa en el SPL en función de su tamaño**

			Perspectiva de cómo ven a sus empresa de integradas en el SPL del Sector del Mueble de Lucena					Total
			Nada Integrada	Poco integrada	Medianamente integrada	Bastante integrada	Totalmente integrada	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. menos	Recuento	3	5	8	5	13	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	8,8%	14,7%	23,5%	14,7%	38,2%	100,0%
		% dentro de Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena	100,0%	71,4%	88,9%	71,4%	72,2%	77,3%
		% del total	6,8%	11,4%	18,2%	11,4%	29,5%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	0	1	1	1	4	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	14,3%	14,3%	14,3%	57,1%	100,0%
		% dentro de Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena	0,0%	14,3%	11,1%	14,3%	22,2%	15,9%
		% del total	0,0%	2,3%	2,3%	2,3%	9,1%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	0	1	0	1	1	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
		% dentro de Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena	0,0%	14,3%	0,0%	14,3%	5,6%	6,8%
		% del total	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%	2,3%	6,8%
Total	Recuento	3	7	9	7	18	44	
	% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	6,8%	15,9%	20,5%	15,9%	40,9%	100,0%	
	% dentro de Cómo ve a su empresa de integrada en el SPL del Sector del Mueble de Lucena	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	6,8%	15,9%	20,5%	15,9%	40,9%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-4 Intensidad de las relaciones con empresas competidoras en función del tamaño**

			Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL			Total
			No hay relación	Poco intensas	Intensas	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. o menos	Recuento	11	13	10	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	32,4%	38,2%	29,4%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL	78,6%	72,2%	83,3%	77,3%
		% del total	25,0%	29,5%	22,7%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	2	3	2	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	28,6%	42,9%	28,6%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL	14,3%	16,7%	16,7%	15,9%
		% del total	4,5%	6,8%	4,5%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	1	2	0	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL	7,1%	11,1%	0,0%	6,8%
		% del total	2,3%	4,5%	0,0%	6,8%
Total	Recuento	14	18	12	44	
	% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	31,8%	40,9%	27,3%	100,0%	
	% dentro de Intensidad relaciones con empresas competidoras del SPL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	31,8%	40,9%	27,3%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-5 Intensidad de las relaciones con empresas que NO son competidoras en función del tamaño**

			Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL			Total
			No hay relación	Poco intensas	Intensas	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. o menos	Recuento	9	12	13	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	26,5%	35,3%	38,2%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL	81,8%	75,0%	76,5%	77,3%
		% del total	20,5%	27,3%	29,5%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	2	2	3	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	28,6%	28,6%	42,9%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL	18,2%	12,5%	17,6%	15,9%
		% del total	4,5%	4,5%	6,8%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	0	2	1	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL	0,0%	12,5%	5,9%	6,8%
		% del total	0,0%	4,5%	2,3%	6,8%
Total		Recuento	11	16	17	44
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	25,0%	36,4%	38,6%	100,0%
		% dentro de Intensidad relaciones con empresas NO competidoras del SPL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	25,0%	36,4%	38,6%	100,0%

Fuente: elaboración propia



**Tabla VIII-6 Opinión sobre si favorece pertenecer a un SPL en función del tamaño de empresa**

			Pertenece a un SPL favorece a su empresa		Total
			Más bien me perjudica por la competencia que hay dentro	Sí	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabajos o menos	Recuento	5	29	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	14,7%	85,3%	100,0%
		% dentro de Pertenece a un SPL favorece a su empresa	62,5%	80,6%	77,3%
		% del total	11,4%	65,9%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	2	5	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	28,6%	71,4%	100,0%
		% dentro de Pertenece a un SPL favorece a su empresa	25,0%	13,9%	15,9%
		% del total	4,5%	11,4%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	1	2	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	33,3%	66,7%	100,0%
		% dentro de Pertenece a un SPL favorece a su empresa	12,5%	5,6%	6,8%
		% del total	2,3%	4,5%	6,8%
Total	Recuento	8	36	44	
	% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	18,2%	81,8%	100,0%	
	% dentro de Pertenece a un SPL favorece a su empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	18,2%	81,8%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-7 Pertenencia a una asociación de empresarios en función del tamaño de empresa**

