

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

Departamento de Geografía Humana



**SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES E
INDUSTRIALIZACIÓN RURAL EN CASTILLA LA
MANCHA**

**MEMORIA PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE
DOCTOR POR**

Rosa Mecha López

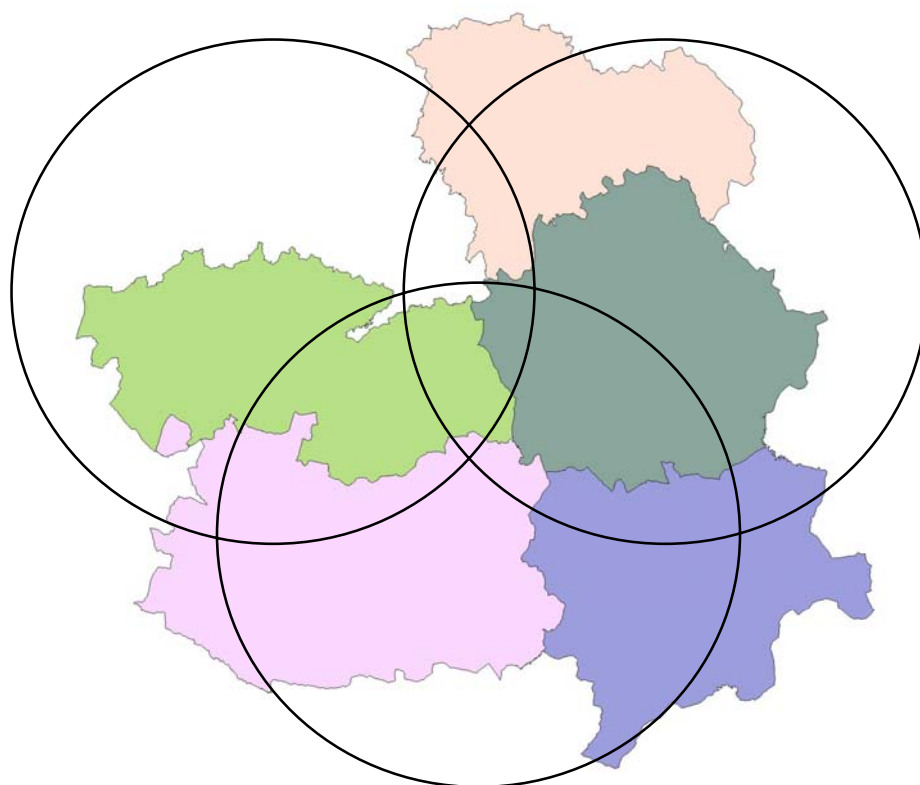
Bajo la dirección del Doctor:

Ricardo Méndez Gutiérrez del Valle

Madrid, 2002

ISBN: 84-669-1981-3

SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES E INDUSTRIALIZACIÓN RURAL EN CASTILLA-LA MANCHA



ROSA MECHA LÓPEZ
Tesis Doctoral

Director: RICARDO MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE

Departamento de Geografía Humana
Universidad Complutense de Madrid
Madrid, 2002

AGRADECIMIENTOS

Poner los agradecimientos en un trabajo de investigación de envergadura y que se ha realizado a lo largo de un período de tiempo importante en la vida del investigador, es sumamente complejo debido a la gran cantidad de personas e instituciones que han contribuido de alguna u otra manera a materializar los resultados. Por buscar algún orden que garantice la igualdad en la relevancia de los agradecimientos, se realizan siguiendo una jerarquía institucional. Así:

- Mi absoluta gratitud a la *Universidad Complutense de Madrid* por haber financiado durante 4 años de beca (1997-2000) tanto la investigación de la tesis doctoral, como mi formación en universidades extranjeras (*Universidad Toulouse-Le Mirail* y *Universidad de Durham*) y mi experiencia docente en los cursos académicos de 1999 y 2000 gracias a la concesión de la "venia docendi". Y descendiendo en la jerarquía académica, mi enorme agradecimiento al *Departamento de Geografía Humana de la Facultad de Geografía e Historia* por haberme acogido durante todo el proceso de realización de la tesis, poniendo a mi disposición tanto todos los medios materiales disponibles como un gran apoyo intelectual. En particular, deseo expresar mi gratitud además de a mi *director de tesis Ricardo Méndez*, cuya ayuda ha sido inestimable, a *Consuelo del Canto* por su apoyo e intercambio de ideas en las cuestiones relacionadas con el mundo rural y las políticas europeas de desarrollo rural, y a *Juana Rodríguez Moya* por su aportación de información en los temas referentes a la población rural. Pero además, no puedo olvidar el gran apoyo y ánimo que he recibido de otros profesores del Departamento como *Isabel del Río*, *M^a Carmen Pérez Sierra* y *Javier Gutiérrez Puebla*, y a ellos dirijo mi más sincero agradecimiento, al igual que hacia *Magaly Gómez*, secretaria del Departamento, por su apoyo personal y su gran eficacia en la asistencia y tramitación burocrática de toda la documentación que mueve una tesis doctoral. Y

tras mi paso por las universidades extranjeras, mi más sincero agradecimiento a los profesores *Jean Paul Laborie* y *François Taulelle* por su enorme aportación tanto en cuestiones teóricas como metodológicas durante mi estancia como investigadora invitada en el Centro Interdisciplinar de Estudios Urbanos, así como por seguir manteniendo la red académica que se ha establecido; y a *Ash Amin*, profesor de la Facultad de Geografía de la Universidad de Durham, por orientarme en mis aventuras intelectuales al otro lado del Canal de La Mancha.

- Y siguiendo en el ámbito académico pero de regreso a nuestro país, mi enorme gratitud a los integrantes del *Grupo de Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.)* que han participado en los seminarios, celebrados desde 1998 en Salamanca, sobre Innovación Industrial y Desarrollo Local en la Península Ibérica, por haber preparado un excelente caldo de cultivo en el que se ha ido alimentado y ha ido creciendo la tesis doctoral. En particular, mi más sincero agradecimiento a *Inmaculada Caravaca*, al equipo *Vettonia* (*José Luis Sánchez, José Luis Alonso y Javier Aparicio*) y a *Eugenio Climent*, por su saber hacer y por nutrir mi gusto por la investigación y mis conocimientos, a través de excelentes artículos y ponencias. El intercambio de ideas con investigadores centrados en la misma temática de estudio pero en otros contextos regionales, ha sido fundamental y mi gratitud a este grupo de investigación es inmensa.
- En cuanto a otras instituciones fuera del ámbito académico, mi agradecimiento a todas las *instituciones públicas regionales y municipales* que han aportado datos, documentación e información imprescindibles para la realización de la tesis. Mi especial gratitud a los *alcaldes y concejales* de todos los pueblos analizados, así como a los *empresarios y presidentes de las asociaciones sectoriales* que tan amablemente me han dedicado su tiempo y me han transmitido sus opiniones y reflexiones. Y de forma generalizada, mi agradecimiento a todos aquellos

habitantes de las áreas de estudio que de una forma u otra han contribuido a que el camino de la investigación haya llegado finalmente a su meta.

- Y en cuanto a todas las personas que han colaborado tanto en mi formación como investigadora como en la elaboración de la tesis, en primer lugar mi recuerdo para mis *compañeros de curso de Geografía Industrial (Jose M^o Gil Quindós, Jose Ramón Palacios, Ana Fe de la Hoz e Isabel Melguizo)*, con los que realicé el estudio sobre la Mesa de Ocaña y con los que compartí el entusiasmo de mis primeros años como investigadora. En segundo lugar, mi más sincero agradecimiento a *Antonio Gómez Colomo, Simón Sánchez Moral y M^a del Mar Alonso* por ayudarme en la realización del trabajo de campo brindándome lo mejor de su formación como geógrafos, y a *Juan Carlos García Palomares* por su enorme ayuda en la realización de la cartografía. Y en tercer lugar, tras mi aventura por las universidades extranjeras debo mi especial gratitud a *Pascal Cinyeri*, por haber sido durante largo tiempo mi vigilante bibliográfico en Francia.
- Por último, mi agradecimiento a todas la personas de *mi entorno familiar y de amistades*, por haber aguantado en muchas ocasiones mi "deformación profesional" de la vida cotidiana, y por haberme permitido reflexionar con ellos sobre todos aquellos aspectos de la investigación que me han suscitado dudas o inquietud. Las buenas interpretaciones de los procesos se originan con el intercambio de ideas y opiniones.

Prólogo

“El proceso de nacimiento de la investigación”

La gestación y alumbramiento de una tesis doctoral es un proceso largo y complejo en el que intervienen todo tipo de factores, tanto personales (preferencias) como coyunturales (evolución formativa y estado de la cuestión del tema). El origen de la predilección por la Geografía Económica y en particular por la temática industrial en el mundo rural se remonta a 1992-1993, cuando en el último año de la licenciatura cursé la asignatura de Geografía Industrial impartida por Ricardo Méndez, en la que el trabajo práctico que se planteó fue el análisis en equipo de los procesos de industrialización rural de un municipio: el elegido fue Ocaña (Toledo). Los buenos resultados obtenidos en la investigación llevaron al equipo a redactar un artículo para publicarlo en el XIII Congreso Nacional de Geografía celebrado en Sevilla en 1993, primera publicación relacionada con la temática de la tesis. Pero además, la buena organización y coordinación espontánea de los diferentes equipos de trabajo del curso, unida al sentimiento por este tipo de investigación y a la colaboración en el trabajo de campo del proyecto sobre "Difusión metropolitana de la industria y competencia interregional", dirigido por Ricardo Méndez y subvencionado por la Comunidad de Madrid, llevó a la elaboración de un trabajo conjunto sobre toda la Mesa de Ocaña, fruto de la unión y ampliación de los diferentes trabajos realizados durante el curso centrados en esta comarca. El estudio final fue la base de múltiples publicaciones en diferentes revistas y congresos, llegándose a convertir la lectura de estos artículos en una referencia de las asignaturas de Geografía Económica e Industrial, en las que se incluía como lectura recomendada al presentar un claro contexto teórico y la explicación de la metodología de investigación, y ser un buen ejemplo de presentación de los resultados obtenidos. A partir de entonces tuve muy claras varias ideas que me llevaron a plantar la semilla de la tesis: que la investigación geográfica me gustaba, que quería continuar mi formación académica con el Doctorado, y que la temática que quería seguir desarrollando se centraba en el espacio rural y en los procesos de industrialización.

Una vez licenciada e inscrita en el Programa de Doctorado del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid, “Territorio y Sociedad”, la inquietud por conocer las formas de investigar de otros países unida al deseo de mejorar los conocimientos de idiomas para no tener problemas a la hora de consultar bibliografía extranjera, me llevaron a solicitar una beca ERASMUS para realizar cursos en las universidades de Toulouse-Le Miral y

Utrecht. En el Centro Interdisciplinar de Estudios Urbanos (C.I.E.U) de Toulouse realicé numerosos cursos sobre metodología cualitativa de investigación y sobre las relaciones entre los espacios urbano y rural, mientras que en la Facultad de Geografía de Utrecht seguí cursos sobre Sistemas de Información Geográfica (algo todavía muy innovador, incipiente en los departamentos de Geografía de las universidades españolas) y sobre estadística aplicada para geógrafos. La experiencia fue muy enriquecedora en todos los sentidos.

Al regresar de la aventura inicial por universidades europeas, los conocimientos adquiridos sobre SIG y la visión de sus extraordinarias perspectivas futuras de aplicación me llevaron a cursar el primer Título Propio del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense, “Experto en Sistemas de Información Geográfica”, dirigido por Javier Gutiérrez Puebla y Ana Sabaté. Aunque en un primer momento inscribí un título de tesis más próximo a los SIGs que a la industria en el espacio rural, pronto rectifiqué y tuve claro que los utilizaría como herramienta de cartografía y no como temática en sentido estricto, decantándome por una metodología de investigación cualitativa (trabajo de campo, encuestas, entrevistas), siguiendo los pasos del estudio realizado en la Mesa de Ocaña. Paralelamente a la finalización del Programa de Doctorado en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense, la inserción en el mundo laboral durante dos años (primero en el Archivo Histórico nacional dentro del Proyecto de Normalización de Descriptores, encargándome de la creación y gestión de la base de datos PANGEA de descriptores geográficos, y a continuación en el Departamento de Asistencia Técnico Parlamentario del Senado, llevando a cabo la indización de la documentación generada por es Cámara territorial), me sirvió para recibir formación sobre Documentación y Archivos, que me ha sido de gran utilidad para poder organizar la abundante bibliografía recogida para la tesis como un pequeño centro de documentación.

La progresiva acumulación de méritos en el curriculum vitae (publicaciones en congresos, títulos de idiomas y certificado de aptitud pedagógica) se vio recompensada en 1997 con la concesión de una beca de cuatro años de Formación de Personal Investigador y de Profesorado Universitario del Ministerio de Educación y Cultura (1997-2000). A partir de entonces la tesis entró en un verdadero proceso de gestación marcado por dos hechos: la colaboración en la segunda parte del proyecto sobre “Política de promoción industrial, innovación y sistemas productivos locales en Castilla-La Mancha y Castilla-León” (que me permitió adquirir una gran experiencia en investigación cualitativa sobre el terreno y fue el verdadero punto de partida de la tesis), y el reto lanzado por Ricardo Méndez en las VI Jornadas de Geografía Industrial celebradas en Granada en junio de 1997, sobre un proyecto conjunto de investigación dentro del Grupo de

Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.). El perfil de la tesis ya estaba definido: una triple temática (industria rural, sistemas productivos locales y medios de innovación, con el objetivo común del desarrollo territorial), una metodología cualitativa de investigación y Castilla-La Mancha como ámbito de estudio. Al proyecto conjunto de investigación propuesto por Ricardo Méndez se adscribieron varios equipos de diferentes universidades españolas, y los seminarios celebrados en Salamanca en junio de 1998 y de 1999 sobre "Innovación Industrial y Desarrollo Local en la Península Ibérica", sirvieron para poner en común los resultados. Fruto de esta coordinación investigadora fue la publicación de un libro conjunto sobre "Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España" (Alonso y Méndez, coords., 2000), que ha sido la fuente de inspiración de muchas ideas y conclusiones de esta tesis doctoral.

Paralelamente a la ebullición de este caldo de cultivo en el que se ha ido alimentando la tesis, y combinando la realización de los estudios de caso de la investigación empírica, realicé varias estancias como investigadora en universidades extranjeras (financiadas gracias a la beca), que sirvieron para confrontar visiones y enfoques franceses e ingleses sobre las temáticas de investigación. En primer lugar regresé por dos veces al C.I.E.U. de la Universidad de Toulouse-Le Mirail en 1997 y 1998 gracias al apoyo de Jean-Paul Laborie y François Taulelle, en cuyo centro de documentación y biblioteca recopilé una gran cantidad de bibliografía, especialmente sobre el concepto de medio innovador (de origen francés), además de recibir una esmerada formación sobre el arte de desarrollar y confeccionar una tesis doctoral. Posteriormente, en el año 2000 realicé una estancia en la Universidad de Durham (Inglaterra), donde al entrar en contacto con el profesor Ash Amin realicé varios cursos sobre distritos industriales y especialización flexible.

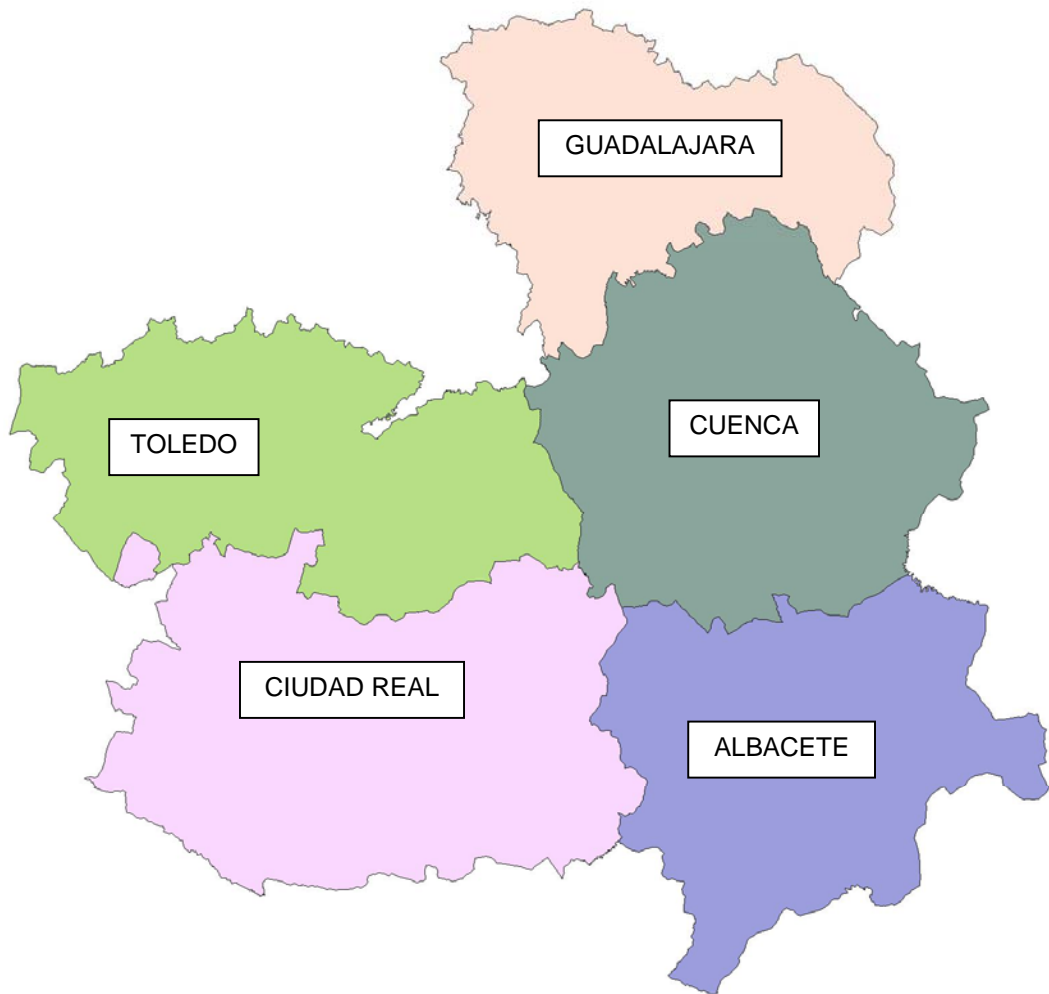
Durante el período de disfrute de la beca predoctoral participé en numerosos congresos y publiqué varios artículos en revistas nacionales e internacionales sobre aspectos parciales de la investigación en curso, realicé la traducción de obras relacionadas indirectamente con la temática de la tesis ("Mundialización, ciudades y territorio" de P.Veltz, "Diccionario de Geografía Humana" de R.J.Johnston, y "La naturaleza del espacio" de Milton Santos), y finalmente, gracias a la "venia docendi" concedida al amparo de la beca, pude transmitir a los alumnos de la licenciatura de Geografía durante tres cursos académicos (1998-1999-2000) los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, impartiendo clases en el Departamento de Geografía Humana en las asignaturas de Geografía Industrial, Geografía Rural y SIG. La docencia me sirvió para fijar conceptos y mejorar las formas de transmitir las ideas aprendidas y los resultados conseguidos gracias a la metodología seguida. Por otro lado, los contactos con las instituciones regionales

llevaron a conseguir por parte del Instituto de Estudios Albacetenses “Don Juan Manuel” la financiación para ampliar la investigación sobre uno de los estudios de caso de la tesis (la fabricación de calzado en Almansa, analizado anteriormente dentro del proyecto mencionado), planteando su posible publicación. Los temas de las ponencias de los congresos en los que se inscribieron las comunicaciones publicadas desde la Mesa de Ocaña son reflejo de la actualidad de la temática de la tesis, tanto el contexto teórico como la metodología.

En el último período de elaboración de la tesis, el grupo de investigación consigue la concesión de un Proyecto Coordinado financiado por el Ministerio de Innovación y Tecnología con el título conjunto de “Cambios organizativos y tecnológicos en los sistemas productivos locales de España” para el 2001-2003, lo que permitirá seguir investigando en torno a la misma temática, y finalmente se consigue la publicación de un libro con los resultados del proyecto anterior sobre las dos Castilla con el título de “Sistemas locales de empresas y redes de innovación en Castilla-La Mancha y Castilla-León”. Tras la finalización de la beca, el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense me concedió en el curso 2001-2002 el nombramiento de “colaboradora honorífica”, período en el que se termina la tesis.

Actualmente mantengo la relación con la Universidad y la investigación académica a través de la participación en varios proyectos dirigidos por diferentes profesores del Departamento de Geografía Humana.

Madrid, julio de 2002.



COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA-LA MANCHA

ÍNDICE

PRIMERA PARTE: EL MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN	1
1. El interés de la temática de investigación	1
2. El método de investigación	3
3. Las bases teóricas de la investigación	5
3.1. Preguntas iniciales	5
3.2. Objetivos	6
4. La organización del contenido	8
5. El contexto teórico como intersección de tres temáticas	9
CAPÍTULO 1. HACIA UNA DEFINICIÓN DEL ESPACIO RURAL ACTUAL	11
Introducción: “ <i>Importancia y significado actual del mundo rural</i> ”	11
1. La dificultad de definir el mundo rural	13
1.1. Las concepciones clásicas	13
1.2. Un mundo rural en proceso de transformación	14
1.3. La noción de continuo rural urbano	15
1.4. Hacia definiciones parciales	16
2. La medición de la ruralidad	20
2.1. Perspectiva cuantitativa	20
2.1.1. Los umbrales demográficos	20
2.1.2. Los factores económicos	25
2.2. Perspectiva cualitativa	27

Contenidos de la investigación

2.2.1. Lo rural como forma de cultura y de relación	27
2.2.2. El espacio rural como contexto de relaciones entre diferentes actores	29
2.3. Los tres enfoques aglutinadores de la noción de ruralidad: la dimensión geográfica del mundo rural	31
3. La heterogeneidad y diversidad del mundo rural actual	33
3.1. Las tres componentes de la diversidad rural	34
3.2. Los contrastes regionales del espacio rural español	35
3.3. La definición de espacio rural en la investigación	36
4. Globalización y espacio rural	36
4.1. Los retos originados por la globalización para el espacio rural	38
4.2. El impacto de la globalización económica en el mundo rural	39
4.3. Globalización y reestructuración socio-política en el mundo rural	39
CAPÍTULO 2. LA INDUSTRIA RURAL	43
Introducción: “ <i>La industria rural en el contexto de la descentralización productiva y la especialización flexible</i> ”	43
1. La combinación de procesos de industrialización en el espacio rural	44
1.1. Tradición y modernidad en la industria rural actual	45
1.2. Diversidad de procesos en función del carácter industrial predominante	46
2. El variable grado de industrialización de los espacios rurales	49
3. La industria y el dinamismo rural: nuevos conceptos en el contexto de la globalización	50
4. La necesidad de una metodología de análisis adecuada	54
5. Debates actuales y revisión crítica en torno a la industria rural actual	57
CAPÍTULO 3. LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES	63
Introducción: “ <i>Los SPL como espacios emergentes de la especialización flexible</i> ”	63

Contenidos de la investigación

1. Origen y definición del concepto de sistema productivo local (SPL)	64
1.1. El origen del concepto: el distrito industrial marshalliano	65
1.2. El distrito industrial italiano	66
1.3. Características generales de un SPL	67
2. Precondiciones para el desarrollo de SPL	72
3. Tipologías de SPL	74
4. Metodología de análisis de SPL	80
4.1. Los criterios de identificación estadística de la especialización sectorial	80
4.2. Una metodología cualitativa de análisis para analizar el origen y las características de los vínculos entre las empresas	81
4.3. La representación de las relaciones interempresariales	81
4.4. Los intentos de cartografiar el mapa de SPL a escala internacional y nacional	83
5. Debates actuales y revisión crítica en torno a los SPL en España	84
CAPÍTULO 4. LOS MEDIOS INNOVADORES	87
Introducción: “ <i>El territorio como protagonista de la innovación</i> ”	87
1. Origen y definición del concepto de medio innovador (MI)	88
1.1. El origen francés del término: el GREMI	88
1.2. El concepto de “milieu”	89
1.3. Características generales de un medio de innovación	91
2. Precondiciones para el desarrollo de medios innovadores	93
3. Tipos de medios innovadores	94
4. Innovación, cooperación y redes de innovación en el mundo empresarial	95
4.1. La innovación como concepto amplio	95
4.2. El proceso de la cooperación como motor de innovación y dinamismo	99
4.3. Las redes de innovación	101
5. Metodología de análisis de medios innovadores	106

5.1.	La previa identificación estadística de espacios industriales dinámicos	106
5.2.	La aplicación de técnicas cualitativas de investigación para analizar el proceso de innovación empresarial y social	106
5.3.	La representación de la red de innovación	108
6.	El reciente debate en torno a los medios innovadores en España	110
6.1.	Los riesgos de la emergencia reciente de la temática	110
6.2.	La aplicación del concepto a regiones periféricas	111
CAPÍTULO 5. HACIA EL PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN: REDES, INNOVACIÓN Y POLÍTICAS DE DESARROLLO		113
Introducción: “ <i>La intersección de tres temáticas para el desarrollo del espacio rural</i> ”		113
1.	El nuevo concepto de desarrollo rural	114
1.1.	La evolución histórica del desarrollo rural	115
1.2.	El desarrollo rural en la última década: el Desarrollo Rural Integrado y los programas financiados por la Unión Europea	117
2.	Los nuevos mecanismos del desarrollo rural	121
2.1.	La estrategia de la organización en red: redes de empresas y redes de agentes como ejes estratégicos del desarrollo	121
2.2.	La innovación como proceso de aprendizaje colectivo: innovación empresarial e innovación territorial	122
3.	Las políticas de desarrollo rural basadas en los procesos de industrialización	124
3.1.	La política industrial y empresarial en el medio rural	124
3.2.	La política de innovación en la industria rural	129
3.3.	La relevancia de los SPL y MI para la política de desarrollo rural	134
4.	La tercera generación de políticas de desarrollo regional	137

4.1.	Las nuevas concepciones teóricas	137
4.2.	Las nuevas actuaciones industriales y empresariales para el desarrollo	139
4.3.	Conclusión: un cambio necesario en la forma de actuar	141
5.	Las hipótesis de la investigación	141

SEGUNDA PARTE: LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN: “La multiplicidad de fuentes de información y la importancia de los indicadores cualitativos”	143
---	-----

CAPÍTULO 6. LA METODOLOGÍA CUALITATIVA DE INVESTIGACIÓN EN GEOGRAFÍA INDUSTRIAL

147

Introducción: “ <i>Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Geografía</i> ”	147
--	-----

1. Fases de una investigación cualitativa	151
2. Técnicas de investigación cualitativa para el estudio de la industria en el espacio rural	153
2.1. La encuesta empresarial	153
2.2. La entrevista a agentes implicados en la actividad industrial	156
2.3. El grupo de discusión entre agentes implicados en la actividad Industrial	162
3. El tratamiento de la información cualitativa	163
3.1. Fases en el tratamiento de los datos	163
3.2. Principales métodos y técnicas de diagnóstico final de la actividad industrial	164

CAPÍTULO 7. LAS ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

167

Introducción: “ <i>Una combinación de fases y metodologías</i> ”	167
--	-----

1. De las estadísticas al trabajo de campo	168
--	-----

Contenidos de la investigación

1.1.	La delimitación de áreas emergentes en Castilla-La Mancha	168
1.2.	El proceso de toma de decisiones para la selección de la muestra de la investigación	169
1.3.	El cuestionario y los guiones de las entrevistas	173
2.	El descenso sobre el terreno	174
2.1.	Los preparativos	174
2.2.	Las visitas	175
3.	Del tratamiento de la información recogida a las propuestas para la política regional de desarrollo rural	177
3.1.	Organización de la información recogida	178
3.2.	Interpretación de los resultados	179
3.3.	La definición de aportaciones para la política y la investigación	180

TERCERA PARTE: LA INDUSTRIA EN CASTILLA-LA MANCHA.

INTRODUCCIÓN: “Castilla-La Mancha como región interior y periferia emergente	181
--	-----

CAPÍTULO 8. EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN CASTILLA-LA MANCHA

185

1. La historia industrial de la región	185
1.1. La protoindustria del siglo XVIII	185
1.2. Las actividades manufactureras a mediados del siglo XIX	186
1.3. La configuración de la industria moderna	188
2. La revitalización de la industria en las últimas décadas	189
2.1. El diferente grado de industrialización y especialización a escala regional	189
2.2. Los factores de localización industrial	190
3. Características del sector industrial actual en la región	191
3.1. Análisis sectorial	191
3.2. Zonas de especialización productiva	195

3.3.	La exportación	198
3.4.	Empresas multinacionales en Castilla-La Mancha	200
CAPÍTULO 9. INDUSTRIA RURAL, ÁREAS DINÁMICAS Y POLÍTICAS DE DESARROLLO EN CASTILLA-LA MANCHA		203
1.	Interpretación de la industrialización reciente de Castilla-La Mancha: la importancia de la industrialización rural	203
1.1.	La escasa importancia industrial de los centros urbanos y los ejes de desarrollo	203
1.2.	La relevancia de la industrialización de carácter endógeno	204
2.	Delimitación de áreas emergentes en la región	204
2.1.	El desigual dinamismo industrial comarcal	205
2.2.	Tipificación de los espacios industriales dinámicos en la región	205
2.3.	La correspondencia entre el dinamismo industrial y el dinamismo demográfico	207
3.	Las políticas industriales y de innovación en Castilla-La Mancha	207
3.1.	Instituciones públicas de apoyo a la innovación en la región	207
3.2.	Agentes de soporte a la innovación en la región	209
3.3.	El Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN)	211
3.4.	Políticas de exportación en la región	212
4.	La política de desarrollo rural en la región: la Red de CEDERCAM	215
CUARTA PARTE: LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA.		
	INTRODUCCIÓN: “Diagnóstico previo de las áreas seleccionadas”	219
CAPÍTULO 10. LA DIVERSIFICACIÓN INDUSTRIAL DE SONSECA		223
	Introducción: “ <i>Un pueblo con vocación industrial</i> ”	223
1.	La actividad industrial en retrospectiva: historia de un pueblo, historia de sus actividades	225
1.1.	La larga tradición de la actividad textil y la fabricación de dulces	225

Contenidos de la investigación

1.2.	La rápida creación de la tradición del mueble	226
2.	Características de la actividad industrial actual	227
2.1.	Diversidad y dinamismo entre la tradición y la modernidad	227
2.2.	Una industria endógena que ha sabido adaptarse a la nueva coyuntura económica y a la globalización	229
3.	El análisis sectorial: tres sectores y tres tipos de estrategias empresariales	230
3.1.	El sector del mueble de madera	230
3.2.	El género de punto	233
3.3.	La fabricación de mazapanes	234
4.	El proyecto innovador del sector del mueble	237
4.1.	La red de agentes de la cooperación local y regional	237
4.2.	El proyecto de imagen de marca común	245
5.	Conclusiones	247
CAPÍTULO 11. LA FABRICACIÓN DE PUERTAS EN VILLACAÑAS		251
Introducción: “Una industria endógena líder a escala nacional”		251
1.	Evolución y características de la fabricación de puertas en Villacañas	252
1.1.	El proceso creciente de creación del saber hacer industrial	252
1.2.	Un sistema productivo muy dinámico de empresas medias	253
1.3.	Procesos de innovación de alta tecnología	255
2.	Un medio innovador de éxito en el contexto de la globalización	257
2.1.	Los agentes sociales e institucionales que participan en la actividad industrial	257
2.2.	La red de cooperación/innovación	260
3.	Conclusiones	261

CAPÍTULO 12. LAS BODEGAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN VALDEPEÑAS	263
Introducción: “ <i>Una actividad de larga tradición histórica</i> ”	263
1. La evolución de la comarca a través de sus vinos y de sus bodegas	265
2. Características de la denominación de origen Valdepeñas	269
2.1. Los factores del medio físico y las características organolépticas del vino de Valdepeñas	269
2.2. Los procesos de innovación: Antiguas tradiciones con nuevas tecnologías	270
2.3. Los mercados principales y su apertura	272
3. La multiplicidad de agentes locales relacionados con la actividad vinícola	273
4. El Consejo Regulador de la Denominación de Origen (C.R.D.O.) como agente clave de la red de innovación	277
4.1. La institución	277
4.2. Las funciones	278
4.3. El equipo humano	278
4.4. La normativa	279
4.5. Las relaciones institucionales de la entidad	279
5. Conclusiones	281
CAPÍTULO 13. LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN ALMANSA	283
Introducción: “ <i>Una combinación de saber hacer tradicional e iniciativas innovadoras</i> ”	283
1. Orígenes y evolución del procesos de industrialización	284
2. Características actuales de la industria del calzado en el municipio	286
2.1. Una estructura empresarial de área-sistema horizontal	286
2.2. Una industria endógena dinámica con un amplio mercado de venta	288
2.3. Procesos de innovación amplios y dinámicos	289
3. La actuación innovadora de los agentes sociales e institucionales	293

3.1.	La amplia variedad de agentes promotores de la innovación	293
3.2.	La amplia y completa red de innovación en torno a un proyecto	296
4.	Conclusiones	297
CAPÍTULO 14. LA FABRICACIÓN DE CALZADO EN FUENSALIDA		299
	Introducción: “ <i>Un municipio rural con gran dinamismo demográfico</i> ”	299
1.	Origen y reconversión de la fabricación del calzado en el municipio	301
2.	Características empresariales	303
3.	El protagonismo de la asociación sectorial local como agente clave en la actividad industrial	306
4.	Conclusiones	309
CAPÍTULO 15. EL MUEBLE EN EL ESPACIO PERIURBANO DE LA SAGRA		311
	Introducción: “ <i>Un espacio rural periurbano atractivo para la industria</i> ”	311
1.	La influencia madrileña en el origen de la especialización sectorial de La Sagra	314
2.	Características empresariales relacionadas con su carácter periurbano	314
3.	Limitados agentes y procesos de innovación ante el dinamismo empresarial	317
4.	Conclusiones	318
CAPÍTULO 16. LA MADERA Y EL MUEBLE EN LOS MONTES DE TOLEDO		321
	Introducción: “ <i>Un espacio rural marginal de industrialización reciente</i> ”	321
1.	El origen reciente y las características empresariales de la industria en la comarca	323

2. La falta de capitalización de las empresas y el bajo grado de cooperación e innovación	325
3. Conclusiones	327

CAPÍTULO 17. LA CONFECCIÓN EN EL CAMPO DE MONTIEL 329

Introducción: “ <i>Un área de especialización dinámica, pero en declive demográfico</i> ”	329
---	-----

1. Características empresariales de la confección en la comarca	332
2. El importante papel a desarrollar por los agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial	335
3. Conclusiones	342

QUINTA PARTE: RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

INTRODUCCIÓN: “ <i>Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha</i> ”	345
---	-----

CAPÍTULO 18. LA INTEGRACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO EN EL CONTEXTO TEÓRICO 347

1. Tipos de espacios rurales	347
1.1. Los umbrales demográficos	347
1.2. La tipología de espacios económicos	348
1.3. Los diversos procesos de industrialización y su origen	350
1.4. Los diferentes grupos socio-laborales en la actividad industrial	351
2. Tipos de sistemas productivos locales	353
2.1. Diferentes ámbitos geográficos	353
2.2. Diversificación sectorial	353
2.3. Hegemonía de PYMES locales	354
2.4. Variadas estructuras de relaciones interempresariales en el territorio	354

Contenidos de la investigación

2.5. Diferentes tipos de SPL	355
3. Tipos de medios innovadores	357
3.1. Procesos actuales de innovación	357
3.2. Grado de desarrollo del medio empresarial y tipos de innovación	360
3.3. Los agentes promotores de la innovación	361
3.4. Modelos de redes de la innovación	363
3.5. Características y funciones de los agentes clave	363
4. El diagnóstico final del grado de dinamismo de los casos	366
4.1. Los ejes del sistema	366
4.2. DAFO: debilidades-amenazas, fortalezas-oportunidades	366
5. La comprobación de las hipótesis de la investigación	367
CAPÍTULO 19. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN PARA EL DEBATE Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	369
1. El cumplimiento de los objetivos de la investigación	369
2. Aportaciones al debate teórico y los métodos de investigación	370
3. Algunas propuestas para las políticas industrial y de desarrollo	377
4. Líneas de investigación abiertas	381
BIBLIOGRAFÍA	385
- Orden alfabético de autores	385
- Temática	398
- Regional	403
- Específica de los estudios de caso	404
- Direcciones de Internet	408
RELACIÓN DE FIGURAS	412
- Cuadros	411
- Figuras	411
- Tablas	412

Contenidos de la investigación

- Diagramas	412
- Mapas	413
- Mapas SIG	413
- Planos	413
- Grafos	413
- Fotografías	413
- Fichas de trabajo de campo	414
- Fichas-resumen	414
- Artículos de Prensa	414

ANEXOS

Epílogo

Agradecimientos

PRIMERA PARTE: EL MARCO TEÓRICO

- INTRODUCCIÓN

- HACIA UNA DEFINICIÓN DEL ESPACIO RURAL

- EL CONTEXTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN COMO LA INTERSECCIÓN DE TRES TEMÁTICAS:
 - LA INDUSTRIA RURAL
 - LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES
 - LOS MEDIOS INNOVADORES

- LAS HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN:
REDES, INNOVACIÓN Y POLÍTICAS DE DESARROLLO

INTRODUCCIÓN

"Hay que afrontar el mundo rural como un campo de investigación sobre el que se pueden estudiar las grandes cuestiones planteadas en las Ciencias Sociales"
(Asociación de Ruralistas Franceses: "Les études rurales sont-elles en crise?", nº especial Bulletin de l'ARE, 1988, pp. 41-42).

"Numerosos investigadores, economistas, geógrafos y sociólogos se han interesado durante las dos últimas décadas por esta interpretación del territorio a través de las formas de producción. En general, se puede decir que se dividen en dos grandes grupos (...) Unos destacan el peso creciente de las grandes empresas y de las grandes redes de la economía internacional. Otros, los más numerosos, están fascinados por el éxito de los tejidos locales, a menudo formados por PYMES, cuyo funcionamiento económico se basa en las interacciones sociales "tradicionales" construidas al margen o independientemente de la esfera comercial propiamente dicha"
(Pierre Veltz (1999): "Mundialización, ciudades y territorio", p. 12)

1. EL INTERÉS DE LA TEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.

La justificación de un tema de tesis doctoral es siempre una combinación compleja de preferencias personales y de actualidad y estado de la cuestión de la temática desarrollada. Pero, dejando aparte los factores personales y coyunturales de la formación académica del doctorando, es necesario justificar la elección de la temática de investigación en el contexto de la disciplina de la Geografía, tanto desde el punto de vista teórico como metodológico.

En cuanto a la elección del contexto teórico de la tesis, deberíamos justificar los siguientes aspectos:

- ¿Por qué el espacio rural como ámbito de estudio?
- ¿Por qué centrarnos en el sector secundario en particular?
- ¿Por qué analizar hoy en día la cooperación local y la importancia de la innovación?

La respuesta a estas tres cuestiones se podría hacer por separado, pero la justificación de la temática global es más clara si señalamos que el común denominador de todas ellas es la aportación que pueda suponer la investigación a las políticas de desarrollo territorial. Tras varias décadas de protagonismo del espacio urbano en todas las políticas económicas y de desarrollo, desde mediados de los años noventa el espacio rural comenzó a tener relevancia en las políticas de desarrollo regional a partir de las nuevas concepciones de las políticas europeas. Así, frente a la ola de la globalización de la economía y la homogeneización de las formas de vida, se empezó a considerar la

importancia de las cualidades de cada territorio con el objetivo de asentar a la población y evitar tanto la excesiva concentración en los espacios urbanos como el despoblamiento de los espacios rurales. La Comunidad Europea puso en marcha programas y ayudas específicas para el mundo rural, que se comenzaron a aplicar a través de las políticas regionales. En la actualidad existen numerosos planes de desarrollo centrados en el espacio rural como los conocidos Programas LEADER. Pero, dentro de estas nuevas políticas dirigidas al territorio rural, las medidas y ayudas se han centrado fundamentalmente en la transición del sector agrario al terciario, considerando como factor clave de desarrollo la atracción del espacio rural como espacio de ocio y turismo. Así, la mayoría de los programas de desarrollo se han centrado en la valorización de los aspectos medioambientales y de servicios destinados al turismo (alojamientos rurales, gastronomía, artesanía, monumentos,...), dando prioridad al patrimonio natural y cultural y dejando un poco de lado la importancia de la industria rural.

En esta investigación se quiere demostrar la importancia de la emergencia del sector secundario para el desarrollo rural, integrando esta idea en el nuevo contexto socioeconómico de la globalización económica y la especialización flexible, que basan el éxito en las cualidades específicas de cada territorio (tanto materiales como inmateriales). Y en la definición de estas características concretas son factores clave tanto la cooperación local como la innovación, dos conceptos de gran actualidad a todos los niveles en un mundo globalizado, en el que la integración en redes y la innovación constante en sentido amplio son los ingredientes necesarios para sobrevivir.

La justificación de por qué se ha centrado la investigación en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha se encuentra tanto en aspectos personales (región próxima a la Comunidad de Madrid, lugar de residencia de la investigadora y sede de la universidad de acogida de la tesis), como en la necesidad de investigar en una región periférica en la que el mundo rural tuviera un predominio importante, así como los procesos de industrialización rural, tanto tradicionales como recientes, reflejo de la reestructuración organizativa y espacial de la economía. En definitiva, una región en la que fuera pertinente intentar aportar algo a las políticas de desarrollo territorial centradas en el espacio rural.

Pero paralelamente a la definición de la problemática que se va a estudiar, es imprescindible plantearse la metodología de investigación, que Méndez (1997, p. 18) define como “unas normas básicas de argumentación racional, para que el proceso sea suficientemente riguroso, preciso y coherente, evitando en lo posible la arbitrariedad y la falta de un cierto orden”. Así, se ha optado por un método deductivo que comienza por precisar los conceptos y el marco de discusiones teóricas, y en la parte empírica de comprobación de las hipótesis planteadas se basa en técnicas cualitativas de investigación por ser las que mejor se ajustan a este tipo de análisis y a la temática de estudio.

2. EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

Como se refleja en la siguiente figura, a partir de una serie de preguntas iniciales que son el origen de la investigación, y de la delimitación de un conjunto de objetivos a

cumplir para poder responder a las cuestiones planteadas, se inicia la elaboración del contexto teórico de la investigación a partir de la bibliografía multidisciplinar disponible, tanto nacional como internacional. La base teórica de la tesis se basa en tres temáticas de interés y actualidad, como ya se ha planteado anteriormente, y una vez analizadas por separado se plantea su intersección para llegar a plantear las hipótesis de investigación. A continuación se llevó a cabo un doble proceso de toma de decisiones: la delimitación del área geográfica en la que se llevaría a cabo la investigación empírica, y sobre la que se recopilará información para contestar a las cuestiones teóricas planteadas; y por otro lado sobre la metodología y las técnicas de búsqueda y recopilación de información.

El proceso de recogida de información se divide en dos fases consecutivas: en primer lugar, la búsqueda de información a través de la consulta de fuentes estadísticas y bibliográficas, el análisis de la cartografía temática existente, y navegación en Internet; en segundo lugar, el trabajo de campo. Para poder llevar a cabo esta segunda fase se realizará previamente la selección de casos de estudio y de técnicas de investigación cualitativas. A través del tratamiento e interpretación de toda la información recogida, tanto cuantitativa como cualitativa, se llegará a una serie de conclusiones que nos permitirán contrastar las hipótesis de partida.

Finalmente, en el contexto de una Geografía comprometida con el bienestar de la sociedad y con el objetivo básico de que las investigaciones académicas sean de utilidad, se plantean una serie de propuestas de actuación a partir de un análisis prospectivo, articuladas en propuestas de programas y medidas de intervención de cara a las políticas públicas.

La elección de una metodología cualitativa responde una vez más a una combinación de preferencias personales y de actualidad dentro de la disciplina. La conocida escasa fiabilidad y falta de actualización de las estadísticas oficiales han generado en la última década una cierta inclinación de la investigación hacia los métodos cualitativos, que descienden al terreno cada vez con más frecuencia para contrastar los resultados cuantitativos del tratamiento de los datos. Pero además, el análisis de los factores inmateriales o no cuantificables que tanta importancia están adquiriendo en la economía, hacen necesaria la utilización de nuevas metodologías de investigación centradas en las encuestas y entrevistas a los agentes clave implicados en los procesos sociales y económicos. El estudio de aspectos como la cooperación empresarial basada en la confianza mutua, o la innovación basada en redes informales de información entre agentes locales, precisan la utilización de técnicas cualitativas de investigación. Y por otro lado, el análisis de estos aspectos implican una investigación multidisciplinar al ser transversales a la división clásica del conocimiento científico; así, su estudio e interpretación requiere la combinación de conocimientos de disciplinas como la Sociología, la Economía, la Política y la Geografía.

Dentro del marco de la temática y la metodología elegidas, se ha optado además por el estudio de casos debido a la falta de ejemplos concretos que verifiquen las teorías establecidas y permitan ver reflejadas las conclusiones generales fruto de la multiplicidad de estudios globales existentes. En un momento en el que se tienden a homogeneizar los espacios y los modos de vida, la investigación de generalizaciones tiene escasa relevancia de cara a la política de desarrollo territorial, pues lo que interesa es resaltar y valorizar lo específico.

Por tanto, creo que en los inicios del siglo XXI la elección de la temática de la tesis doctoral tiene una cierta justificación por su interés y utilidad, teniendo siempre presente la idea de la aportación de la disciplina de la Geografía al bienestar y desarrollo de la sociedad.

Pero además, es fundamental señalar la integración de esta investigación en un proyecto de equipo más amplio. En las VI Jornadas de Geografía Industrial ya mencionadas (celebradas en 1.997), Ricardo Méndez propuso abordar un programa de investigación sobre las relaciones entre innovación y territorio en España, con participación de diferentes miembros del Grupo de Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.), orientado a propiciar el debate interno y la realización de investigaciones monográficas que pudieran dar lugar a una publicación conjunta. El título propuesto fue “Medios innovadores y desarrollo local en España”, y los objetivos eran los siguientes:

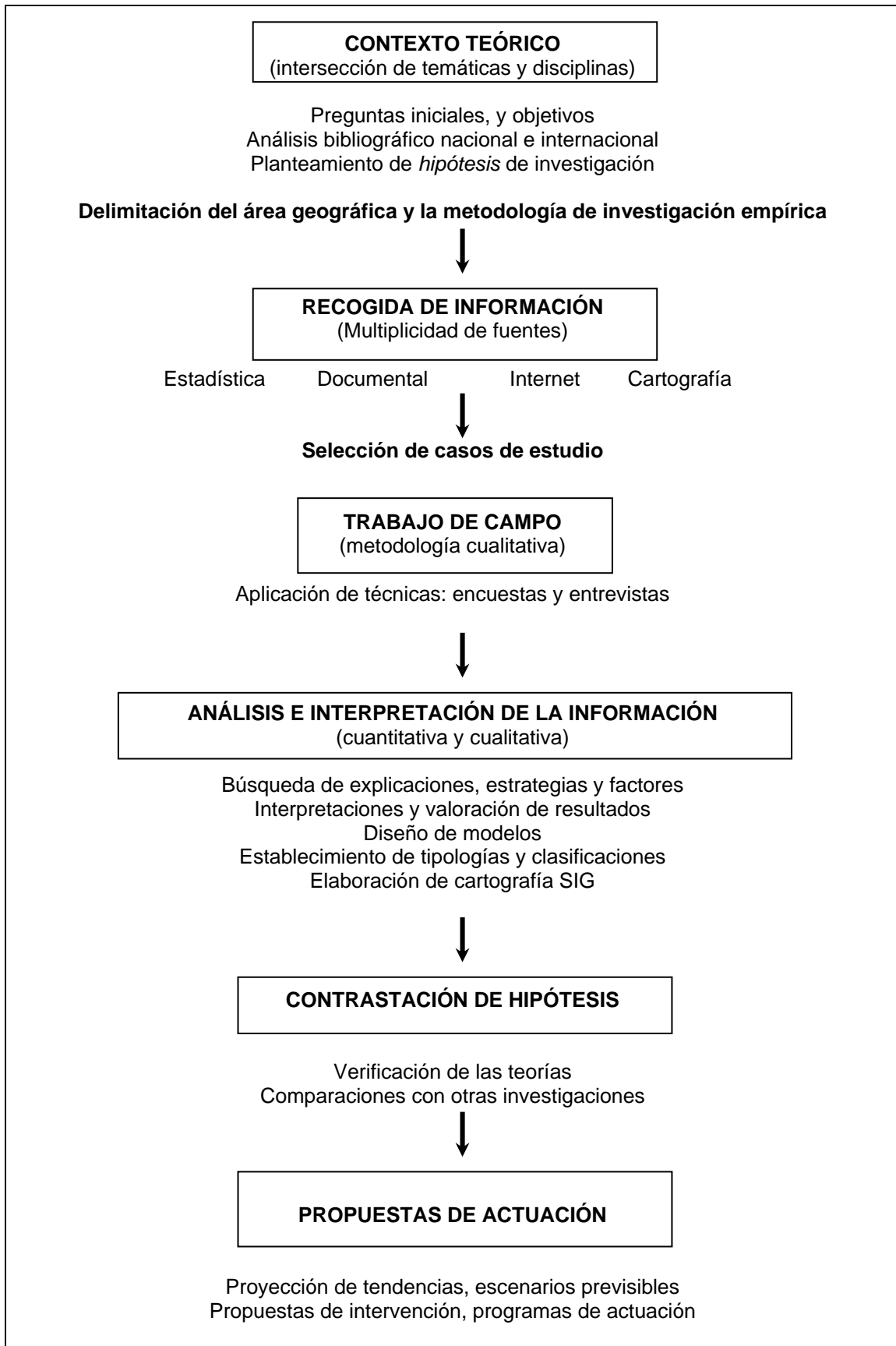
- Establecer un debate teórico sobre el concepto de medio innovador, su significado actual y su interés para orientar las políticas de promoción industrial, a partir de una revisión sobre la bibliografía internacional de los últimos años.
- Realizar investigaciones monográficas sobre espacios que muestren una alta tasa de innovación (generación y/o difusión). Los estudios analizarán ámbitos locales o comarcales que hagan posible la incorporación de trabajo de campo y encuestas/entrevistas, procurándose una representación del mayor número posible de regiones.
- A partir de la lectura y discusión de las investigaciones presentadas, se intentará ampliar/matizar/rebatir el marco teórico inicial, con vistas a elaborar uno o varios textos de estas características que sirvan como primera parte de la publicación, a la que se añadirá una segunda con los estudios de casos.

Dentro de este marco, el mencionado proyecto compartido con la Universidad de Salamanca sobre los sistemas productivos locales en las dos Castillas, fue el punto de arranque de la tesis doctoral que aquí se presenta.

La investigación que aquí se presenta pretende ser una aportación a este reto lanzado al Grupo de Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.).

3. LAS BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

El planteamiento de una serie de preguntas iniciales que dan origen a la puesta en marcha de la investigación, seguido de la delimitación de los objetivos que se desean cumplir para poder encontrar respuestas a esas cuestiones a través de la investigación, resulta fundamental para poder establecer un hilo conductor o eje teórico central en torno al cual giren las hipótesis de investigación que se plantearán una vez establecido el contexto teórico.



Fuente: basado en Méndez, 1997, p. 19.

Figura 1. Fases del método deductivo de investigación aplicado en la tesis.

3.1. Preguntas iniciales.

La puesta en marcha de la investigación tuvo su origen en la reflexión en torno a una serie de cuestiones de partida que llevaron a considerar el interés que supondría la búsqueda de respuestas, siempre con el objetivo básico de poder aportar ideas a las políticas de desarrollo y, en definitiva, de cara a la lucha por el bienestar de la sociedad actual. Las preguntas iniciales que se plantearon fueron las siguiente:

- ¿Cuáles son actualmente los espacios rurales de éxito en el nuevo contexto económico global?
- ¿Cuáles son hoy los espacios favorables para el surgimiento de iniciativas empresariales locales o la atracción de inversiones industriales procedentes del exterior? ¿En qué situación se encuentran las regiones funcionalmente periféricas y las áreas rurales?
- ¿Por qué ciertos territorios muestran mayor capacidad para generar y/o incorporar innovaciones que otros?
- ¿Cuál es la influencia de los factores y agentes locales en la innovación?
- ¿Qué importancia tienen la proximidad y la cooperación en los procesos de innovación?
- ¿Cuál es la importancia de los procesos estructurales y los factores externos?
- ¿Cuál es la importancia del pasado en la capacidad innovadora del presente?
- ¿Qué importancia tiene el tamaño de los núcleos o la densidad urbana regional en el surgimiento y difusión de la innovación?
- ¿Qué influencia tiene el tamaño de las empresas, el sector de actividad en que operan, o la tradición en la sensibilidad mostrada ante la cooperación local y la formación de redes de innovación?
- ¿Pueden desarrollarse medios innovadores en zonas especializadas en sectores maduros?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos que impiden o frenan la formación de redes de empresas y de medios innovadores en regiones periféricas? ¿Qué importancia tienen los factores extraeconómicos?
- ¿Son la innovación y la cooperación sinónimos de desarrollo? ¿Tienen siempre efectos positivos sobre el mercado laboral del área?
- ¿Pueden estos análisis ofrecer nuevas orientaciones para las políticas de promoción

industrial y desarrollo regional/local? ¿Se pueden reproducir los ejemplos de espacios ganadores?

3.2. Objetivos.

La decisión de intentar buscar respuesta a estas cuestiones supuso el planteamiento de una serie de objetivos que se deseaban cumplir para conseguirlo, a través de la puesta en marcha de la investigación. Los objetivos se agruparon en tres categorías: objetivos teóricos, objetivos metodológicos y objetivos aplicados o de utilidad.

En cuanto a los *objetivos teóricos*, se pueden dividir a su vez en tres bloques que se corresponden con la triple temática de la investigación:

- En el contexto del mundo rural, el objetivo es doble: por un lado intentar delimitar la definición de espacio rural, y por otro mostrar la importancia y revitalización de la industria rural como temática emergente en las políticas de desarrollo territorial.
- En el ámbito de la economía rural, el objetivo es avanzar en la revitalización actual de la teoría marshalliana de los distritos industriales en las políticas de desarrollo.
- Y en cuanto al desarrollo rural basado en la cooperación empresarial y la innovación, el objetivo es la aplicación del concepto francés de medio innovador a la realidad española, y la verificación de su correspondencia con espacios de éxito.

En definitiva, se trata de incorporar reflexiones a conceptos extraídos de la bibliografía tanto nacional como internacional, vinculados a temas de tanta actualidad como los siguientes:

- la cooperación local,
- la teoría de la innovación,
- las redes empresariales y de la innovación,
- los nuevos espacios ganadores o emergentes en el contexto del capitalismo global,
- la política industrial y el desarrollo territorial,
- los diversos procesos de industrialización en el espacio rural.

En cuanto a los *objetivos metodológicos*, se plantea como objetivo fundamental la creación y aplicación de una metodología de trabajo para el análisis de sistemas productivos locales y medios de innovación en el espacio rural. El método de trabajo integrará tanto el proceso de recogida de la información como su tratamiento e interpretación a través de un modelo, de forma que se pueda llevar a cabo el análisis comparativo de los diferentes estudios de caso, y se aporte la información necesaria para poder aplicar el modelo comparativo a otros estudios.

Tanto en el caso de los objetivos teóricos como metodológicos, un objetivo común es conseguir traspasar los límites no sólo de la disciplina geográfica, sino las fronteras interiores a la Geografía que encasillan las investigaciones en una parte de la disciplina. Así, se ha intentado trabajar tanto en la intersección de varias ramas de la Geografía (Geografía Rural, Geografía Económica, Geografía Industrial, Geografía Social, Geografía Aplicada), como en las fronteras que se comparten con otras disciplinas como la Economía, la Sociología o la Política. A su vez este objetivo se planteó como meta conseguir reunir una amplia bibliografía interdisciplinar sobre la triple temática y la metodología, tanto nacional como internacional. El objetivo último de esta ambiciosa pretensión es doble: por un lado demostrar la transversalidad disciplinar de la temática, que si bien puede analizarse desde uno de los múltiples puntos de vista posibles (geográfico en nuestro caso, pero también económico, sociológico o político), ninguna interpretación será completa sin la influencia del resto de dimensiones; y por otro lado el objetivo final de realizar una investigación interdisciplinar es poder responder mejor a los objetivos de utilidad práctica que se plantean.

Y finalmente, en cuanto a los *objetivos aplicados*, la aspiración máxima es poder aportar reflexiones sobre una temática emergente de gran actualidad y trascendencia para el futuro de la población rural. Se intenta contribuir al análisis de las claves que impulsan el desarrollo territorial en ciertos lugares (los nuevos espacios emergentes o ganadores en el contexto de capitalismo global) a través de la cooperación interempresarial y la formación de redes de innovación, así como al estudio de los principales obstáculos que frenan su difusión en otros, de cara a las políticas de desarrollo rural basadas en el fomento de la industria. En definitiva, el objetivo es extraer enseñanzas para la política industrial y de desarrollo territorial en el espacio rural.

Una vez que hayamos establecido y analizado el contenido del marco teórico de la tesis, estableceremos las hipótesis de partida que intentaremos contrastar a través de la investigación empírica.

4. LA ORGANIZACIÓN DEL CONTENIDO.

El contenido de la exposición de esta investigación se organiza en *6 partes*: el contexto teórico, la metodología de trabajo, el análisis del sector industrial en Castilla-La Mancha, los estudios de caso, los resultados y las aportaciones para las políticas industriales y de desarrollo territorial. Al final se incluye toda la *bibliografía* citada y consultada, presentándola organizada según varios criterios: primero toda organizada alfabéticamente por autor, y después agrupada por temas, regiones, estudios de caso y procedencia. Por último, se incluye una *relación de mapas, figuras, tablas y cuadros*.

La *primera parte*, en la que se presenta marco teórico en el que se integra la

investigación, y a partir de una introducción sobre la importancia y significado actual de la ruralidad, se organiza en cinco capítulos: el inicial sobre la difícil definición del mundo rural hoy en día, los tres siguientes correspondientes a cada una de las tres temáticas centrales de la investigación (la industria rural, los sistemas productivos locales y los medios de innovación), y el último en torno a la intersección de los tres temas (redes empresariales, innovación y políticas de desarrollo en el espacio rural) y el planteamiento de las hipótesis de la investigación.

La *segunda parte* se centra en la metodología de trabajo, y se divide en dos capítulos a partir de una introducción centrada en la multiplicidad de fuentes de información y la importancia de los indicadores cualitativos en el análisis de redes de empresas y aspectos como la innovación y la cooperación. El primer capítulo se centra en la exposición teórica de los métodos cualitativos de investigación, que permite una mejor comprensión de las fases del proceso de investigación de la tesis doctoral, que se describen en el segundo capítulo.

En cuanto a la *tercera parte*, se centra en el análisis del sector industrial en Castilla-La Mancha, pasando desde su evolución histórica hasta la situación actual, al estudio de la intersección entre la industria rural, los procesos de innovación y el desarrollo en la región. El último capítulo se centra en el análisis de la política industrial y de desarrollo rural en la región.

La *cuarta parte* incluye todos los estudios de caso analizados en la investigación empírica, pasando desde el diagnóstico conjunto de las áreas seleccionadas, a la exposición detallada de cada caso por separado. Los resultados globales se presentan en la *quinta parte*, organizada a su vez en cuatro capítulos. Los tres primeros se centran en los tres ejes de las conclusiones: la cooperación interempresarial, los procesos y redes de innovación, y la tipología de sistemas productivos locales y medios de innovación en la región. En el último capítulo se realiza una comparación con otros casos tanto a escala nacional como internacional, con el fin de contextualizar espacialmente los resultados.

Finalmente, la *sexta parte* intenta responder al compromiso de utilidad de toda investigación, presentando a partir de los resultados una serie de aportaciones para el desarrollo territorial, pasando de las propuestas para las políticas de actuación en el espacio rural, a las conclusiones teóricas, metodológicas y aplicadas del estudio.

5. EL CONTEXTO TEÓRICO COMO INTERSECCIÓN DE TRES TEMÁTICAS.

El contexto teórico en el que se inscribe la investigación se encuentra en el cruce entre tres temas de gran actualidad en Geografía: la industria rural, los sistemas productivos locales y los medios innovadores. En la intersección entre estas temáticas emergentes se encuentra *la industria rural que se organiza en sistemas productivos locales y se localiza en territorios que se comportan como medios innovadores*.

La siguiente figura pretende representar la idea de que las tres temáticas van más allá de lo tratado en esta tesis, es decir: no toda industria rural se organiza en sistemas productivos locales ni se localiza en medios de innovación; no todos los sistemas

Interés, método, objetivos y preguntas iniciales de la investigación

productivos locales son medios innovadores localizados en espacios rurales; ni todos los medios innovadores integran sistemas productivos locales de empresas rurales. Así, existen empresas dispersas en el espacio rural no organizadas en distritos especializados, se pueden encontrar sistemas productivos locales en áreas urbanas o metropolitanas, y dentro de los medios de innovación también se incluyen los parques científicos y tecnológicos planificados, o los sistemas productivos locales localizados en áreas urbanas industriales innovadoras. El objetivo de cruzar estas tres temáticas es la búsqueda de alternativas al desarrollo rural, así como la aportación de ideas para las políticas de desarrollo territorial (local y regional) basadas en la industria.

En esta primera parte se analizan cada una de las temáticas por separado, centrándonos con más detenimiento en aquella parcela que se encuentra dentro de la intersección. La exposición se divide en cinco capítulos, el primero sobre la definición del espacio rural, los tres siguientes sobre cada una de las tres temáticas en torno a las que gira la investigación, y el quinto sobre la interrelación entre redes, innovación y políticas de desarrollo en el espacio rural. Y dentro de cada capítulo, se desciende desde la definición u origen de los conceptos clave, hacia el análisis de los aspectos más relevantes de cada tema (factores de industrialización, cooperación local, innovación, impacto de la globalización, políticas de desarrollo) y de mayor interés para esta investigación, para desembocar en la presentación de una metodología de análisis y de puntos clave del debate actual en torno a la temática en cuestión.

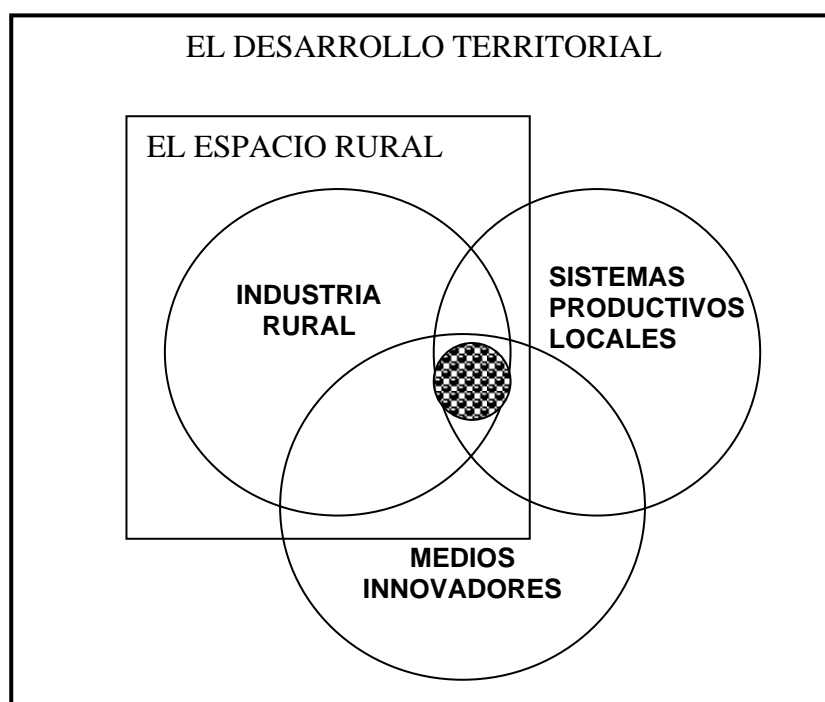


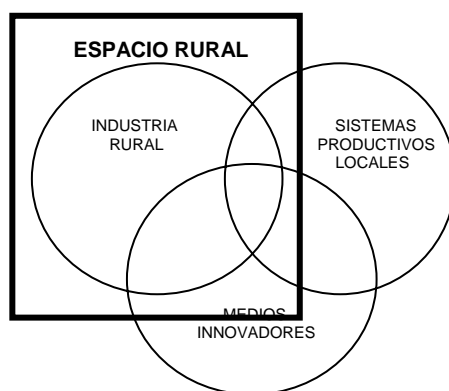
Fig 2. El marco teórico de la investigación

CAPÍTULO 1: HACIA UNA DEFINICIÓN DEL ESPACIO RURAL ACTUAL

"Uno de los grandes problemas con que se encuentra la geografía rural es la dificultad de definir el espacio rural"
(ESTÉBANEZ, J.: "Los Espacios rurales", 1988, p. 240).

"Jamás el espacio rural había sido objeto de tantas codicias"
(BERGER, A. y ROUZIER, J. "L'espace rural, élargissement conceptuel et orientation méthodologique", 1995, p.3)

"Lo rural ya no es percibido como un fenómeno residual, homogéneo, en vías de desaparición, sino como un campo de confrontación político e ideológico entre importantes fuerzas en conflicto de la sociedad contemporánea."
(LLAMBI, L.: "Reestructuraciones rurales y globalización. El debate entre economía política y postmodernismo en la sociología rural", 1997, p. 342).



INTRODUCCIÓN: IMPORTANCIA Y SIGNIFICADO ACTUAL DEL MUNDO RURAL

Las transformaciones que se están produciendo en el mundo rural desarrollado están recibiendo actualmente una gran atención por parte de los investigadores e instituciones tanto nacionales como supranacionales. La aceleración de las transformaciones del sector agrícola bajo la presión de la creciente internacionalización de los mercados, la reurbanización del campo, la descentralización de la producción hacia espacios periféricos, la conservación medioambiental o la reorganización de las políticas de desarrollo son aspectos de actualidad relacionados con la emergencia del mundo rural en Europa. Pero se están generando grandes contradicciones sobre las transformaciones en curso en el espacio rural que inmediatamente conducen a interrogarse sobre los criterios de identificación de lo rural y sobre la naturaleza de los indicadores utilizados para caracterizar su evolución. Así, el primer problema que se nos planteó al intentar seleccionar los espacios rurales sobre los que investigar la actividad industrial fue la propia definición del concepto de ruralidad. Al indagar sobre los criterios de identificación del mundo rural nos encontramos con cierta *complejidad* y *ambigüedad* que llevan a considerar hoy en día la noción de rural como un "concepto caótico y controvertido" sobre cuya definición no existe acuerdo ni entre los científicos de las diferentes Ciencias Sociales, ni entre países (Ceña, 1992, p. 13).

Al abordar actualmente cualquier tema relacionado con "lo rural", el problema principal es que la *diversidad* es lo que caracteriza las zonas rurales. Existen diferentes percepciones (positivas y negativas) y concepciones (clásicas y modernas) del mundo rural, a lo que se une la difícil aprehensión de su evolución debido a los continuos procesos actuales de reestructuración fruto de la globalización, que hacen que el espacio rural se encuentre en una situación de cambio permanente. Las sociedades rurales no están en "transición", es decir, asistiendo a un cambio, más o menos ordenado, desde una situación estable (tradicional) a otra también estable (moderna), sino que se encuentran en *situación de "flujo"*: Una situación en la que aparecen problemas sin soluciones y donde el resultado final o futuro no está determinado. Las relaciones entre las comunidades rurales y otras comunidades están continuamente cambiando y no pueden medirse fácilmente, salvo a un nivel amplio y abstracto. Este proceso de cambio está precisamente en la esencia del desarrollo rural.

El término "rural" puede evocar cosas diferentes para diferentes personas, y la confusión puede deberse a que algunas de las *características tradicionales* que definían el mundo rural han dejado de ser consideradas como específicas del medio rural, habiendo surgido *características nuevas* esenciales de la ruralidad contemporánea. Como señalan Berger y Rouzier (1995), el espacio rural es analizado con frecuencia según un punto de partida "monolítico", es decir, en función de las percepciones dominantes, incluso exclusivas, sobre sus características, evolución y futuro. Así, en el plano socio-económico, generalmente es abordado a partir de sus características estructurales humanas, productivas y sociales. Dominado durante largo tiempo por la actividad agrícola, es todavía frecuentemente tratado en términos de espacio agrario tanto en el nivel de diagnóstico como en el de las perspectivas de ordenación. Y por otro lado, lo rural es igualmente tratado con referencia al medio urbano dominante, a pesar de que ya no existe la oposición entre espacio urbano y espacio rural sino solamente diferencias de intensidad de características comunes. La evolución del espacio rural es tratada en función de las diversas mutaciones que afectan al medio urbano.

Actualmente es necesario integrar en el análisis nuevas componentes socio-económicas capaces de ser determinantes sobre su evolución, más allá del problema agrícola o de la expansión urbana. Así, las definiciones más modernas se hacen eco de las recientes transformaciones económicas, sociales y espaciales fruto de procesos diversos como la globalización económica, la producción flexible, la descentralización productiva, la nueva agricultura, la pluriactividad, la progresiva homogeneización de los modos de vida, las mejoras en los transportes y la comunicación, la repoblación del campo, etc., basándose en criterios transversales.

La idea central sobre el significado y la importancia actual de la ruralidad es que el espacio rural ha dejado de ser un espacio homogéneo, y que gracias a la diversidad que le caracteriza ya no es un espacio residual, sino muy al contrario es actualmente objeto de múltiples codicias. De la consideración clásica del espacio rural como "el campo", haciendo referencia a su exclusiva función agraria, hoy en día se puede considerar como un espacio multifuncional, pudiéndose analizar como espacio de ocio y turismo, como nuevo espacio de residencia, o como territorio económicamente competitivo y multisectorial, en el que la agricultura ha dado paso a otras actividades como la industria, que pueden llegar incluso a predominar en determinados casos.

Sobre todas estas ideas reflexionaremos en este capítulo, que se organiza en los siguientes apartados:

- La dificultad de definir el mundo rural
- La medición de la ruralidad.
- La heterogeneidad y diversidad del espacio rural.
- Globalización y espacio rural.

1. LA DIFICULTAD DE DEFINIR EL MUNDO RURAL.

Como consecuencia de la diversidad que caracteriza el mundo rural en la actualidad, el gran problema que se plantea hoy la Geografía Rural es precisamente su propia definición. La amplia bibliografía existe en torno a este problema tiende a centrarse en definiciones parciales, que partiendo de las concepciones clásicas de la ruralidad intentan destacar diferentes aspectos de los cambios que se han producido en el mundo rural desde los años ochenta.

1.1. Las concepciones clásicas.

La concepción clásica del mundo rural ha sido totalmente superada, como consecuencia de las transformaciones socio-económicas y políticas que se han producido gracias a fenómenos como la revolución tecnológica y de los medios de comunicación o la globalización. Pero el análisis de estas definiciones puede resultar de utilidad para a partir de ellas identificar los cambios que se han producido.

Entre las definiciones tradicionales del mundo rural se puede establecer una distinción en dos grandes grupos (Estébanez, 1988, p. 240) y tres significados fundamentales interrelacionados (Ceña, 1992, p. 16).

- A. Definiciones por *negación*, es decir, lo rural es lo que no es urbano. Este tipo de definiciones transfieren la responsabilidad de la definición del espacio rural a los investigadores urbanos, y suponen que el espacio rural carece de cualidades intrínsecas. En definitiva, son definiciones dicotómicas que oponen el campo a la ciudad, o residuales.
 - B. Las restantes definiciones *positivas* intentan definir el espacio rural por sus funciones internas, identificando especialmente las funciones rurales con modos de utilización del suelo y, en algunos casos, por la composición de la población. Dentro de este tipo de definiciones, podemos encontrar tres tipos de significados clásicos de lo rural:
 - a. Social: se relaciona con bajas densidades de población y el mundo campesino.
 - b. Económico: se basa en el predominio de las actividades incluidas en el
-

sector primario y de paisajes abiertos (el campo, lo agrario)

c. Cultural: se asocia con los valores tradicionales (arcaicos).

TIPOS DE DEFINICIONES	SIGNIFICADOS		
Negativas	<i>lo no urbano</i> <i>dicotomía campo/ciudad</i> <i>lo rural como residual</i>		
Positivas	SOCIAL <i>bajas densidades</i> <i>demográficas</i> <i>mundo campesino</i>	ECONÓMICO <i>el campo</i> <i>lo agrario</i> <i>el paisaje</i>	CULTURAL <i>cierto retraso</i> <i>valores tradicionales</i>

Elaboración propia.

Cuadro 1. Tipos de definiciones y significados clásicos de “lo rural”.

1.2. Un mundo rural en proceso de transformación.

Las definiciones y significados clásicos del mundo rural han perdido su sentido como consecuencia de los cambios notables que ha experimentado desde los años ochenta. Las grandes tendencias de este “mundo en mutación” se pueden concretar en los siguientes puntos (Calatrava y Melero, 1999, pp. 579-580):

- Profunda reestructuración del sector agrario: importante disminución de la superficie destinada a uso agrícola, fuerte reducción de la mano de obra, modernización e intensificación de los procesos de producción y tendencias a la polarización estructural.
- Mayor diversificación económica: pérdida de la importancia relativa del valor añadido por la agricultura en el PIB total, aparición de nuevas actividades (ocio, turismo, protección medioambiental) y mejora de las industrias locales a través de la innovación y la cooperación.
- Nacimiento de empresas rurales, financiada bien con fondos personales, o bien con fondos de un pequeño grupo de personas asociadas.
- Indicios de la inversión de las tendencias de despoblación (tras el éxodo rural generalizado de los años setenta y vinculado a las migraciones interregionales e internacionales) ante el “renacimiento demográfico” que se percibe en muchos territorios rurales (Bryden, 2000): nuevos residentes procedentes del mundo urbano en busca de calidad de vida, y nuevos trabajadores ante las perspectivas de empleo.

- Protección del medio ambiente y de patrimonio rural (natural y cultural), ante la emergencia de la idea de que el crecimiento a largo plazo sólo puede garantizarse en asociación con la naturaleza.

Ante todas estas transformaciones en curso, estrechamente relacionadas con los efectos de la globalización que analizaremos en detalla más adelante), es lógico que se haya generado una nueva noción de la ruralidad que ha invalidado en parte las definiciones clásicas del espacio rural, creando una cierta controversia.

1.3. La noción de continuo rural urbano.

En el debate que se ha generado en torno a la nueva noción de la ruralidad son evidentes tanto las críticas que se hacen a la concepción de un medio rural homogéneo con características propias y específicamente diferentes a las del mundo urbano, como los denodados esfuerzos por argumentar la disolución de las diferencias entre lo rural y lo urbano y defender la existencia de espacios comunes, simbiosis de los procesos de *urbanización del campo y de la ruralización de la ciudad*. Otras posturas no son tan drásticas y pretenden mantener una idea de lo rural, revitalizando viejos modelos interpretativos, como la idea del *continuo rural urbano*. Como en su día acuñó esta teoría, no hay saltos ni contrastes entre el mundo rural y el mundo urbano, es decir, no existen límites lineales bruscos, sino un continuo determinado por el carácter más o menos intenso de una serie de características. Sin embargo, tampoco todos están totalmente de acuerdo con esta teoría, y como señala García Sanz (1996, p. 43), si bien la comparte, lo hace "con la condición de que se acepte que éste es sólo el ámbito de las homogeneidades y que más allá de este campo existen profundas e importantes diferencias que avalan un planteamiento específico de lo rural, como tema aparte".

La progresiva invasión del campo por la ciudad ha obligado a replantearse la definición de lo rural, por cuanto se entiende que se van borrando progresivamente las características tradicionales, que hacían del campo sobre todo un modo de vida, identificado con el de la civilización o mundo campesinos. Ya en 1959 el sociólogo francés Mendras había escrito que "habitantes urbanos y rurales forman en ciertos aspectos una sociedad única: forman parte de una misma civilización...De hecho, no existe solución de continuidad entre la metrópoli, la gran ciudad, la ciudad pequeña, la villa (*bourg*) y la aldea, y sería abusivo cavar un foso entre los dos extremos"; y Georges Duby, historiador de la Francia rural, afirmaba en 1984 que "con toda evidencia, la más antigua división entre el campo y la ciudad se borra bajo nuestros ojos y este hecho se revela como una de las más drásticas mutaciones que afectan a nuestra civilización...Se precipita la fusión entre la ciudad y el campo" (citas tomadas de Kayser, 1990a).

Continuo rural-urbano (rururbano):

Gradación continua de modos de vida entre los extremos de la comunidad verdaderamente rural y la sociedad completamente urbana. El concepto sugiere que el modo de vida se comprende mejor en función del tipo de asentamiento en el que vive la ente, y esta idea ha sido utilizada para distinguir entre los extremos rural y urbano, y como teoría del cambio social que destaca las transformación desde un polo al otro. [...]

Fuente: Diccionario de Geografía Humana, Akal, 2000.

ESPACIO URBANO ----- continuo rururbano ----- ESPACIO RURAL

Marco teórico: la definición del espacio rural

la gran ciudad	espacio de transición	el campo
aglomeración urbana		paisaje ecológico

Elaboración propia

Cuadro 2. La teoría del continuo rural-urbano.

1.4. Hacia definiciones parciales.

Como conclusión de todo lo anterior, podemos decir que actualmente el término de mundo rural es un concepto:

- *caótico*, por la multitud de criterios a tener en cuenta,
- *controvertido*, pues no existe acuerdo ni consenso entre los investigadores de las diferentes disciplinas,
- *ambiguo*, por la variedad de situaciones dentro del continuo rural-urbano, y
- *cambiante*, ante un mundo rural en continua transformación

Y es precisamente la combinación de estos cuatro calificativos lo que explica la gran variedad de definiciones que existen en la bibliografía. En el cuadro siguiente se presenta una serie de definiciones extraídas de diferentes fuentes, cuya variedad refleja el carácter multifuncional del espacio rural y la diversidad de situaciones en las zonas de transición.

“El mundo rural abarcaría aquellas zonas y regiones donde se llevan a cabo actividades diversas e incluiría los espacio naturales y cultivados, los pueblos, villas, ciudades pequeñas y centros regionales, así como las zonas rurales “industrializadas” de dichas regiones. Ello representa la mitad de la población y algo más del 80 por ciento del territorio comunitario” [...]. “Pero la noción del mundo rural no implica únicamente la simple delimitación geográfica. Evoca todo un tejido económico y social, con un conjunto de actividades de lo más diverso: agricultura. Artesanía, pequeñas y medianas industrias, comercio y servicios. Sirve de amortiguador y espacio regenerador”.

MAPA (1992): El futuro del mundo rural, Documento 7.957/88, Comunicación de la Comisión de las CCEE al Consejo y al Parlamento (agosto de 1988), Madrid.

“El medio rural es un palimpsesto formado por elementos procedentes de diferentes épocas; es, por tanto, un sistema dinámico y no solamente un simple contenedor, o un área de evasión para el urbanita. Es también un sistema de actividades, de trabajo, es un fenómeno dinámico, cuya definición debe replantearse continuamente, sobre todo ante una sociedad tan cambiante como es la postindustrial”.

Estébanez, J. (1988, p. 242).

“El espacio rural se define como un modo particular de utilización del espacio y de vida social. Así se caracteriza por:

- una densidad relativamente baja de habitantes y de construcciones, que llevan al predominio de paisajes vegetales;*
- un uso económico fundamentalmente agro-silvo-pastoril;*
- un modo de vida de sus habitantes caracterizado por su pertenencia a colectividades de tamaño limitado y por su relación particular*

Marco teórico: la definición del espacio rural

con el espacio;
d) una identidad y una representación específicas, con fuertes connotaciones de cultura campesina.
Kayser, B. (1990a, p.13).

“Áreas que están dominadas (ya sea desde hace tiempo o recientemente) por usos del suelo extensivos como la agricultura o la silvicultura, o por grandes espacios abiertos de suelo no construido; que contienen asentamientos pequeños, de último orden, que muestran una fuerte relación entre las construcciones y el paisaje extensivo que las rodea, y que son percibidas como rurales por la mayor parte de los residentes; y áreas que se considera que engendran un modo de vida caracterizado por una identidad cohesiva basada en el respeto al medio ambiente y con cualidades comportamentales de vida como parte del paisaje extensivo. En la práctica, las zonas rurales varían considerablemente, desde aquellas que todavía se pueden definir funcionalmente (por el uso del suelo y la posición geográfica), hasta las que están más cerca de los centros urbanos donde “lo rural” es una categoría construida socialmente.”
Johnston, Gregory y Smith (eds.): *Diccionario de Geografía Humana*, Akal, 2000.

Cuadro 3. La diversidad de definiciones del concepto de mundo rural.

Aunque es cierto que hoy no existe una definición oficial sobre el mundo rural, parece que las reflexiones actuales tienden a converger en los siguientes puntos:

- el mundo rural tiene entidad en sí mismo y no como categoría residual en relación al mundo urbano;
- la diversidad actual del concepto se debe a que existe un continuo entre el espacio rural y el urbano, estableciéndose como consecuencia una gran variedad de situaciones en las zonas de transición, donde se combinan aspectos económicos, sociales y políticos; las características tradicionales del mundo rural no han desaparecido, pero ya no definen todo el espacio rural sino una de sus categorías;
- la idea de definición multicriterio es la única satisfactoria; y finalmente,
- la ruralidad es un fenómeno dinámico, cuya definición “debe replantearse continuamente” (Estébanez, 1987, p. 242).

En este contexto, ante la dificultad y complejidad de definir el espacio rural, lo más lógico parece establecer aproximaciones parciales que nos ayuden a sintetizar las transformaciones actuales:

- *La aproximación económica.*

Desde una concepción restrictiva del término, el enfoque económico se corresponde con la investigación relativa a los diferentes sectores de producción localizados en el territorio. En este contexto, se ha producido una ruptura entre lo agrario y lo rural, pues las actividades no agrícolas adquieren un lugar cada vez más importante como nuevas componentes del cambio, o incluso como componentes ya dominantes. Actividades inducidas, al servicio de las poblaciones y de las empresas implantadas en el territorio, o bien actividades autónomas frente a lo local y que desempeñan una función de entrenamiento, inscribiéndose su presencia y su desarrollo en elecciones o limitaciones de localización que obedecen a criterios variados de decisión, con frecuencia distintos de los criterios tradicionales, expresándose así el impacto específico del medio rural. Así, el

espacio rural desde el punto de vista económico se caracteriza por su multifuncionalidad y pluriactividad.

- *La aproximación socio-cultural.*

A partir de la diversidad económica del mundo rural se puede deducir que la sociedad rural está integrada por varios tipos de grupos sociales diferenciados, en función de su modo de vida, nivel de renta, nivel socioprofesional, estacionalidad, etc. Como señala Kayser (1990), la noción de sociedad rural en singular no tiene actualmente sentido, si es que alguna vez lo ha tenido, pues los grupos sociales que viven en el medio rural tan sólo tienen en común el lugar de residencia, a veces incluso muy dispar. La existencia de múltiples tipos de sociedades rurales no necesitan ser probadas, pues basta con la simple observación. Las microformaciones sociales del medio rural son más que simples agrupaciones caracterizadas solamente por el inter-conocimiento de sus miembros: se trata de verdaderos sistemas sociales (sub-sistemas, evidentemente), herederos de una cierta autonomía, dotados de estrategias y objetivos, que evoluciona en interacción muy abierta con su entorno y con los sistemas en los que se integran.

Así, en el mundo rural podemos encontrar desde una población que tan sólo reside en el espacio rural pero trabaja en el mundo urbano (al que se desplaza diariamente), hasta los campesinos y artesanos tradicionales del mundo rural más profundo., pasando por el creciente volumen de población estacional o de fin de semana que se desplaza a espacios rurales de calidad medioambiental o turística en busca de ocio, los residentes de profesiones liberales que eligen el espacio rural como lugar de residencia permanente.

- *La aproximación territorial.*

El territorio, considerado como construcción social, con sus características geográficas y sus sedimentaciones históricas, ocupa un lugar más o menos central entre los factores determinantes de la localización de los hombres y de las actividades. Durante mucho tiempo, las ventajas comparativas del espacio rural se han basado en términos de espacio disponible y en las características de la fuerza de trabajo, coste de la mano de obra y cualificación laboral. Pero actualmente el propio espacio es por sí mismo un factor de discriminación entre los diferentes territorios, influyendo tanto en el sentido de una mayor atracción, o bien al contrario, en un sentido de repulsión. Esta doble dimensión del fenómeno, conocido y visible desde hace bastante tiempo en el medio urbano, es igualmente importante en el medio rural. Las variables espaciales de atracción de población y actividades son muy variadas, integrando tanto aspectos de comunicación con los centros urbanos, como calidad medioambiental, coste y volumen de la mano de obra, suelo disponible, infraestructuras de servicios, capital de inversión, iniciativa empresarial, saber-hacer tradicional o reciente, capacidad innovadora, etc. La combinación de estas variables es lo que define la *competitividad territorial* (Canto Fresno, 2000) de un entorno local, y lo que origina lo que Milton Santos (2000) denomina la *guerra de los lugares*. “En una situación en la que las potencialidades de cada localización están siempre cambiando, aparece lo que bien se puede denominar guerra de los lugares. Éstos no sólo deben utilizar sus presentes ventajas comparativas, sino también crear

nuevas, para atraer actividades generadoras de empleo y de riqueza. En la batalla por permanecer atractivos, los lugares utilizan recursos materiales (como las estructuras y equipamientos) e inmateriales (como los servicios). Y cada lugar busca realzar sus virtudes por medio de sus símbolos heredados o recientemente elaborados, como modo de utilizar la imagen del lugar como imán” (p. 227).

Cuando se intenta comparar el espacio rural de distintos países, surgen problemas como consecuencia de la diferente conceptualización de lo rural. Dentro del ámbito europeo no se está hablando el mismo lenguaje cuando se hace referencia al "mundo rural", porque ni los umbrales demográficos oficiales ni las densidades de población son análogos, ni se aplican los mismos criterios de ruralidad ya que los tipos de actividades varían mucho de unos países a otros. El espacio rural francés, inglés o alemán distan enormemente del español, y a su vez cada uno de ellos manifiestan acusadas diferencias inter e intra-regionales basadas en su evolución histórica. Así, por un lado en nuestro país en principio la inclusión de pequeñas ciudades en el espacio rural no parece lógico, pero sin embargo la definición estadística oficial del INE que establece el umbral de los 10.000 habitantes presenta muchos problemas, y deja fuera multitud de territorios que por su organización socioeconómica, histórica o cultural deben ser considerados dentro del espacio rural. Por tanto, parece fundamental reflexionar sobre la medición cuantitativa y cualitativa de la ruralidad.

2. LA MEDICIÓN DE LA RURALIDAD.

Los criterios y variables de identificación del mundo rural pueden ser cuantitativos o cualitativos, presentando cada perspectiva unas ventajas y unos inconvenientes que se deben tener en cuenta. El objetivo de su definición es la creación de índices o indicadores de la ruralidad mediante la combinación de variables, que permitan la comparación entre regiones o países.

2.1. Perspectiva cuantitativa.

La forma más habitual de caracterizar el mundo rural ha sido utilizando variables estadísticas, con el fin de alcanzar definiciones empíricas basadas en lo que Molinero y Alario denominan los “umbrales de lo rural” (1994, p. 56). Las definiciones estadísticas suelen usar tres tipos de datos cuantificables: la población (totales y densidades), las actividades económicas y el empleo.

2.1.1. Los umbrales demográficos.

Es evidente que lo rural se identifica con núcleos de población pequeños, núcleos de población en los que la gente se conoce. Pero lo pequeño es un concepto impreciso

que hay que acotar con unos límites. No es rural una población pequeña, sólo por el hecho de ser pequeña. Lo rural como hábitat está determinado por una población adscrita a un espacio, a un lugar, con el que a lo largo de los años ha forjado una tradición, una cultura, una forma de relación. Es una población que tiene la experiencia de haber vivido en interacción con su territorio y, muchas veces, a costa de él, creando importantes elementos de homogeneidad e identidad, en medio de la diversidad de sus habitantes. Esta interacción con el medio ha potenciado un conocimiento directo así como su utilización como un elemento integrante de su acervo cultural. Pero, ¿cuál es el umbral máximo de volumen de población a partir del cual empieza a difuminarse esta forma de relación?

- *Causas de la difícil aprehensión de la delimitación demográfica del espacio rural.*

Los principales aspectos que están en el origen de la dificultad de delimitar el espacio rural en términos demográficos son los siguientes (Berger y Rouzier, 1995):

➤ La variación temporal.

Definir el espacio rural mediante un umbral cuantitativo tiene como consecuencia una modificación en el tiempo de la dimensión espacial del espacio rural y del espacio urbano. Cada nuevo censo cuestiona los límites geográficos a partir de un procedimiento que otorga al lo rural un carácter residual, es decir, que los municipios rurales van siendo excluidos del espacio rural a medida que van alcanzando el umbral de los 2.000 habitantes. Y a la variación de los límites del espacio rural se añade el impacto de la elección del período de referencia.

➤ El tamaño de unas unidades espaciales.

En la definición del espacio rural, el contexto territorial que se toma como base de las medidas demográficas es el municipio, pero los umbrales demográficos que dividen los municipios rurales de los urbanos varían de un país a otro debido al diferente tamaño territorial de dichos municipios. Francia es el país europeo que cuenta con el mayor número de municipios o "comunas" (36.6000), que se corresponden con entidades territoriales generalmente de tamaño muy pequeño. Los municipios españoles suelen tener una superficie equivalente a la de un cantón francés, mientras que un país como Italia cuenta con 8.035 municipios teniendo una población prácticamente igual a la de Francia. Por tanto, cualquier comparación entre los comportamiento demográficos de los espacios rurales europeos exigirá una enorme prudencia. Sin olvidar además los posibles desequilibrios que se pueden producir dentro de los cantones, las comarcas, etc.

➤ Las modalidades residenciales.

El umbral de separación entre un municipio rural y uno urbano se sigue basando desde el siglo pasado en una población permanente, la que se contabiliza en el momento de la recogida de los datos de los censos. Pero esta manera de aprehender a la población en su espacio ha correspondido desde hace largo tiempo a una realidad de modo de vida, es decir, los hombres experimentaban una escasa movilidad cotidiana o estacional.

Actualmente asistimos a modificaciones espectaculares ya sea a propósito de la residencia, el trabajo, el consumo, el ocio, las vacaciones, la tercera edad etc., como resultado de nuevas prácticas sociales, de nuevos medios de circulación y de comunicación y de nuevas limitaciones económicas, El desbordamiento de los denominados *polígonos de vida* otorga otra dimensión a los nuevos espacios de vida de las poblaciones, basada en la disociación entre los lugares de residencia y de trabajo, los centros de atracción comercial, la economía del ocio (residencia secundaria, vacaciones, ...), todo lo cual se traduce en una reconquista del medio rural, o en una integración progresiva rural-urbana. Por tanto, la medida de la ocupación y del uso del espacio se vuelve mucho más compleja, debido a las variaciones diarias a lo largo del año, por lo que el indicador de población residente permanente se vuelve un indicador incompleto sobre la realidad de uso y ocupación del espacio rural.

Por tanto, la cuantificación demográfica realizada con los censos no proporciona más que una "visión minimalista" (Berger y Rouzier, 1995, p. 5) de la realidad, volviéndose necesario el establecimiento de un conjunto relativamente amplio y coherente de indicadores de la ruralidad, capaces de reflejar los componentes de la diversificación y la dinámica que se están produciendo actualmente en el medio rural

- *El criterio español.*

Según el Instituto Nacional de Estadística de nuestro país, el espacio rural español está integrado por el conjunto de entidades singulares de población con 2.000 o menos habitantes de hecho, a las que se suma una zona rural intermedia formada por el conjunto de entidades singulares que presentan un volumen de población entre 2001 y 10.000 habitantes de hecho (Censo de población 1981. Tomo I. Vol. I, p. XXIII). Pero debido a que el concepto de entidad singular no es del todo operativo dado que la información entre censos aparece básicamente por municipios y no por entidades singulares, se ha demostrado la posibilidad de utilizar como demarcación demográfica de lo rural el municipio de menos de 10.000 habitantes, apoyándose en las siguientes razones (García Sanz, 1996):

- En la zona norte el municipio de menos de 10.000 habitantes tiene una connotaciones claramente rurales, no sólo porque una parte importante de la población está dispersa por el territorio sino, también, porque el municipio es, en la mayoría de los casos, una suma de muchas unidades de población, de muchas entidades singulares con un número de habitantes, la mayoría de las veces, por debajo de los 2.000.
- En la mitad sur, este criterio no es del todo aplicable, puesto que la mayor parte de municipios con poblaciones inferiores a 10.000 habitantes suelen formar un núcleo compacto, que no se desagrega, como en la zona norte, en pequeñas unidades demográficas, pero en contrapartida en estas poblaciones suelen concurrir otros factores que acentúan el carácter rural de estos pueblos, como es la mayor dependencia de la actividad agraria.
- En la zona centro existen también poblaciones compactas, si bien no abundan los municipios que se acercan al umbral de los 10.000 habitantes, a excepción

de algunos casos y del periurbano de Madrid, siendo la situación predominante en esta zona la existencia de poblaciones inferiores a 2.000 habitantes, lo que pone de manifiesto el carácter todavía rural de esta parte del territorio.

En definitiva, la distorsión que produce la consideración del municipio en relación con la entidad podría ser paliada identificando lo rural, en sentido estricto, con los asentamientos de menos de 2.000 habitantes y, con carácter más amplio, extendiendo la delimitación a los asentamientos entre 2.000 y 10.000. En ellos habría que resaltar "su papel de motores y agentes de desarrollo en las comarcas a las que sirven y dirigen" (Molinero y Alario, 1994, p.61), y representan lo que en terminología francesa se denomina "burgos" (Laborie y Renard, 1997). La aplicación de estos umbrales a la realidad española llevaron a contabilizar en el censo de 1991 un total de 5.944 municipios con menos de 2.000 habitantes, el 74%, porcentaje que ascendía al 80% cuando se incluían los municipios de hasta 10.000 habitantes.

Pero a partir de este límite de los 10.000 habitantes aceptado como umbral oficial del espacio rural en nuestro país, la constatación de que existen municipios que a pesar de superar este volumen de población en realidad siguen considerándose como rurales de cara a la investigación por sus características cualitativas, hace necesario un estudio individualizado de aquellos espacios "semirurales" que se comportan como centros de servicios o cuencas de empleo de su entorno rural (comarcal), o bien son pueblos grandes que responden a la específica evolución histórica de la región de la que forman parte.

Como conclusión, si bien no es objeto directo de la presente investigación hacer un análisis actual de lo que hoy en día se considera espacio rural desde la perspectiva cuantitativa demográfica, podemos proponer una tipología de municipios rurales que combina los umbrales estadísticos del INE con la realidad histórica de nuestro país (aunque debe quedar claro que a partir de los 10.000 habitantes siempre será necesario un estudio detallado de cada caso en el que se analicen aspectos cualitativos que presentaremos más adelante):

CATEGORÍA	UMBRALES DEMOGRÁFICOS (HAB.)
Pueblos y aldeas	Menos de 2.000
Pueblos intermedios (burgos)	2.001-10.000
Pueblos grandes	10.001-20.000

Marco teórico: la definición del espacio rural

Pequeñas ciudades, centros de servicios y de empleo comarcales	20.001-30.000
--	---------------

Elaboración propia

Tabla 1. Los umbrales demográficos del mundo rural.

Mientras que las dos primeras categorías se basan en los umbrales oficiales para delimitar los núcleos estrictamente rurales, las dos últimas (que integran los denominados “espacios semirurales”) se basan en la idea de incluir en el espacio rural tanto aquellos municipios que a pesar de haber superado el umbral establecido de los 10.000 habitantes mantienen una organización económica con características más próximas a lo rural que a lo urbano, como los que incluso habiendo superado los 20.000 habitantes y a pesar de ser considerados pequeñas ciudades por su complejidad funcional, son en realidad centros de servicios o cuencas de empleo del entorno rural que las rodea. Por encima de los 30.000 habitantes, la aglomeración urbana lleva a hablar siempre de espacio urbano.

La aplicación de estas categorías a la población española de 1998 (año de selección de los estudios de caso de la presente investigación) se representa en el siguiente mapa junto a las densidades de población, pudiéndose observar por un lado que la mayor parte de los 8.077 municipios de nuestro país se encuadran dentro del espacio rural, y por otro la correspondencia entre lo que consideramos como municipios rurales y densidades de población inferiores a los 50 hab/km². En la cartografía demográfica que se ha elaborado en esta investigación para delimitar el espacio rural de Castilla-La Mancha también se han aplicado estos umbrales, y su representación se podrá observar con más detalle en el mapa que se incluye en el capítulo sobre el análisis de la industria de la región.

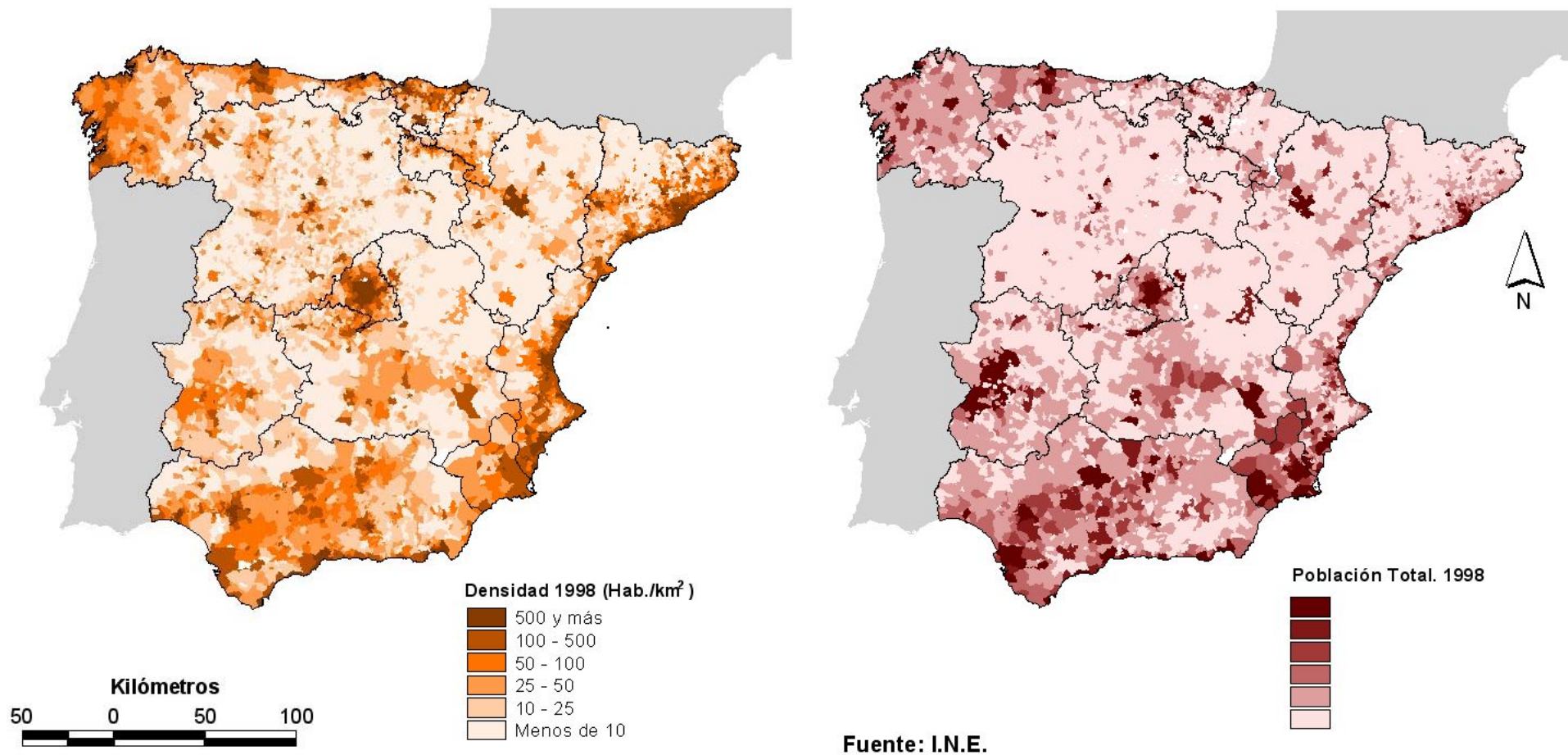
En definitiva, lo que queda claramente justificado es que no se puede minimizar la población rural, ya que es cuantitativamente muy numerosos y, por tanto, ejerce un papel importante en la configuración de la realidad actual de nuestro país.

- *Diferencias con otros países.*

La definición estadística española tiende a coincidir con la de otros países europeos y occidentales, pero difiere mucho de algunos de ellos. Como es lógico cada país define su mundo rural de acuerdo con sus propias circunstancias ecológicas, históricas y con la evolución de su densidad de población y la organización de su poblamiento. Así, por ejemplo, si aplicásemos la conceptualización alemana de lo rural (país con fuerte densidad de población y poblamiento), el territorio rural español aumentaría considerablemente, mientras que si utilizásemos la definición estadounidense (más parecida a la española), el espacio español se ajustaría más a sus verdaderos límites. En el caso de Francia, la nueva división espacial utiliza como variable el empleo en vez de la población.