			Pertenece a alguna Asociación de Empresarios			Total
			No pertenece a ninguna asociación.	Sí, pero no acude con normalidad a reuniones	Sí, y acude normalmente a las reuniones o jornadas que a las que me citan	
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. o menos	Recuento	26	3	5	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	76,5%	8,8%	14,7%	100,0%
		% dentro de Pertenece a alguna Asociación de Empresarios	89,7%	50,0%	55,6%	77,3%
		% del total	59,1%	6,8%	11,4%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	3	2	2	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	42,9%	28,6%	28,6%	100,0%
		% dentro de Pertenece a alguna Asociación de Empresarios	10,3%	33,3%	22,2%	15,9%
		% del total	6,8%	4,5%	4,5%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	0	1	2	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		% dentro de Pertenece a alguna Asociación de Empresarios	0,0%	16,7%	22,2%	6,8%
		% del total	0,0%	2,3%	4,5%	6,8%
Total	Recuento	29	6	9	44	
	% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	65,9%	13,6%	20,5%	100,0%	
	% dentro de Pertenece a alguna Asociación de Empresarios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	65,9%	13,6%	20,5%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-8 Experiencia cooperando en proyectos con otras empresas del SPL que son competencia en función del tamaño de empresa**

		Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia		Total	
		Sin experiencia	En alguna ocasión		
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. o menos	Recuento	27	7	34
		Recuento esperado	25,5	8,5	34,0
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	79,4%	20,6%	100,0%
		% dentro de Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia	81,8%	63,6%	77,3%
		% del total	61,4%	15,9%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	5	2	7
		Recuento esperado	5,3	1,8	7,0
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	71,4%	28,6%	100,0%
		% dentro de Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia	15,2%	18,2%	15,9%
		% del total	11,4%	4,5%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	1	2	3
		Recuento esperado	2,3	,8	3,0
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	33,3%	66,7%	100,0%
% dentro de Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia		3,0%	18,2%	6,8%	
% del total		2,3%	4,5%	6,8%	
Total		Recuento	33	11	44
		Recuento esperado	33,0	11,0	44,0
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	75,0%	25,0%	100,0%
		% dentro de Experiencia cooperando en proyectos empresariales con otras empresas en el SPL que son competencia	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	75,0%	25,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

**Tabla VIII-9 Consideración sobre la cooperación como estrategia en función del tamaño de empresa**

		Consideración de la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia				Total	
		Acarrearía más problemas que beneficios	Puede ser interesante pero no lo cree necesaria para el desarrollo de su empresa	Puede ser interesante aunque no es vital	Cree que es necesaria para ser más competitivo.		
Qué tipo de empresa en función del tamaño	10 trabaj. o menos	Recuento	6	8	16	4	34
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	17,6%	23,5%	47,1%	11,8%	100,0%
		% dentro de Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia	85,7%	88,9%	72,7%	66,7%	77,3%
		% del total	13,6%	18,2%	36,4%	9,1%	77,3%
	Entre 11 y 50 trabaj.	Recuento	1	1	3	2	7
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	14,3%	14,3%	42,9%	28,6%	100,0%
		% dentro de Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia	14,3%	11,1%	13,6%	33,3%	15,9%
		% del total	2,3%	2,3%	6,8%	4,5%	15,9%
	Más de 50 trabaj.	Recuento	0	0	3	0	3
		% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia	0,0%	0,0%	13,6%	0,0%	6,8%
		% del total	0,0%	0,0%	6,8%	0,0%	6,8%
Total	Recuento	7	9	22	6	44	
	% dentro de Qué tipo de empresa en función del tamaño	15,9%	20,5%	50,0%	13,6%	100,0%	
	% dentro de Cómo considera la cooperación con otras empresas del SPL de Lucena como estrategia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	15,9%	20,5%	50,0%	13,6%	100,0%	

Fuente: elaboración propia