En los siguientes cuadros se presentan algunas de las definiciones estadísticas

Mapa SIG nº 1



POBLACIÓN 1998

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"

Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

relevantes del espacio rural en otros países, para que se puedan comparar los criterios utilizados.

En la *Rural Development Act* de Estados Unidos (1972) se definían las “áreas rurales como las que no se encuentran en aglomeraciones de más de 10.000 habitantes, o asimismo las que no están en el interior de los límites externos de una ciudad de 50.00 habitantes y de sus alrededores urbanizados (o en proceso de urbanización) inmediatos, con una densidad de población superior a 100 habitantes por milla cuadrada” (equivalente a 38,47hab/km²). Pero habitualmente según el *Census Bureau*, se entiende por espacio rural el habitado por entidades no superiores a 2.500 almas.

En Alemania el espacio rural integra las áreas que cuentan con una densidad inferior a 100 hab/km², y carecen en su interior de ciudades mayores de 100.000 habitantes.

Fuente: Kayser, B. (1.990): *La Renaissance Rurale*, Armand Colin.

En 1.996, el INSEE adoptó una nueva nomenclatura espacial para Francia, distinguiendo entre un espacio de componente urbana y un espacio de componente rural, pero definiendo éste último como el conjunto de comunas (municipios) no integradas en el primero. La variable central es el empleo, y dentro del espacio rural distinguió las siguientes categorías:

- Polos rurales, que ofrecen entre 2.000 y 4.999 empleos.
- Comunas rurales con débil influencia urbana, en las que entre el 20% y el 40% de los activos residentes trabajan en comunas urbanas.
- Comunas de la periferia de los polos rurales, en las que el 20% o más de los activos residentes trabajan en polos rurales.
- El espacio rural aislado, formado por las comunas que no se integran en ninguna de las categorías precedentes.

Fuente: Schmitt y Goffette-Nagot (2000): “Definir l'espace rural?”, *Economie Rurale* nº 257.

Cuadro 4. La diversidad de definiciones estadísticas del espacio rural.

2.1.2. Los factores económicos.

Actualmente es fundamental asimilar la idea de que la desagrarización de la sociedad rural se traduce en que la sociedad rural ya no vive, como en el pasado, exclusivamente de la agricultura, sino que han surgido otras formas de actividad y de riqueza alternativas, que sustituyen o complementan la actividad agraria. Y esta idea es decisiva no sólo para comprender la nueva realidad económica del mundo rural, sino para establecer las futuras orientaciones de la política de desarrollo rural. En este sentido, hoy en día es absolutamente necesario analizar todo el potencial endógeno del espacio rural, y en particular las perspectivas de desarrollo local basadas en los ámbitos del terciario (con el turismo rural) y del secundario (la industria rural).

En función de la dotación en factores de producción y la estructura ocupacional de la población activa (criterios cuantificables), combinados con la distancia (medida en accesibilidad y servicios) respecto a las ciudades (centros de las decisiones económicas),

Marco teórico: la definición del espacio rural

se pueden distinguir los siguientes tipos económicos de espacios rurales que intentan sintetizar las diferentes tipologías encontradas en la bibliografía consultada:

- Un espacio rural periurbano muy accesible a los centros urbanos, densamente poblado, en el que se combinan 3 tipos de usos del suelo:
 - Vegas de producción intensiva agroalimentaria, próximas a los consumidores.
 - Áreas residenciales difusas (de vivienda más barata o de mayor calidad) que experimentan movimientos pendulares diarios hacia las ciudades.
 - Polígonos industriales en los ejes de comunicación (“corredores”) hacia los centros urbanos, formados por un alto porcentaje de industria exógena que busca suelo industrial barato, y a los que se desplazan diariamente trabajadores que reside en áreas metropolitanas.

Este tipo de espacios rurales han sido denominados por algunos como “falso rural”, por considerar que se encuentran bajo la excesiva influencia de las metrópolis (Ganne y Bertrand, 1996, p. 284).

- Un espacio rural intermedio, a cierta distancia de los centros urbanos, pero bien comunicado y dotado de servicios, en el que :
 - La agricultura intensiva va dando paso a una agricultura a tiempo parcial o de fin de semana.
 - Las áreas residenciales se relacionan con la segunda residencia y el suelo recreativo (turismo-ocio) de calidad medioambiental.
 - El sector secundario se concentra en zonas especializadas que configuran sistemas productivos locales de PYMES e industria endógena.
- Un espacio rural muy alejado de los centros urbanos, menos dinámico pero con cierta actividad económica, centrada en una agricultura extensiva y/o una industria artesanal difusa.
- Un espacio rural en declive profundo, marginal, escasamente habitado.

Situación geográfica	Dotación en suelo o factores de producción agrícola	Dotación en fuerza de trabajo o factores de producción industrial	
Próximos a centros urbanos (15-50 km)¹	RURAL PERIURBANO		
		Residencial	Industria exógena densa

¹ Distancia variable según el tamaño/dinamismo urbano.

Marco teórico: la definición del espacio rural

A cierta distancia pero bien dotados de servicios	Agricultura intensiva o de calidad Producción agroalimentaria	Recreativo Turismo-ocio 2ª residencia Agricultura parcial	Industria endógena especializada (SPL)
Alejados o de difícil acceso	Agricultura extensiva	RURAL PROFUNDO	Industria artesanal difusa

Fuente: adaptado de Cavailles y Jayet (1996, p. 196) y de Molinero y Alario (1994, pp. 75 y s.)

Cuadro 5. Tipología económica de espacios rurales.

Como consecuencia de la progresiva “urbanización del campo” y de la “ruralización de la ciudad” en las franjas periurbanas, cada vez se hace más difícil la determinación de unos umbrales cuantitativos (demográficos o económicos) separadores de lo rural y de lo urbano, por lo que resulta imprescindible combinarlos con criterios cualitativos de medición de la ruralidad.

2.2. Perspectiva cualitativa.

Si bien hasta los 10.000 habitantes parece aceptado que los municipios sean considerados como rurales, a partir de este umbral la complejidad de las relaciones económicas y sociales requiere un estudio individualizado de cada caso en el que es imprescindible analizar características cualitativas del medio que nos lleven a definir su función económica, social y territorial, centrándonos fundamentalmente en la forma de comportamiento y de relación de su población.

2.2.1. Lo rural como forma de cultura y de relación.

En el camino de la medición cualitativa de la ruralidad, García Sanz (1996) propone definir lo rural como forma de cultura y relación. Según este autor, entendemos por cultura “el marco general de valores, normas, actitudes y comportamientos que orientan y definen lo que deben hacer los individuos que forman parte de una colectividad” (p. 54). En el cuadro siguiente se presenta la descripción que hace de lo rural en su obra “La sociedad rural ante el siglo XXI” .

“En la sociedad rural las gentes se relacionan de otra manera; se quieren y se critican; se ayudan y se odian; se conocen y se ocultan; en esta sociedad funcionan de forma muy marcada los roles y los status de adscripción, por encima de los logros personales; cada uno tiene asignado un nicho en la localidad y funcionan redes difusas que articulan de forma ambigua lo privado y lo público, lo individual y lo colectivo, la libertad y la necesidad.

Se ejerce de una manera soterrada el control social con el objetivo de que nadie abandone el camino que tiene trazado y así velar por el mantenimiento de la vida de toda la sociedad rural. Cada cosa debe estar en su sitio, cada persona debe cumplir su función y cada rito debe representar su significado. Existe un ámbito de libertad, pero que se ejercita en armonía con la de los demás.

Los rurales son, en general, bastante intolerantes, y no permiten que se violen las normas de convivencia que poco a poco se han ido

Marco teórico: la definición del espacio rural

imponiendo. [...] Se reconoce que la vida ha cambiado, que vivimos otros tiempos, pero hay que respetar la tradición; de otro modo todo sería caótico e imperaría el desorden.

Los rurales son gentes de realidades y no de apariencias: si alguna vez exteriorizan algún signo de riqueza, que no suelen hacerlo, es porque tienen base para ello. [...] son gentes de realidades, aun cuando su realidad no aflore del todo. Ellos dicen, aquí nos conocemos todos, pero en realidad mantienen espacios importantes de vida privada como elementos de protección y de defensa ante el excesivo control social. Todos son pobres o todos son ricos, pero se desconoce el ahorro o las deudas que tiene cada uno.

[...] Los rurales se relacionan mucho pero se comunican poco”.

Fuente: García Sanz, B. (1996): *La sociedad rural ante el siglo XXI*, Serie Estudios, nº 125, MAPA, pp. 54-55.

Cuadro 6. Lo rural como forma de cultura y de relación.

Pero todas estas impresiones generales tienen sus puntualizaciones en hechos concretos, y en realidad es muy difícil generalizar dada la gran heterogeneidad del mundo rural actual. Los cambios y transformaciones que se han dado en los últimos años no han modificado de forma sustancial la forma peculiar que tenían de ver y de entender el mundo. Desconfianza, familismo, hostilidad, localismo, individualismo, percepción selectiva y aspiraciones limitadas son, entre otras, notas que han sido puestas de manifiesto por los analistas de las comunidades rurales y son rasgos que todavía tienen una vigencia en muchas comunidades rurales de nuestro país, pero se han suavizado en otras.

Con la finalidad de organizar las características socioculturales de la ruralidad, podemos establecer los siguientes ejes:

→ La peculiar forma de comportamiento.

Quizás se pueda decir que en general los habitantes del mundo rural son desconfiados, pero también es preciso señalar que esa desconfianza tiene sus límites y siempre son capaces de ponerse de acuerdo para solucionar problemas básicos. Puede que exista un concepto diferente del ahorro y del gasto, una nueva dimensión del tiempo y del espacio, y una visión distinta del disfrute de la vida, pero lo que está claro es que también los rurales quieren siempre mejorar.

Aunque ha aumentado el consumo, las aspiraciones en la vida son mucho más limitadas, rehuyen del despilfarro y la ostentación, y viven con cierta modestia, por lo que parece una realidad el hecho de que el mundo rural genera hoy un importante ahorro que se está invirtiendo en el mundo urbano. Por otro lado, los conceptos de tiempo y espacio son también diferentes. No existe la idea de un horario fijo, ni la división entre tiempo de ocio y tiempo de negocio. Pero al igual que en cualquier momento se puede tomar un descanso, si es preciso se alarga la jornada laboral. Y en cuanto a la noción de espacio, la proximidad hace que todo se realice con relativa tranquilidad. Por tanto, espacio y tiempo son dos variables que enmarcan los diferentes ritmos a los que se someten los habitantes del mundo rural.

→ El sentido de identidad local.

Una de las características de mayor interés de cara a la conservación del

patrimonio endógeno es la gran importancia que tiene lo local para el habitante rural, hasta el punto de que el amor al pueblo le lleva a veces a enfatizar lo propio para rebajar el interés y la importancia de lo ajeno. En general en el medio rural perdura la autoestima, el sentimiento de dignidad y el etnocentrismo. Las gentes se apegan al territorio, al que se adaptan y del que aprenden. Y en el contexto de la globalización, los elementos culturales, que tradicionalmente han funcionado como mecanismos de adhesión de los individuos a la colectividad, lejos de haberse suavizado, se ha acentuado.

→ La importancia de las relaciones vecinales de proximidad.

Finalmente, fruto de las anteriores características es imprescindible resaltar en el mundo rural la relevancia y el papel que desempeñan las relaciones entre los vecinos, el significado de las redes familiares y las tensiones que esto crea en el mundo profesional. Con frecuencia se ha puesto de manifiesto el papel de la vecindad en el medio rural como signo de solidaridad y de ayuda mutua: la buena vecindad es, sobre todo, una expresión de diálogo y de comunicación y, de forma más distante, un medio de apoyo mutuo. Ser un buen vecino es un valor que queda inscrito en la comunidad y se recuerda con cariño después de la muerte. Sin embargo, recientes investigaciones han demostrado que la solidaridad vecinal tiene sus límites y que sobre ella no se pueden descargar responsabilidades que han de ser ejercidas por otras instituciones o por los poderes públicos.

El entramado de las redes familiares juega un papel clave en la construcción y el mantenimiento de la comunidad local, es importante como elemento de solidaridad económica, y sobre todo, de presión social. Así, el nacimiento de nuevos profesionales vinculados al terciario, la construcción o los servicios, no termina de ser aceptado por el grupo de los trabajadores tradicionales, sobre todo cuando empiezan a alcanzar un cierto prestigio económico, ya que se consideran nuevos ricos a los que se discute el origen de su riqueza. Si estos nuevos profesionales quieren tener buenas relaciones y prosperar dentro de la comunidad, es necesario que lleguen a ciertos pactos implícitos con las personas más influyentes, ya sean políticos o agentes implicados en la actividad económica; de otro modo, tendrán dificultades para abrirse paso en el propio pueblo. Por tanto, la integración del mundo rural en el contexto global depende de las relaciones entre todos los actores, tradicionales y nuevos, internos y externos, individuales y colectivos.

2.2.2. El espacio rural como contexto de relaciones entre diferentes actores.

La ruralidad puede ser considerada como “una forma de relación de la sociedad con el espacio”, y la sociedad rural como un “microcosmos de relaciones” en el que el actor debe ser estudiado no por sí mismo, sino en función de su estrategia en el contexto de las relaciones entre los diferentes actores (Kayser, 1990^a, pp. 190-192). Y desde este punto de vista, el análisis del conjunto de actores que interactúan en el mundo rural nos lleva a establecer 4 grandes grupos:

→ La *población rural* en sí misma, con los diversos "grupos sociales locales" que se combinan: la población tradicional con los denominados “neo-rurales”, la población que reside y trabaja en el ámbito local (campesinos o artesanos tradicionales, nuevos agricultores, empresarios locales, trabajadores industriales, empleados en los

Marco teórico: la definición del espacio rural

servicios, profesionales liberales, inmigrantes, jubilados, ...), con los residentes que se desplazan diariamente a las ciudades (*commuters*), o a la inversa los trabajadores locales que viven en las ciudades (mano de obra fija o temporal), y a los que se suman los residentes estacionales (veraneantes) y los turistas de fin de semana. Entre todos estos grupos se establecen relaciones sociales, económicas y políticas.

	Población residente	Población temporal
Población rural tradicional	Campesinos Artesanos o industriales Empresarios locales Comerciantes	Agricultores temporales
Neo-rurales	Nuevos agricultores Empresarios exógenos <i>Commuters</i> Empleados de servicios Profesionales liberales Inmigrantes Jubilados	Mano de obra estacional Turistas de fin de semana Veraneantes

Elaboración propia

Cuadro 7. Tipología de grupos sociales rurales.

- ➔ Las *asociaciones locales* de todo tipo (sectoriales, empresariales, culturales, políticas, de género,...), cuyo objetivo es defender intereses comunes a través de proyectos diversos. Actúan de intermediarias entre los grupos socioeconómicos y las instituciones políticas.

- ➔ Las *fuerzas exteriores* al mundo rural, que encuentran algún interés en el espacio local, siendo el caso por ejemplo de las grandes empresas comerciales o industriales exógenas, las asociaciones económicas de ámbito supralocal, las agencias de turismo y ocio, los movimientos medioambientales, etc.

- ➔ El *Estado* y sus *instituciones políticas y territoriales representativas* (ayuntamientos, juntas o comunidades autónomas), que actúan en el espacio local desde arriba, poniendo en marcha proyectos y programas de desarrollo de ámbito regional, nacional o supranacional (europeo).

Por tanto, el análisis de cualquier espacio rural deberá incluir el estudio detallado de la función e influencia de todos estos tipos de agentes sociales e institucionales, que participan tanto en las actividades económicas como en las decisiones políticas.

2.3. Los tres enfoques aglutinadores de la noción de ruralidad: la dimensión geográfica del mundo rural.

A modo de síntesis o conclusión de todo lo anterior, Michel Blanc distingue en un aclaratorio artículo sobre “La ruralidad: diversidad de enfoques” (1997, pp. 5-12), tres aproximaciones geográficas a la noción de rural aglutinadoras de toda la diversidad de concepciones presentada:

- *El enfoque económico-espacial.*

Esta aproximación considera el espacio rural como a la vez integrado y dependiente del espacio urbano, basándose en los modelos clásicos de economía espacial apoyados en las ideas de la jerarquización del espacio y las fuerzas de aglomeración y dispersión (Christaller, A. Lösch, Von Thünen). Así, este enfoque se basa en las disparidades en el seno de las zonas rurales en términos de distancia a los centros urbanos, distinguiéndose un gradiente desde el rural profundo al espacio periurbano. Las variables clave son las economías de escala, los costes de transporte y la competencia por el suelo.

- *El enfoque socio-territorial.*

Esta perspectiva se basa en la noción de territorio en relación con la proximidad geográfica y las bajas densidades de personas y actividades, que definen una cultura local. Las variables clave son la producción de confianza a través de relaciones interpersonales estrechas, y la circulación de información a través de redes. Este es el enfoque al que se hace referencia cuando se habla de distritos industriales, sistemas productivos locales y medios de innovación.

- *El enfoque constructivista.*

Esta aproximación se basa en las representaciones sociales construidas y enraizadas en el pasado, y está orientada a la acción. Los diferentes discursos afirman los intereses de cada tipo de actor implicado, apoyándose en las referencias al pasado y en la dimensión política de la utilización del espacio. Así, las representaciones de lo rural llevan siempre la marca de la historia y de las instituciones locales, y por ello presentan especificidades nacionales o regionales fuertes.

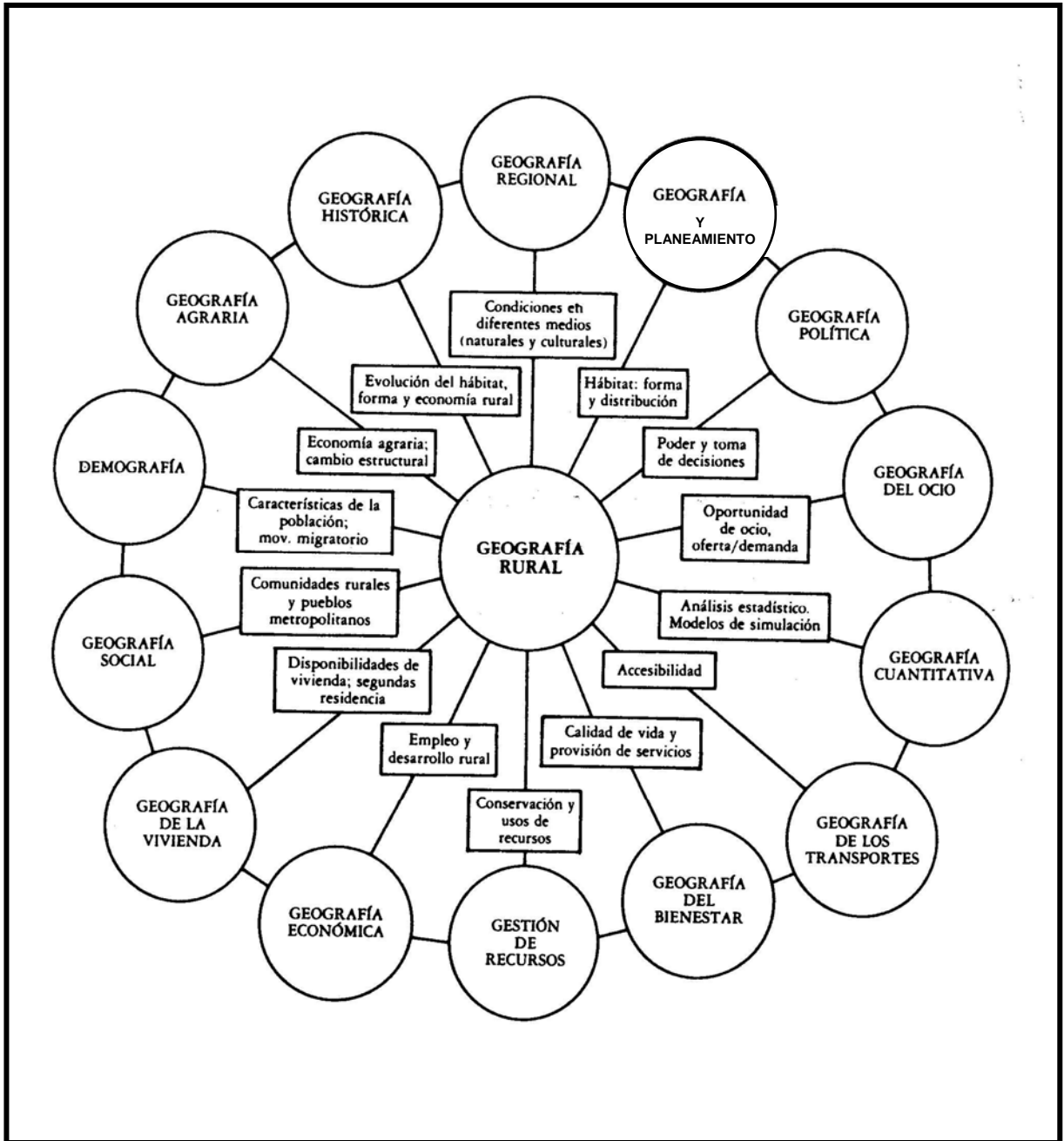
Cada uno de estos tres enfoques conlleva una crítica implícita de los otros, y quizás la solución sea adoptar uno de los puntos de vista pero intentando comprender los otros dos. Así, la distancia a las aglomeraciones y la débil densidad tienen incuestionablemente un impacto estadístico en la estructuración económica y social de los espacios, pero no implican un determinismo estricto. Ambos factores llevan a oponer el centro a la periferia, o el rural periurbano al rural profundo, pero no aclaran nada sobre la posible diversidad en

el interior de cada una de estas categorías. En cuanto al enfoque territorial, ofrece pistas para analizar las diferencias entre territorios dotados de atributos espaciales comparables (semejante estructuración interna de las relaciones sociales), pero no dispares. Los dos primeros enfoques responden, por tanto, a la dimensión geográfica del mundo rural. Y finalmente, la aproximación constructivista no se basa ni en criterios geográficos ni en factores organizativos, sino en representaciones del espacio que varían en función de los grupos sociales o actores interesados en transformar según su interés los espacios que consideran rurales.

Entre los ejemplos encontrados en la bibliografía consultada que combinan estos tres enfoques podemos destacar el de Molinero y Alario (1994, pp. 74-80.), que retrata la situación rural de nuestro país desde una perspectiva geográfica distinguiendo las siguientes categorías de ruralidad:

- El espacio rural más dinámico se relaciona con las áreas dominadas por un poblamiento turístico masivo, los asentamientos turísticos de montaña y las coronas periurbanas (en las que la dificultad radica en delimitar el área de influencia desde el centro de la aglomeración hacia sus bordes; según los autores, una primera corona se extendería entre los 15 y 50 km, mientras que la segunda llegaría hasta los 100 km).
- El espacio rural complejo se basa en una pluriactividad endógena que arranca de la existencia de industrias y servicios surgidos a partir de la transformación y comercialización de productos agrarios, o bien del desarrollo de una actividad industrial específica basada en un determinado saber hacer local.
- El espacio rural agrario abarca desde las áreas de agricultura de secano de calidad (vino, aceite), a las zonas menos dinámicas de cereales y pradales extensivos de las llanuras interiores españolas.
- Y finalmente cierran el panorama las áreas de muy baja densidad (menos de 5 hab/km²), que abarcan más de un quinto del territorio español y definen la ruralidad más profunda.

En el siguiente cuadro se resumen todos los aspectos analizados en torno al concepto de ruralidad, poniendo en relación los diferentes enfoques, las distintas dimensiones geográficas, los tipos de definiciones y el carácter de las variables.



Fuente: Pacione, 1984, p. 2 (tomada de Estébanez, 1.988, p. 277)

Figura 3. La Geografía Rural como disciplina ecléctica

Marco teórico: la definición del espacio rural

ENFOQUES	DIMENSIONES GEOGRÁFICAS	DEFINICIONES		VARIABLES	
		<i>Negativas</i>	<i>Positivas</i>	<i>Cuantitativas</i>	<i>Cualitativas</i>
<i>Espacial</i>	Económica	Lo no urbano	Sectoriales Ocupacionales Productivas	Actividades Empleo Consumo Distancias	Calidad de vida Estilo de vida
<i>Territorial</i>	Social		Culturales Históricas	Población Actividades Redes	Relaciones Valores Cooperación Confianza
<i>Constructivista</i>	Política		Urbanísticas Tradicionales Ecológicas	Elecciones Servicios Agentes Infraestructuras	Intereses Estrategias Desarrollo Redes

Elaboración propia

Cuadro 8. La amplitud conceptual de la ruralidad.

Por tanto, actualmente parece evidente que la reflexión en torno a la concepción de lo rural constituye una excelente oportunidad para precisar los análisis de las diferentes disciplinas con el objetivo de dar sentido a la dimensión espacial de los fenómenos. La Geografía Rural se presenta así como una disciplina ecléctica con una gran pluralidad de enfoques y diversidad temática, como intenta recoger la siguiente figura.

3. LA HETEROGENEIDAD Y DIVERSIDAD DEL MUNDO RURAL ACTUAL

Mientras que algunos autores se cuestionan la existencia de “lo rural” precisamente por la gran variedad de mundos rurales que existen actualmente, Kayser califica esta heterogeneidad en sentido optimista como la “*feliz diversidad*” del espacio rural (1993, p. 375). Es evidente que hoy se pueden encontrar municipios antes considerados como rurales que han sido absorbidos por los intensos procesos de expansión urbana, en los que lo rural ha quedado enterrado por un aluvión de población que han configurado unas formas de hábitat, que si bien conservan algunos elementos de la ruralidad por la procedencia de estas gentes y su carácter, las formas de hábitat que se han creado son tan diferentes que apenas queda algún vestigio de la ruralidad originaria. Otros municipios, también rurales, pero algo más alejados de la zona de influencia urbana, han tenido mejor suerte, y han conservado su patrimonio cultural y sus formas de hábitat, aunque mantienen cierta tensión con los hábitos urbanos. Pero fuera de este radio, aparecen otros mundos rurales, unos más dinámicos y otros menos, que todavía conservan los rasgos de la ruralidad tradicional (si bien, por supuesto, no necesariamente

agraria). Por tanto, la idea básica de la que se debe partir al intentar caracterizar hoy en día el mundo rural es la imposibilidad de hacer generalizaciones, ya que el espacio rural no es ni mucho menos homogéneo.

3.1. Las tres componentes de la diversidad rural.

La heterogeneidad que define el mundo rural actual es el resultado de la convergencia de tres componentes de diversidad, que al combinarse son el origen de la ambigüedad, complejidad y controversia que lo caracterizan:

- *La diversidad económica.*

En función de la combinación de la situación geográfica respecto a los centros urbanos y de los factores productivos predominantes (agrarios, industriales o medioambientales), se puede encontrar una gran variedad de espacios rurales económicos que definen la multifuncionalidad, diversidad sectorial y pluriactividad del mundo rural actual.

- *La diversidad social.*

La heterogeneidad social del mundo rural actual se refleja en la existencia de una gran variedad de grupos socioprofesionales diferentes, al haberse unido a la población rural tradicional los denominados “neo-rurales”, tanto residentes como temporales.

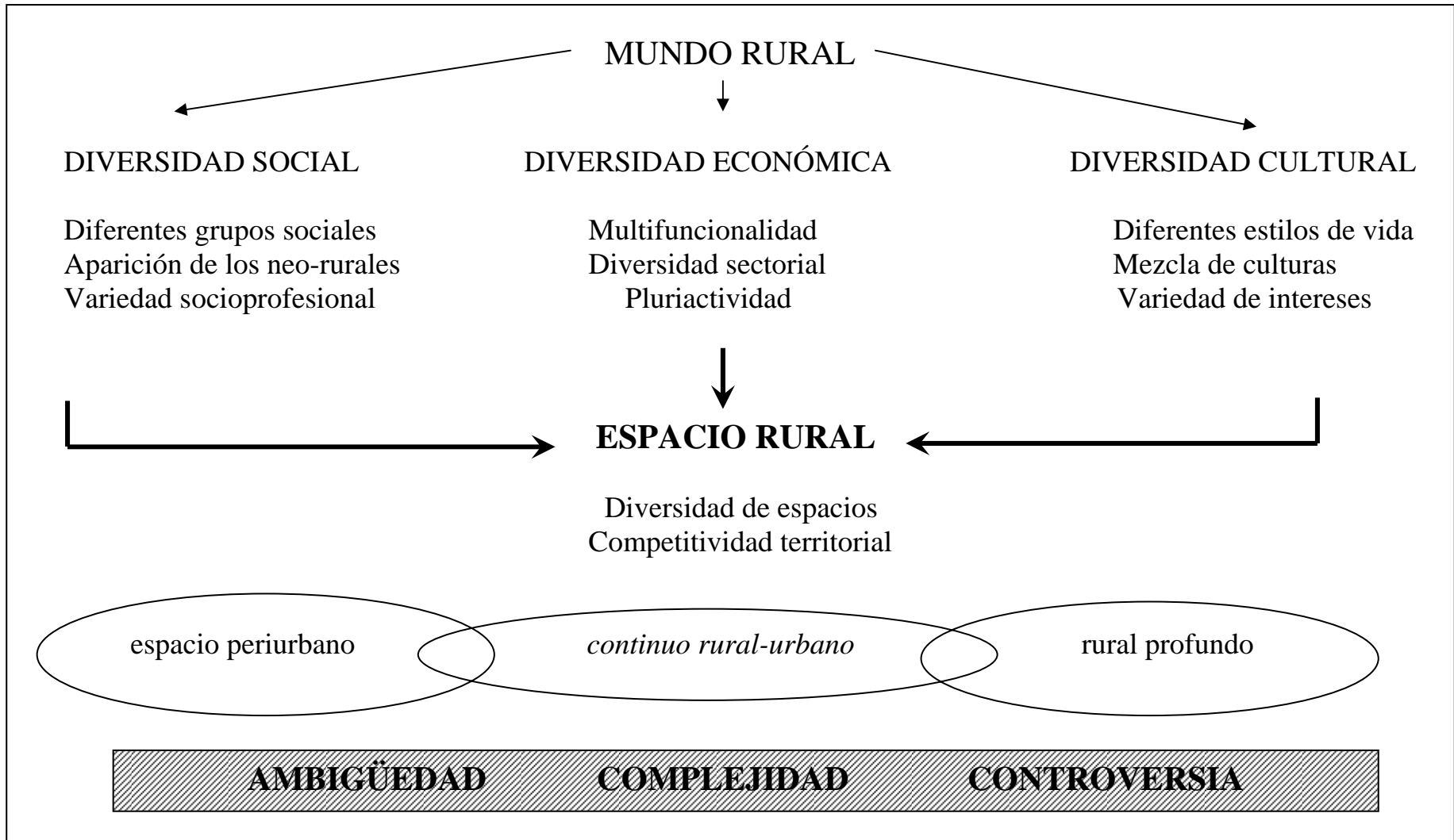
- *La diversidad cultural.*

Y finalmente, la combinación de la diversidad económica y social se refleja en una gran variedad de estilos e intereses de los diferentes grupos sociales, en función de la influencia urbana, del nivel cultural y del tipo de actividades productivas desarrolladas.

En la siguiente figura se representa de forma esquemática la convergencia de estas tres componentes que definen la heterogeneidad y diversidad que existe en el mundo rural actual, y que están en la base de la gran variedad de tipos de espacios rurales que podemos encontrar hoy en día, desde el espacio periurbano al rural profundo, pasando por el espacio agrario, el espacio industrial, el espacio residencia o el espacio rural de ocio y turismo.

3.2. Los contrastes regionales del espacio rural español.

A la diversidad y heterogeneidad del espacio rural en general desde el punto de vista conceptual y genérico, hay que añadir los contrastes que se observan entre las diferentes regiones de nuestro país, fruto tanto de sus diferentes características físicas como de su distinta evolución histórico-económica.



Elaboración propia

Figura 4. La heterogeneidad y diversidad del mundo rural actual.

El origen de la variedad geográfica del mundo rural español se puede considerar la línea divisoria entre la España húmeda y la España seca, que se corresponden de forma genérica con la España minifundista y de agricultura intensiva, y la España latifundista y de agriculturas extensivas, punto de partida de las transformaciones rurales actuales. Sobre estos espacios se han configurado diferentes mundos rurales, en los que ha jugado un papel decisivo la historia, pero siempre combinada con la laboriosidad e iniciativa de sus pobladores, que han sido los que han marcado la diferente evolución y dinamismo regional.

Aunque no es objeto de la presente investigación realizar un análisis exhaustivo de las diferencias regionales del espacio rural español, la elección de una Comunidad Autónoma como ámbito de estudio (Castilla-La Mancha), hace necesario contextualizar mínimamente el espacio rural de esta región en comparación con el resto de las regiones españolas. Así, basándonos en el exhaustivo análisis estadístico y cartográfico que realiza García Sanz en su obra "*La sociedad rural ante el siglo XXI*" (1996), desde la perspectiva demográfica se puede establecer un gradiente general que va desde el rural más envejecido y con menos posibilidades demográficas de recuperación (Aragón, La Rioja, Castilla y León, Asturias y Galicia), hasta las zonas rurales más rejuvenecidas (Andalucía, Canarias y Murcia); en el medio estaría el resto de mundos rurales, unos más próximos al modelo más envejecido (Navarra, Castilla-La Mancha, Cantabria, Extremadura, Comunidad Valenciana y Baleares) y otros, al más rejuvenecido (País Vasco, Madrid y Cataluña).

Pero esta caracterización se complican si a las variables demográficas se unen otras que hacen referencia a la actividad, pudiéndose hablar entonces de forma general de un mundo rural agrarizado y rejuvenecido (Andalucía, Extremadura y Murcia); un mundo rural, también agrarizado, pero envejecido (Galicia, Asturias, Castilla-La Mancha y Baleares); comunidades no agrarias envejecidas (Aragón, La Rioja, Cantabria, Castilla y León, Comunidad Valenciana y Cataluña) y, finalmente, comunidades no agrarias rejuvenecidas (Madrid, País Vasco y Navarra). Todos estos modelos son dinámicos y avanzan en una dirección: el progresivo desarrollo del sector industrial o del sector terciario a costa de la agricultura, pero como señala García Sanz (1996, p. 61), "las particularidades de inflexión de las tendencias en un futuro próximo dependerán de los recursos naturales de cada zona, del aprovechamiento endógeno que se haga de ellos, de la iniciativa de la gente y de su capacidad de riesgo, de la evolución de la economía del país y, finalmente, de las políticas y orientaciones que se elaboren en el exterior. Es todo un reto".

En este contexto general a escala nacional, la inclusión de Castilla-La Mancha en el grupo de regiones con un mundo rural agrarizado y envejecido, convierte en fundamental el análisis de las posibilidades de la industria como motor de desarrollo alternativo a la actividad agraria en declive, como motor generador de nuevos empleos y, en definitiva, como motor de rejuvenecimiento del espacio y la población rurales. El reto de esta investigación es poder aportar ideas en este sentido para la política de desarrollo regional.

3.3. La definición de espacio rural en la investigación.

Como ya hemos señalado y dejado claro, el mundo rural actual es sinónimo de diversidad, y por ello no podemos afrontar su estudio sin reconocer y clasificar dicha heterogeneidad en cualquier ámbito regional en el que nos centremos. Pero el ejercicio, si bien es instructivo e interesante, es extremadamente complejo debido a la multitud de clasificaciones posibles que nos ofrece la bibliografía tanto española como extranjera. Prácticamente cada artículo, libro o investigación sobre el mundo rural aporta su propia clasificación de los espacios rurales.

Es evidente que según el objetivo de cada investigación, las clasificaciones se pueden construir en función de múltiples criterios: según la actividad económica predominante (agraria, industrial o de servicios), en función de la intensidad de las relaciones sociales, del contacto con el medio ambiente natural, de la densidad de población o de la cantidad de inversiones realizadas en el área; o incluso tomando como referencia el mundo urbano, la situación pasada o la evolución futura. Los intereses de la investigación marcan el tipo de clasificación elegida de la diversidad del espacio rural actual, por lo que es fundamental dejar bien claro el tipo de definición o aproximación parcial de la que se parte.

Así, en nuestra investigación las tipificaciones del espacio rural que más nos ha interesado analizar y aplicar han sido aquellas que hacen algún tipo de referencia a la actividad industrial en el medio rural, así como las concepciones que se basan en las relaciones sociales y que consideran el ámbito local de proximidad como una ventaja territorial competitiva frente al espacio urbano. A su vez, no perdiendo de vista la idea de que las características genéricas del espacio rural se matizan siempre en función de la evolución histórico-territorial de cada región, en el capítulo dedicado a Castilla-La Mancha analizaremos detenidamente las peculiaridades específicas del mundo rural en esta región, así como la evolución de su actividad industrial.

4. GLOBALIZACIÓN Y ESPACIO RURAL

Finalmente, no podemos terminar el capítulo de la definición del mundo rural actual sin hacer alusión a los efectos de la globalización en este espacio, pues es evidente que hoy en día cualquier estudio geográfico debe relacionarse con ella en todos los ámbitos ya que la mayoría de las transformaciones espaciales actuales tienen su origen en los procesos sociales, económicos y políticos inducidos por la idea de un mundo global. Así, la globalización tiene importantes repercusiones en el mundo rural, y no sólo en sentido negativo como se tiende a pensar, pues como señala Bryden (1998, p. 1) “los cambios globales que afectan a nuestras sociedades suponen retos importantes pero también aportan nuevas perspectivas de desarrollo para los territorios rurales”. En definitiva, para los territorios rurales, la globalización constituye simultáneamente una amenaza y una oportunidad.

En general, se suele señalar que supone una *amenaza* porque tiene a suprimir las barreras geográficas, legales, de identidad, etc., que garantizaban hasta entonces la protección de los productos y tradiciones artesanales y culturales del entorno rural. Y en contrapartida se considera que abre una *oportunidad*, ya que permite promover y comercializar productos y servicios específicos sin que apenas tenga importancia el aislamiento y la distancia. Pero el énfasis en efectos parciales no deben hacer perder de

vista la idea de que la globalización supone la convergencia de cambios producidos en múltiples ámbitos y contextos.

La amplia y creciente bibliografía sobre este tema tiende a centrarse en la idea de que la globalización es el fruto de las transformaciones acontecidas en cuatro áreas fundamentales, que permiten diferenciar otros tantos tipos de globalización de cara a su análisis:

- *Tecnológica*: desarrollo de los transportes y de las tecnologías de la información y la comunicación.
- *Económica*: cambio en las dimensiones de la producción, intensificación de los intercambios internacionales.
- *Financiera*: movimiento mundial de capitales.
- *Política*: desarrollo de acuerdos internacionales, liberalización de los mercados, protección del medio ambiente, normas sociales, debilitamiento del Estado central, etc.

En este contexto, es evidente que la globalización produce efectos considerables en todos los ámbitos de la vida económica, social y política, así como en la definición del papel de los territorios (el ámbito local o de la proximidad) en un mundo global. Cada territorio se enfrenta a recomposiciones constantes de los intereses locales, a dimensiones inesperadas, a formas de competencia antes ignoradas, a la necesidad de nuevas alianzas, etc. Mientras que antes el territorio y la identidad local constituían una especie de síntesis colectiva reconocida, que aseguraba una determinada visión de futuro, hoy en día la globalización actúa en otras esferas de identificación y hace necesaria la exploración de nuevas vías de afirmación, de otras formas de reconocimiento social. Así, en general se puede decir que el gran reto actual de los territorios rurales radica en el redescubrimiento de la “proximidad” como fundamento de la organización económica, y en la organización coherente de las respuestas institucionales. Pero esta idea precisa un análisis más detallado.

4.1. Los retos originados por la globalización para el espacio rural.

Milton Santos (2000, pp. 288-289) señala que hoy en día “el Mundo es solamente un conjunto de *posibilidades*, cuya efectividad depende de las *oportunidades* ofrecidas por los lugares (...) El Mundo necesita de la mediación de los lugares, según las potencialidades de éstos para usos específicos (...) El Mundo escoge algunos lugares y rechaza otros y, en ese movimiento, modifica el conjunto de los lugares, el espacio como un todo”. Así, ante la nueva situación de competitividad territorial en un contexto global, los desafíos que se plantean para las zonas rurales se puede agrupar en 4 grandes bloques:

- ➔ La proyección de los territorios en los espacios abiertos por la globalización de los mercados.
 - ➔ El desarrollo de intercambios y formas de solidaridad y transferencia entre
-

territorios, así como el refuerzo de la acción colectiva.

- ➔ El mantenimiento del diálogo entre agentes socio-económicos y entre niveles institucionales para fomentar la aparición de nuevas políticas de integración que sean respetuosas con la diversidad, así como de una nueva concepción de la función pública sobre la base del enfoque territorial.
- ➔ La afirmación de una especificidad, una estrategia local compartida y una capacidad activa de respuesta a los problemas que se plantean a escala global.

Y a su vez estos retos corresponden a cuatro tipos de relaciones entre el ámbito local y el ámbito global, que se presentan en la siguiente figura en combinación con los desafíos:

Tipos de relación	<i>Del ámbito local hacia el global</i>	<i>Interlocal (vínculos entre territorios)</i>	<i>Articulación local-global</i>	<i>Del ámbito global hacia el local</i>
Desafíos	Inserción en los mercados mundiales	Desarrollo de intercambios y transferencias	Diálogo social e institucional para crear nuevas políticas	Afirmar la especificidad y dar respuesta a los problemas globales

Fuente: adaptado del fascículo 5 "La competitividad de los territorios rurales a escala global" del Observatorio Europeo LEADER, 2001.

Cuadro 9. Retos y dimensiones de la competitividad del espacio rural en el contexto de la globalización

4.2. El impacto de la globalización económica en el mundo rural.

La globalización ha influido de forma considerable en el tejido económico de las zonas rurales. Como resultado de la mundialización de las actividades y de la consiguiente reestructuración económica a escala global, las nuevas condiciones generan nuevas *oportunidades económicas* para el mundo rural, pero también nuevas *amenazas*:

- La creciente penetración de los mercados locales a través de la economía mundial supone el acceso a nuevos mercados, pero también produce una mayor exposición de las empresas locales a la competencia.
- Se crean nuevas actividades en el sector servicios (gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación), pero a la vez aumenta el número de actividades de transformación poco remuneradas para hacer frente a una competencia cada vez mayor y más amplia.
- Surge una dependencia cada vez más fuerte entre los territorios y los sectores

de actividad, pues cada territorio tiene una historia y un contexto socio-cultural propios, y dependiendo de las relaciones específicas que tengan las regiones con su entorno, los efectos de las fuerzas externas podrán ser muy positivos o, por el contrario, muy negativos.

Desde una perspectiva optimista, las investigaciones realizadas por la Comisión Europea sobre la economía del mundo rural parecen señalar que a pesar de los nuevos riesgos, existen ventajas competitivas para las zonas rurales, pero se insiste en la necesidad de reforzar la asociación local y los vínculos entre lo local y lo global como veremos más adelante. La globalización ha supuesto la emergencia de nuevos modos de acción colectiva y de solidaridad, con el fin de solventar mejor los retos que plantean la exclusión, la gestión de los bienes públicos, el problema de la competitividad local, el desarrollo duradero, etc. Y como consecuencia, se buscan nuevas formas de organización, caracterizadas por la participación de la gente muchas veces movilizadora por una organización local o regional, y se pretenden lograr asociaciones entre los diferentes grupos de interés y una mayor confianza en la innovación y en el espíritu empresarial. Por tanto, las transformaciones económicas van de la mano del cambio socio-político que se ha producido en el mundo rural.

4.3. Globalización y reestructuración socio-política en el mundo rural.

Por último, aunque sus implicaciones desbordan los límites de la disciplina geográfica y los objetivos de esta investigación, no podemos dejar de mencionar el debate teórico que existe en la bibliografía sociológica en torno a las reestructuraciones rurales que se están produciendo como consecuencia de la globalización.

El debate planteado gira alrededor de la cuestión de cómo entender los vínculos entre los diversos procesos de globalización y las transformaciones progresivas que se observan actualmente en la sociología rural, oponiéndose dos importantes corrientes de pensamiento: por una parte, quienes desde una perspectiva enraizada en la economía política enfatizan los impactos de la globalización sobre las localidades rurales; y, por otra parte, se encuentran autores que desde una perspectiva "orientada al actor" (también identificada como "constructivista", "postestructuralista" o "postmodernista" según los autores), enfatizan el papel de los agentes locales en las reestructuraciones rurales en el contexto de la globalización.

Según Llambí (1997), pensar teóricamente los vínculos entre los procesos de globalización y reestructuración rural supone la formulación de un enfoque integrado que retome lo que es posible rescatar tanto de la economía política como de los enfoques constructivistas u "orientados al actor" actualmente de moda.

- De los enfoques constructivistas propone retener la noción de que la globalización es un conjunto de procesos socialmente construidos y continuamente renegociados en los cuales participan un gran número de actores. Las localidades rurales son entidades políticas y económicas constantemente cambiantes, que constituyen escenarios en los que los agentes sociales diseñan sus propios proyectos y llevan a cabo sus acciones teniendo en cuenta las actuaciones y estrategias de los otros actores involucrados en el proceso.

- Por el contrario, de la economía política propone retener la particular atención prestada a temas como la asimetría del poder en el nuevo orden global o las desigualdades en el acceso que los diferentes estratos de la población tienen en el uso de los recursos económicos, políticos y culturales. Incluso cuando a veces se enfatizan las respuestas de los agentes rurales locales, no se debe sobreestimar sus fuerzas frente a las elites globales que tienen un mayor acceso a los foros supranacionales en los cuales se deciden las reglas del juego del nuevo orden global.

Pero a su vez, según este mismo autor, pensar teóricamente los vínculos entre globalización y reestructuración rural requiere también replantear algunos de los marcos explicativos utilizados hasta el presente en las Ciencias Sociales. Es decir, es imprescindible incluir nuevas ideas sobre aspectos como las complejas interrelaciones entre los procesos de globalización y la reestructuración de los circuitos de distribución y comercialización, los avances técnicos en los transportes y las comunicaciones, o las nuevas condiciones de trabajo y de vida de las poblaciones rurales. Ambas visiones se necesitan mutuamente y además requieren incluir una dimensión frecuentemente ignorada o subestimada en estos enfoques: la mediación de la cultura (valores, conocimientos, imágenes de la realidad) en estos procesos, y sus impactos en la redefinición de las identidades individuales y sociales.

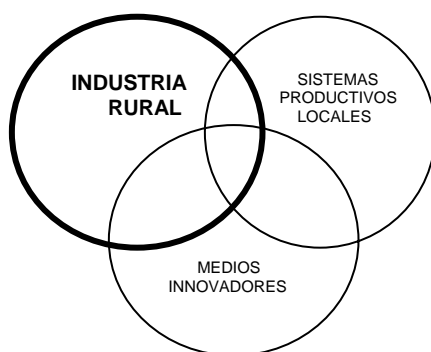
Por tanto, el debate conduce a la redefinición conceptual de la noción de ruralidad desde el punto de vista socio-político, y en este contexto, como señala Llambí (1997), “lo rural ya no es percibido como un fenómeno residual, homogéneo, en vías de desaparición, sino como un campo de confrontación político e ideológico entre importantes fuerzas en conflicto de la sociedad contemporánea”. En otras palabras, la sociología rural se encuentra actualmente en el centro de importantes debates sobre la ciencia social y la sociedad del futuro” (p. 342).

Una vez delimitada la definición actual del espacio rural en la que se enmarca la presente investigación, en el capítulo siguiente pasamos a analizar con detalle la industria rural, iniciando así el estudio de las tres temáticas centrales del contexto teórico de la tesis que aquí se presenta.

CAPÍTULO 2: LA INDUSTRIA RURAL

“La industria rural es mucho más importante y está mejor adaptada de lo que se cree generalmente, en los países de antigua civilización campesina de Europa occidental, que intentan poner remedio a los desequilibrios territoriales. La diversidad de situaciones se debe al conjunto de condiciones que han marcado el paso de la economía tradicional a la economía moderna y el desarrollo de ésta última”.

(Houssel, J.-P.: “L’innovation industrielle dans les milieux ruraux”, *Paysans*, nº 198, 1990, p.37)



INTRODUCCIÓN: LA INDUSTRIA RURAL EN EL CONTEXTO DE LA DESCENTRALIZACIÓN PRODUCTIVA Y LA ESPECIALIZACIÓN FLEXIBLE.

En el marco de la globalización económica, de la mejora de las tecnologías, las comunicaciones y los transportes, y del consiguiente cambio industrial que ha caracterizado las dos últimas décadas, la búsqueda de una mayor capacidad de adaptación a la inestabilidad de los mercados ha generado estrategias empresariales nuevas, entre las que se encuentra la desintegración creciente del proceso productivo en fases realizadas en establecimientos separados y de tamaño medio decreciente, bien pertenecientes a la misma empresa multiplanta o a empresas diversas, y que establecen redes de vínculos intra e interempresariales. Se trata, en definitiva, de un modelo específico de organización industrial que se identifica con el concepto de *descentralización productiva*, y que comenzó a observarse a finales de los años setenta ante las posibilidades abiertas por el progreso técnico (Méndez y Caravaca, 1996).

El análisis de las razones que impulsan la lógica de la industrialización descentralizada, es decir, que mueve a las empresas a segmentar el proceso productivo, lleva a la identificación de tres posibles objetivos: conseguir una mayor *flexibilidad* del sistema productivo, que permita adaptarse más rápidamente a los cambios exigidos por los mercados; disponer de mayor *diferenciación* de la oferta de cara a la creciente heterogeneidad de la demanda de productos; y por último, alcanzar mayor grado de

competitividad mediante la reducción de los costes. Esta nueva lógica económica se apoya en la emergencia de un nuevo modelo de *especialización flexible*, y propicia fenómenos de *industrialización periférica* a diferentes escalas.

En 1984 Piore y Sabel publicaban una obra de gran trascendencia en Geografía Económica, con el título de “*La Segunda Ruptura Industrial*”, en la que se planteaba que la expansión de los procesos descentralizadores desbordaba el significado otorgado hasta ese momento, identificando el inicio de una *nueva era postfordista* (que algunos califican de *neofordista*). Si bien se ha discutido mucho sobre si se trata o no de un nuevo modelo de acumulación, la especialización flexible es una estrategia empresarial que consiste “en innovación permanente, en la adaptación a los incesantes cambios en lugar de intentar controlarlos. Se basa en un equipo flexible (polivalente); en unos trabajadores cualificados, y en la creación, por medio de la política, de una comunidad que sólo permita las clases de competencia que favorecen la innovación. Por estas razones, la difusión de la especialización flexible equivale a un resurgimiento de las formas artesanales de producción que quedaron marginadas en la primera ruptura industrial” (Piore y Sabel, 1990, p. 29).

Así, en este contexto de la descentralización productiva y la especialización flexible, adquieren gran importancia las ventajas comparativas ofrecidas por cada territorio (especialmente relacionadas con suelo y mano de obra baratas), las pequeñas y medianas empresas (PYMES), el saber hacer, las redes empresariales y la difusión de la innovación, incrementándose el dinamismo de la industria rural y su relevancia estratégica como alternativa de desarrollo rural y regional.

El contenido de este capítulo se organiza en 5 apartados. En primer lugar, partiendo de la diversidad y heterogeneidad del mundo rural actual, los dos primeros se centran en los diferentes procesos y grados de industrialización que se pueden encontrar en el espacio rural. A continuación se estudian las nuevas concepciones de la industria rural en el contexto de la globalización, la metodología adecuada de análisis en la actualidad, y finalmente el debate teórico creado en torno a la realidad de la industria rural en nuestro país.

1. LA COMBINACIÓN DE PROCESOS DE INDUSTRIALIZACIÓN EN EL ESPACIO RURAL.

Desde los años ochenta, la recuperación de la dinámica industrial de los espacios rurales españoles ha estado motivada por la combinación de varios tipos de procesos integrados en el contexto económico-territorial de la crisis del fordismo, la descentralización productiva, el nuevo modo de producción flexible y de la revolución tecnológica. Pero al mismo tiempo que ha evolucionado la definición de la ruralidad, lo han hecho los procesos de industrialización en el espacio rural: “El mundo rural se ha transformado: la industria también” (Ganne y Bertrand, 1996, p. 285).

Así, la misma diversidad que observamos en el espacio rural y que analizamos en el capítulo anterior, se refleja en la heterogeneidad de procesos industrializadores que actualmente se yuxtaponen en las áreas rurales, con orígenes, características y tendencias dispares. Como señala Méndez (1990), se comprueba “la coexistencia de

estructuras semiartesanales heredadas de un pasado remoto y que resisten con dificultad los embates de la innovación tecnológico-organizativa impuesta por el paso del tiempo, con establecimientos trasladados desde ciudades más o menos próximas y pertenecientes a formas multiplanta de ámbito, incluso transnacional, o con pequeñas firmas surgidas recientemente por iniciativa de empresarios autónomos, todo ello en proporciones muy diversas según regiones” (p. 350). En definitiva, se puede decir que la heterogeneidad de la industria rural se basa en la convivencia de actividades tradicionales con nuevas actividades, y en la combinación de factores endógenos con factores exógenos de industrialización. En este contexto, es fundamental la tipificación de los diversos procesos en confluencia.

1.1. Tradición y la modernidad en la industria rural actual.

Es evidente que si bien se ha producido una revitalización de la industria rural en el contexto de la descentralización productiva y la especialización flexible, los procesos de industrialización en el espacio rural no son nuevos. Las actividades manufactureras artesanales siempre se han relacionado con las áreas rurales, contenedoras de un saber hacer especializado que se ha transmitido a lo largo del tiempo.

A la industria tradicional endógena que ha conseguido pervivir en la actualidad (relacionada con actividades artesanales), se han yuxtapuesto otros procesos recientes de industrialización relacionados con la llegada de recursos exógenos (capital, tecnología, mano de obra cualificada) o la búsqueda de alternativas a la progresiva desagrarización de muchos espacios rurales. Así, en el mundo rural actual el sector secundario se caracteriza por una combinación de tradición y modernidad, que se refleja en la existencia de diferentes tipos de industrialización en función del momento de inicio de las actividades y del aprendizaje del saber hacer.

En este contexto, el análisis de la industria rural actual pasa necesariamente por la tipificación de los procesos de industrialización en relación con origen en el tiempo de las actividades, pudiéndose establecer una clara distinción entre (Houssel, 1985; Quévit, 1986; Méndez, 1990; Gil Quindós et alia, 1994):

- *Procesos de industrialización históricos.*

Integran la industria que surgió en el pasado (Primera Revolución Industrial apoyada en las actividades artesanales) apoyada en la existencia de una fuerza de trabajo excedentaria en el campo y/o en ciertos recursos naturales y capitales locales, y que ha pervivido hasta la actualidad apoyada en un saber hacer tradicional que se ha ido transmitiendo y heredando a lo largo del tiempo de generación en generación. Si bien con frecuencia se relacionan con actividades artesanales supervivientes en vías de desaparición, en numerosos casos son la base de una industria actual dinámica que ha sabido aprovechar las ventajas ofrecidas por el mercado global y ha experimentado un proceso de revitalización.

- *Procesos de industrialización recientes.*

Integran la industria basada tanto en procesos exógenos de descentralización productiva y difusión desde las ciudades, como en procesos endógenos espontáneos más o menos actuales (Segunda y Tercera Revoluciones Industriales), que aprovechan las ventajas territoriales y de la especialización flexible en el contexto de la globalización económica.

ORIGEN	PROCESOS	
<i>Histórico</i>	Supervivencia	Revitalización en el contexto global
<i>Reciente</i>	Descentralización	Especialización flexible

Fuente: basado en Houssel, 1985; Quévit, 1986; Méndez, 1990; Gil Quindós et alia, 1994.

Cuadro 10. Tipos de procesos de industrialización en áreas rurales según su origen.

La aplicación de esta tipificación de procesos de industrialización en el análisis de la industria rural de un territorio conlleva tanto la necesidad de rastrear la historia industrial de los lugares y sus actividades, como de valorar la importancia de la tradición en el dinamismo industrial actual. Pero a su vez, el estudio en el tiempo de la actividad industrial es inseparable del análisis de su carácter predominante, endógeno o exógeno.

1.2. Diversidad de procesos en función del carácter industrial predominante.

El diverso carácter de los factores que sustentan la industria en los espacios rurales define una nueva tipificación de procesos que se yuxtapone a la anterior, permitiendo diferencias entre dos grandes tipos de industrialización:

- *La industrialización de carácter endógeno.*

Surge en las áreas rurales a partir de los recursos -humanos, naturales, financieros...- locales disponibles y sin intervención directa de los poderes públicos y del capital exterior, y en función del origen en el tiempo de la actividad se distinguen dos modalidades:

- Industrialización difusa.

Supone la pervivencia de actividades industriales de carácter tradicional, vinculadas a los recursos naturales y humanos, en áreas con un excedente de mano de obra no asimilable por el sector primario, donde perduran, adaptándose a las diferentes coyunturas, ciertos rasgos artesanales (Houssel, 1985).

Suele estar integrada por empresas de tipo familiar (de pequeño tamaño),

dirigidas por empresarios independientes (ausencia casi total de políticas de apoyo por parte de los poderes públicos) y apoyadas sobre un saber hacer local (que se transmite de generación en generación mediante procesos de “learning by doing”) y la utilización intensiva de los recursos locales disponibles (Quévit, 1986, p. 61).

En la actualidad, en el contexto de la mejora de las comunicaciones y de los servicios a las empresas locales, ofrece una serie de posibilidades y ventajas comparativas para los territorios que acogen este tipo de empresas industriales y luchan por revalorizar su específica tradición endógena.

- Industrialización espontánea.

Ha surgido recientemente en áreas rurales de tradicional especialización agraria, generalmente dispersas, con cierta capacidad de dinamización de estos territorios y de los recursos locales al apoyarse en la emergencia de iniciativas empresariales nuevas.

Suele relacionarse con empresas de economía social, creadas por empresarios jóvenes e innovadores, que deciden crear su propio empleo a partir de una idea y/o invención, o bien intentan sacar a flote una empresa local existente en quiebra o en dificultades. En general responden a una lógica de defensa del empleo en períodos de crisis, y se relacionan con actividades industriales sofisticadas desde el punto de vista tecnológico, destinadas a un mercado bien definido (Quévit, 1986, p. 65-67).

- *La industrialización de carácter exógeno.*

Surge apoyada en recursos llegados de fuera del medio rural, generalmente procedentes del medio urbano (inversión, tecnología, mano de obra especializada), y refleja los procesos de desconcentración y difusión espacial de la industria desde los grandes centros metropolitanos en función de la accesibilidad de las nuevas localizaciones (difusión por contigüidad) o del rango de éstas (difusión jerárquica). Este tipo de procesos busca en los espacios rurales mano de obra barata y suelo disponible a bajo coste. Se distinguen, a su vez, dos modalidades (Méndez, 1990, pp. 355-359):

- Procesos de relocalización.

Suponen el trasvase de actividad que se produce de un espacio a otro por las siguientes causas: el cierre de una empresas instaladas en espacios centrales y su reapertura en espacios periféricos; la segmentación o ampliación de empresas situadas en áreas centrales, que lleva a crear nuevas instalaciones en un áreas periféricas; o bien el trasvase de empresas entre espacios periféricos que, sin haber estado antes en los espacios centrales, mantienen estrecha relación con ellos.

- Procesos de descentralización.

Consisten en el trasvase de actividad que se realiza por la desconcentración y difusión de parte de las tareas productivas que antes se realizaban en el seno de la fábrica integrada, y que ahora se reparten entre establecimientos de la propia empresa y/o de empresas múltiples por el territorio (a veces bajo la modalidad de la subcontratación), creándose redes de empresas que mantienen relaciones verticales u horizontales .

CARÁCTER	PROCESOS	
<i>Endógeno</i>	Industrialización difusa	Industrialización espontánea
<i>Exógeno</i>	Relocalización	Descentralización

Fuente: basado en Houssel, 1985; Quévít, 1986; Méndez, 1990; Gil Quindós et alia, 1993.

Cuadro 11. Tipos de procesos de industrialización en áreas rurales según su carácter predominante

La aplicación de esta tipología de procesos de industrialización en el análisis de la industria rural de un territorio conlleva tanto la necesidad de inventariar los recursos existentes de todo tipo (tangibles o intangibles, económicos, sociales, o culturales), como la valoración de la importancia del saber hacer tradicional y de la influencia de los factores de localización industrial del contexto global. Pero el estudio de los diferentes tipos de procesos que se combinan en los territorios rurales, debe completarse con el análisis del grado de industrialización de los mismos.

2. EL VARIABLE GRADO DE INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS ESPACIOS RURALES.

En la actualidad, la convivencia de trayectorias y problemas industriales muy diversos en el espacio rural no puede en ningún caso ser ignorada de cara a la propuesta de actuaciones próximas a las condiciones de los diferentes espacios. En este contexto, en la búsqueda de una tipificación de espacios industriales rurales en función de su grado de industrialización, cobra un notable interés propuestas como la de Ferrão (1992, pp. 40-45), que maneja cuatro tipos de variables que se combinan con los diferentes procesos de industrialización analizados anteriormente:

- La densidad de la industrialización, de nula a aglomerada.

- El carácter de la localización industrial, concentrada o dispersa.
- La intensidad de los flujos interempresariales locales.
- La especialización/diversificación productiva.

La combinación de estos cuatro criterios con los posibles procesos de industrialización (histórica/reciente, endógena/exógena), lleva a Ferrão a distinguir los siguientes tipos de áreas industriales según su grado de industrialización:

- (A) *Áreas de industrialización nula o escasa*, en las que pueden existir dos situaciones de partida: la ausencia de tradición artesanal, o bien un cierto saber-hacer artesanal que ha pervivido a lo largo de los años.
- (B) *Áreas de industrialización media o no integrada*, que han podido ser alcanzadas por los procesos de difusión y descentralización industrial desde los centros urbanos, o permanecer basadas exclusivamente en los recursos endógenos:
- (C) *Áreas de industrialización densa, con fuerte especialización productiva*, donde se generan economías de escala y redes interempresariales.
- (D) *Aglomeraciones de tamaño medio*, donde existen tanto economías de escala como procesos de urbanización y centralidad, y donde la actividad productiva puede responder a dos modelos: la diversificación sectorial o la especialización productiva.

A. Escasa o nula	Sin tradición artesanal
	Con tradición artesanal
B. Media / No integrada	Sin intervención exógena
	Con inversión exógena
C. Densa/Fuerte especialización productiva (economías de escala, redes)	
	Diversificación sectorial

D. Aglomeración media (economías, urbanización, centralidad)	Especialización productiva
---	----------------------------

Fuente: basada en Ferrão, 1992, 41 (tomado de Méndez, 1994, p. 108; 1996, p. 305).

Cuadro 12. Tipificación de áreas rurales según el grado de industrialización.

En función del nivel industrial alcanzado y el tipo de procesos de industrialización predominantes (endógenos o exógenos), los requerimientos de los espacios industriales rurales pueden ser muy diferentes, basados en la necesidad de valorizar la oferta o la demanda, o bien en la necesidad de apoyar solamente a las empresas o a todo el medio territorial en el que se establecen. Las actuaciones específicas y prioritarias en cada caso que menciona el mismo autor, las analizaremos en el capítulo dedicado a las políticas de desarrollo rural basado en la industria.

3. LA INDUSTRIA Y EL DINAMISMO RURAL: NUEVOS CONCEPTOS EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN.

La ruptura del binomio rural-agrario como conceptos prácticamente sinónimos, e incluso de la pérdida de sentido de la oposición urbano-industrial-progreso/rural-agrario-atraso, ha convertido a la industrialización en uno de los agentes principales del cambio estructural que están conociendo las áreas rurales de los países desarrollados. El retroceso generalizado de la población activa agraria se ha visto parcialmente compensado por una expansión de las actividades industriales y de servicios, que desdibuja así uno de los contrastes que oponía tradicionalmente a los espacios urbanos y rurales en el seno de la división territorial del trabajo. La fábrica deja de ser patrimonio casi exclusivo de la ciudad para adquirir protagonismo creciente en la configuración de los nuevos paisajes rurales.

Es evidente que la presencia de actividades transformadoras en el mundo rural cuenta con una larga tradición, que se remonta al período anterior a la primera Revolución Industrial. Pero si la temática no resulta en absoluto novedosa, lo que sí parece innovador es el interés que ha despertado en los últimos años, basado en la revitalización manufacturera que experimentan numerosas áreas rurales. De este modo, y en el contexto de la reestructuración productiva que experimentó el sistema capitalista desde el inicio de los años setenta, los espacios rurales parecen haber incrementado genéricamente su capacidad de atraer decisiones de localización, inversiones y empleos industriales. Además, como ya hemos visto, las políticas de desarrollo rural actuales fomentan la creación de empresas industriales como una de las actividades alternativas a la agricultura, por lo que el estudio de este tema parece ser de una gran actualidad y utilidad en este contexto.

En el contexto de la globalización se plantean nuevos problemas y conceptos industriales y empresariales que cualquier política de desarrollo rural que se quiera diseñar o poner en marcha tendrá que tener en cuenta actualmente.

- *Los obstáculos a la iniciativa empresarial en el medio rural.*

Las principales limitaciones que han frenado en las últimas décadas la capacidad de los empresarios en el espacio rural son las siguientes:

- La distancia con respecto a los centros de decisión.

Esta distancia, que no es solamente geográfica sino también económica y política, es el resultado lógico del proceso de crecimiento polarizado que han experimentado la mayor parte de los países industrializados hasta época reciente, y ha provocado que la mayoría de las instituciones financieras, tecnológicas y de gestión que apoyan la actividad industrial se hayan organizado con respecto al centro.

- El limitado acceso al capital financiero de riesgo.

En relación con la anterior limitación, la falta de capital de riesgo para el empresario innovador en el medio rural como consecuencia de la desconfianza de las instituciones financieras, es una de los principales obstáculos del desarrollo de la actividad industrial en el medio rural.

- La dificultad de acceso a la información económica y a la innovación tecnológica.

En relación con la falta de capital de riesgo de las pequeñas empresas, el limitado acceso a la innovación tecnológica, e incluso a los servicios de I+D tan sólo accesibles para las grandes empresas, coloca a la industria rural en una situación de desventaja.

- La ausencia de un tejido económico integrado.

La dispersión generalizada de las empresas rurales y la falta de organización interempresarial provoca un cierto aislamiento con respecto a las actividades económicas del entorno y a las potencialidades del mercado exterior, que limita las posibilidades de las economías de escala.

Todos estos obstáculos ponen en evidencia la fragilidad de la iniciativa empresarial en el mundo rural frente al espacio urbano y el espacio global, así como la necesidad de adaptar las políticas de desarrollo rural a través del fomento de las nuevas estrategias de dinamismo económico.

- *Nuevas estrategias y formas de organización empresarial para el dinamismo rural.*

Las transformaciones que ha producido el aumento de la velocidad del proceso de globalización van más allá de los cambios en los procesos territoriales y productivos, y

afectan a la propia forma de concebir y promover los procesos de desarrollo. La nueva dinámica productiva, comercial y tecnológica estimula nuevas formas de organización de la producción, señala el carácter estratégico de los territorios donde se generan los procesos de desarrollo local y demanda instituciones flexibles adaptadas a las nuevas formas de la economía de mercado. Como señala Vázquez Barquero (1999, p. 23), “a medida que toma forma la economía global, los espacios y los territorios en los que se anclan las actividades productivas y las organizaciones adquieren un papel estratégico.” La globalización, por tanto, crea nuevos mecanismos que fortalecen los procesos de desarrollo endógeno, y en este sentido está impulsando el desarrollo de redes de empresas y de organizaciones.

La necesidad de los lugares de ser competitivos en un contexto económico global ha desencadenado nuevas formas de organización de la actividad productiva y nuevas estrategias empresariales, ya que las empresas aisladas están en mala posición para competir. Así, han aumentado las relaciones informales entre las empresas, los contactos directos entre los empresarios y técnicos de las empresas, la subcontratación de actividades, los acuerdos de cooperación y las alianzas estratégicas entre las empresas. Los agentes económicos han reorganizado sus sistemas de producción, han replanteado las relaciones con las demás empresas y, en definitiva, han contribuido a transformar los modelos de organización de la producción en el territorio. Los nuevos esquemas de organización les permiten ser más eficientes y ejecutar estrategias territoriales que les conducen a mejorar la competitividad y el posicionamiento en los mercados. Las nuevas relaciones benefician a todas y cada una de las empresas y organizaciones que participan, en tanto que la combinación de esfuerzos les permiten obtener economías de escala internas y la reducción de los costes de transacción.

Por otro lado, en un contexto económico global, las pequeñas empresas carecen de los recursos y de las economías de escala necesarias para competir en mercados cada vez más amplios, por lo que la participación las nuevas organizaciones les permite neutralizar su aislamiento y, en última instancia, ser más competitivas. Lo mismo ocurre con las grandes empresas que necesitan apoyarse en sistemas locales de empresas, y localizarse en territorios con recursos específicos y de calidad si desean mejorar su posicionamiento en los mercados; por ello, establecen nuevas formas de relación con subcontratistas y deslocalizan sus unidades productivas en territorios que disponen de recursos que mejoran su competitividad.

- *Nuevos lugares de éxito industrial en el espacio económico global.*

El espacio de la globalización es, como señala Castells (1996), un espacio de flujos que tiene como referencia los lugares en los que vive la población, y la relación entre la globalización y la localización industrial no está predeterminada: “la globalización no es ajena a la dinámica de las áreas rurales, sino que, por el contrario, lo mismo que sucede con las ciudades, integra a algunas y excluye a otras” (p. 242). La especificidad de cada territorio, las necesidades de cada región, comarca o lugar, y los problemas que presentan dentro del escenario de la globalización muestran que existe una diversidad de lugares de desarrollo. Cada área requiere un tratamiento específico y la utilización de los instrumentos adecuados para promover el desarrollo endógeno. El objetivo en este

contexto será el análisis de las ventajas o posibilidades de cada lugar, y de la búsqueda de soluciones a los obstáculos que se presentan al desarrollo.

Los lugares que mejor parecen integrarse en el nuevo contexto creado por la globalización son aquellos que han puesto en marcha nuevas formas de organización empresarial y nuevas estrategias de actuación de los agentes implicados en la actividad industrial, pudiéndose diferenciar entre espacios ganadores o integrados frente a espacios perdedores o excluidos. En este sentido, el objetivo de las investigaciones de la industria en el espacio rural será analizar la génesis y la dinámica de los lugares de éxito para extraer enseñanzas a aplicar en los excluidos, con el fin de contribuir para su integración en el nuevo contexto global.

En este contexto, el estudio de los sistemas productivos locales que se comportan como medios de innovación en el espacio rural adquiere una gran relevancia de cara a la política de desarrollo territorial.

- Nuevas funciones para las instituciones en un contexto sociopolítico global.

El aumento de la competencia en los mercados hace que cada vez más la competitividad de las empresas depende de la organización y funcionamiento de las instituciones que estructuran el entorno en el que las empresas están radicadas. Por ello, tendrán más capacidad para competir aquellas regiones que tengan un sistema de instituciones que les permita producir los bienes públicos y generar las relaciones de cooperación entre los actores que impulsan el aprendizaje y la innovación.

Vázquez Barquero (1999) argumenta que en el contexto de la globalización, la relevancia estratégica de la organización de las instituciones en los procesos de desarrollo reside en que “permite reducir los costes de transacción y producción, aumenta la confianza entre los actores económicos, estimula la capacidad empresarial, propicia el fortalecimiento de las redes y la cooperación entre los actores y estimula los mecanismos de aprendizaje y de interacción” (p. 243). Así, cuando las empresas están integradas en territorios caracterizados por la organización de las relaciones entre las empresas, las instituciones de formación y de investigación, las asociaciones de empresarios, los sindicatos y los gobiernos locales, pueden utilizar más sus propios recursos de forma más eficaz y mejorar su competitividad. Los obstáculos al desarrollo aparecen con frecuencia como consecuencia de las carencias y mal funcionamiento de la red institucional, que dificultan el desarrollo de los procesos de crecimiento autosostenido.

Durante las dos últimas décadas, uno de los factores que han contribuido al desarrollo de la estrategia de desarrollo local en los países europeos ha sido el aumento y mejora de la red de instituciones locales y, sobre todo, el cambio de las formas de organización del Estado hacia modelos que favorecen los procesos de descentralización administrativa. Los gobiernos regionales y locales son los agentes más adecuados para llevar adelante las estrategias de desarrollo rural cuando la Constitución les asigna competencias en materias económicas, territoriales y de prestaciones de servicios, ya que tienen mayor capacidad para recoger los impulsos de abajo-arriba, necesarios para definir los proyectos de desarrollo e industrialización endógena e instrumentar las iniciativas locales.

En definitiva, la adaptación a los cambios del entorno exige desarrollar nuevas formas de organización del sistema productivo, potenciar los sistemas de cooperación, mejorar el aprendizaje dentro del sistema local e insertar a las empresas locales en las redes globales. Es decir, el ajuste exige poner al servicio del proceso de reestructuración la capacidad emprendedora, los recursos humanos, la cultura tecnológica y las organizaciones institucionales que caracterizan al sistema y entorno productivo. Las alternativas de desarrollo se expresan en esos términos y exigen la puesta en marcha de nuevos mecanismos y nuevas políticas.

4. LA NECESIDAD DE UNA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS ADECUADA.

El estudio empírico de la diversidad actual de procesos de industrialización y de las nuevas estrategias empresariales de organización en el contexto de la globalización, todo con el objetivo de hacer aportaciones a la política de desarrollo, precisa una metodología de análisis que tenga en cuenta tanto la falta de fiabilidad y actualización de las fuentes estadísticas como la importancia de las relaciones informales entre agentes implicados en la actividad industrial en el medio rural, así como la integración de la economía local en el mercado global. En este sentido, las tres ideas fundamentales de la metodología de análisis de la industria rural actualmente son la relevancia de las técnicas cualitativas y del trabajo de campo, la interpretación de la actividad industrial como un sistema, y el diagnóstico de puntos fuertes y débiles.

- *La importancia de la investigación cualitativa sobre el terreno.*

Los estudios empíricos sobre industria rural consultados en la bibliografía reciente ponen de manifiesto la necesidad de utilizar una metodología cualitativa de análisis por los siguientes aspectos:

- Las insuficiencias de las fuentes estadísticas de información sobre la industria y la empresa rurales.

Problemas como la inexistencia actual de numerosas empresas registradas en las estadísticas hace tiempo que no se dieron de baja cuando desaparecieron, o la falta de fuentes oficiales para conocer las empresas creadas recientemente o la economía sumergida, así como la escasa fiabilidad de datos como el empleo o la inexistencia de fuentes sobre aspectos empresariales cualitativos (cooperación, redes), hacen imprescindible el descenso al terreno para conocer la realidad actual de la industria rural.

- Ambigüedad y heterogeneidad del espacio industrial rural.

La dificultad de establecer umbrales de población fijos de los municipios rurales (por encima de los 10.000 habitantes se requieren estudios detallados de cada caso), unida a la variedad de características sectoriales y empresariales que existen actualmente en el mundo rural, convierte en ineficaz el cruce de variables industriales o empresariales con variables demográficas para detectar espacios de industria rural, poniéndose de manifiesto la necesidad de utilizar

una metodología cualitativa de estudios de caso para estudiar la realidad industrial del mundo rural.

- La relevancia de las relaciones informales y la confianza mutua en la actividad industrial rural.

La importancia en el medio rural de las relaciones comerciales informales basadas en la confianza mutua, así como el proceso de transmisión de conocimientos e informaciones de generación en generación, se añaden a la justificación anterior para insistir en la necesidad de llevar a cabo investigaciones de trabajo de campo basadas en técnicas cualitativas de recogida de información para poder descubrir los flujos de relaciones que organizan la actividad industrial en el medio rural. Y por otro lado, de cara a poder ofrecer aportaciones a las políticas industriales, empresariales y de desarrollo territorial, es imprescindible detectar sobre el terreno todos los agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial, analizando las relaciones que mantienen entre ellos a través de una investigación cualitativa apoyada en entrevistas. Por tanto, es absolutamente relevante hoy en día la puesta en marcha de una metodología cualitativa para el análisis de la industria rural.

- *El análisis e interpretación de la industria como un sistema.*

El mundo rural actual es un sistema de acción abierto, y por tanto el análisis de la industria rural debe llevarse a cabo a través de una aproximación sistémica aplicada tanto a las empresas, los organismos y sus estructuras, como a los procesos económicos y problemas, pues las relaciones entre los elementos interactivos proporcionan las claves de la explicación. Como es lógico, esta idea conduce a la necesaria pluridisciplinariedad, exigiendo del investigador múltiples conocimientos (empresariales, económicos, sociales, culturales y políticos, además de una cierta formación sociológica).

En este sentido, los ejes que deben orientar la investigación sistémica sobre la industria rural son los siguientes:

→ La conexión entre el origen de la actividad y la situación actual:

- Historia industrial.
- Importancia de la tradición y transmisión del saber hacer.
- Evolución y transformaciones de la actividad.

→ La articulación local/global de la producción:

- Ámbito territorial de los proveedores.
- Localización de mercados de venta.
- Integración en la economía regional y global.
- Interacción con el espacio urbano.

→ El papel y la interrelación de los diferentes agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial (empresarios, asociaciones profesionales,

asociaciones culturales, agentes políticos), locales y extralocales.

- *El diagnóstico y la valoración de la situación industrial y empresarial actual.*

Finalmente, de cara a la aportación de ideas para la política de desarrollo territorial, la metodología de análisis de la industria rural debe integrar la realización de un diagnóstico de la situación actual que permita detectar puntos fuertes y débiles y hacer propuestas de actuación. Los principales aspectos a analizar son los siguientes:

- Características de las empresas.
- Dinamismo de la actividad empresarial.
- Relaciones interempresariales.
- Aplicación de políticas públicas de fomento a la actividad industrial.
- Instituciones de apoyo a la industria, a las empresas y a la innovación.
- Procesos de innovación empresarial y social.
- Cooperación de agentes implicados en la actividad industrial.

En el capítulo dedicado a la metodología de la investigación empírica se desarrollarán todos los métodos y técnicas de análisis necesarios para poder recoger y tratar toda la información necesaria para estudiar actualmente la industria rural.

5. DEBATES ACTUALES Y REVISIÓN CRÍTICA EN TORNO A LA INDUSTRIA RURAL ACTUAL.

Si bien no es objeto de esta investigación caracterizar la realidad de la industria rural en España, sí podemos apuntar los principales temas de discusión en torno a la temática que se plantean actualmente en la bibliografía.

- *La valoración de la dimensión real de la industria rural actual.*

Como ya analizamos en el capítulo anterior, la realidad que se integra bajo la genérica denominación de mundo rural en España, como en el resto de la Europa, es actualmente una realidad compleja y plural. En los municipios rurales de nuestro país (cerca del 80% de los municipios de España tienen menos de 10.000 habitantes), conviven áreas productivas con trayectorias diversas y empresas con estructuras y estrategias muy heterogéneas, que han generado desde hace dos décadas un debate sobre la verdadera dimensión e importancia de la industria rural en la economía nacional. Aunque se pensaba que con motivo de la migración hacia las ciudades la industria rural se había desmantelado, las estadísticas del Censo de 1991 mostraron que ya en esas fechas era un sector muy importante tanto en términos absolutos (trabajan en él casi tantas personas como trabajan en la agricultura) como en datos relativos. Los municipios con menos de 10.000 habitantes reunían casi el 35% de los establecimientos y el 30% de los empleos industriales (24% en 1980) (García Sanz, 1996).

Y por otro lado, algunas investigaciones han demostrado que frente a los que

consideraban que siguen siendo los centros urbano-industriales los que atraen la mayor parte de las inversiones, se observa un cambio de tendencia. Ya en el período 1981-1992, un 42,9% de las inversiones en nuevas empresas se orientaron hacia municipios de menos de 10.000 habitantes, aunque es cierto que la distribución fue desigual, destacando la concentración en el eje del mediterráneo y en el eje del Ebro, y dentro de estos espacios sobre todo en municipios periurbanos situados en el entorno próximo de las grandes ciudades (Méndez y Razquin, 1997).

Si bien, como ya se ha señalado, no es objeto de esta investigación realizar un análisis exhaustivo de la industria rural en España, la cartografía realizada y cedida por Simón Sánchez Moral en el proceso de elaboración de su tesis doctoral sobre el movimiento industrial a través del tratamiento de los datos del Registro Industrial (fuente estadística con múltiples problemas), cruzando la variable demográfica (municipios de menos de 10.000 habitantes en el Censo de 1991) con las nuevas industrias creadas entre 1981 y 1995, permite extraer algunas características generales importantes y tener una buena panorámica de la distribución espacial de la industria rural en España. Sin embargo, para su interpretación es preciso tener en cuenta previamente los problemas que parten de la visión limitada del espacio rural que supone la aplicación a los municipios del umbral de los 10.000 habitantes (que ya analizamos en el capítulo anterior), y de la acotación temporal al período 1981-1995:

- Por un lado, quedan excluidos aquellos que por su evolución económica e histórica superan esta cifra pero se encuadran de forma más satisfactoria en la categoría de municipios rurales: es el caso de los pueblos grandes (de entre 10.000 y 20.000 habitantes) de la mitad sur del país.
- Por otro lado, no se consideran aquellos municipios que por su función de centros de servicios o cuencas de empleo del medio rural circundante, a pesar de tener volúmenes demográficos más próximos a las pequeñas ciudades se integran en el espacio rural por las características de sus actividades industriales, generalmente especializadas en sectores maduros e industrias tradicionales.
- Y finalmente, se infravaloran los espacios rurales con actividades industriales de larga tradición histórica al no contabilizarse los establecimientos de creación más antigua, mientras que se sobrevaloran aquellos espacios en los que se ha producido un fuerte movimiento industrial y la elevada cifra de nuevas empresas creadas no significa su permanencia en el tiempo.

Una vez hechas estas aclaraciones, las principales conclusiones que se observan en el mapa son las siguientes:

- ➔ En primer lugar, aunque aparentemente el número de municipios rurales con nuevas industrias es muy superior en la mitad norte que en la mitad sur, este hecho enmascara la mala adaptación del umbral de los 10.000 habitantes para el espacio rural de los municipios más meridionales que ya hemos señalado, y por ello debe ser considerado con cuidado.
- ➔ En segundo lugar, el número de establecimientos industriales se concentra

claramente en los municipios rurales de la zona mediterránea, desde Alicante a Barcelona, donde además se concentran los mayores índices de establecimientos creados por municipio.

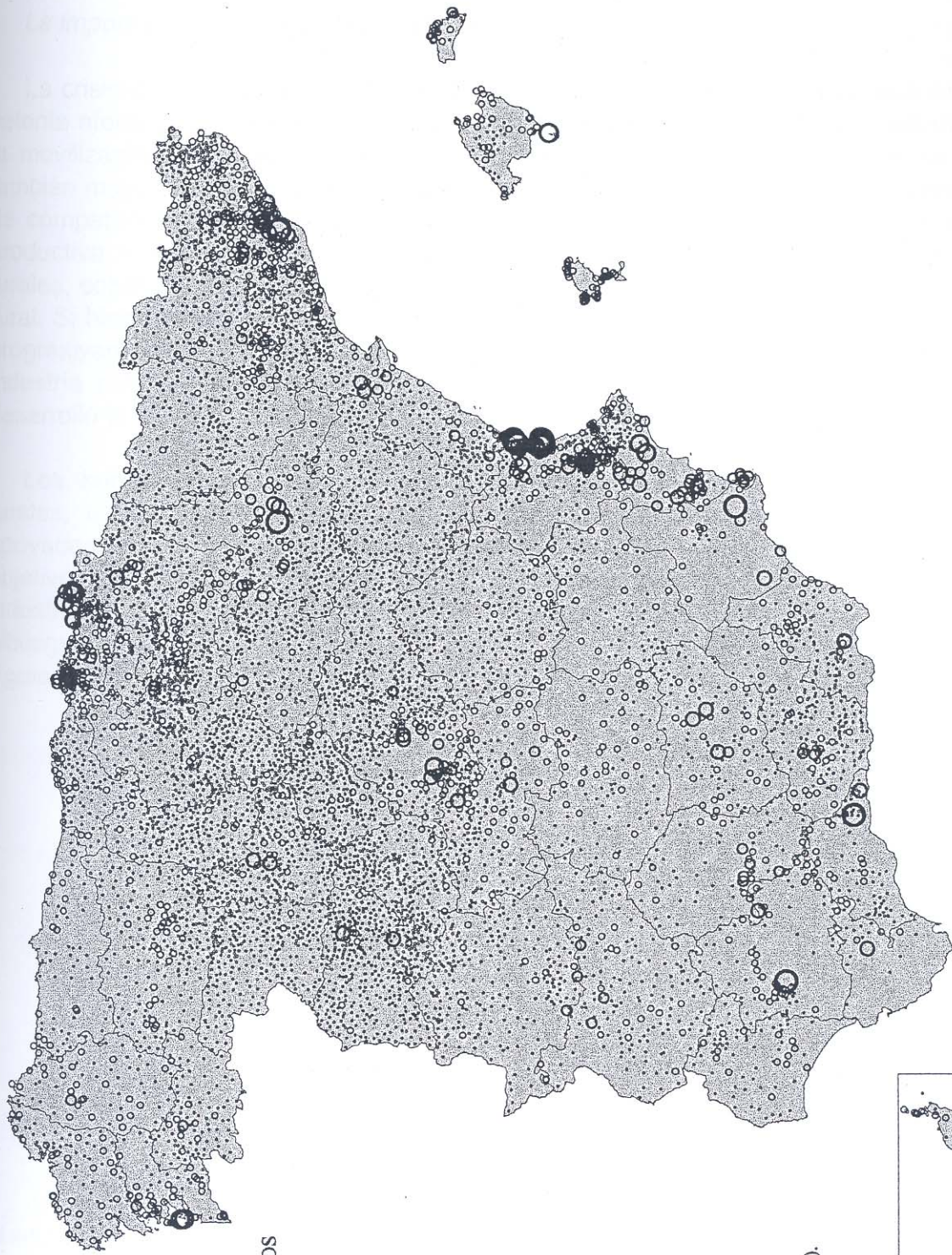
- En tercer lugar, de forma generalizada el número de establecimientos por municipio es muy superior en los espacios perirurbanos de las grandes ciudades, destacando los municipios rurales en torno a las áreas metropolitanas de Valencia, Alicante, Barcelona, Bilbao y Guipúzcoa, y en menor medida de Zaragoza, Madrid, Murcia, Málaga, Sevilla y Pontevedra.
- Y finalmente, se observan diseminados por todas las regiones enclaves municipales o comarcales en los que se concentra un elevado número de nuevos establecimientos.

- *La importancia de la industria en la política de desarrollo rural.*

La crisis del sistema productivo y de los modelos de intervención pública en los años setenta afectó a la orientación del desarrollo rural, desplazando el interés prioritario hacia la movilización y valorización de los recursos endógenos, al tiempo que se concedía también mayor protagonismo a los agentes locales mediante una cierta descentralización de competencias político-administrativas. Y en una situación dominada por una lógica productiva y territorial que generaba oportunidades y riesgos nuevos para las áreas rurales, cobró sentido la necesidad de favorecer la diversificación económica del espacio rural. Si bien en un principio la bibliografía se centró en la emergencia del turismo rural, progresivamente se ha observado en la última década una recuperación del interés por la industria rural como un elemento importante a tener en cuenta en las políticas de desarrollo territorial.

Los buenos resultados evidentes que muestran numerosos espacios industriales rurales, que ganan población e incrementan progresivamente su actividad industrial apoyados en sectores maduros, han despertado un reciente debate que tiene como objetivo intentar buscar las causas del éxito para poder aportar ideas a las políticas industriales y de desarrollo rural. En este sentido, la progresiva proliferación de bibliografía en torno a la industria rural se ha centrado fundamentalmente en los siguientes temas:

- Las ventajas que ofrece el medio rural para la cooperación interempresarial y la difusión de innovaciones.
- La valoración de la influencia externa y la interpretación de las bases del dinamismo apoyado en procesos de desconcentración espacial de la actividad industrial desde los centros urbanos, origen de la precarización de las condiciones laborales en la actividad industrial de gran parte del mundo rural.
- La concentración del dinamismo empresarial en zonas de especialización industrial apoyadas en un saber hacer tradicional endógeno, o en la proliferación empresarial basada en factores industriales locales o exógenos a partir de una coyuntura más reciente, apoyada a su vez en un específico contexto territorial.

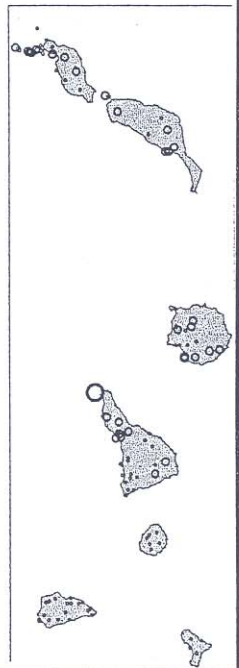


NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

- 1 - 10
- 10 - 50
- 50 - 100
- 100 - 500
- 500 - 1.000
- 1.000 - 5.000



Autor: Simón Sánchez Moral
 Fuente: Registro Industrial (MINER).
 Elaboración propia.



Fuente: Registro Industrial (1981-1995) y Censo de Población (1991). Mapa elaborado por Simón Sánchez Moral (2002) para su tesis doctoral (en proceso de elaboración)
 Mapa 1. Nuevas industrias creadas entre 1981-1995 en municipios rurales (de menos de 10.000 habitantes).

- *Los nuevos espacios industriales dinámicos en el mundo rural actual.*

Finalmente, ante la heterogeneidad y diversidad de procesos y grados de industrialización que se combinan en el mundo rural, es necesario apuntar cuáles son los espacios industriales rurales que muestran mayor dinamismo en el contexto económico actual (Méndez y Mecha, 1999, 2001), en los que se centra el principal debate y la mayor parte de la bibliografía actual sobre la industria rural:

- Los espacios industriales periurbanos.

Las áreas rurales que se encuentran cercanas a las áreas metropolitanas de los grandes centros urbanos son uno de los tipos de espacios industriales rurales más dinámicos hoy en día, debido a que se benefician tanto de la proximidad a los centros de decisión y de servicios, donde existe mano de obra muy cualificada e instituciones de apoyo a la actividad industrial, como de la cercanía a un amplio mercado de consumo y de proveedores. En general suelen predominar los procesos de industrialización recientes y exógenos, que reflejan tanto los procesos de descentralización y difusión de la industria desde los centros urbanos, como los procesos de industrialización espontánea apoyada en la garantía que ofrece un amplio mercado de venta.

- Los sistemas productivos locales.

Un tipo especial de áreas rurales industriales en las que se pueden combinar todos los tipos de procesos de industrialización son los denominados “sistemas productivos locales”, de gran actualidad a partir de los estudios llevados a cabo en la *Tercera Italia* desde finales de los años setenta, debido a que se presentan como espacios emergentes y ganadores dentro del contexto del nuevo modelo económico-espacial (Caravaca, 2001). Son espacios dinámicos en los que destaca la densa red de vínculos entre pequeñas empresas, y que presentan una evidente capacidad para la difusión de las innovaciones.

Desde los años ochenta, en el contexto del nuevo modelo de producción flexible, los SPLs empezaron a tener gran importancia en España como resultado del auge e impulso de las PYMEs y de la progresiva importancia de la globalización económica: búsqueda de flexibilidad y de ventajas comparativas territoriales (saber-hacer, mano de obra barata y/o cualificada, iniciativas de cooperación...), que encontraron en el mundo rural un buen aliado.

En cuanto a su distribución espacial, los estudios realizados a escala nacional (Proyecto EXCEL dirigido por Costa, M.T., 1993; Climent, 1997), perfilados mediante investigaciones regionales y estudios de caso (Alonso y Méndez, coords., 2000) muestran que la mayor concentración de SPLs en España se da en las regiones mediterráneas, seguidas de ambas Castillas (Méndez y Alonso, coords.,

2002), Andalucía y Galicia. Los sistemas productivos locales se analizarán en profundidad como segunda temática del contexto teórico de la tesis doctoral.

- Los medios innovadores.

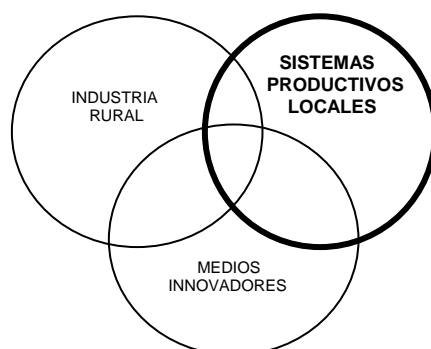
Y en cuanto a este tipo de espacios industriales rurales, no existen todavía estudios globales a escala nacional debido a que el concepto (de origen francés) es todavía muy reciente en España. Se trata de espacios industriales que presentan una gran capacidad de generación y difusión de innovaciones, gracias a la existencia de redes de agentes sociales e institucionales que son el reflejo de un determinado contexto territorial. Uno de los objetivos de esta investigación es precisamente la aplicación de este término a la realidad española, que será analizado como tercera temática del contexto teórico de la tesis doctoral.

La investigación que aquí se presenta se centra precisamente en los dos últimos tipos de espacios industriales dinámicos en el medio rural, de los que se analizan estudios de caso sobre el terreno con el fin de ofrecer aportaciones para la política de desarrollo territorial apoyada en las actividades industriales. Los dos siguientes capítulos analizan estos dos tipos de espacios industriales en general, y centrados en el espacio rural.

CAPÍTULO 3: LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES

“Cuando muchos hombres trabajan en la misma localidad en tareas similares, es evidente que mediante la asociación de unos con otros se forman entre sí. Por utilizar el lenguaje que utilizan los propios trabajadores, la competencia requerida en su trabajo está en el aire y los niños la respiran mientras crecen.”

(J.K. Whitaker: *The early economic writings of Alfred Marshall 1867-1890*, 1975, p. 197)



INTRODUCCIÓN: LOS SPL COMO ESPACIOS EMERGENTES DE LA ESPECIALIZACIÓN FLEXIBLE.

En el contexto de la *segunda ruptura industrial* planteada por Piore y Sabel (1984) y que ya planteamos en la introducción del capítulo anterior, desde el punto de vista territorial los espacios emergentes de la especialización flexible son los denominados sistemas productivos locales, que estos autores definen como “un núcleo de pequeñas empresas más o menos entrelazadas en una compleja red de competencia y cooperación” (p. 380). Es decir, se plantea que los dos factores de éxito que se complementan en estos espacios industriales son la competencia y la cooperación. Pero, ¿cuáles son las características específicas de esta nueva forma de producción?

En primer lugar, el binomio *flexibilidad + especialización*, es decir “la capacidad para remodelar continuamente el proceso productivo reordenando sus componentes” (p. 385), siendo las posibles ordenaciones limitadas cuando las empresas están especializadas y tienen un tamaño que les permite adaptarse rápidamente a los cambios. En segundo lugar, la *entrada limitada*, es decir, la pertenencia a estas organizaciones empresariales está restringida de manera informal: “conseguir un empleo depende de a quién conozcas, lo cual depende, a su vez, de quién seas” (p. 387); y el objetivo de esta barrera es no poner en peligro la reproducción de los recursos de la comunidad. Y la tercera característica de los sistemas de especialización flexible que tienen éxito es el *fomento de la competencia*, pero sólo de aquella que favorece la *innovación permanente*, alejándose de la competencia que únicamente reduce los costes de los factores.

En definitiva, el éxito de la especialización flexible radica en la conciliación de la

competencia y la cooperación, y en la regeneración de los recursos que necesita la colectividad. Para ello, la única solución es “la fusión de la actividad productiva, en el sentido estricto, y la vida, entendida en un sentido más amplio, de la comunidad” (p. 394). Es decir, la especialización flexible funciona violando uno de los supuestos de la economía política clásica: la disociación de la economía y la sociedad. Los mercados y las jerarquías (las dos categorías que dominan la teoría contemporánea y todas las reflexiones en torno a la organización industrial) presuponen que la empresa es una entidad independiente, mientras que en la especialización flexible es difícil saber dónde termina la sociedad y comienza la organización económica. Como señalan Piore y Sabel, la ironía de esta nueva situación es que el uso de la tecnología moderna depende de la revitalización de afiliaciones que están relacionadas con el pasado preindustrial.

Por tanto, el estudio de estos nuevos espacios emergentes de la economía (Caravaca, 2001) conduce a una investigación multidisciplinar en la que es necesario combinar análisis relacionados con la Sociología, la Economía, la Política, la Historia y la Geografía, pasando de lo local a lo global y viceversa, para poder comprender su éxito y poder extraer ideas de cara a las políticas de desarrollo territorial. Los sistemas productivos locales han sido considerados como los nuevos paradigmas de la Geografía Económica y como regiones ganadoras (Benko y Lipietz, 1994), así como un nuevo modelo de desarrollo (Courlet y Pecqueur, 1994), y las respuestas únicamente pueden encontrarse en la investigación sobre el terreno.

El contenido de esta temática se organiza en 6 apartados. En primer lugar se intenta llegar a la definición del concepto de sistema productivo local a través de la indagación sobre el origen del término y mediante la exposición de sus características, para analizar a continuación las precondiciones necesarias para su generación y los diferentes tipos teóricos descritos en la bibliografía. A partir aquí se indaga sobre su importancia en las políticas de desarrollo, y de cara a la investigación empírica se establece una metodología teórica para su análisis sobre el terreno. Finalmente, se realiza una revisión crítica sobre el debate existente en la bibliografía en torno al concepto y su aplicación.

1. ORIGEN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE SISTEMA PRODUCTO LOCAL (SPL).

Un sistema productivo local se puede definir a modo de introducción como una concentración de empresas agrupadas en un espacio próximo, en torno a una o varias actividades industriales en las que están especializadas. Las empresas mantienen relaciones entre sí y con el medio socio-cultural en el que se integran, pero no solamente comerciales formales sino también relaciones informales, que en conjunto generan externalidades positivas para el conjunto de las empresas. Pero hasta llegar a la definición de este concepto existe todo un proceso histórico de evolución del término que tiene su origen en la noción de distrito industrial de Alfred Marshall (*Principios de Economía Política*, 1898).

1.1. El origen del concepto: el distrito industrial marshalliano.

La noción de distrito industrial tiene su origen histórico en el cuestionamiento que

hizo Alfred Marshall a finales del siglo XIX sobre la relación entre “división del trabajo” y “economías de organización”. En esta época A. Marshall, preocupado por la amenaza que suponía la existencia de rendimientos crecientes sobre la perennidad del mercado competitivo, desarrolló la idea de que los rendimientos crecientes no son únicamente el resultado de las economías de escala de la gran empresa, sino que pueden conseguirse también a través de las economías de aglomeración y de organización generadas por el distrito industrial.

Así, según A. Marshall las tres principales ventajas de la aglomeración de empresas son las siguientes:

- En primer lugar favorece la creación de un mercado de trabajo local que satisface no solamente el problema cotidiano de la búsqueda de mano de obra (en beneficio de la empresas, pero también de los trabajadores), sino que además estimula los procesos de aprendizaje y de producción de nuevas competencias, como intenta transmitirnos en la cita que abre el capítulo.
- Proporciona los productos auxiliares especializados, variados y a menores costes, fabricados por las empresas que trabajan en las fases anteriores y posteriores a la fabricación principal, y con las que se mantienen relaciones interempresariales.
- Por último, la aglomeración permite la circulación de la información, así como la creación y difusión de ideas que generan a su vez otras nuevas.

En este contexto, A. Marshall introdujo la noción de “*atmósfera industrial*” como la característica fundamental del distrito, que reposa sobre el saber-hacer de los trabajadores y sobre las relaciones con los clientes, proveedores y empresas subcontratadas, y estimula la creación y difusión de innovaciones. Si bien señala que estas ventajas son el resultado de la historia del territorio, no pueden ocultar los factores externos e internos que amenazan al distrito industrial, entre los que menciona los siguientes: la disminución de los costes de transporte que faciliten la circulación de ideas entre lugares lejanos, las estrategias de las empresas que no sean coherentes con su arraigo territorial, las economías externas que desborden el espacio local o la inercia ligada a la costumbre que frene la capacidad de innovación del distrito.

El concepto de distrito industrial marshalliano fue recuperado en los años setenta y ochenta por economistas y sociólogos italianos de la mano de Becattini (al que siguieron Bagnasco, Brusco, Garofoli, Fua o Triglia), en un intento teórico de aportar una explicación al espectacular desarrollo de la Italia central y del nordeste, conocida como la *Tercera Italia*.

1.2. El distrito industrial italiano.

La renovación del concepto llegó de la mano de sociólogos y economistas regionales italianos, cuyos trabajos empíricos se basaban en las concentraciones de numerosas pequeñas empresas especializadas en las regiones italianas del nordeste y centro, cuyo dinamismo las hacía muy competitivas de cara a la exportación. Estos

primeros estudios insistían sobre las dinámicas endógenas de desarrollo, y sobre las características sociológicas de estas regiones como factor explicativo del dinamismo.

Definiciones de distrito industrial y SPL

El distrito industrial es “una entidad socio-territorial caracterizada por la “co-presencia” activa en un territorio concreto, natural e históricamente determinado, de una comunidad de personas y de un conjunto de empresas industriales [...]. En lo que se refiere a la comunidad de personas, el rasgo más destacado es que presenta un sistema bastante homogéneo de valores que se expresan en términos de ética del trabajo y de la actividad, de la familia, de la reciprocidad, del cambio [...]. Esto constituye uno de los pre-requisitos para la formación de un distrito y es una de las condiciones fundamentales para su reproducción [...]. Esto no significa que existan divergencia de intereses entre los miembros del distrito, o que dichas divergencias no sean percibidas, sino simplemente que son percibidas y definidas de forma similar y en el contexto de un tipo de interés superior de tipo comunitario, interiorizado por la población local en su conjunto”. Y en cuanto al conjunto de empresas, “no es una multiplicidad accidental de firmas. Cada una de las numerosas empresas que forman parte del conjunto tiende a especializarse solamente en una fases o en un pequeño número de fases de los procesos de producción que caracterizan el distrito”.

Becattini, G. (1991): “Il distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico”, en PYKE, BECATTINI y SENGENBERGER (eds.): Distretti industriali e cooperazione fra imprese in Italia, Florencia, Banca Toscana, pp. 52-54).

Un sistema productivo localizado es “una configuración de empresas reagrupadas en un espacio de proximidad en torno a una misma actividad industrial, o incluso a varias ramas industriales. Las empresas mantienen relaciones entre sí y con el medio sociocultural en el que se integran. Dichas relaciones no son solamente comerciales, sino que son también informales y generan externalidades positivas para el conjunto de las empresas”.

Courlet, C. (1994): “Les systèmes productifs localisés. De quoi parle-t-on?”, en COURLET y SOULAGE: Industrie, territoires et politiques publiques, Éditions l'Harmattan, París, pp. 17-18).

Un sistema productivo local “es, por tanto, un territorio, un lugar concreto dotado de ciertas características naturales en el que vive y actúa una comunidad humana que tiene su propia historia; la actuación comunitaria se manifiesta en el terreno económico, lógicamente, en forma de empresas.”

Climet, E. (1997) : “Sistemas productivos locales y distritos industriales: el caso de España”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 24, pp. 91-106.

Cuadro 13. La evolución de la definición de distrito industrial y SPL.

Pero fue fundamentalmente en los primeros escritos de Becattini (1979, 1987) cuando apareció por primera vez el término “distrito industrial”, analizado dentro de la disciplina de Economía Industrial. En época inicial, el distrito industrial era presentado por este autor como una concentración territorial de medianas y pequeñas empresas, centradas en una rama industrial y especializadas en las diferentes fases del proceso productivo, contribuyendo de forma colectiva a una producción específica que se identificaba como el producto industrial del distrito.

Pero, en una segunda época, Becattini (1991) combina las características relevantes de la configuración propiamente económica con las características sobre el funcionamiento social de la colectividad local. Lo relevante ya no será solamente la pertenencia a un conjunto de empresas especializadas, sino la adscripción a un conjunto cultural de valores compartidos por la comunidad local.

A partir de aquí, la noción de distrito industrial evolucionó y se difundió por toda la

bibliografía internacional, surgiendo numerosas definiciones e incluso nuevos términos. Si bien en nuestro país el que más aparece en la bibliografía es el término de sistema productivo local, el concepto integra también otros (de origen francés, sobre todo de la Escuela de Grenoble: Courlet, Pecqueur) como sistema productivo localizado o sistema industrial localizado, pero siempre se debe tener en cuenta que el concepto de distrito industrial es más restrictivo que el de SPL, pues éste último no exige algunas de las precondiciones propias del término original. En el siguiente cuadro se pueden leer algunas de las definiciones más destacadas en la bibliografía de estos términos.

1.3. Características generales de un SPL.

En la amplia bibliografía internacional analizada sobre el tema (que se puede consultar en el bloque temático de la bibliografía que se presenta al final del texto) , las principales características que se atribuyen a los sistemas productivos locales y que sirven para definirlos son las siguientes:

- Concentración de PYMEs en un área de dimensiones restringidas.
- Especialización en alguna rama o sector que facilita una identificación local, siendo más frecuente en actividades donde puede segmentarse el proceso en fases diferenciadas que se realizan de forma separada, así como en productos de elevada elasticidad-renta, ciclo de vida corto y mercados segmentados.
- Intensa división del trabajo interfirmas, generándose densas redes de relaciones tanto materiales como intangibles (difusión de ideas e información, innovaciones incrementales de proceso o producto...).
- Pervivencia y expansión reciente basadas en las economías externas a las empresas e internas al distrito derivadas de la propia concentración espacial y la constitución de un patrimonio de experiencia y cualificación profesional.
- Coexistencia de relaciones de cooperación informal o formal en las fases de fabricación, comercialización o I+D (desde acuerdos temporales, a constitución de grupos de empresas, subcontratación...), con relaciones de competencia en los mercados de insumos y productos, que parecen actuar de forma combinada como estímulo a la innovación.
- Existencia de un mercado de trabajo relativamente flexible y con cierta tradición de iniciativas empresariales.

A partir de estas características generales, podemos analizar cuatro cuestiones fundamentales que los definen:

→ *Un sistema de PYMES especializadas.*

Caracterizado geográficamente por una concentración espacial de numerosas unidades de producción, el SPL está marcado por una fuerte especialización en la medida que se basa en una industria especializada en una rama de actividad o sector determinado (entendido en sentido amplio), un producto o una familia de productos concretos.

Pero un segundo nivel de especialización reside en el hecho de que existe una fuerte división del trabajo entre las unidades que se materializa en una verdadera red de interdependencia, es decir las PYMES del SPL se especializan cada una en una fase particular del proceso de producción o en un producto de forma que se puede hablar de división de las actividades.

Finalmente, se puede señalar que la especialización puede basarse tanto en sectores tradicionales (como en el caso de los famosos distritos industriales de la Tercera Italia, y como sucede en la mayoría de las zonas rurales) como en sectores avanzados (los denominados distritos tecnológicos, situados generalmente en zonas metropolitanas).

➔ *Relaciones reticulares entre empresas: el concepto de red empresarial.*

En los SPL las empresas no se limitan al intercambio de bienes y servicios, sino que buscan en los intercambios de información y de saber-hacer una fuente suplementaria de valor añadido. Por tanto, la organización en red es un componente esencial de la vida de las empresas, que las permite actuar de forma flexible y superar la complejidad sin abandonar su identidad, es decir, conservando en su seno las funciones estratégicas.

En este contexto, es fundamental analizar la variedad de vínculos y relaciones que las PYMES especializadas de un SPL pueden mantener entre sí de forma combinada, y que se pueden agrupar en función de diferentes criterios:

- Relaciones formales/informales:
 - Las relaciones formales son explícitas y obedecen a decisiones que persiguen objetivos estratégicos de las personas u organizaciones.
 - Las relaciones informales son tácitas y espontáneas, y hacen referencia a contactos personales entre empresarios y empresas basados en la confianza mutua.
 - Relaciones comerciales/técnicas:
 - Las transacciones comerciales consisten en el intercambio de bienes y servicios
-

que permiten a los empresarios relacionarse con proveedores y clientes, o con empresas subcontratadas o subcontratistas. Pueden ser a su vez horizontales o verticales.

- Las relaciones técnicas están basadas en el intercambio de información codificada sobre aplicaciones tecnológicas o innovaciones en productos, procesos, organización y mercado; son, en definitiva, lazos profesionales.
- Relaciones personales/sectoriales:
 - Las redes personales de individuos (empresarios) proporcionan información y, eventualmente, recursos que son necesarios para el surgimiento e iniciación de una empresa, aunque también facilitan intercambios de bienes y conocimiento.
 - Las redes de empresas del mismo sector o rama de actividad proporcionan información sobre negocios, asesoramiento técnico, recursos financieros y materiales, permitiendo incluso formar alianzas estratégicas contra empresas y grupos rivales. Suelen materializarse en asociaciones.
- Relaciones de competencia/cooperación:
 - La competencia en el mercado estimula a las empresas a especializarse en productos específicos o a mejorar la calidad introduciendo todo tipo de innovaciones.
 - Las relaciones de cooperación son en sí mismas una forma de innovación social y se establecen por iniciativa de aquellas empresas que ven en la colaboración una ventaja estratégica y una forma de superar la competencia beneficiándose todos los participantes.

Entre todos estos tipos de relaciones se pueden establecer combinaciones, como se intenta reflejar en la siguiente figura, lo que pone de manifiesto la enorme variedad situaciones de relación entre las empresas que integran un SPL.

	Comerciales	Técnicas	
Formales			Competencia
Informales			Cooperación
	Empresariales	Personales	

Cuadro 14. Tipos de relaciones interempresariales.

Y a su vez, la complejidad de estos tipos de relaciones (es decir, cuando no se limitan a relaciones ocasionales sino más o menos frecuentes) conduce al concepto de *red empresarial o industrial*, que como señala Vázquez Barquero (1999, p. 100) tiene un interés especial para el desarrollo local. En las redes industriales o de empresas, las actividades y los recursos tienen un carácter central y entre ellos se producen relaciones de interdependencia en el sentido de que los resultados de cada actividad afectan a las demás actividades de la red. Aunque los cambios en las actividades suelen ser lentos, el aprendizaje sobre sus transformaciones es estratégico, ya que favorece el ajuste y la adaptación dentro de la red. Cuando los actores controlan actividades y recursos de una red, indirectamente ejercen influencia (y, eventualmente poder) sobre los demás actores a través de las interdependencias que existen entre ellos.

La estructura de una red industrial depende del carácter y el sistema de conexiones y relaciones que se establecen entre los actores y las actividades. Los factores técnicos y culturales condicionan la estructura, pero su formación y transformación depende de las interacciones que se producen entre los actores. Así, el sistema de relaciones y conexiones entre actividades y entre empresas se va generando progresivamente, por lo que se puede decir que “las redes son un producto histórico” (p.100). Pero el sistema de relaciones económicas dentro de la red se basa en el conocimiento que unos actores tienen de los otros, en la confianza mutua que existe entre ellos. La confianza es una variable no económica, que aunque difícilmente entra en el cálculo de las empresas, es estratégica en las relaciones económicas. La confianza es necesaria para el funcionamiento normal de la actividad productiva de las empresas y de las actividades de las instituciones en general, pero se convierte en necesaria en los intercambios económicos debido a las restricciones temporales y espaciales. Por ello, 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 empresarios y se fortifican a medida que los lazos entre las empresas perduran en el tiempo y los resultados de la relación fructifican. En ocasiones pueden llegar a jugar un papel estratégico en los negocios, debido al hecho de que siempre son un referente y, frecuentemente, sustituyen a las evaluaciones profesionales para iniciar un negocio o para desarrollarlo. Por último, se puede señalar que la red industrial puede entenderse como una forma de regulación y gobernación del sistema productivo en tanto en cuanto controla y dirige las actividades que la forman a través de las decisiones de los actores que condicionan las actividades productivas.

➔ *La explotación de economías de aglomeración y externalidades positivas.*

La base de la economía del SPL reside en las economías externas de aglomeración, es decir, en la continua evaluación de la ventaja diferencial de los costes de producción y de intercambio entre el interior y el exterior. Las economías de aglomeración son la consecuencia de las intensas relaciones establecidas entre las empresas locales, y su consecuencia es una amplia división del trabajo que permite una especialización cada vez mayor, así como la creación de un sistema de información que garantiza la rápida circulación del saber-hacer y de las innovaciones.

En definitiva, este contexto productivo origina un conjunto de economías externas a cada empresa particular, pero internas al conjunto del sistema, en las que participan y se benefician y todos los que se localizan en su interior (empresas y comunidad local en general), y que integran tanto ventajas comerciales o técnicas como en relación con los recursos humanos, los sistemas de crédito o incluso las actitudes de cooperación o solidaridad.

→ *Una regulación asegurada simultáneamente por el juego combinado del mercado y la reciprocidad.*

Finalmente, uno de los aspectos principales en todos los casos es el juego combinado del mercado (forma de regulación de la oferta y la demanda) y de la reciprocidad (intercambio de servicios y conocimientos de forma gratuita) como mecanismo de regulación local, que interviene en dos niveles fundamentales:

- Por un lado, la información y adquisición de las competencias profesionales está relacionada con la pertenencia a la comunidad. No se nace sabiendo un oficio, sino que se adquiere, y en el SPL la formación de la identidad personal está ligada, por una parte, a la aceptación en un grupo de productores y, por otra, a la adquisición de los conocimientos profesionales.
- Por otro lado, las relaciones entre las empresas están reguladas por el mercado, pero el conocimiento recíproco, el oficio, en ciertos casos el parentesco, permiten crear un buen clima en los negocios. La confianza recíproca, las transferencias rápidas de conocimientos y de información facilitan el funcionamiento del mercado.

Pero además, las características sociales permiten construir relaciones más sistemáticas y estables entre las empresas de tal forma que no se pueden resumir en una simple suma de compra-ventas en el mercado. Por tanto, los SPLs encuentran una nueva fuente en la organización colectiva, fuente de estabilización y de reproducción. Esta combinación entre mercado y reciprocidad da lugar a una práctica, una regulación territorial en la que la identidad está fuertemente marcada, y cuestiona uno de los principios básicos de la economía política clásica: la separación entre la economía y la sociedad, pues ambos aspectos se desarrollan en un mismo medio geográfico (el *milieu*, según la terminología francesa).

Una vez presentado el origen, la definición y las características generales del concepto, inmediatamente surgen cuestiones en torno a su proceso de formación y desarrollo, y a los tipos que pueden existir en la realidad, fuera del concepto teórico.

2. PRECONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE SPL.

La cuestión sobre los factores que pueden justificar la cristalización de estos sistemas productivos de base local en ciertas regiones y su práctica inexistencia en otras,

ha sido muy debatida. La preocupación se relaciona con los denominados *enfoques ecológicos* en Geografía, que intentan identificar y caracterizar los medios propicios al surgimiento de iniciativas y al ejercicio de la función empresarial. A partir de los numerosos trabajos empíricos que se han llevado a cabo, las precondiciones o requisitos que parecen favorecer la formación de sistemas productivos locales se pueden sintetizar en tres grupos (Méndez y Caravaca, 1996):

a. *El contexto socio-cultural.*

Como ya se ha señalado, en la base de la *atmósfera industrial* se encuentra un entorno social y una herencia cultural específicos (lo que el propio Bagnasco identificó como la *construcción social del mercado*), que suponen:

- La presencia de un sistema de valores compartidos por la comunidad local, que actúa como amortiguador de conflictos, somete la defensa de los diversos intereses en juego a ciertas normas y favorece sinergias entre los agentes locales, relacionándose con un cierto grado de cohesión social. La tradición de cooperación favorece mayor propensión al establecimiento de relaciones de colaboración entre las empresas que la existente en áreas donde el individualismo y la competencia son comportamientos dominantes.

- La pervivencia de relaciones familiares y comunitarias densas, que estructuran la sociedad local y sirven de soporte al mantenimiento de vínculos estables entre las propias empresas, justifican una combinación que algunos han considerado paradójica de arcaísmo y modernidad.

- La presencia de agentes locales (empresarios, ayuntamientos, asociaciones de diverso signo...), capaces de impulsar la aparición de iniciativas empresariales (en especial cooperativas, sociedades anónimas laborales, etc.), difundir la innovación, o favorecer la concertación social.

b. *Un contexto económico-espacial.*

Es evidente que la promoción industrial de cualquier territorio exige, como requisito previo e indispensable, la existencia de unos recursos productivos básicos. En tal sentido, la presencia de unos recursos humanos suficientes en cantidad (lo que excluye a las áreas fuertemente despobladas), y con cierta cualificación laboral (que a veces corresponde a un patrimonio de saber hacer heredero de una tradición artesanal), resulta ineludible.

En este caso, el surgimiento de iniciativas empresariales de carácter endógeno se ve favorecido allí donde existe una tradición laboral de autonomía y una estructura

económica que combinó tradicionalmente actividades diversas (agrarias, comerciales, artesanales...), favorecedoras de una cierta acumulación de capital, a las que pueden sumarse en ocasiones inversiones externas atraídas por algún tipo de ventajas comparativas.

c. *Un contexto territorial.*

Frente a su escasa presencia en lo que suele calificarse como espacio *rural profundo*, los sistemas productivos locales suelen nacer y prosperar sobre todo allí donde existe un tejido territorial denso, pueblos grandes o ciudades pequeñas y medias (capitales comarcales), capaces de asegurar la provisión de servicios básicos a las empresas, así como la existencia de equipamientos e infraestructuras suficientes en cantidad y calidad para hacer posible un funcionamiento eficaz. En los casos de espacios rurales de escasa complejidad funcional, suelen localizarse en zonas periurbanas o satisfactoriamente comunicadas con los centros de servicios, o bien en municipios rurales organizados en torno a una cabecera comarcal. En definitiva se establece una creciente relación entre las características y dinamismo de las redes empresariales y las de la red territorial que las sustenta.

3. TIPOLOGÍAS DE SPL.

En la abundante bibliografía existente sobre sistemas productivos locales existen numerosas clasificaciones debido a que son tipologías dinámicas, es decir, que si bien se recogen posibles situaciones estáticas teóricas en la evolución de la concentración de la actividad y las relaciones interempresariales, o bien específicas de un determinado espacio, en la práctica siempre existe en todos los casos un movimiento o desplazamiento de unos tipos a otros. A continuación hemos recogido algunas de las tipificaciones más mencionadas en la bibliografía consultada, si bien parece ser la de Garofoli la más aceptada y difundida.

- La tipología más sencilla y general quizás sea la de Pecqueur (1992), que distingue dos grandes tipos de SPL:
 - Los *sistemas de industrialización difusa*: son los que se desarrollan en las áreas rurales que poseen una cierta densidad de población, suelen especializarse en sectores tradicionales, y se basan en un saber-hacer local y en una cooperación de tipo familiar.
 - Los *sistemas incubadores*: se desarrollan en el medio urbano, se especializan en sectores avanzados, se suelen instalar en zonas de reconversión con el objetivo de desarrollar nuevas producciones y en ellos la solidaridad profesional prima sobre la familiar.

- La tipología de Garofoli.

Si bien gran parte de la bibliografía reciente ha generalizado el uso del término “sistema productivo local” para identificar conjuntamente todos los tipos de organización industrial semejantes en algún aspecto al modelo clásico del distrito industrial marshalliano, con objeto de evitar la confusión derivada de la generalización abusiva del término algunos autores han propuesto una tipificación de situaciones, entre las que destaca la realizada por Garofoli.

Tomando como base el estudio empírico que le permitió identificar más de 200 áreas de especialización productiva con predominio de pequeñas empresas en un total de ocho países europeos (los del Benelux, más Alemania, Dinamarca, Francia, Reino Unido e Irlanda), a las que habría que sumar otras 80 existentes en Italia, que más tarde profundizó en otros estudios (Garofoli, G., 1986 y 1994), diferencia tres tipos de situaciones:

1. *Áreas de especialización productiva.*

Formadas por PYMES pertenecientes en su mayoría a una determinada rama industrial en función de ciertos recursos o tradiciones locales, pero que no mantienen apenas interrelaciones, limitándose a compartir el mismo territorio y a competir en los mismos mercados.

Suelen ser de formación reciente, surgidas como consecuencia de procesos de desconcentración industrial, y representan el grado más incipiente de organización entre los considerados, siendo dominantes en espacios de rasgos periféricos muy acusados, con una fuerte dependencia exterior.

2. *Sistemas productivos locales (propia mente dichos).*

Definidos como áreas monoproductoras donde las empresas mantienen interrelaciones de sentido horizontal, sobre todo de subcontratación, combinando de forma aún incipiente competencia y colaboración, en redes progresivamente densas y con un mayor protagonismo de las instituciones locales en la generación de iniciativas de promoción y desarrollo. Son sistemas que ya han alcanzado un cierto grado de madurez.

3. *Áreas sistema.*

Las tres temáticas del contexto teórico: los sistemas productivos locales

Suponen el grado máximo de complejidad, madurez y solidez, al acentuarse la división del trabajo interfirmas, al tiempo que se diversifica la gama de actividades y productos, aumentando la densidad de los flujos intra e intersectoriales, la presencia de servicios de apoyo a la producción e, incluso, de una industria de bienes de equipo que abastece a las que fabrican los bienes finales característicos del área, lo que reduce al mínimo la dependencia externa, si bien esto no implica en ningún caso una evolución autónoma, al margen de los procesos que rigen hoy la economía global. Este tipo es el que más se aproxima al concepto original de distrito industrial de Marshall.

Las características comparadas de estos tres tipos de sistemas productivos locales se presentan en el siguiente cuadro, organizadas en torno a 7 aspectos fundamentales: la estructura de la producción (monoespecializada/diversificada), el grado de integración productiva (horizontal/vertical, intrasectorial/intersectorial), el origen de los empresarios (endógeno/exógeno), la historia industrial (tradicional/reciente), los factores de localización empresarial, el tipo de desarrollo que genera, y finalmente la intensidad de las relaciones entre el sistema productivo y la comunidad social local.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	Área de especialización productiva	Sistema productivo local	Área sistema
<i>Estructura de la producción</i>	Monoespecializada	Monoespecializada	Diversificada
<i>Grado de integración productiva</i>	Empresas que compitan con débil interdependencia	Integración infrasectorial (horizontal)	Integración intra e inter-sectorial (horizontal/vertical)
<i>Origen de los empresarios</i>	Exógeno (descentralización productiva)	Endógeno/exógeno	Endógeno
<i>Historia</i>	Formación reciente	Tradición	Tradición
<i>Factores de localización</i>	Flexibilidad Bajo coste de la mano de obra	Flexibilidad Bajo coste de la mano de obra Profesionalidad	Profesionalidad Sistema de relaciones interempresariales
<i>Tipo de desarrollo</i>	Extensivo (crecimiento del empleo)	Extensivo (crecimiento del empleo)	Intensivo (reducción del empleo, innovación automatización, tecnológica)

Las tres temáticas del contexto teórico: los sistemas productivos locales

<i>Relaciones entre el sistema productivo y la formación social local</i>	Débiles	Fuertes	Muy fuertes

Fuente: Garofoli (1983), tomado de Courlet (2001, p. 35).

Cuadro 15. Tipos de SPL según Garofoli.

- Maillat y Kebir (1998, p. 16) realizan una tipificación diferente de las posibles situaciones, basándose en dos criterios: la existencia o no de relaciones de intercambio entre las empresas del área, y la estructura de las relaciones (verticales u horizontales).

En función de estos dos criterios distinguen cuatro casos, si bien señalan que no se excluyen mutuamente y que la tipología no es ni muchos menos estática, pudiéndose encontrar en la realidad situaciones de transición.

- *Caso 1: Organización horizontal y ausencia de relaciones de intercambio en el área.*

El sistema está formado por empresas que actúan de forma independiente sin relaciones entre ellas: no existen relaciones interempresariales. Generalmente se trata del caso de regiones en las que junto a las PYMES locales, grandes empresas fordistas han implantado sucursales siguiendo una lógica puramente funcional, es decir, siguiendo criterios tradicionales de localización: coste de la mano de obra, acceso a las infraestructuras, a las materias primas, a las redes de transporte, etc. Así, las sucursales dependen de una jerarquía externa al medio para cualquier decisión ligada al desarrollo o a la innovación. Este tipo de dependencia y la ausencia de relaciones de intercambio no favorecen la emergencia de un proceso de interacción e impiden el desarrollo de los recursos específicos del territorio, de los que no es más que un soporte pasivo.

- *Caso 2: Organización vertical y ausencia de relaciones de intercambio en la zona.*

Este es el caso de la gran empresa situada en una zona determinada, cuyas funciones (producción, distribución, marketing, etc.) están completamente internalizadas: todo es producido por la propia empresa, desde la concepción al embalaje. Así, dicha empresa no mantiene prácticamente ninguna relación importante con las demás empresas presentes en el área, por lo que se puede decir que la empresa se impone al territorio, llegando incluso a crear todo aquello que necesita como un centro de formación o de investigación. Como consecuencia, el desarrollo de la zona está ligado a la suerte de la empresa, y

cuando ésta tiene dificultades puede optar por deslocalizarse.

- *Caso 3: Organización vertical y presencia de relaciones de intercambio en el área.*

Este es el caso de una gran empresa, más o menos integrada, que mantiene relaciones de intercambio con otros actores de la zona (proveedores, clientes, subcontratistas, centros de investigación, centros de formación), e incluso algunas de las actividades de la empresa son externalizadas a otras empresas independientes de la zona. Los efectos de este tipo de organización en términos de aprendizaje dependen de la naturales de las relaciones entabladas entre la gran empresa y sus socios, es decir, de la existencia o no del efecto milieu. Se pueden dar dos situaciones diferentes:

- La empresa y sus socios cooperan entre sí, existiendo complementariedad, intercambio de conocimientos, de saber hacer y de tecnología. Los socios no dependen únicamente de la gran empresa y establecen interdependencias entre sí, por lo que se puede decir que se encuentra territorializada y representa un importante potencial de desarrollo de la región ya que participa en la renovación de los recursos específicos del territorio.
- La empresa mantiene relaciones de intercambio con socios dependientes a través de un proceso de subcontratación. Los intercambios son estrictamente comerciales, sin producirse transferencia de conocimientos o tecnología a las empresas subcontratadas, las cuales no tienen ningún otro socio.

- *Caso 4: Organización horizontal y presencia de relaciones de intercambio en la zona.*

El sistema está integrado por numerosas pequeñas empresas independientes y especializadas en el mismo sector y, a menudo, en una fase del proceso de producción. Las interacciones entre los diversos actores son la regla, existiendo mecanismos de cooperación/competencia para garantizar la coordinación del sistema. Como consecuencia, el contexto es muy favorable para la emergencia de procesos de aprendizaje, y se caracteriza por la flexibilidad del conjunto. Este es el caso que representa a los denominados distritos industriales.

RELACIONES ENTRE EMPRESAS	Ausencia de relaciones de intercambio en la zona	Existencia de relaciones de intercambio en el área
ESTRUCTURA DE LAS RELACIONES		

Las tres temáticas del contexto teórico: los sistemas productivos locales

Organización horizontal	Caso 1	Caso 4
Organización vertical	Caso 2	Caso 3

Fuente: Maillat y Kebir, 1998, p. 16

Cuadro 16. Tipos de SPL según Maillat y Kebir.

- Finalmente, podemos mostrar la tipología de SPL establecida por Courlet (2001, p. 30), que distingue cuatro tipos de configuraciones de empresas:
 - El distrito industrial de PYMES especializado en sectores tradicionales.
 - El parque tecnológico, generalmente urbano y especializado en sectores avanzados.
 - El sistema de PYMES en emergencia, de formación reciente.
 - El sistemas de PYMES organizadas en torno a una gran empresa, que mantiene relaciones de subcontratación.

De todas las tipologías presentadas, la que mayor difusión ha tenido en la bibliografía internacional ha sido la de Garofoli por ser la que mejor integra y diferencia todas las posibles situaciones que existen. Sin embargo, en función de los objetivos de la investigación podrá ser interesante utilizar unas u otras tipologías. Así:

- ➔ Cuando se quiera diferenciar entre SPL localizados en áreas rurales y en el medio urbano, será de mayor utilidad de sencilla tipología de Pecqueur.
- ➔ Cuando sea interesante distinguir entre tipos de relaciones interempresariales (horizontales o verticales, locales o regionales), será más adecuada la tipología de Maillat y Kebir.
- ➔ Y finalmente, cuando se quieran comparar SPL muy heterogéneos (rurales/urbanos, especializados en sectores maduros/avanzados, endógenos o exógenos, o bien formados únicamente por PYMES o en torno a una gran empresa), utilizaremos la tipología establecida por Courlet.

Los casos analizados en la investigación empírica de la tesis que aquí se presenta serán integrados en cada una de las tipologías teóricas presentadas, con el fin de poder tipificar las situaciones en las que se encuentran. No obstante, la tipología más adecuada

en nuestra investigación es la de Garofoli, pues es la que mejor diferencia los tipos de SPL que pueden aparecer en un mismo tipo de espacio (en nuestro caso el espacio rural), y que están especializados en sectores maduros, cuyas diferencias fundamentales se basan en el grado de integración productiva y de dinamismo.

4. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE SPL.

Una vez dibujado el contexto teórico del concepto, la principal dificultad que se presenta es la búsqueda de una metodología adecuada que permita una buena selección de espacios y la obtención de información cualitativa que permita identificar el grado de complejidad del SPL. Así como sobre la teorización en torno al término existe una amplia bibliografía, sobre el diseño de metodologías adecuadas de análisis es muy escasa (Courlet, 2001), lo que obliga a cada investigador a diseñar su método propio de trabajo. La consecuencia es la falta de homogeneidad entre las investigaciones llevadas a cabo, que impide la comparación eficaz de estudios de casos e imposibilita la elaboración de una cartografía fiel a la realidad de SPL a escala nacional.

4.1. Los criterios de identificación estadística de la especialización sectorial.

El problema inicial consiste en identificar zonas productivas de PYMES especializadas en una o varias actividades complementarias. En primer lugar, será necesario llevar a cabo un análisis mediante la utilización de datos estadísticos lo más desagregados posible a nivel territorial.

En la bibliografía consultada sobre la aproximación estadística para identificar sistemas productivos locales se han encontrado múltiples metodologías posibles entre las que podemos destacar por su sencillez y facilidad de aplicación las propuestas por Courlet y Pecqueur (1992, p. 83), y por Lainé (2001, p. 65). Pero más interesante que exponerlas de forma detallada, es plantear el conjunto de criterios principales que se plantean en la mayoría de propuestas, y que deben superar de forma combinada o simultánea los espacios analizados para que se pueda hablar de la existencia de un sistema productivo local como concentración espacial y sectorial de establecimientos. Si bien parece existir una cierta convergencia sobre el tipo de criterios que siempre se deben tener en cuenta, los umbrales estadísticos pueden variar en función de la diferente estructura industrial de cada país, región o territorio, y por tanto lo más eficaz es diseñar metodologías adaptadas a cada zona de estudio.

Así, los principales criterios estadísticos de identificación de SPL que se deben tener en cuenta son los siguientes:

- El *número de establecimientos*: los umbrales varían entre al menos 5-10 establecimientos dedicados a la misma actividad, la mayoría de ellos con al menos 5-10 trabajadores asalariados.

- El *empleo total*: que la rama de actividad sobrepase al menos el 10% del empleo existente en el territorio analizado, o bien que haya al menos 100-200 empleos asalariados en total en la misma actividad.
- La *densidad de empleos dedicados a la misma actividad* en la zona de empleo en relación con el volumen del sector a escala nacional: los criterios varían desde considerar que debe ser al menos el doble de la media nacional (referida tanto al conjunto de establecimientos dedicados al mismo sector, como al de empresas de 5-10 trabajadores), hasta limitarse a menos del 5% en relación al volumen nacional del sector.
- La *especialización* en términos de establecimientos dedicados a la misma actividad: en general se considera que no debe ser inferior a la media nacional, o bien el índice de especialización (número de establecimientos dedicados a la actividad en el conjunto de establecimientos industriales de la zona de empleo, en relación con la media nacional) no inferior a 1.

4.2. Una metodología cualitativa de análisis para analizar el origen y las características de los vínculos entre las empresas.

Una vez realizado el análisis estadístico, que suele encontrar serios problemas de fuentes (escasa desagregación, falta de fiabilidad, actualización,...), el estudio deberá ser completado mediante una investigación cualitativa exhaustiva como la que presentaremos más adelante en el capítulo dedicado a la metodología (encuestas empresariales y entrevistas a agentes), que lleve a poder explicar cuatro aspectos fundamentales:

- ➔ El origen de la concentración geográfica-industrial original.
- ➔ La construcción histórica del medio empresarial.
- ➔ Las condiciones socio-económicas de su formación y permanencia.
- ➔ El tipo y grado de complejidad de las relaciones en el sistema empresarial.

El análisis de estos cuatro elementos lleva tanto a estudiar la historia de la concentración geográfica de población y actividad productiva en cada medio, como a indagar sobre las precondiciones de la emergencia del SPL, siempre con el objetivo de aportar ideas para la tipificación de las posibles situaciones o de la posible evolución de este tipo de espacios industriales.

4.3. La representación de las relaciones interempresariales.

Y finalmente, una vez delimitados los espacios y recogida toda la información posible a través de técnicas cualitativas de investigación, el siguiente paso es la representación gráfica del flujo de relaciones (horizontales y/verticales) que se establecen entre las empresas con el fin de poder realizar comparaciones entre casos.

El modelo considerado más adecuado y el más utilizado en la bibliografía consultada para representar la estructura de las relaciones interempresariales son los diagramas de flujos que integran las diferentes fases del proceso productivo, desde la provisión de materias primas y productos semielaborados hasta la provisión de servicios de post-producción a las empresas, pasando por las empresas fabricantes y auxiliares. En función del predominio del tipo de relaciones, verticales u horizontales, los dos tipos básicos de diagramas de flujos son los siguientes:

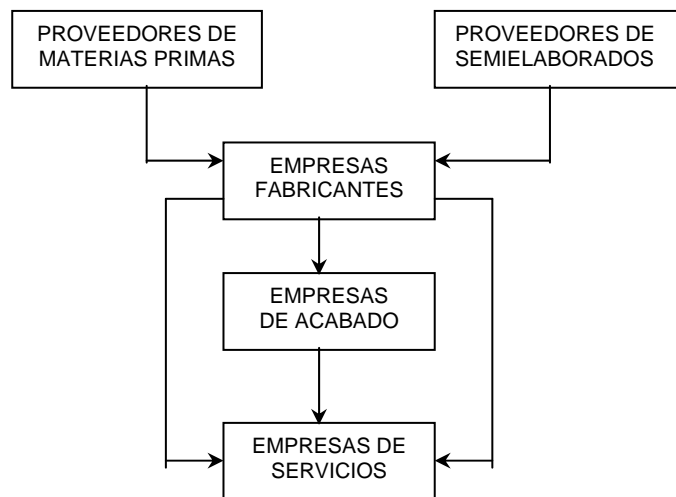


Diagrama 1. Relaciones interempresariales verticales en un SPL

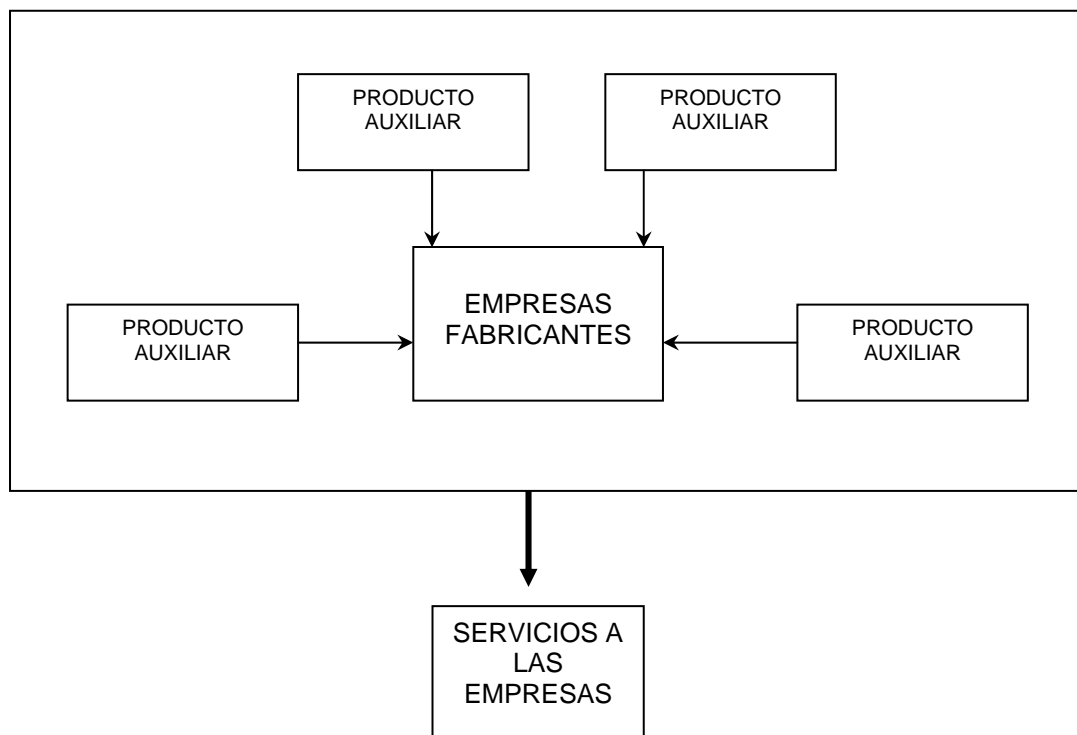


Diagrama 2. Relaciones interempresariales horizontales en un SPL.

4.4. Los intentos de cartografiar el mapa de SPL a escala internacional y nacional.

Una vez planteada las principales fases de análisis de los sistemas productivos locales, podemos mencionar para terminar este apartado sobre metodología diferentes intentos relevantes de identificación y análisis de este tipo de espacios industriales en distintas escalas territoriales y países.

- En cuanto a los intentos de dibujar a escala internacional el mapa de los SPL, es imprescindible destacar el estudio llevado a cabo por Garofoli (1986 y 1994) sobre varios países de Europa Occidental. Este autor realizó un análisis empírico que le permitió identificar y cartografiar más de 200 áreas de especialización productiva con predominio de pequeñas empresas en un total de ocho países europeos (Benelux, Alemania, Dinamarca, Francia, Reino Unido e Irlanda), a las que sumó otras 80 existentes en Italia, que más tarde analizó en otros estudios.
- En cuanto a los estudios de escala nacional llevados a cabo en países extranjeros, destacan los realizados en Francia por su exhaustividad y actualidad política. En un congreso mundial celebrado en París en el año 2001 específicamente sobre este tipo de espacios industriales, se presentó un mapa detallado a escala nacional, que si bien recoge los SPL financiados por el Estado, ofrece una buena panorámica de su densidad y distribución espacial y sectorial.
- Y en cuanto a la bibliografía consultada sobre los SPL en nuestro país, como característica general se puede señalar que abundan los estudios de caso realizados con metodologías muy diversas y difícilmente comparables en bastantes ocasiones, mientras que escasean los análisis de carácter más amplio a escala nacional, capaces de sistematizar tendencias generales. Entre los estudios de este último tipo destacan casi exclusivamente el Proyecto EXCEL (dirigido en 1992 por Costa Campí), y la recopilación de estudios de caso llevada a cabo por Climent (1997), repetidamente mencionados como únicos intentos de cartografía a escala nacional de los SPL existentes en España.

En cuanto al estudio realizado en 1992 sobre los SPL en España, se identificaron un total de 143, al sumar a los más de 80 ejemplos recogidos en un estudio anterior sobre industrialización endógena (Santacana *et alia*, 1987), toda una serie de núcleos pertenecientes a las principales áreas metropolitanas que parecían responder al modelo teórico. A partir de aquí la investigación se centró sobre 23 zonas, en las que se llevó a cabo una encuesta a 234 empresas industriales, aplicando para ello “un criterio de selección de carácter opinático, configurado a partir del conocimiento privilegiado que los expertos elegidos tienen de cada zona” (Costa, 1992, p. 27), lo que plantea algunas incertidumbres sobre la precisión del mapa y las conclusiones obtenidas.

Y en cuanto al trabajo realizado por Climent (1997) a partir de la bibliografía existente sobre estudios de caso, se puede señalar que si bien presenta una gran utilidad como inventario a escala nacional de todas las investigaciones empíricas sobre este tipo de espacios industriales llevadas a cabo hasta entonces en nuestro país, su interpretación como intento de cartografía nacional de SPL debe ser limitado ya que no todos los casos recogidos se corresponden exactamente con SPL en sentido estricto, como sucede precisamente con el estudio de la Mesa de Ocaña en el que participé (Gil Quindós *et al.*, 1994), y además de trata de investigaciones llevadas a cabo con metodologías muy diferentes.

5. DEBATES ACTUALES Y REVISIÓN CRÍTICA EN TORNO A LOS SPL EN ESPAÑA.

Como ya hemos señalado, el concepto de sistema productivo local es un modelo teórico nacido a partir de los escritos de Alfred Marshall y recuperado a partir de la experiencia de la Tercera Italia, de la que se nos habla casi ya desde hace veinte años. Pero a partir de los principios iniciales, progresivamente se ha ido generalizando el uso del concepto para describir e interpretar formas de organización industrial de territorios muy diferentes, y esa difusión conceptual unida a su indudable éxito ha llevado al uso abusivo del término al haber sido aplicado (tanto en nuestro país como en otros países europeos) a zonas de dimensiones muy variables (desde regiones, comarcas, municipios rurales, áreas metropolitanas e incluso barrios urbanos), que a veces resultan poco compatibles con los supuestos originales.

Por otro lado, “la tendencia a agrupar procesos y áreas muy diversos en una categoría y luego tratarla como un símbolo de la nueva era de acumulación” (Amin y Robins, 1991, p. 183) plantea dudas razonables sobre su verdadera importancia. En este contexto, la insuficiencia y falta de fiabilidad de las estadísticas industriales como fuente de información para su análisis, hace necesario acudir a técnicas cualitativas de investigación (encuestas, entrevistas y trabajo de campo) para poder comprobar la existencia efectiva de fenómenos como las redes, los procesos innovadores o las características del contexto sociocultural (Méndez y Caravaca, 1996).

Pero independientemente del uso más o menos amplio que se haya hecho del concepto, parece interesante reflexionar en torno a las cuestiones que más controversia crean entre los investigadores sobre esta temática (Sánchez Hernández, 1999):

- La escala y dimensión del fenómeno.

Debido a la diversidad de criterios utilizados para su identificación, no resulta sencillo establecer la magnitud y difusión del fenómeno a escala nacional, y los escasos estudios globales existentes que hemos analizado llegan a conclusiones variables. Mientras que en Italia la teoría se apoyó en el análisis de la realidad empírica, en el caso de España la metodología ha sido inversa y se han buscado insistentemente ejemplos que respalden las formulaciones teóricas llegando a desvirtuar el concepto original al modificar las escalas de análisis (desde barrios a regiones enteras). La

consecuencia ha sido una gran confusión en torno a la verdadera dimensión del fenómeno, que intenta subsanarse progresivamente en el ámbito de la disciplina geográfica de la mano de las progresivas investigaciones llevadas a cabo por el Grupo de Geografía Industrial de la AGE (Asociación de Geógrafos Españoles) (Alonso y Méndez, coords., 2000).

- La especialización productiva.

Si limitamos la aplicación del concepto a los espacios no metropolitanos donde se observa una concentración especializada de PYMES que prácticamente monopolizan la industria local o comarcal (y que ha demostrado cierta capacidad competitiva en los últimos años), observaremos que en nuestro país se produce un predominio casi absoluto de ramas industriales maduras o tradicionales, mientras que en distritos de áreas de California, Suiza o Francia se dan casos de especializaciones en industrias más complejas y mayor valor añadido. Sin embargo, existe un cierto debate en torno a la posible relación entre el nivel de desarrollo nacional/regional y el de los sistemas productivos locales de cada país o región.

- Los mercados de trabajo.

Las principales características del mercado de trabajo de los SPL que se ajustan a los esquemas teóricos son la flexibilidad, la polivalencia, la cualificación, la iniciativa empresarial y la baja conflictividad, y esta es una de las cuestiones que más desacuerdos suscitan en nuestro país debido a la precariedad de la mano de obra (bajos salarios, prolongación de la jornada laboral, limitada cotización a la Seguridad Social,...) de muchos de los territorios considerados como distritos industriales, lo que llevó a Castillo (1994) a hablar de *detritos industriales*.

En el texto pionero sobre la especialización flexible de Piore y Sabel (1984, traducción de 1990), se señala que “los límites de la empresa para explotar al trabajo son importantes no sólo para que la competencia fomente la innovación, sino también para mantener la cohesión organizativa que exige la flexibilidad. Si no se impidiera hacer recaer los costes del reajuste en los grupos más débiles (los trabajadores del nivel más bajo), se vería amenazado el sentido de la comunidad de los trabajadores y los patronos; y, en ese caso, sería improbable la colaboración vital entre los diferentes niveles de la jerarquía oficial” (p. 389).

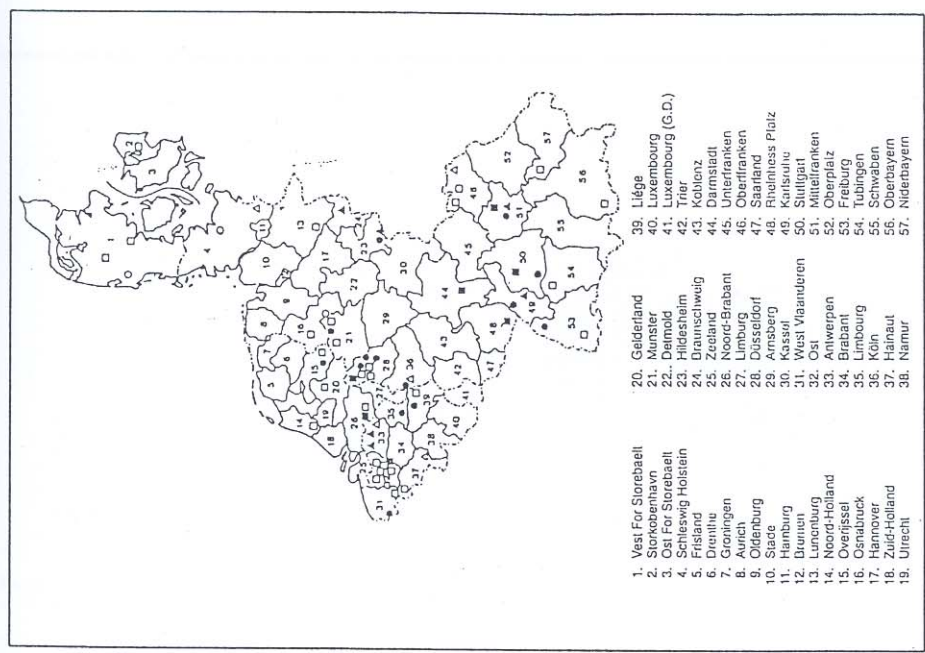
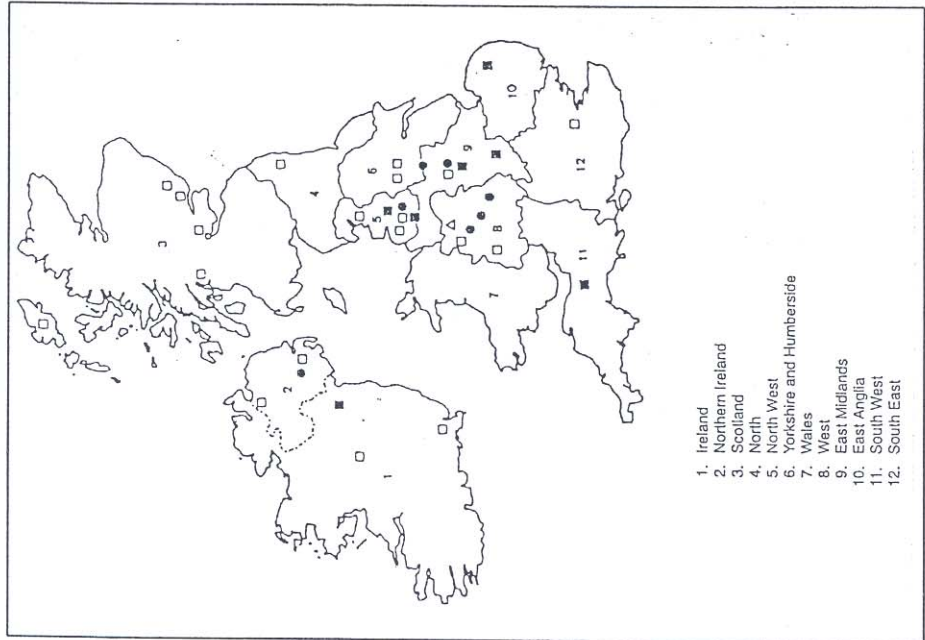
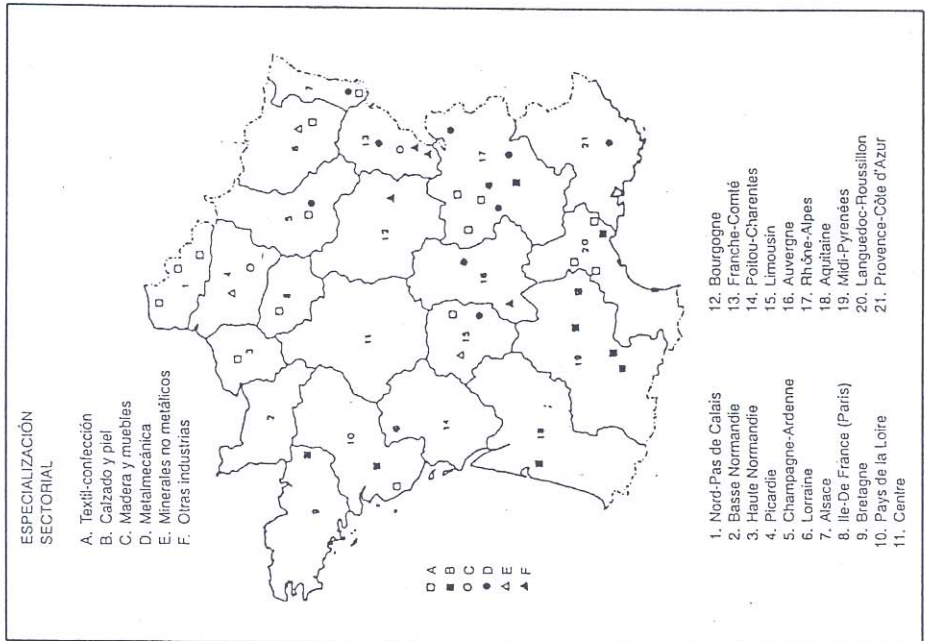
- La organización entre la cooperación y la competencia.

La escasa tradición histórica de cooperación interempresarial en nuestro país frente a casos como el italiano, casi limitada a las relaciones de subcontratación, merma uno de los pilares teóricos básicos de los distritos industriales y de ahí quizás la generalización del uso del término menos estricto de SPL. Sin embargo, a pesar de que todavía son abundantes los casos de empresas que mantienen celosamente su independencia y compiten solas, sin asociarse con otras empresas, las nuevas estrategias empresariales impulsadas por la globalización están dando la razón a aquellos que consideraban los SPL como espacios emergentes y confiaban en su crecimiento y proliferación en nuestro país.

- El desarrollo regional.

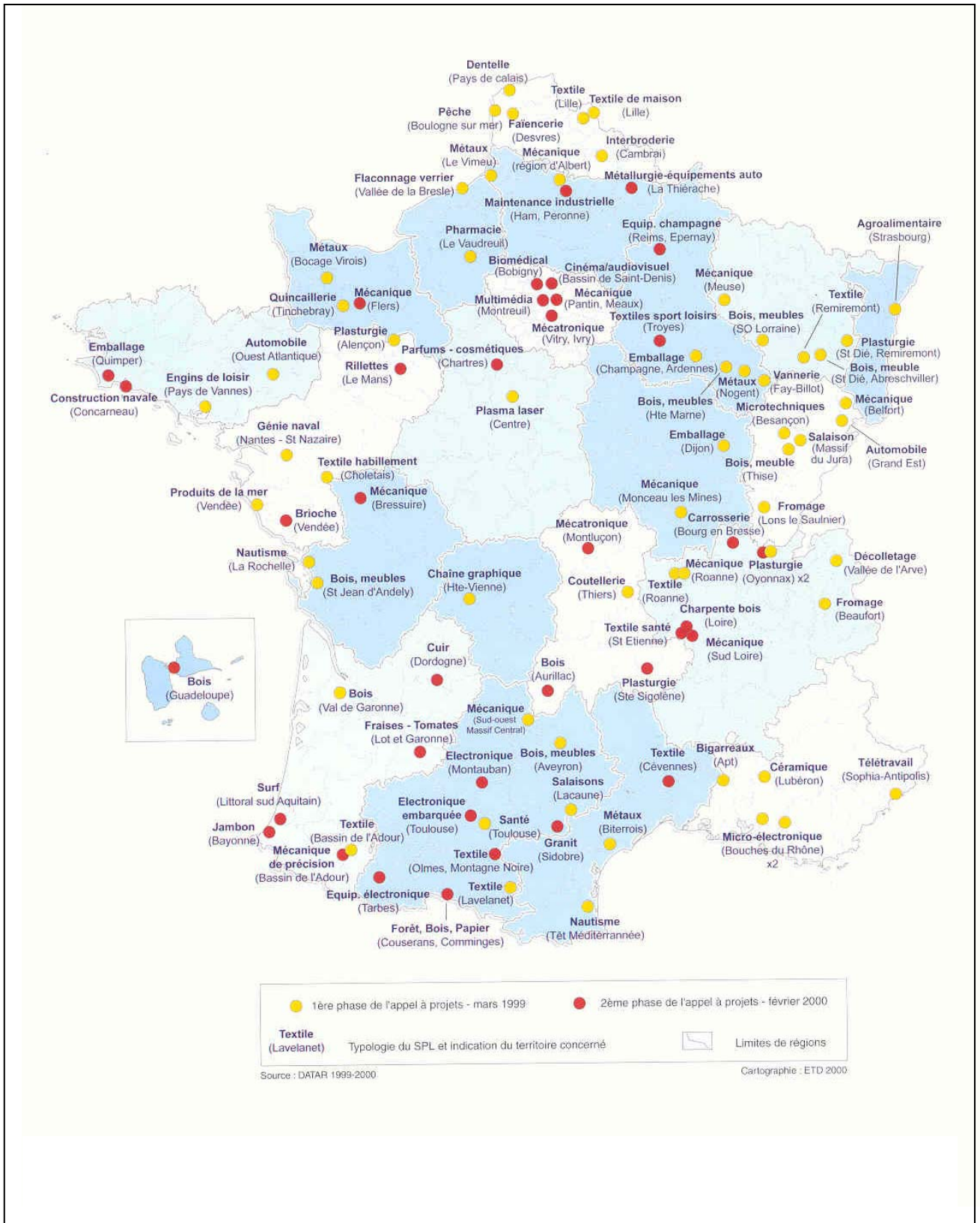
A pesar del éxito de algunos casos, las dudas suscitadas ya hace bastante tiempo en torno a la dimensión y escala del fenómeno a nivel nacional (según algunos cálculos como los realizados por el ITUR en 1987 representaban apenas el 10% del empleo industrial español), se mantienen todavía hoy y hacen difícil sostener con seguridad que se puedan convertir en un nuevo paradigma territorial de organización espacial del sistema productivo (frente al paradigma funcional apoyado en la división centro-periferia). Según algunos autores, los SPL se sitúan en los intersticios de la red de polos dominantes que configuran la denominada *economía de archipiélago* (Veltz, 1996), y en los que se toman las grandes decisiones y se definen las tendencias de la oferta y la demanda a las que deberán adaptarse las empresas de los distritos para sobrevivir. No obstante, la correspondencia de zonas organizadas en SPL con espacios ganadores en numerosas regiones, abre la puerta a la posibilidad de considerar su promoción como una de las tendencias actuales de desarrollo regional basadas en la actividad industrial.

En definitiva, las discrepancias e incluso contradicciones que se observan en las diferentes interpretaciones realizadas reclaman la necesidad de continuar investigando sobre esta temática no solamente desde la Geografía Industrial, sino desde un amplio abanico multidisciplinar en el que podemos destacar la Sociología, la Historia, la Economía y la Política Industriales. Y precisamente en este contexto se quiere inscribir la presente investigación.



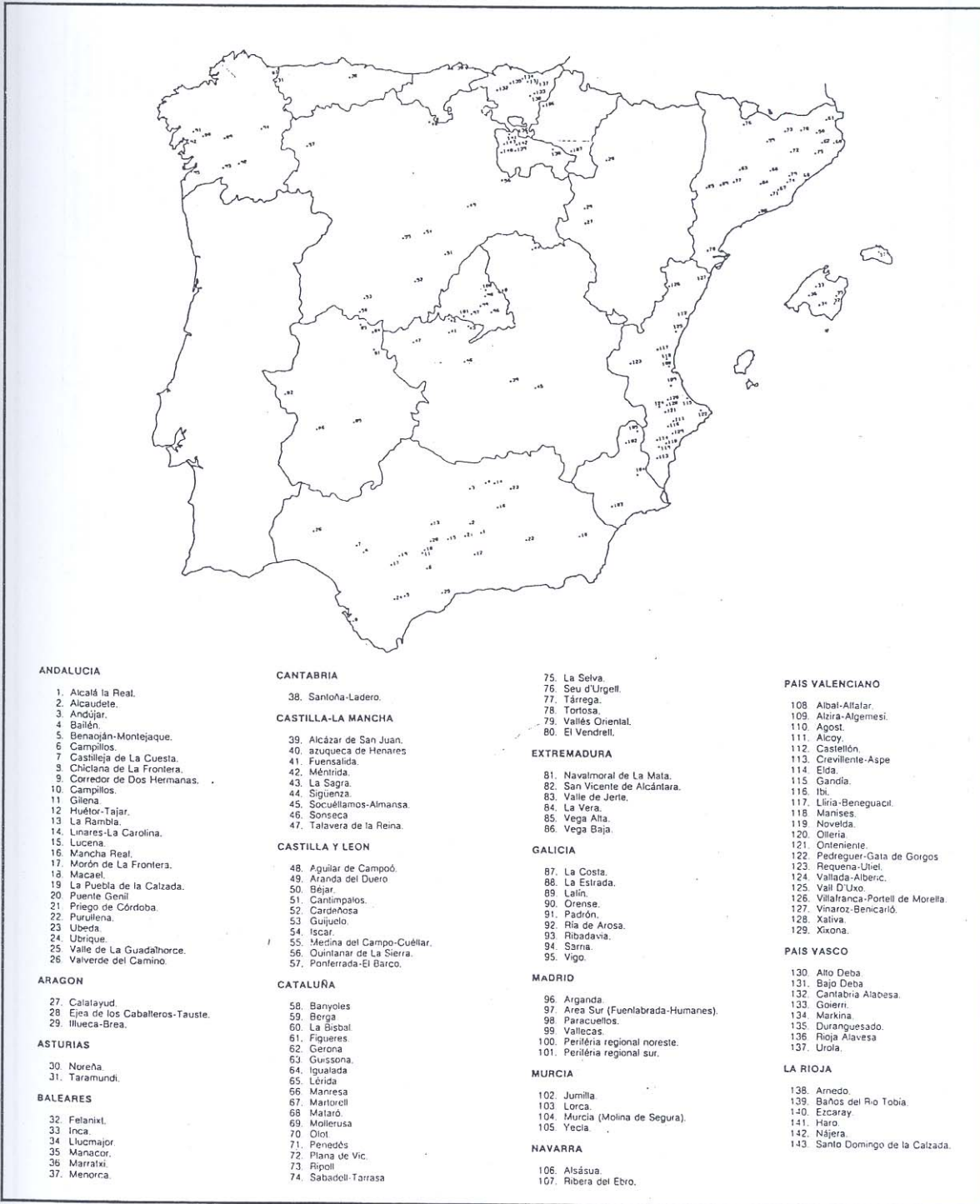
Fuente: Garofoli (1986), tomado de Méndez y Caravaca (1996), p. 212-214.

Mapa 2. Los SPL en Europa.



Fuente: DATAR, listado de proyectos 2000.

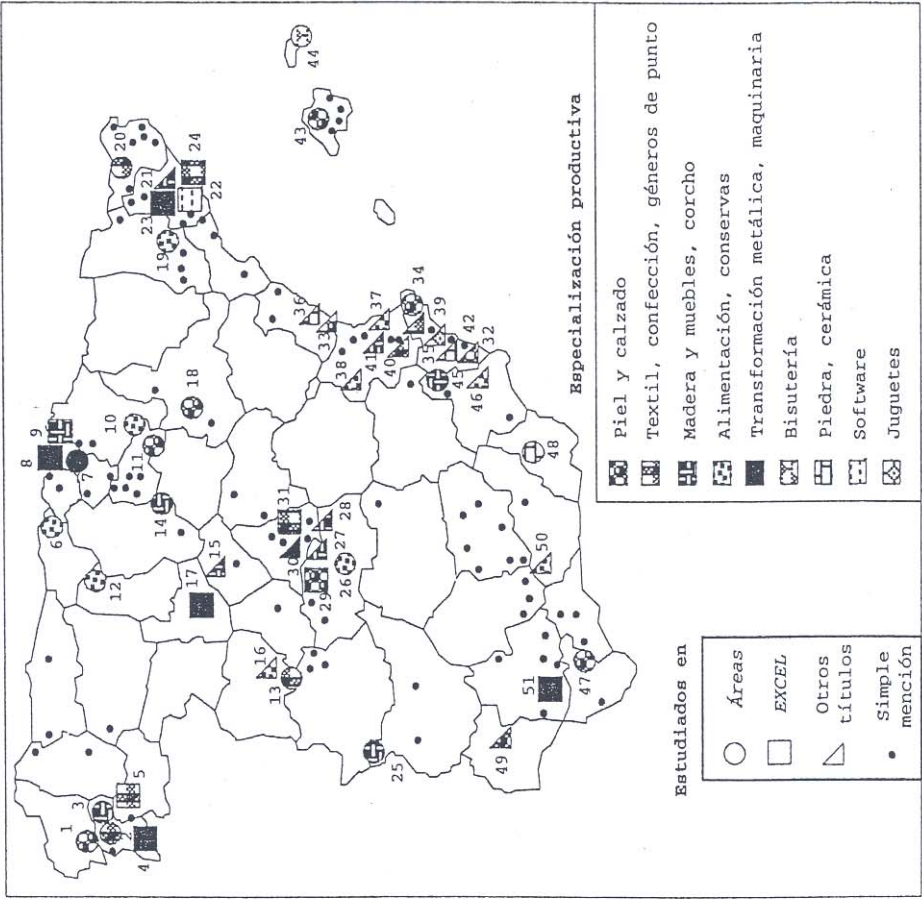
Mapa 3. Los SPL en Francia



Fuente: Costa Campí, 1992, p. 35.

Mapa 4. SPL en España (I).

Comunidad Autónoma	Nº mapa	Nombre	Especialización productiva	Publicaciones de consulta
Galicia	1	Padrón	Piel, madera y muebles	Áreas
	2	Lalín	Textil	Áreas
	3	La Estrada	Madera y muebles	Áreas
	4	Vigo	Componentes navales	EXCEL
	5	Orense	Confección	EXCEL
Cantabria	6	Santona	Alimentación	Áreas
	7	Alto Deva	Transformación metálica	Áreas
País Vasco	8	Bajo Deva	Máquina-herramienta	EXCEL
	9	Urola	Muebles	EXCEL
	10	Ribera del Ebro	Alimentación	Áreas
La Rioja	11	Arnedo	Calzado	Áreas
	12	Aguilar	Alimentación	Áreas
Castilla y León	13	Béjar	Textil	Áreas - EXCEL
	14	Quintanar	Madera y muebles	Áreas
	15	Cuellar	Muebles	AGE 88
	16	Gujuelo	Alimentación	Alonso - EXCEL
	17	Iscar	Carpintería metálica	EXCEL
	18	Illueca - Brea	Calzado	Áreas
Aragón	19	Guissona	Alimentación	Áreas
	20	Olot	Textil	Áreas
	21	Vallés Oriental	Muebles, plásticos	Costa
	22	Sabadell	Software	EXCEL
	23	Manresa	Maquinaria	EXCEL
24	Manaró	Géneros de punto	EXCEL	
Extremadura	25	San Vicente	Corcho	Áreas
	26	Sonseca	Alimentación, textil	Áreas
Castilla La Mancha	27	La Sagra	Muebles	AGE 88
	28	Ocaña	Muebles	GI
	29	Fuensalida	Calzado	EXCEL - Méndez
Madrid	30	Fuenlabrada	Maquinaria, muebles	Ceada - EXCEL
	31	Vallcas	Confección	EXCEL
Valencia	32	Valls Vinatero	Calzado	Ybarrá - EXCEL
	33	Vall de Utiel	Calzado	Ybarrá - EXCEL
	34	Gota de Gorgos	Piel	Ybarrá - EXCEL
	35	Ibi	Juguetes	Ybarrá - EXCEL
	36	Onda-Alcora	Cerámica	Ybarrá - EXCEL
	37	Alcains-Gandía	Alimentación	Ybarrá
	38	Requena-Utiel	Alimentación	Ybarrá
	39	Alicoy	Textil	Ybarrá - EXCEL
	40	Oninyent	Muebles	Ybarrá - AGE 88
	41	Alberic	Muebles	Ybarrá
	42	Novelda	Piedra natural	Ybarrá
	Islas Baleares	43	Inca	Calzado
44		Mahón	Bisutería	Áreas - EXCEL
Murcia	45	Yecla	Muebles, calzado	Áreas
	46	Molina	Conservas	AGE 88 - EXCEL
Andalucía	47	Utrique	Piel	Áreas - EXCEL
	48	Maracena	Calzado	Áreas - EXCEL
	49	Válor	Alimentación	AGE 90
	50	Huétor-Tájar	Componentes aeronáuticos	Menor
	51	Dos Hermanas	Componentes aeronáuticos	EXCEL



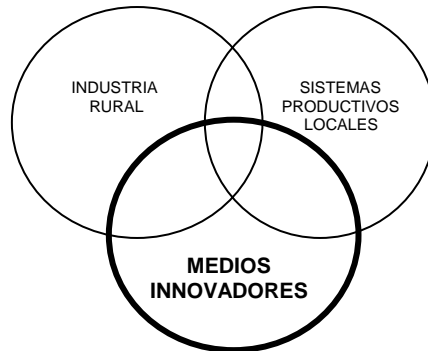
Fuente: Climent, 1997, pp. 92-93

Mapa 5. SPL en España (II).

CAPÍTULO 4: LOS MEDIOS INNOVADORES

“La empresa no es un agente de innovación aislado, sino que es el medio del que forma parte el que la hace actuar. La historia de los territorios, su organización, sus comportamientos colectivos y los acuerdos en los que se apoyan son las principales componentes de la innovación”.

(Aydalot, Ph.: *Milieux Innovateurs en Europe*, 1986, p. 11.)



INTRODUCCIÓN: EL TERRITORIO COMO PROTAGONISTA DE LA INNOVACIÓN.

Una de las novedades en la Geografía Industrial de la última década ha sido el desarrollo del enfoque ecológico, interesado en comprender las condiciones locales (socioeconómicas, culturales, institucionales, ambientales) que propician el dinamismo industrial de ciertos territorios, así como las relaciones entre las empresas que comparten ese espacio y con su entorno. En la línea de este enfoque se sitúan los trabajos realizados sobre la Geografía de la Proximidad. Y paralelamente a esta perspectiva ecológica hay que destacar el enfoque centrado en la Geografía de la Innovación, que analiza la concentración territorial de los procesos y tipos de innovación. La convergencia de ambos enfoques en la Geografía Industrial, el enfoque ecológico y el de la innovación, ha desembocado en el análisis de lo que se denomina medios innovadores, como espacios ganadores en la nueva lógica económica de la globalización.

La emergencia de esta temática de investigación en los últimos años se debe a tres aspectos. En primer lugar, porque recoge e integra temáticas de investigación anteriores, de los años 80, como son las de los distritos industriales y sistemas productivos locales y la de los espacios ganadores, todo en el contexto de la descentralización o reestructuración productiva y la especialización flexible o fragmentada. En segundo lugar, porque la perspectiva del medio innovador es capaz de integrar líneas de investigación generalmente disociadas dentro de la geografía, rompiendo mediante un enfoque transversal la rígida división sectorial heredada (actividades primarias, secundarias, terciarias) que cada vez resulta más desbordada en la realidad, convirtiéndose en un obstáculo desde el punto de vista teórico y metodológico. Y en tercer lugar, porque la reciente temática de investigación reúne a diferentes investigadores en torno al territorio: geógrafos, economistas y sociólogos fundamentalmente, cuyo diálogo permitirá comprender mejor las capacidades de adaptación de las sociedades a los cambios. Por

tanto, se ha presentado como una temática de investigación fructífera, tanto para la política de desarrollo local como para el desarrollo de investigaciones multidisciplinares. La creciente bibliografía que esta nueva temática de investigación ha generado hasta el momento se ha centrado en una serie de ideas fundamentales:

- ➔ El protagonismo del territorio como factor clave en la generación de ventajas competitivas.
- ➔ La importancia del entorno social y cultural (y no sólo económico) en los procesos de innovación y desarrollo local, considerando la innovación como una actividad colectiva.
- ➔ La construcción de una sociedad, una economía y un espacio de redes en el nuevo marco del capitalismo global y la era de la información, que también revaloriza el sentido del lugar como espacio de identidad individual y colectiva, así como lugar de acción donde se construyen los territorios y se da respuesta a los procesos globalizadores.
- ➔ La posibilidad de impulsar el crecimiento y la generación de empleo a partir de PYMES especializadas organizadas en red (SPLs), y de sectores maduros.

La organización del contenido de este capítulo se estructura de forma muy parecida al anterior. En primer lugar se intenta llegar a la definición del concepto a través de la indagación sobre el origen del término y mediante la exposición de sus características, para analizar a continuación las precondiciones necesarias para su generación y los diferentes tipos descritos en la bibliografía. A partir aquí, se indaga sobre los conceptos de innovación, cooperación y redes de innovación en el mundo empresarial, lo que nos conduce a la búsqueda de una metodología específica de análisis sobre el terreno. Finalmente, se realiza un repaso del debate teórico que se ha generado en nuestro país en torno este concepto emergente de escasa aplicación hasta el momento.

1. ORIGEN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE MEDIO INNOVADOR (MI).

El origen del concepto de medio innovador es más reciente que el de sistema productivo local, y tiene su punto de referencia en Francia.

1.1. El origen francés del término: el GREMI.

El punto de partida de esta temática de investigación suele considerarse la obra del economista francés Philippe Aydalot titulada “Medios Innovadores en Europa” (1986), y de su continuidad se ha encargado el grupo de investigación conocido como GREMI (Groupe de Recherche Européen pour les Milieux Innovateurs), en el que participan investigadores de Francia, Italia, España y Estados Unidos fundamentalmente. La labor de reflexión teórica e investigación empírica del Grupo se ha materializado en una serie de rondas sucesivas dedicadas a temas monográficos, que han dado origen a numerosas publicaciones (las analizadas se pueden consultar en la bibliografía temática que aparece al final del texto).

En la introducción de la obra mencionada que dio a conocer esta temática de investigación, Aydalot señala que la relación entre la innovación y el espacio se puede analizar desde tres puntos de vista (p. 10):

- Partiendo de la *empresa innovadora* y su localización.
- Centrándose en las *innovaciones en sí mismas* y su impacto en el desarrollo regional.
- Analizando los *medios locales* en los que surgen y se difunden las innovaciones.

A partir de este planteamiento inicial, el GREMI decidió desde un principio acoger el tercer punto de vista, centrando sus investigaciones en las condiciones externas a la empresa que son necesarias para la adopción de innovaciones, y partiendo de la idea de que las innovaciones y las empresas innovadoras no pre-existen en los medios innovadores, sino que los propios medios se pueden comportar como semilleros o incubadoras de innovaciones y de empresas innovadoras. Desde esta concepción, las sucesivas campañas de investigación del GREMI (II,III,IV y V) se han centrado en tres enfoques fundamentales:

- Un enfoque de las transacciones, que considera al MI como un contexto espacial que permite reducir las incertidumbres y los costes de transacción.
- Un enfoque organizativo que interpreta el MI como una forma de organización que permite estructura mejor las estrategias de las empresas.
- Un enfoque cognitivo que presenta el MI como una fuente de aprendizaje y de saber-hacer.

Todos estos enfoques se basan en el concepto geográfico francés de “milieu”, que precisa un análisis detallado puesto que va más allá de la simple traducción del término por medio.

1.2. El concepto de “milieu”

Según la definición del GREMI, el *milieu* está constituido por "un conjunto de relaciones en una zona geográfica, que agrupan en un todo coherente un sistema de producción, una cultura técnica y unos actores. El espíritu de empresa, las prácticas de organización, los comportamientos empresariales, la manera de emplear las técnicas, de aprehender el mercado y el saber hacer son a la vez partes integrantes y partes constitutivas del *milieu*" (Maillat, Quévit, Senn, 1993, p.4). Así, el *milieu* reposa sobre un sistema relacional de tipo cooperación/competencia de los actores locales.

Por tanto, un *milieu* implica un espacio geográfico que no tiene fronteras a priori, que no corresponde a una región dada, pero que presenta una cierta unidad y una cierta homogeneidad que se traducen en comportamientos identificables y específicos y en una

cultura técnica. Y en este espacio encontramos:

- un *conjunto de actores* (empresas, instituciones de investigación y de formación, poderes públicos locales, asociaciones empresariales o sectoriales, etc.) con una relativa independencia a la hora de tomar decisiones y una cierta autonomía para la formulación de elecciones estratégicas; y
- un *conjunto de recursos* materiales (empresas, infraestructuras), inmateriales (un saber hacer) e institucionales (diversas formas de poderes públicos locales o de organizaciones con competencias para tomar decisiones).

Y mediante la combinación de estos elementos, el medio favorece dos tipos de lógicas:

- una *lógica de interacción*: los actores deben mantener relaciones de interdependencia, que les permitan aprovechar mejor los recursos existentes;
- una *lógica de aprendizaje*, es decir, una capacidad de los actores, alcanzada a lo largo del tiempo (dimensión histórica), para modificar su comportamiento en función de las transformaciones de su entorno.

Estas lógicas de interacción y de aprendizaje conducen a:

- la formación de un *saber hacer*, que permita el control del proceso de producción y la creación de nuevos productos y nuevas técnicas;
- el desarrollo de *normas de comportamiento* entre los actores, la búsqueda de un equilibrio entre cooperación y competencia, con el fin de construir un espacio de trabajo común;
- el conocimiento y la capacidad de identificar, gracias a la *interacción*, los *recursos específicos* de los diferentes actores, así como los del *milieu*;
- la relación que los actores del *milieu* mantienen con el *entorno externo*: el *milieu* no está aislado, sino que se sitúa en un contexto técnico y de mercado que es internacional y evolutivo.

Por tanto, como señala Castells, "lo que define la especificidad de un medio de innovación es su capacidad para generar sinergia, esto es, el valor añadido que no resulta del efecto acumulativo de los elementos presentes en él, sino de su interacción" (Castells, 1997, p.423). Las externalidades positivas acumuladas conducen a rendimientos crecientes. Pero más allá de las externalidades que provienen de una cultura industrial común, de la interacción y de la movilidad de los individuos en el mercado de trabajo, de la facilidad de los contactos personales y de la transmisión de las informaciones, el *milieu* se caracteriza además por relaciones de cooperación directas entre los actores locales (privados, públicos y colectivos). Dichas relaciones de cooperación, que intervienen en un espacio geográfico determinado, se efectúan generalmente bajo la forma de redes. Así, el *milieu*, al caracterizarse por fenómenos de tipo "convención", es decir, debido a que se

rige por un sistema de relaciones recíprocas sobre las competencias y los comportamientos esperados, puede dar lugar a una organización de tipo reticular.

Los factores explicativos de la eficacia de los medios innovadores siempre se basan en las denominadas “*economías de proximidad*” que genera el *milieu* y que suponen (Camagni, 1995, p. 201):

- ➔ la reducción de los costes de producción gracias a la existencia de externalidades, infraestructuras y servicios dirigidos a los sectores en los que se especializa;
- ➔ la reducción de los costes de transacción gracias a la mejor circulación de la información;
- ➔ la mejora de la capacidad de innovación gracias a los procesos de aprendizaje colectivo, cooperación interempresarial y socialización de los riesgos; y finalmente
- ➔ la idea que el propio medio dirige al contexto externo como certificado de calidad.

1.3. Características generales de un medio de innovación.

Partiendo del concepto de *milieu*, los entornos o medios de innovación se componen de una serie de elementos interrelacionados de forma sistémica, pero que pueden ser analizados de forma autónoma, por representar otras tantas dimensiones de esa realidad:

- Un *substrato territorial* de ámbito local, aunque con límites muchas veces no coincidentes con las divisiones administrativas, que mantiene ciertos rasgos de homogeneidad interna y se comporta como espacio de vida y trabajo (cuenca de empleo) para la mayoría de sus residentes, que comparten una historia común, un cierto sentido de pertenencia y una red de relaciones tejida en el tiempo.
 - Un conjunto de *actores* (empresas, instituciones públicas, sindicatos y asociaciones, centros educativos y de investigación...) con capacidad de decisión, que se identifican con ese espacio.
 - Una serie de *recursos* materiales (establecimientos industriales y de servicios, infraestructuras técnicas, patrimonio urbano...) e inmateriales (saber hacer, herencia cultural...), que son comunes y que se intentan identificar y poner en valor.
 - Una *lógica de interacción*, por la que se establecen relaciones entre los actores y existe cierta capacidad/hábito de llegar a acuerdos, lo que permite alcanzar las llamadas *economías de convención*.
-

- Una *lógica de aprendizaje*, o capacidad de los actores para modificar su comportamiento a lo largo del tiempo con objeto de adaptarlo de forma flexible a los cambios del entorno, así como una trayectoria tecnológica común, que favorece la difusión rápida de conocimientos, junto a unas normas de actuación aceptadas colectivamente.

El territorio es resultado de un proceso surgido de las estrategias de los actores y de fenómenos de aprendizaje colectivo, y adquiere un protagonismo activo en tanto puede contribuir a configurar un entorno empresarial competitivo. Las características de ciertos espacios, construidos históricamente, generan un potencial de innovación que será o no utilizado por las empresas según su capacidad y estrategias, pero que no existe en otros muchos lugares.

El punto de partida es la constatación de que las empresas con capacidad para generar y/o incorporar innovaciones que afectan a sus procesos, sus productos o su organización tienden a concentrarse en ciertos espacios, a los que se define como medios de innovación. Se trata de ámbitos en donde la dinámica de aprendizaje, es decir, la capacidad de incorporar soluciones nuevas, y un alto nivel de interacción, convergen, bien sea de forma espontánea o con el apoyo público, dando origen a una trayectoria tecnológica determinada, que tiene un carácter acumulativo en el tiempo. El componente esencial de ese tipo de espacio es la presencia de redes de innovación de carácter sistémico, y fruto de esa interacción mutua se generan sinergias positivas que fomentan la creatividad de los diferentes participantes. Junto a las redes formales coexisten redes informales que tienen una enorme importancia en el intercambio de información entre las empresas y el logro de una cierta flexibilidad, exigiendo como requisitos previos una proximidad y confianza mutuas que sólo se producen en ámbitos concretos.

2. PRECONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE MEDIOS INNOVADORES.

La razón por la que algunos territorios evolucionan hasta convertirse en medios innovadores, mientras que otros lo hacen en otras direcciones completamente diferentes lleva a preguntarse sobre cuáles son las condiciones básicas de partida. Las investigaciones empíricas llevadas a cabo parecen indicar que en principio un medio innovador surge de la combinación de dos tipos de factores:

- Una serie de *precondiciones territoriales* favorables (económicas, sociales, culturales, históricas, laborales...) que propician el surgimiento y la rápida difusión de las innovaciones, unidas a una situación de cierta proximidad espacial entre las empresas potencialmente innovadoras, y de éstas con las instituciones locales favorables a la innovación.
- Un conjunto de *agentes locales* capaces de dinamizar esas precondiciones favorables, que establecen entre sí relaciones sociales formales o informales que

refuerzan el sentido de pertenencia al lugar, y cuyo objetivo es el desarrollo económico, la defensa de los valores culturales e históricos o el reforzamiento de las señas de identidad locales, favoreciendo para ello la puesta en marcha de proyectos en común.

La combinación de estos dos elementos crea un caldo de cultivo en el que los ingredientes son la acumulación de un saber hacer derivado de una cierta tradición artesanal o de recursos humanos con alto nivel de formación, la existencia de centros de investigación y desarrollo tecnológico, o de servicios avanzados, el capital de riesgo, la experiencia de trabajo en común, etc. Una vez iniciado el proceso innovador, la *proximidad espacial* entre las empresas y de éstas con las instituciones locales favorables a la innovación, genera externalidades positivas que a su vez refuerzan el proceso al surgir las ventajas de la aglomeración espacial.

Esta interpretación sobre las razones que impulsan la formación de medios innovadores supone identificar algunos de los principales obstáculos que impiden su aparición en la mayor parte de los territorios, especialmente en regiones deprimidas consideradas como de Objetivo 1 dentro de la Unión Europea:

- En primer lugar habrá que considerar sus características estructurales, en especial la debilidad de su tejido empresarial (escasez de recursos técnicos y de capital, dependencia externa...), la insuficiente e inadecuada formación de los recursos humanos, la falta de identidad cultural y de articulación del tejido social, etc.
- En segundo lugar, habrá que considerar también la escasez o inexistencia de agentes locales con voluntad y/o capacidad para dinamizar el entorno, generar recursos y promover la propia innovación.

Estas consideraciones llevan a plantear las dificultades de adaptar este tipo de estudios sobre la innovación a regiones periféricas, pero en realidad el problema enlaza con la idea de que existen diferentes tipos de medios innovadores en función de su origen, grado de intensidad de las relaciones o capacidad innovadora.

3. TIPOS DE MEDIOS INNOVADORES.

Si se consideran como criterios de identificación de los medios de innovación la capacidad innovadora y de adaptación (o dinámica de aprendizaje) y el grado de interacción entre los diferentes actores implicados en la actividad industrial (apoyado en la proximidad espacial y traducido en la capacidad de cooperación para innovar), donde se maximizan estos fenómenos pueden aparecer dos tipos de espacios industriales claramente distintos que la bibliografía ha integrado en el mismo concepto de medio innovador, pero que es fundamental distinguir para evitar confusiones en torno a esta temática. Sus diferencias radican en los tipos predominantes de innovación, en los sectores industriales de especialización y en las características de las redes de empresas y agentes en las que se apoyan:

- *Tecnópolis y parques tecnológicos planificados.*

Se trata de espacios industriales planificados, ya sea públicos o privados, en los que se instalan empresas de sectores de alta tecnología, y en los que los tipos de innovación y de redes predominantes son los tecnológicos y científicos. Los principales factores de localización que llevan a las empresas a instalarse en este tipo de espacios son la existencia de instalaciones y equipamientos de calidad, la buena accesibilidad y el prestigio. Y en cuanto a su funcionamiento interno, se caracterizan porque las empresas integrante actúan de forma autónoma, mostrando escasa vinculación con el territorio o entorno próximo, por lo que en definitiva el espacio se utiliza como simple plataforma para el desarrollo de las actividades de la empresa. Este tipo de medios innovadores suele crearse en el medio urbano o en áreas metropolitanas, y son de formación reciente.

- *Distritos industriales espontáneos.*

Se caracterizan fundamentalmente por el alto grado de relación (medido en tiempo o tradición, y en intensidad) entre sus empresas y con el territorio, por estar dedicados a sectores maduros o tradicionales y por basarse en una competencia en costes que a veces genera una elevada precariedad laboral (bajos salarios y economía informal). Pero el rasgo principal que lleva a que se consideren medios innovadores es la capacidad que presentan para la generación y difusión de innovaciones, tanto desde el punto de vista tecnológico como social, apoyados en un contexto territorial de relaciones sociales, económicas y políticas entre empresas y agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial. Es tipo de medios innovadores suele generarse de forma espontánea en espacios rurales, y si bien pueden existir casos recientes, en general su formación es fruto de un amplio proceso de industrialización en el tiempo.

En la presente investigación los tipos de MI que nos interesan son los del segundo tipo pues son los que suelen aparece en el medio rural, y es precisamente en este tipo de espacios donde se produce la intersección entre las temáticas de investigación en torno a la industria rural, los sistemas productivos locales y los medios innovadores: las redes de empresas se combinan con las redes de agentes sociales e institucionales creándose un medio propicio para la innovación. A su vez, dentro de este tipo de medios industriales innovadores se puede diferenciar una gradación o jerarquía desde los incipientes o embrionarios a los más consolidados, en función del grado de densidad y consolidación de lo que se denomina “red de innovación” (que analizamos más adelante), y de su capacidad para generar y difundir en su interior todo tipo de innovaciones.

4. INNOVACIÓN, COOPERACIÓN Y REDES DE INNOVACIÓN EN EL MUNDO EMPRESARIAL.

Junto al concepto de *milieu* que ya hemos analizado, los medios innovadores que surgen en el medio rural se apoyan en las nociones de cooperación, innovación y redes, que son considerados como la energía y el motor del dinamismo territorial en el contexto de la globalización económica.

4.1. La innovación como concepto amplio.

La innovación es una de las fuerzas alrededor de las que se articulan todos los procesos de desarrollo económico y es, por tanto, uno de los factores determinantes del cambio económico y el bienestar social. Los economistas, los sociólogos y los geógrafos, cualquiera que sea la línea metodológica que sigan, siempre han reconocido que los procesos de crecimiento y cambio estructural de las economías se producen como consecuencia de la introducción de innovaciones en el sistema productivo a través de las decisiones de inversión. Sin embargo, los efectos económicos de las innovaciones dependen de cómo se difunden en el tejido productivo y de cuál sea la estrategia tecnológica de las empresas en su pugna por mantener o mejorar los resultados de su actividad.

En un mundo cada vez más competitivo y globalizado como el actual, la innovación se ha convertido en el factor diferencial de las empresas y las economías. Las empresas innovadoras aventajan a sus competidoras cuando son capaces de satisfacer las necesidades y demandas que los consumidores y clientes expresan en el mercado. Por ello, la aparición y el desarrollo de las innovaciones han de relacionarse con la dinámica que implica la pugna competitiva de las empresas en los mercados de productos y de factores. Pero cuando se analizan los procesos de cambio estructural y la dinámica económica, más que las innovaciones aisladas que suelen relacionarse con innovaciones tecnológicas, lo realmente relevante es el proceso de innovación, es decir, la innovación social.

En un artículo titulado "Por una sociología de la innovación industrial", Thuderoz (1997) propone considerar la innovación como un momento de intensas negociaciones sociales y de reinterpretación de la relación social. Es decir, analizar una innovación empresarial consiste en describir un conjunto de situaciones sociales, múltiples, en las que los hombres se enfrentan al asunto y entre sí, creando compromisos y movilizándolo recursos desembocan en una "modernización negociada" (p. 349).

Pero, ¿qué supone la incorporación de una innovación en una empresa o en un medio social? Thuderoz señala que una innovación es "un momento singular en el que se rehacen las relaciones sociales [...] se reorganizan los antiguos sistemas de acción concretos, emergen nuevos actores sociales [...], se generan nuevas estructuras organizativas y se inventan nuevas formas de cooperación" (p.351). En definitiva, una innovación pone en marcha un sistema de acción en el que surge la ocasión de nuevos intercambios, pero no se puede olvidar que siempre provoca momentos de incertidumbre e indeterminación que a su vez ponen en marcha nuevas estrategias para hacer frente a la nueva situación. Y en la puesta en de estas estrategias se combinan distintos tipos de innovaciones.

- *Los diferentes tipos de innovación.*

Considerar la noción de innovación en sentido amplio requiere establecer una

clasificación general de tipos de innovaciones que integran el concepto. En este sentido, en el siguiente cuadro se recogen todos los tipos de innovación que se pueden distinguir, organizados según varios criterios (Méndez, 2000, p. 169; Alonso y Méndez, 2000, p. 30):

A. Según la *fase de aplicación*, las innovaciones pueden ser previas a la fabricación, aplicarse en el proceso de producción, o bien posteriormente a la fabricación.

B. Según el *tipo de función*, las innovaciones se clasifican en varios grupos:

- Las *innovaciones empresariales*, que aplican las propias empresas, a su vez se dividen en:
 - Innovaciones tecnológicas, que suponen la aplicación de nuevas tecnologías, pueden ser de dos tipos:

1. *La innovación de producto o servicio.*

El producto, entendido como bien tangible o como un servicio, es el escaparate de la empresa en el mercado y es, por tanto, el elemento clave de su competitividad. Las innovaciones de producto buscan la diferenciación de la competencia, pero no siempre tienen el mismo grado de novedad. En este sentido se suele distinguir entre:

- Productos reposicionados: cuando se trata simplemente de un cambio en la imagen para cambiar la percepción del cliente.
- Productos rediseñados: cuando se introduce alguna modificación que supone un menor coste, mayor fiabilidad, mayor calidad, seguridad o prestaciones.
- Productos nuevos: totalmente diferentes a los existentes, tanto para la empresa como para el mercado.

Es evidente que en el desarrollo de un nuevo producto es necesaria la colaboración de todas las áreas funcionales de la empresa

2. *La innovación de proceso.*

Se entiende por procesos las actividades que forman parte del funcionamiento interno de la empresa, pudiéndose distinguir entre procesos productivos (tanto de fabricación de productos como de oferta de servicios), procesos administrativos, de diseño, de marketing, logística, compras, etc. Cualquiera de estos procesos puede ser objeto de innovaciones.

La innovación de procesos está habitualmente dirigida a conseguir reducir costes, con lo que se consigue aumentar la productividad. Sin embargo este objetivo no es único, pudiendo perseguir además:

INNOVACIÓN EMPRESARIAL
 INNOVACIÓN TECNOLÓGICA INNOVACIÓN DE GESTIÓN

<i>TIPO DE FUNCIÓN</i>	INNOVACIÓN DE PROCESO	INNOVACIÓN DE PRODUCTO	INNOVACIÓN ORGANIZATIVA	INNOVACIÓN SOCIAL E INSTITUCIONAL
<i>FASE DE APLICACIÓN</i>				
PREVIA A LA FABRICACIÓN - I+DT/Diseño - Planificación y control - Administración - Recursos humanos - Control de calidad	Renovación de maquinaria Informatización oficina y logística Relación con proveedores	Diseño de nuevos modelos Renovación de productos tradicionales Diversificación	Acceso a redes de información e Internet Cualificación de recursos humanos Ampliación de la cadena de valor	Política tecnológica Política de innovación Fomento de la creatividad
PRODUCCIÓN - Proceso de fabricación - Logística/almacén.	Reorganización cadena de montaje Automatización	Utilización de nuevos materiales y componentes	Estructuras horizontales Reducción de cuadrosintermedios	Cooperación entre empresas y agentes
POSTERIOR A LA FABRICACIÓN - Comercialización/venta - Marketing/publicidad - Diferenciación/marca - Control de calidad - Servicio post-venta - Relaciones externas	División interna del trabajo Estructura departamental Control de calidad	Creación de marcas o denominación de origen Certificación de calidad	Mejoras en distribución y servicio post-venta Mejoras en formación/cualificación	Concertación de agentes para la exportación Creación de redes de innovación

Fuente: combinación de los cuadros de Méndez, 2000, p. 169; y Alonso y Méndez, 2000, p. 30.

Cuadro 17. Tipos de innovación.

- Flexibilizar los sistemas productivos y facilitar la diversificación de la oferta.
- Aumentar la calidad.
- Cumplir exigencias medioambientales.
- Mejorar las condiciones de trabajo de los empleados.

Las innovaciones de proceso implican normalmente cambios en la organización, por lo que es importante tener en cuenta los posibles efectos y reacciones del personal.

- *Las innovaciones de gestión* suponen mejoras en la organización de la empresa, lo cual puede considerarse también una forma particular de innovación de proceso. Las innovaciones organizativas o gerenciales más relevantes en la actualidad son las siguientes:
 - Participar en redes de empresas, desarrollando la cooperación en la comercialización de los productos, la I+D, los efectos de escala en las compras, etc.
 - Abrirse a la internacionalización en relación a actividades comerciales (vender en el exterior), productivas (instalando plantas en el exterior) o tecnológicas (concediendo licencias en el extranjero).
 - Desarrollar nuevas fórmulas de comercio y distribución, como pueden ser el uso de franquicias o el comercio electrónico.
- *La innovación social e institucional*, aplicada por los diferentes agentes empresariales, sociales o institucionales, tiene como objetivos la eliminación de barreras a la innovación (normativa legal, actitudes, etc.), la difusión de buenas prácticas y la definición de prioridades, a través de medios como la colaboración comercial, la modificación del marco de regulación, la descentralización de las decisiones, los mecanismos de financiación o la puesta en marcha de una política de innovación explícita.

C. Según el *proceso de cambio* en el tiempo que suponen en la empresa o en el medio, cualquiera de las innovaciones anteriores puede comportarse como uno de estos dos tipos:

- ➔ Las *innovaciones radicales* suponen un cambio brusco o singular en la actividad, ya sea en la concepción del producto, en el proceso de fabricación o en la forma de comercialización.
- ➔ Las *innovaciones incrementales* implican una mejora progresiva en el tiempo de los productos, los procesos o las estrategias de venta.

- *La innovación y las PYMES.*

Actualmente se concede una importancia creciente a la innovación como uno de los principales factores de competitividad de las pequeñas y medianas empresas y de los

MANUAL DE LA INNOVACIÓN PARA PYMES

- ¿Qué se entiende por innovación?

Con frecuencia se asocia innovación exclusivamente con tecnología e I+D (investigación y desarrollo), pero si bien el factor tecnológico está presente en gran parte de la actividad innovadora de las empresas, el concepto de innovación incluye actividades no necesariamente basadas en la tecnología. En este sentido, la innovación puede ser:

- La introducción de un nuevo producto o servicio, o de un cambio cualitativo en un producto o servicio ya existente.
- La introducción de un nuevo proceso.
- La apertura de un nuevo mercado.
- El desarrollo de nuevas fuentes para el suministro de materias primas y búsqueda de nuevas materias primas.
- La introducción de cambios en la organización y la gestión de la empresa.

Así, la innovación incluye mejoras en tecnología y mejores formas de hacer las cosas. Se puede manifestar en cambios en productos, cambios en procesos, nuevos enfoques de marketing, nuevas formas de distribución, nuevos alcances. Los innovadores no sólo responden a las posibilidades de cambio, sino que fuerzan para que se produzca más rápido. Gran parte de la innovación, en la práctica, tiene un carácter muy básico e incremental más que un carácter radical. Depende más de la acumulación de pequeños avances y reflexiones que de grandes descubrimientos tecnológicos. A menudo necesita de ideas que no son nuevas pero que nunca se han potenciado con fuerza. Resulta tanto del aprendizaje organizacional como de actividades formales de I+D. Y siempre necesita inversiones en el desarrollo de capacidades y conocimiento y, habitualmente, en activos y marketing.

- Modalidades de adquisición de tecnología.

Una empresa puede innovar adquiriendo tecnología a través de las siguientes modalidades:

- Compra de equipos.
- Contratación de personal cualificado (tecnología en forma de conocimientos)
- Intercambios de información a través de clientes, ferias y congresos, publicaciones especializadas, proveedores, universidades, organismos públicos de investigación, competidores,...
- Adquisición de licencias (tecnología patentada).
- Contratos de "know how" mediante el contacto personal con técnicos o asesores.
- Subcontratación a proveedores (intercambio).

Pero innovar es mucho más que adquirir nuevas tecnologías.

- El proceso innovador.

La acción de innovar es un proceso continuo y retroalimentado que integra las siguientes subacciones: vigilar-focalizar-capacitarse-implantar-aprender. Las fases clave son las siguientes:

- Captar las señales: explorar y buscar en el entorno (interno y externo) para identificar y procesar señales de cambio o indicios que pueden ser el origen de una innovación potencial. Estos indicios pueden ser necesidades de varios tipos: oportunidades que surgen con la aparición de nuevas tecnologías, presión para adaptarse a la legislación, el comportamiento de los competidores, etc., que representan en su conjunto un grupo de estímulos a los que debe responder la organización.
- Desarrollar una respuesta estratégica: seleccionar estratégicamente entre este grupo de potenciales detonadores de innovación aquellos aspectos o líneas de acción en los que la organización decide concentrarse y se compromete a asignar recursos por ofrecer la mayores posibilidades de obtener una ventaja competitiva.
- Dotarse de recursos: dotarse de recursos tecnológicos, materiales, económicos y de conocimiento necesarios para poner en práctica la estrategia de innovación decidida. Dependiendo de los casos, esto puede implicar la compra de una licencia o de una máquina, la explotación de los resultados de un proyecto de investigación realizado, la contratación de personal especializado, o la búsqueda de financiación.
- Implantar la solución: aplicar la innovación de una forma lo más eficiente posible, partiendo de la idea y siguiendo las distintas fases de desarrollo hasta su lanzamiento final como un nuevo producto o servicio, o hasta su utilización interna en el caso de que se trate de un nuevo proceso o método dentro de la organización.
- Reflexionar: revisar las experiencias de éxitos y fracasos con el fin de aprender y encontrar nuevas oportunidades de innovación.

Pero este proceso precisa una determinada actitud proclive a la introducción de innovaciones.

- *La actitud innovadora.*

Para desarrollar el proceso innovador con éxito, son necesarias una serie de actitudes o comportamientos dentro de la empresa:

- Aceptar desafíos y asumir riesgos.
- Vigilancia constante (y eficiente) del entorno, reconociendo con rapidez las oportunidades y amenazas del mercado para poder dar una rápida respuesta.
- Orientación al cliente, intentando satisfacer sus necesidades.
- Creatividad, tanto como habilidad natural como desarrollada con la práctica.
- Comunicación fluida y abierta de ideas e información.
- Cultura innovadora, vocación emprendedora.
- Colaboración, trabajo en equipo, integración y cooperación entre departamentos de la empresas y con otras empresas y agentes promotores de la innovación (centros tecnológicos, universidades, instituciones,...).

Pero, ¿todo esto se lo pueden permitir las pequeñas y mediana empresas?

- *La innovación al alcance de las PYMES*

No se puede establecer una relación directa entre el tamaño de una empresa y su capacidad para innovar, pero sí se pueden identificar una serie de ventajas y dificultades que tienen las PYMES dentro del marco de la innovación.

a. Ventajas:

- Menor burocracia y mayor rapidez de sus gerentes para reaccionar ante situaciones nuevas.
- Contacto más cercano con el mercado, lo que les permite estar al tanto de sus necesidades y cambios para adaptarse a los mismos.
- Comunicación más directa y fluida (redes informales) entre los diversos departamentos de la empresa y entre la gerencia y el personal.

b. Dificultades:

- Limitados recursos humanos con alta cualificación.
- Débil comunicación con el exterior (administración, mercados internacionales, fuentes de ciencia y tecnología, etc.)
- Dificultad para acceder al capital para acometer inversiones.
- Habitualmente no protege sus innovaciones, pero está con frecuencia limitada por las patentes de los demás.

- *La gestión de la innovación.*

De la misma forma que se gestionan actividades de la empresa como las compras, la fabricación o las ventas, la empresa debe gestionar también la tecnología y la innovación. Así, según el manual de la innovación, "la gestión de la innovación consiste en la organización y dirección de los recursos, tanto humanos como económicos y materiales, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, el desarrollo de dichas ideas en prototipos de trabajo, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de fabricación, distribución y uso".

El fin último de la gestión de la tecnología y la innovación es conseguir que la empresa innove, y desde este punto de vista es fundamental conocer los tipos de innovación que existen (que analizamos más adelante), ya que sus objetivos, enfoques y tareas a aplicar son diferentes.

Las técnicas más adecuadas y útiles que las PYMES pueden utilizar para realizar la gestión de la tecnología y la innovación de forma eficiente son las siguientes:

- La vigilancia tecnológica, que consiste en la recogida sistemática y el análisis de información del exterior para reconocer los principales acontecimientos del entorno (tecnologías emergentes y organizaciones competidoras entre otras informaciones), con el fin de detectar a tiempo oportunidades y amenazas para la empresa y servir como instrumento para la toma de decisiones. Sobre la información captada, se selecciona aquella que sea relevante para el negocio. Así, la simple suscripción a una revista técnica o la incorporación a una red o proyecto de I+D cooperativo pueden ser los primeros pasos para avanzar hacia un enfoque más estructurado.

Principales fuentes de información tecnológica:

- Contactos directos con técnicos, científicos y empresarios de otras entidades.
- Internet
- Revistas profesionales y científicas.
- Visitas a exposiciones y ferias.
- Participación en congresos especializados.
- Literatura de patentes.
- Personal de la empresa en contacto con el exterior (comercial, compras, etc.).

Principales objetivos de una vigilancia efectiva:

- Detectar de forma anticipada los cambios relevantes en el entorno competitivo de la empresa.
 - Minimizar los riesgos, detectando amenazas para la posición competitiva de la empresa (nuevos productos, normativas, alianzas entre competidores,...)
 - Reconocer las diferencias comparativas (puntos fuertes y debilidades) de nuestros productos respecto a los de la competencia.
 - Generar ideas innovadoras, identificar oportunidades de mejora emergentes en el mercado.
 - Cooperar, detectando oportunidades de cooperación y buscando socios adecuados.
- La creatividad, es decir, fomentar el pensamiento creativo desarrollando un entorno en el que las ideas creativas sean bienvenidas.
 - La auditoría tecnológica, un ejercicio de reflexión conjunta entre expertos y gestores de la empresa, siguiendo una metodología preestablecida, con el objetivo de detectar las necesidades tecnológicas y el potencial de la empresa, así como encontrar capacidades nuevas o infrautilizadas.
 - El análisis de mercado para estudiar el comportamiento de los clientes y detectar sus necesidades y expectativas con el fin de adecuar los nuevos productos o servicios.
 - La protección de la propiedad intelectual, pues sin ella el esfuerzo innovador no será rentable y no se podrán recuperar las inversiones realizadas. Aquí se incluye desde la creación y registro de una marca, hasta patentar diseños industriales.

Fuente: Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local (INNOVARED) <http://www.innovared.net>

Cuadro 18. La innovación y las PYMES.

territorios locales. Pero pese a ello, muchas empresas (y en especial las de menor tamaño) no tienen claro qué es lo que se entiende por innovación, e incluso tienden a pensar erróneamente que es algo exclusivo de las grandes empresas o de los parques tecnológicos planificados. En este contexto, la existencia de un “Manual de la Innovación para PYMES” en Internet resulta de gran utilidad para mejorar y ampliar la comprensión del concepto. El contenido de este manual (que se presenta en el siguiente cuadro de forma sintética y resumida) incluye de forma muy clara todo un conjunto de ideas que responden perfectamente al significado e interpretación amplia que se concede al concepto de innovación en la presente investigación.

Partiendo de la idea de que en función de múltiples factores las empresas pueden actuar con estrategias de innovación muy diversas, y de la constatación de que las empresas que toman decisiones de inversión que incorporan innovaciones son en general un número pequeño, es fundamental distinguir en cualquier sistema productivo local y medio innovador integrado por PYMES los siguientes tipos de empresas:

- *Empresas innovadoras líderes*, capaces de desarrollar nuevos productos, procesos o mercados como consecuencia de la creatividad y habilidad de un empresario y de la organización empresarial.
- *Empresas innovadoras de baja intensidad*, cuya capacidad creadora se concentra en la introducción de pequeños cambios y mejoras en los productos o procesos existentes, como reacción a la necesidad de innovar que le presenta la competitividad en los mercados.
- *Empresas no innovadoras*, que no realizan ningún tipo de innovación porque trabajan para mercados en los que la innovación no es un factor de competitividad.

Como es lógico, suelen ser las empresas más innovadoras (no necesariamente las de mayor tamaño) las que lideran no solamente la innovación tecnológica, sino la innovación social, movilizándolo al resto de las empresas para la cooperación a través de la formación de asociaciones empresariales o de la puesta en marcha de proyectos conjuntos (de promoción de la imagen de marca del territorio, de apertura de mercados en el exterior, etc.). En definitiva, promoviendo actuaciones de cooperación e innovación social que permitan mejorar la productividad y el posicionamiento en el mercado global de los productos locales y, por tanto, de los territorios.

4.2. El proceso de la cooperación como motor de innovación y dinamismo.

La cooperación en el mundo empresarial consiste en la constitución de redes de relaciones y de solidaridad entre empresas y agentes sociales e institucionales implicados en la actividad económica, y representa por tanto una voluntad de construir un vínculo social, es decir, una búsqueda de identidad común con el objetivo de obtener beneficios compartidos. Pero el aspecto que más interesa en este contexto es que la cooperación entre empresas y agentes se ha convertido en un elemento clave de los procesos de

desarrollo en el medio rural, al constituir al mismo tiempo una innovación y un motor de innovación, y facilitar además del diálogo, una mejor comprensión del territorio y de sus fuerzas vivas. El paso de agente a socio es cada vez más indispensable para lograr una dinámica de innovación en los territorios rurales, de cara a los cambios externos y es, por ejemplo, una condición para acceder a la financiación de programas de desarrollo europeos. Sin embargo, la cooperación sólo se puede lograr con el tiempo, y depende de múltiples factores que se combinan a partir de un interés inicial, y que los agentes potenciales que pueden intervenir en la relación se encargan de consolidar en función de la ventajas que se consigan.

cooperación → motor de innovación → dinamismo

- *Punto de partida y objetivos de la cooperación.*

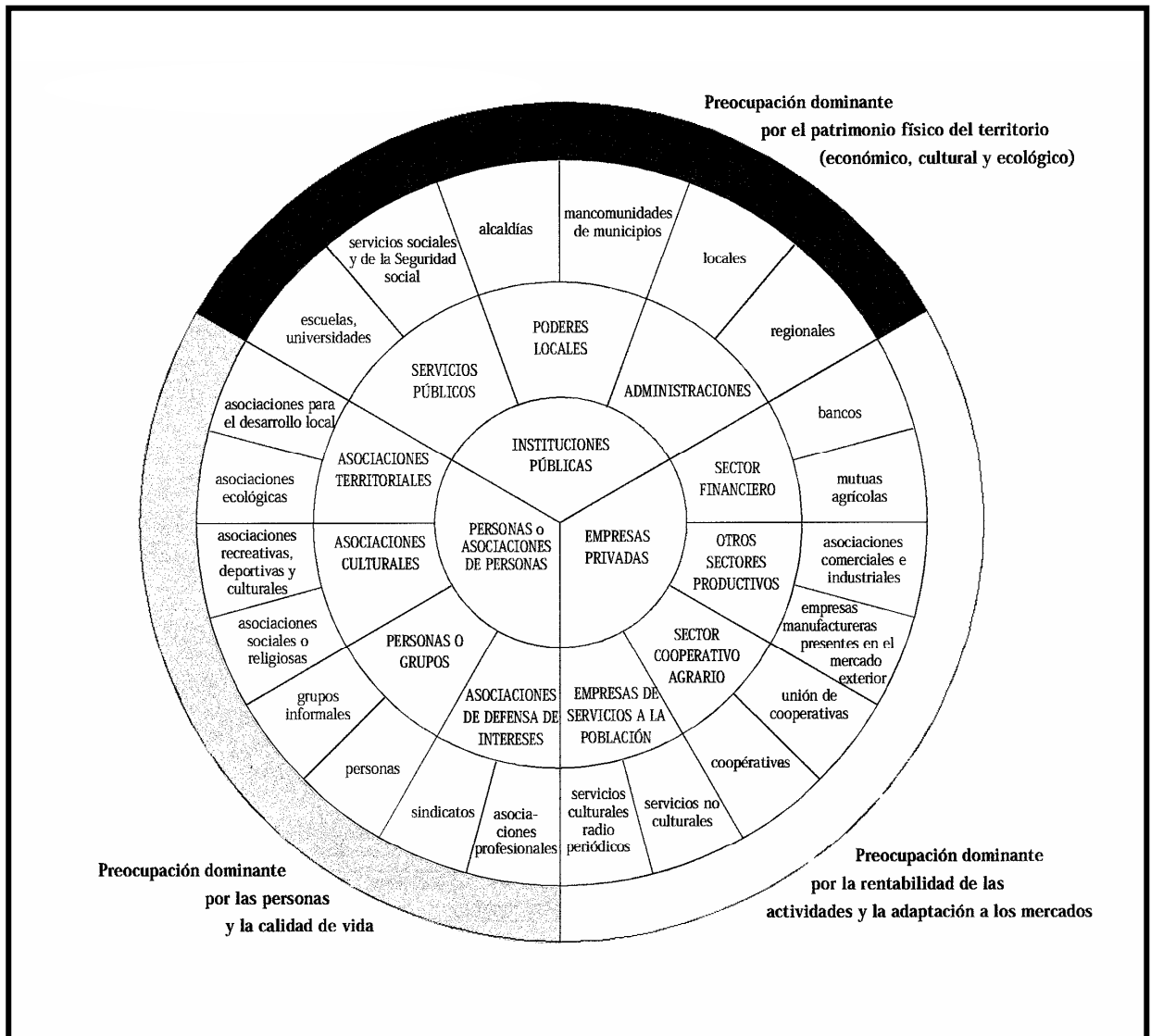
La pregunta inicial que se plantea cuando se intenta analizar el tema de la cooperación es la siguiente: ¿cómo deciden y empiezan las empresas y los agentes a cooperar? De forma general, se pueden diferenciar 3 puntos posibles de partida de la cooperación:

- La *iniciativa individual* de una persona, a menudo “líderes locales” de la sociedad local, que desean intervenir activamente en la realidad económica del territorio. Suele ser una participación comprometida y sustentada en una identidad muy fuerte.
- La *iniciativa de empresas* o, en la mayoría de los casos, *de organismos profesionales* (cooperativas, asociaciones de productores, etc.) que reivindican un lugar preferente en las decisiones económicas.
- La iniciativa de los *poderes públicos*, locales o no, que suplen una iniciativa privada escasa o inexistente.

En función de estas tres estrategias se pueden diferenciar objetivos distintos de la cooperación, que pueden ir desde la renovación de la identidad del territorio, la cohesión social, la creación de un proyecto de interés sectorial, la dotación del territorio en infraestructuras, servicios y equipamientos, la introducción de innovaciones, o el desarrollo local de forma global. Por tanto, se puede distinguir una gran variedad de agentes empresariales, sociales e institucionales que pueden participar en la cooperación.

- *Los agentes potenciales de la cooperación.*

La multiplicidad de agentes que pueden participar, mantener relaciones y crear redes de cooperación en el mundo empresarial han sido agrupados de formas muy clara por el Observatorio Europeo LEADER (cuaderno nº 2, p. 12) en la siguiente rueda, que divide los socios potenciales en tres grandes grupos en función de sus diferentes



Fuente: Observatorio Europeo LEADER, n°2, 1997.

Figura 5. Los agentes potenciales de la cooperación

preocupaciones o intereses:

- Las *empresas*, tanto productivas como de servicios, tienen como preocupación dominante la rentabilidad de las actividades y la adaptación de los productos a los mercados.
- Las *asociaciones*, desde sectoriales o profesionales hasta culturales o territoriales, velan por la calidad de vida de las personas.
- Las *instituciones públicas* tienen como interés prioritario las actuaciones para mantener y mejorar el patrimonio territorial (económico, social, cultural y ecológico).

Cada uno de estos tres grandes grupos se subdividen en categorías y tipos de agentes que pueden participar en la cooperación, y que será fundamental detectar y analizar en el estudio de cualquier territorio. Esta forma de representación resulta de gran utilidad para la investigación comparada entre diferentes situaciones y territorios.

- *Las ventajas de la cooperación: el punto de no retorno.*

Pero una vez iniciada la relación de colaboración, la duración en el tiempo y la consolidación de la cooperación dependen ante todo de su capacidad de ofrecer resultados tangibles (beneficios o ventajas) para los diferentes actores del territorio, y las *condiciones* de dicha pervivencia son las siguientes:

- ➔ La capacidad de lograr la adhesión de los diversos agentes del territorio y la cohesión social.
- ➔ La predisposición para superar las diferencias sociopolíticas y encontrar un ámbito de acción común.
- ➔ El saber compaginar adecuadamente los intereses divergentes y descubrir puntos comunes y nuevas modalidades de solidaridad que se puedan explotar de forma concreta.
- ➔ La posibilidad de propagarse y de no hacer el vacío a su alrededor.
- ➔ El mantenimiento de los medios, especialmente los financieros.

La combinación de estas condiciones conduce a lo que se denomina “el punto de no retorno de la cooperación”, y se alcanza cuando no sólo resulta una necesidad “normal” para los agentes y poderes locales, sino que está totalmente integrada en la cultura local. Como se señala en un texto del Observatorio Europeo (1997, nº 2, p. 40) elaborado a partir del análisis de estudios de caso, “los socios descubren progresivamente la conveniencia de trabajar juntos a partir de la elaboración y la realización de proyectos concretos. De este descubrimiento surge la voluntad de continuar y perpetuar la cooperación local”. Y es precisamente en este contexto donde surgen los medios de innovación, pues es en este tipo de ámbitos donde se genera y difunde innovación en sentido amplio, abarcando desde la innovación tecnológica a la innovación

social basada en la cooperación consolidada entre agentes implicados en la actividad industrial. La consolidación de las relaciones se materializa en los medios innovadores en lo que se denominan “redes de innovación”.

4.3. Las redes de innovación.

Desde una perspectiva sociológica, ya hemos señalado que la innovación es una actividad colectiva, resultado de la acción de un conjunto de actores que establecen un sistema de relaciones. Por esta razón, los medios innovadores presentan una organización interna de tipo reticular, fruto de la interacción frecuente y flexible entre los múltiples agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial. El conjunto de agentes y flujos de relaciones que se establecen entre ellos es lo que se conoce como red de innovación. Pero el concepto de red integra múltiples dimensiones que es necesario analizar para poder interpretar adecuadamente lo que supone este término.

- *La red como realidad pluridimensional.*

La noción de red es sumamente compleja, y sobre su definición y características existe una amplia bibliografía, que como refleja Milton Santos (2000) convierte el concepto en ambiguo: “Las redes son virtuales y al mismo tiempo son reales. (...) Las redes son técnicas, pero también sociales. (...) Al mismo tiempo globales y locales. (...) Las redes son, pues, simultáneamente, concentradoras y dispersadoras, conductoras de fuerzas centrípetas y de fuerzas centrífugas. (...) Las redes integran y desintegran, destruyen viejas divisiones espaciales y crean otras. (...) La red es global y local, una y múltiple, estable y dinámica” (pp. 234-235).

Pero desde el punto de vista económico, lo mejor es retener una definición más específica del concepto de red como la que presenta Vázquez Barquero en su obra titulada “Desarrollo, redes e innovación” (1999): “sistema de relaciones y/o contactos que vinculan a las empresas/actores entre sí, cuyo contenido puede referirse a bienes materiales, información o tecnología” (p. 98). Según este mismo autor, las redes de relaciones entre empresas y actores presentan las siguientes características, que se relacionan con el concepto de “sociedad red” propuesto por Castells (1997):

- Se refieren a transacciones de información dentro de un contexto de *reciprocidad* (no a intercambios en el mercado ni a relaciones jerárquicas).
- Se basan en la *interdependencia* (y no en situaciones de independencia ni de dependencia).
- Hacen referencia a un sistema de *interconexiones múltiples*, y de respuestas y reacciones ante diferentes situaciones.
- Se caracterizan por un conjunto de vínculos en principio débiles, pero cuya *interrelación* imprime fortaleza a la red apoyándose en el acceso a la información, el aprendizaje interactivo y la difusión de la innovación.

Con el fin de poner un cierto orden en el análisis de las redes en el territorio, lo más

práctico es analizar las diferentes dimensiones que integran (Maillat, Quévit y Senn, 1993, p. 7):

- Una *dimensión organizativa*: la red de innovación es un modo de organización que se inscribe, desde un punto de vista teórico, en una superación de la dualidad empresa/mercado. Desde esta perspectiva, el argumento de los costes de transacción justifica la emergencia de modos de organización específica como son las redes.
- Una *dimensión temporal*: una red supone un sistema de relaciones duraderas entre diferentes actores basado en un sistema de confianza y de conocimiento mutuo, de reciprocidades y de prioridades. La red es un modo de organización de las transacciones que se desarrollan en el tiempo. No es estática, sino evolutiva.
- Una *dimensión cognitiva*: la organización reticular es depositaria de un saber-hacer colectivo superior a la suma de saber-hacer individuales de los actores. El interés de este modo de organización es permitir el desarrollo de procesos de aprendizaje colectivos.
- Una *dimensión normativa*: todas las redes se caracterizan por un sistema propio de reglas más o menos formalizadas que definen las obligaciones y limitaciones de sus miembros. Dichas reglas permiten delimitar un espacio de trabajo colectivo y asegurar una gestión más coherente frente a las turbulencias del entorno.
- Una *dimensión territorial*: la constitución de redes de innovación representa para cada uno de los miembros una ventaja comparativa de competitividad que se territorializa tanto en los intercambios de proximidad como en las relaciones más lejanas.

Dentro del contexto teórico generado en torno a las redes de innovación, la bibliografía consultada insiste fundamentalmente en la importancia de analizar la génesis de las redes y de los medios de innovación, con el fin de que las investigaciones sirvan para la política industrial y el desarrollo local.

- *La génesis y consolidación de las redes.*

El hecho de organizarse en red se inscribe en el contexto de la voluntad de las empresas y actores de controlar los obstáculos al cambio del sistema técnico-industrial para orientarlas en función de sus exigencias estratégicas. Desde esta perspectiva, la organización en red se centra en un proyecto de mejora o avance en el que los diferentes miembros ponen en común sus recursos específicos. Por tanto, no se trata de un simple modo de adaptación flexible, sino de una transformación activa del entorno. Para hacer frente a los riesgos e incertidumbres, los actores eligen cooperar con el fin de garantizar la complementariedad de los recursos y la explotación de los mercados, de definir las estrategias de los productos y de explorar nuevas vías de creación tecnológica. Esta estrategia de cooperación que se organiza de manera duradera permite a la vez una mejora de la creatividad y una reducción de los riesgos y de los costes propios de los

procesos de innovación.

Los factores que desencadenan la constitución de una red de innovación pueden provenir de causas múltiples. La experiencia muestra que puede ser tanto la iniciativa de un organismo público local o extralocal como de una gran empresa, de una oferta común de servicios, pasando por formas de cooperación entre pequeñas y medianas empresas (federaciones o asociaciones empresariales). La elección de los participantes está, por tanto, generalmente determinada por múltiples motivaciones en las que los denominadores comunes son al menos la capacidad y la complementariedad de los saber-hacer científicos y tecnológicos. Con frecuencia, los miembros de la red ya han adquirido una cultura de cooperación y tienen la experiencia de una cierta práctica de externalización, que se convierte en necesaria debido a la incertidumbre de la iniciativa innovadora. Así, estas relaciones no son únicamente económicas o industriales: se basan en la pre-existencia de un *capital relacional* (relaciones formales o informales) que les permite ampliar el campo de sus relaciones y formular proyectos en común. Puede tratarse de relaciones profesionales nacidas de la pertenencia a una misma empresa o a un mismo oficio, de relaciones establecidas durante los estudios o la formación seguida, o simplemente de relaciones contractuales mediante la participación en actividades asociativas.

Una vez creada, una red de innovación supone la puesta en marcha de un proyecto, pero no es su único resultado. La participación en una red de innovación desarrolla en los miembros, mediante el proceso de aprendizaje progresivo y colectivo, una capacidad de beneficiarse de las oportunidades de inscribirse en otras redes (fenómeno denominado de “redes cruzadas”) o de prolongar la actividad de la red sobre la base de nuevos proyectos. En definitiva, la participación en una red de innovación acelera la capacidad de aprendizaje de nuevos comportamientos y proporciona a sus miembros un excedente de valor añadido derivado de la propia dinámica organizativa de la red.

Las redes de innovación tienen por naturaleza un carácter evolutivo y producen sus efectos a medida que se desarrollan. Es cierto que la red de innovación tiene como meta la consecución de un objetivo y tiende a conseguir un resultado positivo para sus miembros pero, debido al carácter incierto que caracteriza la evolución de una innovación, es difícil anticipar el resultado final y, por tanto, conocer en el plano teórico la cronología exacta del proceso innovador. Si bien, de forma general, los procesos de innovación tienen como punto de partida la decisión de lanzar un proyecto, la decisión de invertir en una actividad de investigación y desarrollo, en la práctica la puesta en marcha de una innovación no se puede reducir a una sucesión de estados fechados y planificados de manera precisa: es aleatorio, no lineal. Por consiguiente, es difícil descomponerla en una serie de operaciones lógicas anteriores y posteriores tal y como se hace en las *filières* de producción, pasando desde la concepción de un producto a su industrialización hasta llegar a su comercialización, con etapas perfectamente articuladas unas con otras. Desde la perspectiva de la creación de tecnología, las redes de innovación están estrechamente ligadas a la producción de conocimiento y a la investigación tecnológica, mientras que en el caso de una innovación de producto que integre las tecnologías existentes, las redes están más directamente conectadas a las demandas del mercado, fundamentalmente en el contexto de las relaciones de las empresas con sus clientes. Por tanto, se deduce que la evolución de la red de innovación viene determinada por la naturaleza del proyecto de innovación y persigue trayectorias muy diversificadas que no pueden referirse a un modelo de evolución único y rígido. Todo depende de las aportaciones mutuas entre el

medio innovador y la red de innovación.

- *Las relaciones entre el medio innovador y la red de innovación.*

Como ya hemos visto, el *milieu* participa en la creación de redes de innovación e interviene en su dinámica, y de forma recíproca las redes de innovación enriquecen el *milieu* y contribuyen a ampliar sus capacidades creadoras. En otras palabras, se establece una *interacción dialéctica* entre la red de innovación y el medio, que hace que el propio territorio represente gracias a sus aportaciones una ventaja comparativa y reciba a cambio efectos positivos que actúan sobre su proceso de estructuración y de constitución.

→ Las aportaciones del medio innovador a las redes.

La hipótesis subyacente a la noción de medio innovador es que las redes de innovación se forman a partir de relaciones ya existentes. Es decir, es evidente que el factor de la proximidad geográfica y cultural desempeña una función muy importante en las vinculaciones y asociaciones entre actores, ya que facilita la circulación de flujos de información y su acumulación necesaria para la creación tecnológica o social, favoreciendo la emergencia de nuevos canales y de nuevas normas de comportamiento.

Por tanto, si la proximidad espacial que perdura en el tiempo es un factor insustituible de sinergia entre diferentes socios, una red en la que los integrantes sean vecinos se beneficia de una ventaja cualitativa (ventajas comparativas del medio ligadas al capital relacional) que puede ser determinante. Y por otro lado, también es importante señalar que un medio innovador ayuda a la red a transformarse en una red de innovación en la medida en que la ofrece una apertura hacia el exterior y la inscribe en un contexto de competencia global, hace posible la comprensión y control de los procesos de innovación y proporciona un contexto de organización y/o institucional favorable al cambio y a las prácticas de externalización orientadas hacia proyectos de innovación, así como hacia nuevas combinaciones productivas.

Es evidente que si bien la clave explicativa del surgimiento y desarrollo de medios innovadores debe buscarse en las condiciones endógenas, existentes en cada territorio, que actúan como incubadora de la innovación, no puede ignorarse su dependencia respecto a procesos globales que afectan tanto las estrategias de las empresas como sus posibilidades de éxito. Así, a los flujos internos se añaden los flujos externos que integran a la red de innovación en el contexto global y garantizan su éxito.

→ Las aportaciones de las redes de innovación al medio.

En sentido inverso, la red de innovación aporta al medio la experiencia de formas de organización y de aprendizaje que van a permitir ordenar los elementos constitutivos del proceso de innovación en el territorio, es decir, fundamentalmente nuevas capacidades creadoras en materia de investigación, de renovación del saber-hacer y de creación de nuevas formaciones sociales. El impacto de las redes de innovación sobre el medio conduce a una redinamización de la actividad productiva, a la puesta en marcha de nuevas bases productivas y a la capacidad de re-evaluar constantemente la competitividad empresarial y territorial de cara al exterior gracias a la flexibilidad y la acumulación de valor añadido.

5. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE MEDIOS INNOVADORES.

Debido a que la temática de los medios innovadores es relativamente nueva, todavía no existe una metodología de análisis consolidada que pueda facilitar el diagnóstico comparativo de situaciones. En este sentido podemos proponer un esquema básico de análisis de medios innovadores en el espacio rural, que deberá ser matizado y enriquecido en cada caso para adaptarlo a las peculiaridades de los diferentes lugares, y que se basa en la propuesta metodológica que se presenta en la obra "Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España (Alonso y Méndez, 2000, pp. 48-53).

5.1. La previa identificación estadística de espacios industriales dinámicos.

El punto de partida sería la búsqueda de áreas industriales (tanto localidades como comarcas) que muestren un cierto dinamismo industrial reflejado en información estadística en torno a los siguientes aspectos:

- Crecimiento del empleo y, por tanto, de la población.
- Especialización definida en algún tipo de actividad industrial, y creciente número de industrias y servicios auxiliares localizados en el mismo área.
- Incremento progresivo del volumen de inversión industrial y del número de establecimientos industriales.
- Creciente intensidad de relaciones con el exterior, tanto a través de la exportación de productos como de contactos con organismos regionales o nacionales de apoyo a la innovación, con otras empresas extralocales del sector, o con las diferentes administraciones públicas.

La identificación de espacios dinámicos a partir de la combinación de estos tres aspectos permitirá establecer una *preselección de candidatos*, a partir de la cual se pondrá en marcha una metodología cualitativa de análisis para llegar a delimitar cuáles de ellos se comportan como medios innovadores.

5.2. La aplicación de técnicas cualitativas de investigación para analizar el proceso de innovación empresarial y social.

La metodología cualitativa es el único método posible para poder detectar todo el conjunto de características que identifican a los medios innovadores según como los hemos definido, por lo que su preparación será fundamental para conseguir la mayor información posible. Las técnicas cualitativas que se apliquen (fundamentalmente encuestas empresariales y entrevistas a agentes sociales e institucionales) deberán incluir preguntas que permitan identificar las siguientes cuestiones:

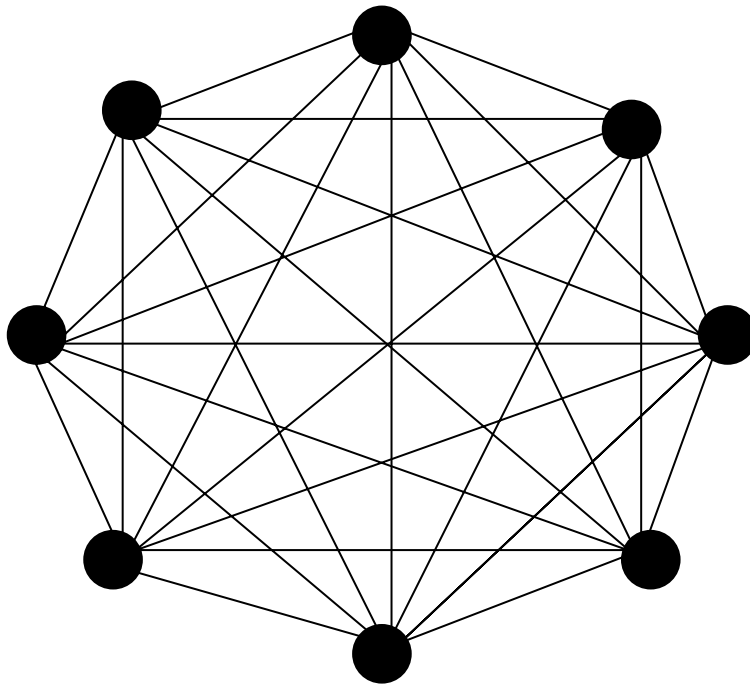
- Las características de los diferentes tipos de innovación y su grado de intensidad.

- Las estrategias empresariales en materia de innovación, las razones que impulsaron el esfuerzo innovador en las empresas (internas/externas; ofensivas/defensivas), y el origen de los recursos financieros puestos a disposición del proceso de innovación (propios/ajenos) y su destino (producción/adquisición de innovaciones),
- La presencia/ausencia de agentes sociales implicados en la actividad industrial y en el proceso innovador (asociaciones empresariales, centros de apoyo a la innovación,...), así como la existencia de posibles relaciones de intercambio y/o cooperación con el entorno (empresas, organismos públicos, instituciones públicas locales o regionales) que puedan ayudar a identificar la presencia efectiva de verdaderas redes de innovación.
- Los participantes en la red de innovación, y densidad y carácter (estable o esporádico) de las relaciones.
- Las empresas o agentes dominantes en el contexto de la innovación, y sus principales factores de impulso.
- La génesis de la cooperación entre empresas y/o agentes sociales e institucionales, las reglas de funcionamiento de las redes y la existencia o no de proyectos conjuntos de innovación.
- Tipos de flujos de cooperación (formales/informales), finalidad de las relaciones y geometría de la red (relaciones horizontales/verticales)
- La extensión territorial de los flujos, la intensidad de las relaciones del medio con el exterior y posicionamiento en el contexto global.
- Los efectos derivados del proceso de innovación, tanto desde el punto de vista de la competitividad empresarial y la calidad de vida en ese territorio, como en el plano laboral, ambiental o institucional.
- Los posibles límites y restricciones asociados a las estrategias de las propias empresas o a las condiciones del entorno, así como la posible evolución de propio medio (aspectos esenciales con vistas a la realización de cualquier tipo de propuestas de actuación).

A diferencia del caso de la temática de los SPL, en la que al final presentamos los intentos de localización a escala nacional, en el caso de los medios innovadores debido a la juventud de la temática todavía no existe ningún análisis de localización general, sino que tan sólo existen estudios de caso. El proyecto de investigación coordinada sobre esta temática a escala nacional, en el que se integra esta investigación, ha publicado una obra en la que bajo el título de "Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España" (Alonso y Méndez, coords, 2000) se recopilan y cartografían numerosos estudios de caso agrupados por Comunidades Autónomas.

5.3. La representación de la red de innovación.

Finalmente, será fundamental llevar a cabo el estudio detallado de la red de agentes promotores de la innovación, analizando el número de participantes, la densidad de las relaciones y el agente central que establece mayor número de conexiones. Para el análisis comparado entre estudios de caso de estas redes es necesario crear un modelo o herramienta metodológica que permita observar de forma rápida las diferencias y deficiencias de forma visual. En este sentido, resulta de gran utilidad el siguiente grafo propuesto en Méndez, Rodríguez y Mecha (1999, p. 162), en el que se representa la situación hipotética perfecta (*diamante de la cooperación*): máximo número de agentes y máxima densidad de flujos de relaciones (interconexiones entre agentes).



Grafo 1. Modelo del diamante de la red de innovación.

- Los vértices representan el conjunto de todos los tipos de agentes identificados en el total de los casos a comparar (en el modelo hipotético se suponen 8, basado en estudios empíricos realizados hasta el presente), y su presencia o ausencia en la red será uno de los aspectos de comparación entre redes.
- Los arcos que unen los vértices entre sí representan la existencia de relaciones entre los agentes que enlazan, pudiéndose representar diferentes grosores de línea en función de la frecuencia o intensidad de la relación. Cuanto mayor sea el número de arcos, mayor es la densidad de la red.

Además, existe la posibilidad de destacar en diferente color el agente central de la red, es decir, el que tiene mayor influencia o el que mantiene relaciones con el mayor número de agentes (mayor grado de conectividad). Esto a su vez servirá para detectar cuáles son los agentes clave de la innovación en las regiones o zonas industriales que se

estén analizando y en las que se integren los diferentes estudios de caso.

Y en cuanto al ámbito exterior de las relaciones del medio innovador, el modelo más gráfico es la siguiente herramienta metodológica basada en la propuesta por Maillat, Crevoisier y Lecoq (1991, p. 412), en la que se representan los diferentes espacios (local/regional/global) mediante círculos que se integran unos en otros, y que se conectan a través de los flujos de relaciones que mantienen las empresas y los agentes sociales e institucionales.

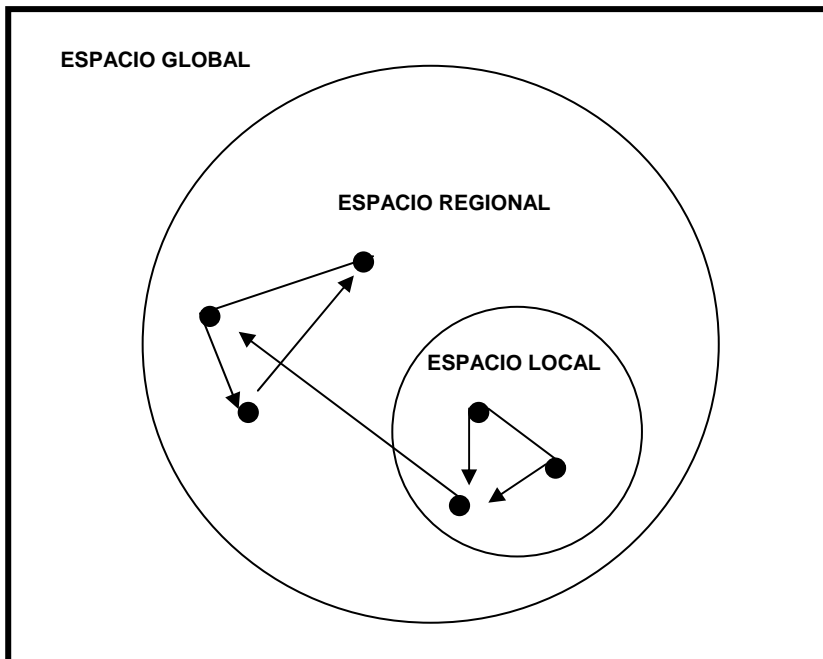


Diagrama 3. El ámbito de las relaciones en un medio innovador.

En los estudios de caso de la investigación empírica de la tesis doctoral aplicaremos estos modelos con el fin de poder establecer comparaciones entre ellos.

6. EL RECIENTE DEBATE EN TORNO A LOS MEDIOS INNOVADORES EN ESPAÑA.

La juventud de la aplicación del concepto de medio innovador en nuestro país se refleja tanto en la escasez de bibliografía sobre el tema como en los ejes que todavía articulan el debate teórico que ha generado, característicos de conceptos de reciente difusión y poco aplicados en casos prácticos (Méndez, 1998; Méndez, Rodríguez y Mecha, 1999; Alonso y Méndez, 2000, p. 53-56; Méndez y Alonso, 2002, pp. 23-44);

6.1. Los riesgos de la emergencia reciente de la temática.

Cualquier nueva temática está siempre expuesta a una serie de riesgos hasta su

consolidación y madurez conceptual y empírica, y en el caso de los medios innovadores los principales problemas y advertencias que se destacan en la bibliografía señalada giran en torno a tres aspectos fundamentales sobre los que es necesario poner atención:

→ En primer lugar, es imprescindible evitar la *generalización indiscriminada* del término y aplicar el concepto con rigor.

- No todos los espacios en los que se constate algún tipo de innovación en el mundo empresarial, cualquiera que sea su intensidad y características, pueden ser considerados como medios innovadores, puesto que en un contexto económico competitivo como el actual pocas serán las empresas que no hayan renovado su maquinaria y sus equipos, o que no hayan incorporado el ordenador a las tareas administrativas.
- No todas las áreas con empresas innovadoras puede considerarse medios innovadores, pues el concepto implica la existencia de redes de flujos y vínculos estrechos entre las empresas y los agentes con el territorio en el que se asientan, que no existen cuando las empresas operan de forma aislada y sin apenas conexiones con el entorno.

→ En segundo lugar, es preciso aplicar el concepto a *ámbitos territoriales adecuados*.

Al igual que señalamos en el caso del término de sistema productivo local, la utilización del concepto de medio innovador en la bibliografía a escalas espaciales muy diversas (desde sectores urbanos a ciudades enteras, núcleos rurales aislados, comarcas, e incluso regiones enteras) ha creado una cierta imprecisión de los resultados desde una perspectiva geográfica. Ya desde sus inicios, los propios trabajos del GREMI fueron realizados en áreas de dimensión desigual, y esta falta de acuerdo desde el origen del concepto sobre su dimensión territorial plantea dudas a la hora de identificar el la escala más adecuada para identificar flujos de relaciones entre empresas y agentes con el medio territorial en el que se sitúan. Únicamente un avance significativo en la investigación de carácter empírico, aún bastante escasa, podrá ayudar a llegar a un acuerdo. En el caso de la presente investigación se aplicará el concepto a estudios de caso de ámbito municipal y comarcal.

→ En tercer lugar, hay que evitar *dibujar el mapa de los medios innovadores a escala nacional* con precipitación.

Finalmente, también al igual que se señaló en el caso de los sistemas productivos locales, la proliferación reciente de estudios de caso no debe llevar al apresuramiento por obtener conclusiones a escala nacional. La cartografía conjunta de todas las investigaciones empíricas llevadas a cabo debe interpretarse con cautela, ya que se trata de estudios realizados con metodologías diversas y en ámbito territoriales diversos.

6.2. La aplicación del concepto a regiones periféricas.

Si revisamos la bibliografía sobre investigaciones empíricas llevadas a cabo en torno al concepto de medio innovador (fundamentalmente en el extranjero), es evidente

que se puede observar que la aplicación prioritaria hasta el momento de este término se ha centrado en espacios con un elevado potencial industrializador y una relevante presencia de sectores intensivos en tecnología (destacan los casos del Silicon Valley californiano, la Lombardía, el Arco jurásico, la región de París o las dos principales metrópolis españolas).

Así, parece lógico que esta constatación plantee ciertas dudas a la hora de intentar trasladar la aplicación del concepto a territorios más periféricos, de características e historia industrial muy diferentes, como pueden ser las regiones interiores españolas. En principio, se podría pensar que en ellas existe una suficiente acumulación de obstáculos estructurales que debería dificultar la aparición de verdaderos medios de innovación. El proceso de despoblamiento y descapitalización que han sufrido durante décadas se refleja en el retraso estructural de su actividad industrial, y se une a su fuerte especialización en sectores maduros (intensivos en el uso de recursos naturales y/o mano de obra poco cualificada), a la escasa competitividad en el mercado global de la mayor parte de sus empresas y a la escasez generalizada de servicios empresariales (debido a su débil urbanización).

La insistencia de estas características en los diagnósticos realizados en estas regiones, justifica el escaso interés que este tipo de espacios ha despertado hasta el momento en los investigadores, que han tendido a descartarlas de antemano como objeto de estudio. Por ese motivo, resulta imprescindible realizar algunas aclaraciones sobre la posibilidad de adaptar el concepto de medio innovador a estas regiones, como es el caso de la presente investigación.

Así, las cuestiones que han generado mayor debate frente a las regiones industriales de sectores avanzados (más vinculados con el uso intensivo de nuevas tecnologías y las inversiones destinadas al fomento de la I+D), y que precisan mayor aclaración se centran principalmente en tres temas:

- ➔ La especialización en sectores tradicionales (calzado, madera y mueble, agroalimentación, textil y confección, transformados metálicos), de baja intensidad tecnológica.
- ➔ La baja capacidad de las pequeñas ciudades y núcleos de carácter rural para generar externalidades positivas derivadas de la aglomeración urbana.
- ➔ El predominio de PYMES con limitada capacidad innovadora, debido a sus escasas posibilidades financieras de contratación de mano de obra cualificada o de formación.

La idea que aquí se mantiene es que la noción de medio innovador no debe excluir a priori territorios con esas características estructurales, y que lo que hay que plantear es que existe una *gradación o jerarquía entre medios innovadores*, que lleva a interpretar que los que pueden localizarse en zonas periféricas no se encontrarán probablemente (salvo excepciones puntuales) en la vanguardia del proceso, pero no por ello dejan de tener un gran interés para el desarrollo de las regiones en las que se integran. Si bien no es

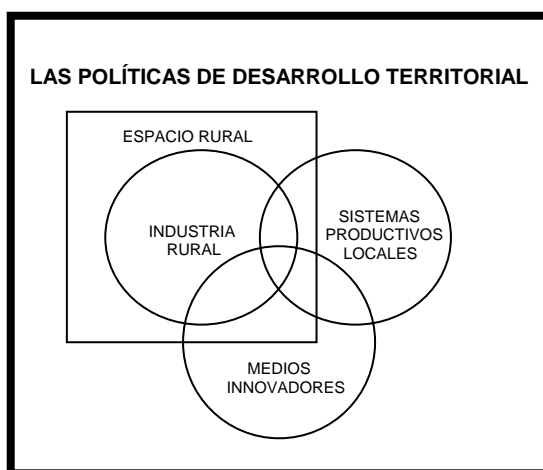
probable encontrar en las PYMES de estas zonas departamentos específicos dedicados a tareas de I+D, o incluso relaciones de colaboración con universidades o centros de investigación, eso no excluye la presencia de importantes fenómenos de transferencia tecnológica, así como esfuerzos en materia de diseño, calidad y presentación de los productos/servicios, publicidad, técnicas de venta, etc., que permiten su mantenimiento en el mercado (y en bastantes ocasiones su expansión) sin recurrir de forma exclusiva al abaratamiento de costes como estrategia dominante. La innovación social basada en la cooperación interempresarial y en la formación de redes de agentes sociales e institucionales adquiere gran importancia en estos espacios.

No obstante, es evidente que en las regiones periféricas el número de casos de éxito a los que pueda aplicarse el concepto de medio innovador siempre será limitado en comparación con otras regiones de condiciones más favorables. Pero precisamente la investigación en estos espacios periféricos plantea un interés especial al permitir observar casos de medios innovadores en estado incipiente o embrionario, donde resulta más fácil detectar los factores que actúan como detonante del proceso innovador y los principales obstáculos que lo frenan. En este sentido, nos unimos al sentimiento de Benko y Lipietz (1994) cuando afirman que "adivinar en sus primeros signos la futura realidad social, es la más noble ambición de un investigador, es el placer y la parte de riesgo de su oficio" (p. 365).

CAPÍTULO 5:

HACIA EL PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN: REDES, INNOVACIÓN Y POLÍTICAS DE DESARROLLO

“Los procesos de desarrollo no se producen en el vacío, sino que tienen profundas raíces institucionales y culturales. El desarrollo de una economía lo promueven siempre los actores de una sociedad que tiene una cultura y formas y mecanismos propios de organización. Cada sociedad alienta el desarrollo de formas específicas de organización e instituciones propias que facilitarán o dificultarán la actividad económica, debido a que los agentes económicos toman sus decisiones en ese entorno organizativo e institucional y, por supuesto, no siguen las prescripciones teóricas de los modelos económicos”.
(Vázquez Barquero: *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, 1999, p. 242)



INTRODUCCIÓN: LA INTERSECCIÓN DE TRES TEMÁTICAS PARA EL DESARROLLO DEL ESPACIO RURAL.

Una vez analizadas las tres temáticas centrales del contexto teórico de la investigación, el objetivo es llegar al planteamiento de las hipótesis de la investigación a través del análisis de la correspondencia entre la intersección de sus contenidos teóricos y los nuevos criterios conceptuales de las políticas de desarrollo rural y regional. Además, siempre se tendrá en cuenta el contexto de diversidad y heterogeneidad del mundo rural actual presentado en el primer capítulo, integrado a su vez en el nuevo contexto creado por la globalización en sentido amplio. Se trata, por tanto, de centrarnos en lo que supone para el desarrollo del espacio rural actual la intersección de las ideas analizadas sobre los procesos de industrialización rural, los sistemas productivos locales y los medios innovadores, de cara a la valoración de las políticas de desarrollo rural y regional puestas en marcha y a la presentación de propuestas en este ámbito.

Por un lado, la constatación de la gran diversidad de situaciones que se encuentran actualmente en el espacio rural, conduce a la idea básica de la imposibilidad de establecer modelos generales de desarrollo rural. Si el espacio rural no es homogéneo, las políticas de actuación no pueden ser homogéneas, sino adaptadas a cada territorio.

Pero, además, a la diversidad de situaciones en el mundo rural se une la gran variedad de procesos de industrialización rural basada en la heterogeneidad económica, social y cultural de cada territorio, lo que a su vez conduce a la idea de que cualquier política de desarrollo rural basada en la industria deberá apoyarse necesariamente en la multiplicidad de actores, actividades, instituciones y factores socioeconómicos y culturales específicos de cada espacio.

Por otro lado, en el contexto de la globalización económica el éxito de las empresas y de los lugares industriales parece tener como principio la cooperación, como forma la red y como motor la innovación, idea en la que se apoyan los conceptos analizados de sistema productivo local y medio innovador. Las nociones de cooperación y red en este contexto se basan en el establecimiento de relaciones entre actores, empresas e instituciones, con el objetivo de alcanzar una mayor productividad y rentabilidad económica. Y son precisamente estos dos conceptos, los principales vehículos de la difusión de la innovación entre las pequeñas y medianas empresas implantadas en el medio rural en la actualidad.

Finalmente, en el contexto de la progresiva desagrarización del espacio rural, la industria se presenta hoy como un importante motor alternativo de desarrollo rural, apoyado a su vez en los procesos de descentralización productiva y de avance en los transportes y las comunicaciones. Por tanto, el análisis de los procesos de industrialización rural basados en la cooperación entre empresas, la formación de redes de agentes implicados en la actividad económica y la innovación en sentido amplio nacida a partir de propio capital territorial, presenta un gran interés hoy en día de cara a las nuevas políticas de desarrollo rural y local en un contexto de globalización económica.

El contenido de este capítulo final del contexto teórico se organiza en torno a las políticas de desarrollo territorial apoyadas en la industria, objetivo último de la investigación y base de las hipótesis de trabajo. Se parte del análisis de la evolución del concepto de desarrollo rural, para estudiar después las implicaciones para la política de ordenación rural actual de los conceptos de redes e innovación. A continuación se analizan las políticas industrial, empresarial y de innovación, para desembocar finalmente en el análisis de lo que Vázquez Barquero denomina “la tercera generación de políticas de desarrollo regional”. Por último, y como cierre del contexto teórico de la tesis, se presentan las hipótesis de la presente investigación.

1. EL NUEVO CONCEPTO DE DESARROLLO RURAL.

Es evidente que las transformaciones rurales implican modificaciones espaciales, fundamentadas a su vez en cambios funcionales y socio-económicos, que han afectado a todos los habitantes del espacio rural. Pero si la Geografía, la Sociología, la Economía, la Agronomía u otras ciencias se han ocupado siempre de estos fenómenos, como señalan Molinero y Alario (1.994, p. 53), “el desarrollo rural se ha convertido hoy en un banderín de enganche para un innumerable grupo de intelectuales y profesionales de la política y de la ordenación del territorio”. Sin embargo, aplicada al caso español, resulta como ellos mismo señalan “una temática tan exuberante como inconcreta”, pues “al carro del desarrollo rural, desarrollo sostenible, desarrollo local, desarrollo endógeno... se han subido una multitud de cultivadores urbanos, dispuestos a plantear modelos de desarrollo que, inspirados en otros países y pensados para otros medios rurales muy distintos al



Elaboración propia

Figura 6. Evolución del contexto de la política de desarrollo rural

español, pretenden aplicar miméticamente al nuestro”. Sus teorías suelen ser lo suficientemente genéricas como para decir verdades tan absolutas como estériles.

En definitiva, Molinero y Alario (1994, p.83) señalan que “como se ha demostrado, no existe un modelo de desarrollo rural válido para cualquier espacio y tiempo, porque las circunstancias socioterritoriales de cada país, región o comarca difieren tanto que hacen ineficaz el mantenimiento de un único paradigma”. Esta nueva concepción del desarrollo rural es fruto de la evolución histórica del propio desarrollo del mundo rural y de sus actividades.

1.1. La evolución histórica del desarrollo rural.

A la vez que han ido cambiando las características y el papel de la actividad agraria y el medio rural en el conjunto de la economía y el espacio nacionales, el contenido del Desarrollo Rural ha ido variando, pasando desde su identificación con el desarrollo nacional y su equiparación con el desarrollo agrario, hasta los conceptos actuales basados en el auge de la pluriactividad, el desarrollo sostenible y la defensa de los valores medioambientales.

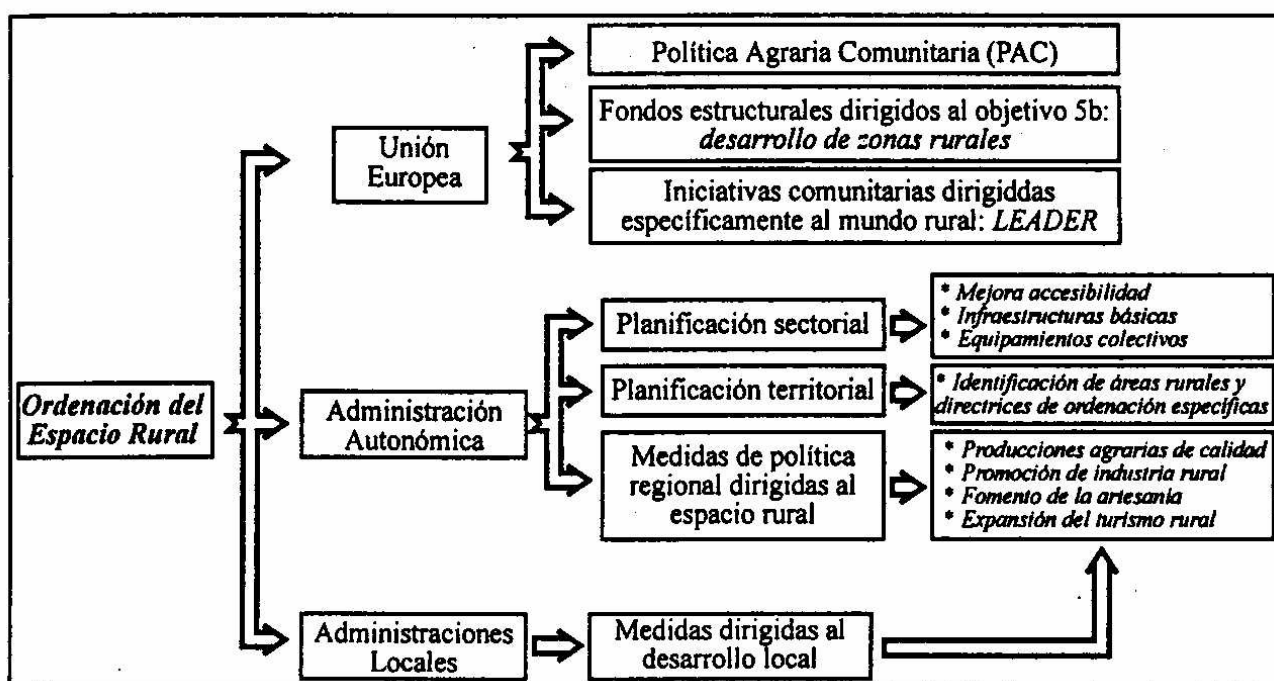
Aunque suponga una excesiva simplificación de la evolución histórica del desarrollo rural, podemos establecer tres grandes etapas (Molinero y Alario, 1994, pp. 62-73):

- a. El desarrollo rural en el modelo de agricultura tradicional, consolidado en España entre el primer tercio del siglo XIX y la década de los años cuarenta del siglo pasado.
En esta etapa apenas se acometen actuaciones de mejora y desarrollo rural, salvo el inicio de una política de transformación en regadío desde principios del siglo XX.
- b. Los inicios de la transformación y el fin de la agricultura tradicional: el desarrollo de una agricultura productivista y capitalista surgida y afianzada durante los años cincuenta y sesenta.
La introducción de formas capitalistas en la agricultura y el papel creciente de la burguesía en el conjunto de la economía española inducen importantes transformaciones que llevan a la potenciación de una agricultura productivista, incentivada por *políticas modernizadoras*, que identifican desarrollo rural con desarrollo agrario.
- c. Crisis económica y crisis del modelo urbano: el renacimiento del mundo rural, a partir de mediados de los años setenta.
Con la crisis económica de los años setenta entra también en crisis el modelo de desarrollo industrial y con él, el modelo de vida urbano: desindustrialización, incremento del paro, falta de expectativas de crecimiento, desarrollo de una conciencia ecológica. Al mismo tiempo, en las áreas rurales se observa una disminución generalizada de los procesos migratorios y la aparición de graves excedentes debido al éxito de las políticas productivistas.

A partir de esta evolución histórica, desde los años setenta el espacio rural diversifica progresivamente sus funciones, y si en un principio perdura la identificación entre lo rural y lo agrario, pronto surgen los conceptos de pluriactividad y diversificación

de rentas. Así, tras las sucesivas reformas de la Política Agraria Comunitaria (1.985, 1.988 y 1.992), surgió el concepto de desarrollo rural integrado cuyo mejor exponente es el Programa LEADER (*Liaison Entre Actions de Développement et Économie Rurale*). En la siguiente figura se intenta plantear el nuevo contexto en el que se integran las políticas actuales de desarrollo rural.

Paralelamente a esta evolución, los organismos encargados del desarrollo rural han ido variando y ampliándose a lo largo del tiempo, desde la centralización a escala nacional, hasta la superposición actual de administraciones que se encargan de la ordenación del espacio rural: la Unión Europea, las Administraciones Autonómicas y las Administraciones Locales (véase la siguiente figura). Desde la centralización nacional, se ha producido una ampliación del ámbito de las administraciones implicadas en la ordenación del espacio rural, tanto hacia arriba (Unión Europea) como hacia abajo (descentralización hacia el poder local), pero en todos los casos se ha producido una convergencia de las tendencias de aplicación, pasando de aplicarse desde arriba, a hacerlo desde abajo.



Fuente: Pujadas y Font, 1998, p. 263.

Figura 7. Administraciones implicadas en la ordenación del espacio rural actual.

1.2. El desarrollo rural en la última década: el Desarrollo Rural Integrado y los programas financiados por la Unión Europea.

La estrategia europea para el desarrollo rural se empezó a plantear en el llamado "Libro Verde" de la Comisión de 1985, y posteriormente, en el Informe de la Comisión "El Futuro del Mundo Rural" aparecido en 1988, ya se tomaron los problemas rurales en seria consideración, apuntando soluciones y medidas para enfrentarse a ellos. En la reforma de los fondos estructurales llevada a cabo ese mismo año ya se hablaba de Desarrollo Rural

Integrado. En 1993 las zonas rurales recibieron reconocimiento político en el seno de la Unión Europea, mediante una cita específica del Tratado de Maastricht, identificándolas como una prioridad para la asistencia bajo la política de cohesión económica y social: “A fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Comunidad, ésta desarrollará y proseguirá su acción encaminada a reformar su cohesión económica y social. La Comunidad propondrá en particular reducir las diferencias entre los niveles de desarrollo de las diversas regiones y el retraso de las regiones menos favorecidas, incluidas las zonas rurales” (Artículo 130 A del Tratado de Maastricht).

Inscritos en un marco legal que arranca del Informe sobre “El Futuro del Mundo Rural” elaborado por la Comisión Europea en 1.988, y basados en el Reglamento CEE nº 4253/88 que fija las directrices para unas subvenciones globales integradas e invita a los Estados miembros a presentar propuestas, los programas de desarrollo rural son concebidos con el siguiente objetivo: “incentivar el desarrollo rural a escala comarcal a través de iniciativas endógenas destinadas a la potenciación de los aspectos que hoy se consideran fundamentales: turismo, artesanía, actividades agrarias alternativas a las tradicionales, conservación medioambiental... primando las que aportan soluciones innovadoras, diversifican la base económica comarcal y dan alternativas a las actividades agrarias clásicas” (Moliner y Alario, 1994, p. 72). Así surgía el concepto de Desarrollo Rural Integrado.

El análisis de esta noción de desarrollo integrado lleva a distinguir tres ejes o tendencias, que se reflejan en tipos diferentes de políticas existentes actualmente de desarrollo rural, que se intentan reflejar en la siguiente figura:

- La importancia concedida al espacio rural como territorio se materializa en *políticas de puesta en valor de los recursos locales*, intentando destacar la especificidad local ya sea basándose en la recuperación de actividades tradicionales, o bien en la búsqueda de actividades alternativas.
- El objetivo de alcanzar una articulación global/local satisfactoria como estrategia de supervivencia en un mundo globalizado, precisa *políticas de fomento de la cooperación local*, destacando la importancia de la integración en redes y del papel de los agentes locales como actores intermediarios en el proceso.
- Finalmente, las recientes corrientes *políticas basadas en la protección del medio ambiente*, se materializan en políticas de desarrollo basadas en la sostenibilidad y durabilidad de las actuaciones en el medio rural.

- *Los Programas LEADER y PRODER.*

Dentro de este nuevo contexto, la iniciativa LEADER es la que mejor refleja los objetivos globales del Desarrollo Rural Integrado, pues es de específica aplicación para el desarrollo local. Fue lanzada en 1991 (LEADER I) como una Iniciativa Comunitaria de la Unión Europea para el desarrollo rural, renovada para el período 1994-1999 (LEADER II) y ampliada de nuevo con el LEADER + (vigente actualmente). El desarrollo de las siglas

en francés es “Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural”, reservándose la aplicación de los programas a las regiones de objetivo 1, 5b y 6¹ de la Comunidad Europea. Las convocatorias propugnan ante todo un desarrollo rural apoyado en la pluriactividad y en la proliferación de actividades alternativas a las agrarias tradicionales, con el fin de generar una expansión económica comarcal de carácter endógeno. Por tanto, se pretende poner en marcha programas de desarrollo a medida adaptados a cada país, región, comarca o localidad, en función de las características específicas que distinguen cada territorio.

Los objetivos centrales son el fomento de las actividades innovadoras realizadas por los agentes locales, públicos o privados, en todos los sectores de actividad del medio rural, dar a conocer experiencias concretas y ayudar a los agentes locales de los distintos Estados miembros que lo deseen a inspirarse en los resultados obtenidos por otros territorios, realizando en común determinados proyectos.

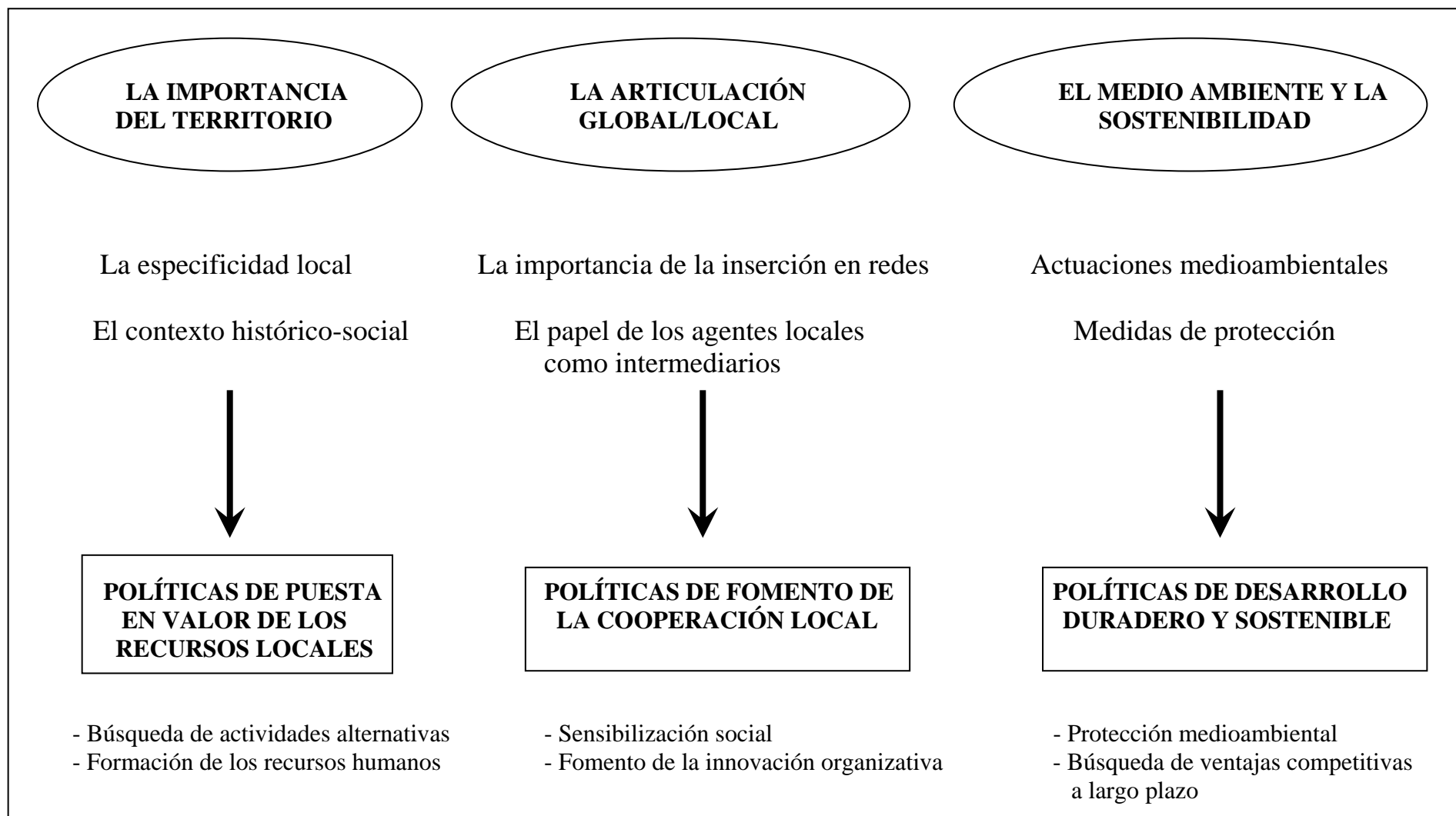
Los beneficiarios de esta política rural son los denominados Grupos de Acción Local (GAL), entendiéndose como tales el conjunto de interlocutores públicos y privados que definen en común una estrategia y medidas innovadoras para el desarrollo de un territorio rural de menos de 100.000 habitantes (normalmente una comarca), además de otros agentes colectivos o públicos del medio rural (colectivos locales, cámaras agrarias, de industria, de comercio, cooperativas, asociaciones, etc.), siempre y cuando su tema de actuación se sitúe dentro de una lógica de desarrollo de una zona rural.

En definitiva, el propósito de los programas LEADER es impulsar una línea integradora en las actividades de desarrollo de la economía rural dentro de un enfoque endógeno local, con el fin de apoyar y estimular las iniciativas de los grupos de acción local.

Junto al Programa LEADER de ámbito europeo, en nuestro país existe un programa nacional de desarrollo rural diseñado y aplicado en España pero cofinanciado por la Unión Europea: el PRODER, que significa “Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de zonas Rurales”. Aunque este programa nacional es similar a LEADER (derivado de sus enseñanzas), la diferencia en cuanto a la forma de gestión y programación estriba en que no es un programa europeo derivado de una Iniciativa Comunitaria, sino un programa operativo plurirregional derivado del Marco Comunitario de Apoyo de los Fondos Estructurales. Se aplica únicamente en comarcas rurales de las 10 regiones españolas de Objetivo 1, y está coordinado desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Sus objetivos fundamentales son impulsar el desarrollo endógeno y sostenido de las zonas rurales a través de la diversificación de sus economías y la contención del éxodo rural y de la despoblación. Además, con este programa se pretende mejorar la renta y la calidad de vida de los habitantes de las zonas rurales, asegurando la conservación del espacio y de los recursos naturales. Entre las medidas subvencionables propuestas destacan el fomento de las pequeñas empresas, las actividades de artesanía y de servicios, y los servicios a las empresas.

¹ Objetivo 1: las regiones menos desarrolladas.
Objetivo 5b: los territorios rurales frágiles.
Objetivo 6: las zonas escasamente pobladas.



Elaboración propia

Figura 8. Tipos de políticas de desarrollo rural.

Como valoración general de estas políticas de desarrollo rural en relación a la presente investigación, se puede señalar el cierto olvido de la industria como agente dinamizador de determinados espacios rurales, frente al protagonismo concedido al turismo, la artesanía asociada a él y ciertas actividades agrarias.

- *La línea abierta por la Declaración de Cork sobre el mundo rural.*

En noviembre de 1996, ocho años después de la publicación de *El Futuro del Mundo Rural* que hasta entonces había sido la guía de los planteamientos oficiales comunitarios sobre el desarrollo rural, se celebró en Cork (Irlanda) una Conferencia Europea sobre Desarrollo Rural de la Comunidad Europea, titulada *La Europa Rural-Perspectivas de Futuro*. La Conferencia marcó una nueva etapa decisiva en la Política Rural Europea, al trazar las grandes orientaciones en el horizonte 2000.

Los nuevos caminos a seguir quedaron recogidos en la denominada *Declaración de Cork- Por un medio rural vivo*, en la que se anunciaba un programa de desarrollo rural de cara al siglo XXI. En el nuevo programa quedan bien definidas las siguientes ideas:

- ➔ El desarrollo rural sostenible se convierte en una de las principales prioridades de la Comunidad Europea.
- ➔ Se reafirma la necesidad de diversificar las actividades económicas en el medio rural y de apoyar a las PYMES.
- ➔ Se establece como principio aplicar un enfoque integrado, descentralizado, sostenible y con una dimensión territorial del desarrollo, y como meta alcanzar una mayor cooperación de todos los agentes y a todos los niveles (local, comarcal, regional, nacional y europeo).
- ➔ Y finalmente se plantea el compromiso de facilitar todo el proceso de desarrollo mediante la simplificación de la burocracia, la programación de las actuaciones, y la financiación, gestión y evaluación de los proyectos.

A continuación se presentan de forma más detallada los 10 puntos que incluye la Declaración de Cork.

Los 10 puntos de la *Declaración de Cork – Por un medio rural vivo (1996)*:

1. *Preferencia rural*: El desarrollo rural sostenible debe ser una de las principales prioridades de la UE y el principio fundamental para basar toda la política rural. Para ello hay que utilizar una parte creciente de los recursos disponibles. Con ello se trata de:
 - Evitar la emigración rural.
 - Estimular el empleo y la igualdad de oportunidades entre los sexos.
 - Preservar y mejorar la calidad del medio ambiente.
 - Responder a las crecientes demandas de la sociedad rural y urbana contribuyendo a su bienestar.
 - Equilibrar el gasto público (inversiones, infraestructuras, educación, salud, comunicaciones) entre áreas rurales y urbanas.
2. *Enfoque integrado*: La política de desarrollo rural (PDR) ha de abarcar en el mismo marco jurídico y político:
 - Ajuste y desarrollo agrícola.
 - Diversificación económica (en especial PYMES y servicios rurales).
 - Gestión de recursos naturales.
 - Reforzamiento de funciones medioambientales.Debe aplicarse a todas las áreas rurales, con especial dedicación a la cofinanciación de las áreas más necesitadas.

Marco teórico: políticas de desarrollo e hipótesis de investigación

3. *Diversificación*: Crear un marco de apoyo para la diversificación de las actividades sociales y económicas, en el que puedan sostenerse las iniciativas privadas y las comunidades de base (inversiones, asistencia técnica, formación, educación, tecnologías de la información, etc.)
4. *Sostenibilidad*: Conservar la calidad y variedad de los paisajes rurales (recursos naturales, biodiversidad e identidad cultural), tomando conciencia de las responsabilidades globales en las actuaciones locales.
5. *Subsidiariedad*: Descentralizar la PDR y basarla en la asociación y la cooperación de todos los niveles (local, regional, nacional y europeo) y adoptar un enfoque “emergente” que tenga su punto de partida en la creatividad y solidaridad de las comunidades rurales. El impulso para el desarrollo rural debe hacerse a escala local y comunitaria, en un marco europeo coherente.
6. *Simplificación*: Evitar las excesivas complicaciones burocráticas y legislativas, sobre todo del componente agrario: no renacionalizar la PAC, pero sí hacerla más coherente simplificando los canales y limitando las reglas generales, con decisiones más subsidiarias y mayor flexibilidad.
7. *Programación*: La aplicación de los Programas de Desarrollo Rural (PrDR) estará basada en procedimientos coherentes y transparentes. Cada región tendrá un único PrDR y un solo mecanismo para el desarrollo rural sostenible.
8. *Financiación*: Para promover proyectos locales de desarrollo rural:
 - Fomentar el uso de recursos financieros locales.
 - Fomentar la ingeniería financiera en técnicas de créditos rurales para favorecer sinergias entre financiación pública y privada.
 - Reducir la presión fiscal sobre las PYMEs.
 - Fomentar una mayor participación del sector bancario y otros intermedios financieros.
9. *Gestión*: Dotar de asistencia técnica, formación y comunicaciones a los gobiernos locales y regionales y a los grupos locales, para mejorar su capacidad administrativa y su eficacia. La creación de redes entre regiones y comunidades rurales de Europa, será fundamental para compartir investigaciones e información, y para intercambiar experiencias.
10. *Evaluación e investigación*: Reforzar el seguimiento, evaluación y valoración de los beneficiarios para:
 - Asegurar la transparencia de los procedimientos.
 - Garantizar la correcta utilización de los fondos públicos.
 - Estimular la investigación y la innovación.
 - Facilitar el debate público.Los beneficiarios deben ser consultados en el diseño y aplicación de los proyectos, y sería conveniente que ellos mismo los siguieran e intervinieran en las evaluaciones.

Fuente: tomado de Calatrava y Melero, 1999.

Cuadro 19. Programa de desarrollo rural de la Declaración de Cork.

2. LOS NUEVOS MECANISMOS DEL DESARROLLO RURAL.

La constitución de nuevas formas de organización y la puesta en marcha de nuevas estrategias como alternativas de desarrollo para el espacio rural en un contexto global, precisa el establecimiento de nuevos mecanismos de dinamización y crecimiento: la organización de redes y la integración en ellas, y la innovación constante en un sentido amplio parecen ser los principales. En este sentido, las redes y la innovación se pueden considerar las nuevas claves del desarrollo, por lo que las investigaciones en torno a los sistemas productivos locales y los medios de innovación en el espacio rural tienen importantes implicaciones para la política de desarrollo de los espacios no metropolitanos.

2.1. La estrategia de la organización en red: redes de empresas y redes de agentes como ejes estratégicos del desarrollo.

Las redes de empresas se han convertido en una de las formas de organización de la producción que caracteriza al modo de desarrollo: dan la necesaria flexibilidad a los sistemas productivos locales para responder a los cambios inducidos por el aumento de la competencia y la globalización, y favorecen el crecimiento de la productividad de las

empresas y la mejora de su posicionamiento en los mercados. Y por otro lado, cuando una localidad, comarca o región trata de definir una estrategia de desarrollo económico, uno de los ejes centrales será construir o aumentar la capacidad organizativa de sus agentes económicos para producir y competir en los mercados, así como estimular la capacidad de aprendizaje de la red de actores locales que les permita dar la respuesta adecuada a las necesidades y problemas de la economía local.

En un escenario competitivo como el actual, cada localidad/región tiene sus fortalezas y debilidades. Si se realiza un diagnóstico en términos de los dos ejes estratégicos que propugnan las teorías de los entornos innovadores y del distrito industrial (capacidad innovadora y de aprendizaje, y capacidad empresarial y organizativa), se pueden identificar cuatro tipos de espacios industriales (Maillat, 1995):

- Territorios que tienen debilidades tanto en lo que atañe a su capacidad emprendedora como a la potencialidad de respuesta innovadora.
- Territorios que disponen de un sistema de empresas suficientemente bien organizado en el territorio, pero que necesitan introducir innovaciones para que las empresas mejoren su competitividad.
- Territorios que tienen una débil capacidad empresarial y/o de organización del sistema de empresas locales, pero que en los últimos años han visto reforzada su posición sobre todo debido a acciones de política tecnológica que le han dotado de proyectos que se proponen la difusión de las innovaciones.
- Territorios que son potentes en capacidad empresarial y organizativa y en la potencialidad de respuesta innovadora a los desafíos de la competitividad, lo que se ha venido en denominar entornos innovadores.

Esta tipología de territorios organizada en función de dos de los ejes estratégicos del desarrollo local, permite proponer una estrategia. El objetivo sería convertir el territorio en un entorno innovador en el que la capacidad empresarial y organizativa y las respuestas innovadoras de las empresas y los actores locales fueran positivas en el escenario en el que compite la localidad o región. Para ello sería necesario impulsar acciones que potenciaran las fortalezas y neutralizaran las debilidades del territorio; por tanto, unas veces estarían más orientadas a la innovación a través del fomento de la difusión de la tecnología y de la interacción innovadora de los actores locales, y otras más orientadas a la organización del territorio.

Así pues, las líneas de acción dominantes en las estrategias de desarrollo local son, por un lado impulsar aquellas formas de cooperación entre las empresas que estimulan el clima emprendedor del sistema productivo local y de cada una de las empresas que lo forman, y la vinculación a los mercados nacionales e internacionales; y por otro lado, favorecer la articulación de las instituciones locales en redes institucionales de carácter nacional e internacional, que potencien la cooperación entre las organizaciones públicas, incentiven el apoyo en la planificación estratégica y la financiación de proyectos,

constituyen iniciativas de gran trascendencia para desarrollar con éxito las estrategias de desarrollo local.

Por último, la instrumentación de las estrategias de desarrollo local requiere que los agentes se apoyen en redes institucionales flexibles y receptivas a los cambios que significa la estrategia de desarrollo local, para que puedan neutralizar los efectos negativos del exceso de burocratización de las administraciones y conseguir el apoyo en las gestiones con las administraciones nacionales y regionales.

2.2. La innovación como proceso de aprendizaje colectivo: innovación empresarial e innovación territorial.

El proceso de innovación en los territorios industriales se basa en la cooperación entre las empresas y las instituciones que forman el tejido productivo, social e institucional de un territorio. La formación de organizaciones flexibles a través de las que se transmite el conocimiento de unas empresas a otras puede llegar, en los casos de excelencia, a la creación de regiones “inteligentes” para las que el aumento del conocimiento y el aprendizaje son la base de su dinámica económica y social.

Desde esta perspectiva, la innovación consiste en un proceso de aprendizaje que se produce como consecuencia del ejercicio de las capacidades productivas y empresariales, en general, y de aquellas que proporciona el uso de los bienes y servicios producidos. Su dimensión social y territorial hace que el aumento de conocimiento trascienda la individualidad de las empresas y de los actores, y se transforme en un proceso de aprendizaje colectivo a través de las interacciones que se producen en el entorno. Desde esta perspectiva se puede hablar de aprendizaje interactivo entre los actores del entorno en el que las empresas toman las decisiones de inversión y localización.

Se trata, por tanto, de un proceso de aprendizaje enraizado en la sociedad y en el territorio, en el que se intercambian y transfieren conocimientos codificados y conocimientos tácitos incorporados en los recursos humanos, con conocimientos externos a las empresas y actores, pero internos a la red, y que se difunden como consecuencia de las relaciones entre los actores. En este sentido, el tipo de innovaciones relevantes no son las innovaciones radicales que suponen un cambio singular en la evolución de las tecnologías, sino más bien las innovaciones incrementales, es decir, el conjunto de mejoras que implican una mejora progresiva de los productos y los procesos.

Las innovaciones surgen básicamente dentro de las empresas y en todo caso en el ámbito local, si bien en ocasiones los clientes y proveedores de fuera del distrito pueden ser el catalizador desencadenante del proceso de innovación. El sistema de relaciones entre las empresas permite establecer una comunicación fácil de ideas y de informaciones sobre técnicas y mercados, que genera las externalidades de red que benefician a todo el sistema. En todo caso, la proximidad geográfica facilita la transmisión de conocimientos y hace útiles los canales informales.

Pero quizá lo más relevante sea que las estrategias de las empresas de los sistemas productivos se apoyan en las relaciones de cooperación dentro del área. No se trata sólo de las relaciones entre empresas, sino también con los demás actores implicados en la actividad industrial, como sucede en el caso de los institutos tecnológicos o en el de las

organizaciones intermedias (como asociaciones de negocios, agencias privadas de transferencia de tecnología o bancos).

Por último, es importante señalar que las formas flexibles de organización de la producción como los distritos industriales y tecnológicos, ejercen una fuerte atracción en las grandes empresas externas. Los clusters que forman redes de empresas competitivas, capaces de generar economías de aglomeración y de red, atraen a las empresas que buscan recursos de calidad y economías externas que les permitan mantener o mejorar su cuota en los mercados cada vez más globalizados. Por ello, es cada vez más frecuente encontrar en los sistemas productivos locales formas muy diversas de relación, entre las que la subcontratación suele ser frecuente.

La subcontratación puede tener efectos positivos en la difusión de innovaciones en el distrito. Permite a las empresas externas reducir los costes de producción, beneficiarse de la especialización de los proveedores, reducir los costes internos y mejorar su competitividad, pero al mismo tiempo introduce una nueva dinámica en los sistemas productivos locales. La subcontratación supone un intercambio de conocimiento y de saber-hacer entre la empresa externa y el sistema local de empresas. Se trata de una relación frecuentemente estable entre los proveedores y el grupo empresarial, y su eficiencia sólo es posible cuando existe un buen sistema de información y de coordinación entre los socios.

3. LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO RURAL BASADAS EN LOS PROCESOS DE INDUSTRIALIZACIÓN.

A partir de la constatación de la existencia de nuevos mecanismos que impulsan el desarrollo rural, las políticas basadas en la actividad industrial y empresarial han tenido que adaptar sus medidas y actuaciones, poniendo un acento especial en el proceso de innovación empresarial y territorial.

3.1. La política industrial y empresarial en el medio rural.

La consolidación de la nueva lógica económica, productiva y territorial, genera oportunidades y riesgos para las áreas rurales que deben ser tenidos en cuenta por las diversas políticas que operan en estos espacios. En este sentido es interesante analizar los objetivos y líneas de actuación más frecuentes en los documentos oficiales, incorporando algunas propuestas al debate abierto en la actualidad.

Lo más característico de las observaciones realizadas por la Comisión de las Comunidades Europeas en el documento de referencia ya mencionado sobre "El Futuro del Mundo Rural" (1988), y las contenidas en el informe preliminar sobre "El desarrollo del mundo rural en España" (1992), promovido por el Ministerio de Agricultura, es la presentación de propuestas genéricas para la industria rural orientadas a lograr una mayor diversificación de las economías rurales basadas en la "revalorización del propio potencial de desarrollo y en la creación de pequeñas y medianas empresas" (Comisión de las Comunidades Europeas, 1992, 15). Una vez identificadas las oportunidades que hoy se abren para el crecimiento industrial en las áreas rurales y los principales obstáculos que se interponen en el camino (y que ya hemos analizado en páginas anteriores), se llega a la definición de una serie de nuevos criterios de actuación, que pretenden superar

las tradicionales políticas de incentivos financieros, suelo e infraestructura.

La necesaria superación de las políticas tradicionales de incentivos financieros, suelo e infraestructuras, ante la nueva lógica productiva y territorial, ha llevado a la definición de nuevos criterios de actuación para la industria rural. Si bien las investigaciones llevadas a cabo en el mundo industrial han mostrado que la complejidad y multiplicidad de factores que se combinan en cada caso y trayectoria hacen muy difícil la reproducción del modelo en otros territorios distintos, eso no significa que no se puedan deducir enseñanzas de utilidad a partir de la experiencia observada. Así, las principales orientaciones y tendencia apuntadas en la bibliografía son las siguientes (Méndez, 1994):

- La aceptación de un cierto reagrupamiento de las actividades que, permita la obtención de economías externas y asegure a la vez un relativo equilibrio en su distribución territorial, para lo que se hace necesario potenciar centros intermedios (ciudades pequeñas) de empleo y servicios, calificados como *subpolos de desarrollo* en la terminología tradicional.

- El apoyo directo a las PYMES, a través del fomento de los aspectos formativos (de empresarios y trabajadores), informativos (difusión de innovaciones y conocimiento de mercados exteriores), y de cooperación interempresarial, así como mediante el mejor acceso a las redes de telecomunicación o al crédito en condiciones favorables, y la agilización de todo lo relativo a la burocracia.

- La descentralización progresiva de las decisiones en materia industrial para territorializar las políticas y lograr así una mejor adaptación a las necesidades específicas de cada territorio.

- La coordinación entre los diferentes agentes sociales e institucionales implicados en la actividad productiva.

- La combinación de iniciativas y acciones que estimulen tanto el potencial de desarrollo endógeno, como la atracción de recursos procedentes del exterior.

- El estímulo de la mejora cuantitativa y cualitativa de los servicios a la producción, actuando tanto sobre la oferta como sobre la demanda empresarial mediante la creación de centros especializados, la reducción de los costes, la formación de grupos de empresas para el acceso a algunos más complejos y avanzados, etc.

En este contexto, es evidente que estas ideas se identifican con el fomento de sistemas de cooperación interempresarial y sistemas regionales de innovación, pues únicamente a esta escala existe la posibilidad de generar actuaciones en esta dirección

Marco teórico: políticas de desarrollo e hipótesis de investigación

por parte de las administraciones públicas. Pero la diversidad de espacios rurales y la heterogeneidad de procesos de industrialización que coexisten, exigen haber realizado previamente un esfuerzo de tipificación y diferenciación territorial.

En función del nivel industrial alcanzado y el tipo de procesos de industrialización predominantes (endógenos o exógenos), los requerimientos pueden ser muy diferentes, basados en la necesidad de valorizar la oferta o la demanda, o bien en la necesidad de apoyar solamente a las empresas o a todo el medio en el que se establecen.

A modo de ejemplo, retomando la tipificación de áreas industriales que realiza Ferrão (1992, pp. 40-45) en función del grado de industrialización (que presentamos en el capítulo sobre la industria rural), el autor completa el cuadro con las actuaciones específicas y prioritarias en cada caso.

Tipo de áreas según grado de industrialización		Actuaciones prioritarias	Valorizar		Apoyar	
			oferta	demanda	empresas	medio
A. Escasa o nula	Sin tradición artesanal	Desarrollar la cultura empresarial Formación Movilización de capitales			X	X
	Con tradición artesanal	Idem + Control de calidad Promoción/ Comercialización	X		X	
B. Media/ No integrada	Sin intervención exógena	Innovación transversal Mejora en gestión empresarial				
	Con inversión exógena	Tecnologías y servicios de apoyo poco especializados (difusión de información, consultoría)	X	X	X	X
C. Densa, Fuerte especialización productiva (economías de escala, redes)		Innovación vertical Servicios estratégicos Exportación	X	X		X
D. Aglomeración media	Diversificación sectorial	Semejante a B, incorporando I+D		X		X

Marco teórico: políticas de desarrollo e hipótesis de investigación

(economías, urbanización, centralidad)	Especialización productiva	Semejante a C, incorporando I+D		X		X
--	----------------------------	---------------------------------	--	---	--	---

Fuente: Ferrão, 1992, 41 (tomado de Méndez, 1994, p. 108; 1996, p. 305).

Cuadro 20. Actuaciones prioritarias en la industria rural según el grado y los procesos de industrialización predominantes.

- En fases iniciales se precisará estimular el surgimiento de proyectos, así como asesoramiento y apoyo financiero, o bien la mejora de los canales de promoción y comercialización en donde exista una tradición artesanal con posibilidades reales de movilización.
- En situaciones de desarrollo intermedio será necesaria la consolidación de redes empresariales, y el fomento de la cooperación y de la innovación incremental.
- Donde exista ya una verdadera concentración industrial en funcionamiento, se precisará el fomento de la capacidad exportadora y ciertos servicios avanzados (I+D, transferencia tecnológica...).
- Allí donde aparezca industria exógena, la búsqueda de un cierto nivel de integración con el tejido local puede resultar una estrategia complementaria tendente a evitar la aparición de verdaderas economías de enclave.

Finalmente, cualquiera que sea el grado de desarrollo industrial alcanzado, la formación de los recursos humanos, la búsqueda de formas de financiación adaptadas a las específicas necesidades de las PYMEs, o la agilización de los trámites burocráticos, serán necesidades comunes, si bien su importancia es siempre proporcionalmente mayor en las fases más incipientes.

Por tanto, cualquier política industrial o empresarial que se ponga en marcha en el espacio rural con el objetivo del desarrollo territorial deberá tener en cuenta tanto la mejora de las instituciones de apoyo a la actividad industrial como la ampliación de los servicios a las empresas.

- *Los servicios a las empresas.*

Toda política industrial o empresarial incorpora la mejora en la provisión de servicios que permitan incrementar el valor añadido de la actividad industrial de las empresas. Este tipo de servicios empresariales puede adoptar múltiples formas, pudiéndose clasificar de forma general según la siguiente tipología (Mas, 1999):

→ Servicios de asesoramiento, información y gestión:

- Servicios normalizados:

- Asesoramiento jurídico-fiscal.
- Tramitación de ayudas y subvenciones.
- Servicios específicos o a medida:
 - Estudios técnicos.
 - Estudios de viabilidad.
- Servicios de difusión de la información sobre servicios y ayudas.

➔ Servicios de fuerte intensidad de capital.

- Creación de infraestructuras físicas y humanas de investigación.
- Formación especializada.

➔ Servicios de promoción y control de la calidad:

- Proyectos de mejora de la calidad de los productos.
- Análisis técnicos.
- Certificaciones de calidad.

➔ Servicios de cultura empresarial:

- Apoyo a la iniciativa empresarial.
- Apoyo a la cooperación industrial.

➔ Servicios de comercialización y exportación:

- Apertura de mercados.
- Creación de recintos feriales.
- Apoyo a la asistencia a ferias.
- Campañas de promoción de actividades y productos.
- Creación de imagen de marcas.

- *Las instituciones de apoyo a la actividad industrial.*

Por otro lado, junto a la mejora en la provisión de servicios, toda política industrial debe fomentar y mejorar las instituciones de apoyo a la actividad industrial y empresarial, creando incluso nuevos organismos tanto intermediarios entre las empresas y el mercado, como encargados de ofrecer servicios en aquellos aspectos en los que se observen deficiencias. Las principales instituciones existentes son las siguientes:

- Instituciones públicas de las diferentes administraciones.
- Universidades y centros públicos de investigación.
- Centros o Institutos Tecnológicos.

- Federaciones y asociaciones empresariales.
- Agencias de Desarrollo Regional y Local.

Los centros o institutos tecnológicos son uno de los agentes institucionales que actualmente suelen formar parte de todas las redes de innovación, y suelen formar parte tanto de las políticas empresariales como de las políticas de innovación al considerarse uno de los agentes clave de difusión e introducción de innovación en la industria a escala regional. Los tipos de servicios que pueden proporcionar a las empresas han sido agrupados por Mas (1999, p. 157) en 6 categorías que se recogen en el siguiente cuadro.

SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS CENTROS TECNOLÓGICOS
- <i>Asistencia técnica e información:</i>
• Consejos y estudios técnicos sobre materias primas, procedimientos de fabricación, productos finales, automatización, energía, optimización de las instalaciones, contaminación del medio ambiente, etc.
• Servicios de información y documentación generales, publicaciones sectoriales, organización de entrevistas o seminarios, etc.
- <i>Calidad industrial:</i>
• Ensayos y análisis de laboratorio de materias primas o de productos finales.
• Normalización, certificación y homologación.
• Diagnóstico y control de la calidad de sustancias, procedimientos y productos.
- <i>Estudios técnicos:</i>
• Documentación general, consejos, tendencias, etc.
• Servicios de apoyo técnico para empresas y especialistas.
- <i>Tecnología y transferencia de I+D:</i>
• Consejos y gestión sobre las actividades de los agentes intermediarios en el campo de la transferencia de tecnología.
• Proyectos de I+D, participación en programas europeos.
- <i>Cooperación internacional entre empresas:</i>
• Participación en misiones transnacionales
• Relaciones con empresas extranjeras.
- <i>Formación de técnicos: especialización y reciclaje:</i>
• Cursos de especialización para jóvenes reclutados por las empresas.
• Cursos de reciclaje para técnicos y especialistas de las empresas.

Fuente: basado en Mas, F., 1999, p. 157.

Cuadro 21. La variedad de servicios empresariales ofrecidos por los Centros Tecnológicos.

3.2. La política de innovación en la industria rural.

La cuestión que se plantea en todo este contexto teórico es la siguiente: ¿Puede la innovación en sentido amplio erigirse como una nueva respuesta a los problemas de las zonas rurales? Las políticas de desarrollo rural puestas en marcha en los últimos años parecen mostrar su confianza en los procesos innovadores como motor de dinamismo y desarrollo, enfocándolos en tres direcciones fundamentales:

- La diversificación de las economías locales.
- La intensificación de las interacciones entre el contexto local y el contexto global.
- La profundización de las relaciones entre los agentes locales, enfocadas a alcanzar nuevas sinergias internas o locales.

En definitiva, lo que se plantea es que las innovaciones tecnológicas por sí mismas no son la respuesta a los problemas, sino que es necesaria una nueva actitud innovadora en el sentido de considerar la innovación como un proceso social y como una actividad colectiva. Por tanto, se está hablando indirectamente del fomento de medios de innovación, de la creación de medios sociales que faciliten la circulación de la información y de las innovaciones de todo tipo.

Es cierto que las empresas son las que toman las decisiones de inversión y de adopción de las innovaciones en función de sus propias características internas, pero también en función del conjunto de relaciones que mantienen con las demás empresas de la industria y con las instituciones y organizaciones del entorno.

- *La importancia del contexto institucional en el proceso de adopción de innovaciones.*

La adopción de innovaciones la realizan las empresas desde una posición concreta en los mercados y en función de las características técnicas de sus métodos de producción y productos, y de acuerdo con el contexto productivo e institucional. Pero la actividad innovadora exige que las empresas dispongan de recursos humanos cualificados para cada tipo de innovación, tengan capacidad de financiación interna y/o externa suficiente para realizar las tareas que es necesario llevar a cabo en los laboratorios de I+D y estén gestionadas por directivos que tomen las decisiones con la visión y la oportunidad necesaria en los aspectos puramente productivos, pero también en los organizativos y de mercado.

Las características institucionales y culturales del entorno son, por otro lado, elementos determinantes en la evolución del proceso de innovación. La introducción y el desarrollo de las innovaciones sólo serán posibles si el sistema institucional es diversificado y complejo, y las redes entre actores, densas, de tal manera que potencien la capacidad de aprendizaje e innovación en la sociedad y las empresas. Los procesos de innovación requieren, además, un contexto institucional (sistema legal y administrativo, relaciones laborales y sociales, sistema de patentes) que dé apoyo a la creación y al desarrollo de las innovaciones, sean éstas radicales o incrementales.

Así pues, la innovación es un proceso interactivo que está liderado por las empresas que toman decisiones de inversión, pero que descansa en el conjunto de instituciones de investigación (universidad, consejo nacional de investigación y demás centros e institutos tecnológicos), por lo que la cooperación entre las empresas, las universidades y las instituciones públicas y privadas condiciona la evolución del proceso. Los actores que realizan las actividades científicas y tecnológicas forman el sistema a través del que se generan los procesos de aprendizaje y contribuyen, con mayor o menor eficacia, al desarrollo de las innovaciones, en función de la fluidez de las relaciones e intercambios que se producen entre ellos.

- *Los nuevos modelos y políticas de innovación interactiva.*

Esta visión del proceso innovador ha propiciado cambios importantes en las políticas industriales y regionales cuyo objetivo es mejorar los contenidos y métodos tecnológicos del tejido productivo. Se ha ido reduciendo, poco a poco, el interés por los *modelos lineales de innovación* (sostienen que los avances científicos se producen y transmiten de forma secuencial, surgen en las instituciones y centros científicos y progresivamente se transfieren al sector económico), a medida que crecía la atención hacia los *modelos interactivos* (entienden que las innovaciones surgen como consecuencia de las relaciones de la empresa con el mercado a través de contactos dentro de la red de actores locales y/o regionales) que se orientan a proporcionar servicios tecnológicos a las empresas, a fortalecer el sistema de relaciones entre los actores y a favorecer la cooperación entre los empresarios, los investigadores y los docentes.

Las principales características de las políticas interactivas de innovación en comparación con los modelos lineales son las siguientes (Vázquez Barquero, 1999, p. 144):

- La política de innovación interactiva es una política orientada a satisfacer las necesidades y demandas de servicios de las empresas innovadoras a través de la provisión de servicios a las actividades de investigación y desarrollo. Este tipo de políticas adopta una aproximación territorial en el sentido de que se trata de satisfacer las demandas de las empresas locales mediante prestaciones de servicios que realiza la red de los actores locales. Es, por tanto, una política de abajo hacia arriba, ya que propicia satisfacer las necesidades en el propio territorio. Por su parte, las políticas tecnológicas que se basan en la visión lineal de la innovación son políticas de oferta, que tratan de solucionar los fallos del mercado, apoyando aquellas inversiones en conocimiento que las empresas no realizarías, de forma espontánea, debido a los limitados rendimientos esperados o a los riesgos económicos que implican. Adoptan una visión funcional y jerarquizada (de arriba hacia abajo) del conocimiento (ciencia, invención, innovaciones) y de su difusión a través de la red de instituciones de ciencia y tecnología, que operan en cada país.
- El objetivo de las políticas interactivas es fomentar el aprendizaje y la difusión del conocimiento codificado y no codificado por toda la red de empresas locales, fundamentalmente empresas pequeñas, y la prestación de aquellos servicios tecnológicos a las empresas que facilitan el acercamiento de sus productos al mercado. Por su parte, las políticas que tienen una visión lineal de los procesos de innovación se proponen favorecer la investigación y desarrollo en las empresas, normalmente grandes empresas y empresas de alta tecnología, que producen bienes intensivos en tecnología y que disponen de laboratorios dedicados a la I+D, de un lado, y facilitar el acceso al conocimiento incorporado en bienes de equipo, de otro.
- Las políticas interactivas se instrumentan mediante la prestación de servicios que realizan, de forma continuada, las organizaciones intermediarias a cambio del pago de

un precio por los clientes. La prestación de servicios incluye, además de los propiamente tecnológicos (relacionados con las tecnologías genéricas o específicas de un sector o actividad), aquellos otros (como la formación de los recursos humanos, la información sobre bienes de equipo y materias primas o el asesoramiento en comercialización) complementarios y necesarios para obtener resultados satisfactorios. Por su parte, las políticas lineales se instrumentan mediante el apoyo tecnológico directo a cada empresa, proporcionándole financiación pública puntual a través de incentivos y subvenciones a programas de I+D o a la realización de infraestructuras.

- Por último, a estas diferencias sobre planteamientos, objetivos e instrumentación, hay que añadir las que conciernen a la organización y la gestión de ambos tipos de políticas. Mientras que las políticas con visión lineal se gestionan, de forma centralizada, a través de las oficinas de la administración central (o regional) que aplican la normativa sobre incentivos a la innovación, las políticas interactivas tienen una gestión descentralizada, que llevan a cabo organizaciones intermediarias que son las encargadas de prestar los servicios y en cuya gestión participan las empresas (potenciales clientes) y los demás actores locales interesados en la iniciativa. Uno de los objetivos orientadores de estas organizaciones es que se autofinancien con la venta de los servicios que prestan, si bien frecuentemente las administraciones públicas colaboran a través de los presupuestos.

En el siguiente cuadro se resumen las características y diferencias de ambos modelos de innovación.

	Modelos lineales	Modelos interactivos
<i>Concepto de innovación</i>	Se genera en las instituciones y centros científicos, y se transfiere de forma secuencial al sector económico. Se centran en innovaciones radicales.	Surge de las relaciones entre la empresa y el mercado y se difunde a través de la red de agentes locales y/o regionales. Se centran en innovaciones incrementales.
<i>Orientación</i>	Políticas de oferta que tratan de solucionar de arriba hacia abajo los fallos del mercado realizando inversiones que las empresas no pueden permitirse	Políticas se demanda que tratan de satisfacer de abajo hacia arriba las necesidades de las empresas a través de la provisión de servicios de I+D
<i>Objetivos</i>	Favorecer la I+D en las grandes empresas o empresas de alta tecnología	Fomentar el aprendizaje y la difusión del conocimiento a toda la red de empresas locales, fundamentalmente las PYMES.
<i>Instrumentación</i>	Apoyo tecnológico directo a cada empresa mediante subvenciones puntuales	Prestación de servicios de forma continuada a través de organismos intermediarios
<i>Gestión</i>	Centralizada a través de las oficinas de la Administración Central o Regional	Descentralizada hacia organismos intermediarios que se autofinancian

Fuente: basado en Vázquez Barquero, 1999, pp. 144-146.

Cuadro 22. Modelos de innovación en la industria rural.

Desde principios de los años ochenta, la evolución de las políticas ha sido

significativa tanto en los aspectos conceptuales como operativos. Pero más que producirse la sustitución de un paradigma por otro, de un tipo de política tecnológica por otro, lo que ha ocurrido es la yuxtaposición de ambos modelos y la utilización de cada uno de ellos para grupos de empresas (para empresas objetivo) diferentes. Las políticas basadas en modelos lineales de innovación se orientan sobre todo a la promoción de innovaciones radicales, y sus primeros desarrollos y sus beneficiarios suelen ser las grandes empresas y las empresas de alta tecnología. Por su parte, las políticas basadas en los modelos interactivos de innovación, por su parte, se dirigen al desarrollo de innovaciones incrementales y a la prestación de servicios tecnológicos, y tratan de satisfacer las necesidades de las pequeñas y medianas empresas y, sobre todo, de los sistemas productivos locales especializados.

- *Los diferentes contextos industriales rurales de cara a la innovación.*

Finalmente, una idea que es fundamental tener presente en el contexto de la innovación de cara al desarrollo es que lo que sea innovador en un territorio y en un contexto determinado, no lo será necesariamente en otro. En este sentido, de cara a las políticas de desarrollo rural basadas en la innovación será necesario establecer una tipología de espacios rurales en función de los tipos de contexto frente a la introducción de innovaciones. La tipificación de áreas industriales deberá basarse en dos características fundamentales:

- ➔ El grado de diversificación/especialización de la industria local.
- ➔ El grado de apertura del territorio al mundo exterior, es decir, la distancia a centros metropolitanos, grandes mercados de consumo y centros de decisión.

La combinación de estas dos variables dibuja la tipología de contextos a los que se puede enfrentar una innovación en la industria rural (Observatorio Europeo, nº 2):

- A. Los lazos entablados con el mundo y los mercados exteriores son débiles y poseen una economía tradicional diversificada. Al no poder adaptarse a la evolución general, muchos territorios corren el riesgo de entrar en un proceso de declive progresivo si no se ponen en marcha acciones pioneras.
- B. Existe una cierta especialización industrial pero los vínculos con el exterior son escasos y se limitan esencialmente al sector en el que están especializados. Los intentos de diversificación fuera de la actividad dominante es relativamente difícil, pero puede culminarse con éxito si se implican los agentes sociales e institucionales responsables de la actividad.
- C. La industria está muy especializada y se mantiene relaciones intensas con el exterior dentro del campo de actividad dominante, gracias a lo cual se han conseguido múltiples respaldos para reforzar su especialización. Aunque hoy en día estos territorios gozan de una situación privilegiada, con el tiempo podrían encontrarse en una situación de deterioro del sistema productivos como consecuencia de la excesivo monoespecialización.

- D. Existe una industria muy diversificada y se mantienen estrechos lazos con el exterior, viéndose abocados estos territorios a desarrollar formas de integración entre sectores de actividad, y a articular su economía en torno a sectores punta.

Para cada una de estas situaciones será necesario diseñar lógicas de innovación diferentes, que pueden oscilar desde la especialización y diversificación de las actividades dentro del sector industrial o en torno a la rama de especialización (búsqueda de economías de escala), o hacia la diversificación (búsqueda de economías de calidad), o bien hacia una integración horizontal de la industria local (búsqueda de sinergias entre ramas de la actividad). En definitiva, en los territorios con un contexto favorable, la innovación consolida y arraiga una práctica que ya existe, mientras que en los territorios en los que el contexto no es favorable, la innovación debe ser necesariamente más modesta y flexible, mostrando una gran capacidad de adaptación.

3.3. La relevancia de los SPL y MI para la política de desarrollo rural.

En todo este nuevo contexto de la política de desarrollo rural actual, que combina políticas industriales, empresariales y de innovación, los sistemas productivos locales y los medios de innovación son considerados por algunos autores como un nuevo modelo de desarrollo, y en algunos países como Francia son objeto de políticas aplicadas a escala nacional. Pero, ¿cuáles son las ideas que han llevado a esta consideración?, ¿cuáles son las oportunidades que abren de cara a la política de desarrollo territorial basada en la industria?, ¿son realmente la forma que han encontrado por fin las industrias de la postcrisis, siendo todos ellos regiones ganadoras, que se pueden convertir, por tanto, en modelos alternativos de desarrollo local rural?.

La delimitación de su importancia de cara a la política de desarrollo territorial se basa en las oportunidades que ofrecen, en sus posibles evoluciones y en su adaptación a los riesgos que presenta la globalización de la economía.

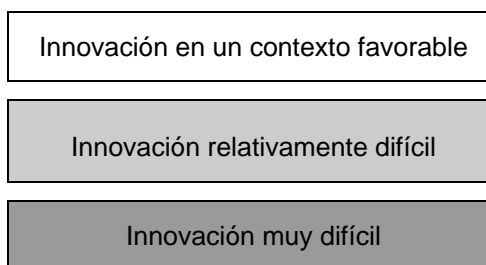
- Oportunidades que generan.

En primer lugar, los SPL se presentan como una alternativa para promover el desarrollo frente a la política de atracción de grandes empresas exógenas, o a la simple competencia basada en costes cada vez más bajos que desembocan en la precariedad. La capacidad de las redes de PYMEs especializadas para adaptarse rápidamente a los cambios en la demanda, para disminuir los riesgos y mejorar la eficacia productiva, convierten a los SPL en un modelo con claras ventajas competitivas en el nuevo contexto económico global.

En segundo lugar, la capacidad mostrada por los MI para generar y difundir innovaciones en su interior los convierte en un contexto idóneo para el aprendizaje, la circulación de información y el nacimiento de iniciativas de desarrollo que desemboquen en éxito y dinamismo integral (es decir, tanto económico como social).

Y en tercer lugar, la combinación de SPL y MI en el espacio rural lleva a la emergencia de territorios en los que la interrelación de redes de empresas y redes de

TIPOS DE CONTEXTO	1.Escasas conexiones externas/ industria tradicional diversificada	2.Escasas conexiones externas/ industria especializada	3.Fuertes conexiones externas/ industria especializada	4.Fuertes conexiones externas/ industria diversificada
LÓGICAS DE INNOVACIÓN				
Sinergias entre sectores, Integración horizontal				
Diversificación de actividades, economías de calidad				
Especialización/diversificación dentro del sector dominante o en torno al mismo				



Fuente: adaptado a la industria rural de Observatorio Europeo, nº 2 "Innovación y desarrollo rural", p. 49.

Figura 9. Lógicas de innovación de los territorios rurales en función de los tipos de contexto

agentes de innovación garantizan tanto la revalorización de las cualidades endógenas como la integración en el espacio regional y en el mercado global.

- Las posibles evoluciones de los sistemas productivos.

En una investigación sobre SPL no es suficiente con localizarlos, analizarlos y tipificarlos, sino que además es necesario estudiar su dinámica y posible evolución con el fin de poder aportar ideas que aseguren el éxito a largo plazo de la política de desarrollo. El análisis de esta evolución es teórico puesto que ya se ha destacado que las especificidades de cada territorio son fundamentales, pero se puede construir de manera inductiva a través del estudio de casos reales, por lo que cuantos más casos se analicen, más se podrá saber sobre las posibles evoluciones y, por tanto, más se podrán ajustar las políticas y garantizar su adecuación y éxito.

La historia de cualquier SPL está marcado por una sucesión de fases, situaciones nuevas a las que debe adaptarse, pero como señala Courlet (2001) “el desarrollo industrial o tecnológico no tiene nada de lineal ni progresivo. Está marcado por la discontinuidad, la crisis, la contradicción y la incertidumbre” (p.52). Los SPL se transforman y desarrollan siguiendo trayectorias específicas, y las reacciones ante situaciones nuevas pueden ser muy diferentes de unos a otros. No obstante las posibles evoluciones de un SPL se pueden agrupar según este autor en cinco grandes categorías:

- *La estrategia de la reducción de los costes.*

Esta vía consiste en buscar la competitividad a través de la reducción de los costes productivos y de mano de obra, y a través de la desregulación del mercado de trabajo, partiendo del principio de que la reducción de los costes incrementa la productividad y los beneficios. Esta posible evolución es lo que Sengenberger y Pyke (1991) denominan “la vía mediocre del desarrollo”, y lo que lleva a Castillo (1994) a hablar de “detrimentos industriales”. La mediocridad de los salarios y de las condiciones laborales impiden al distrito conservar a medio y largo plazo la mano de obra y las competencias necesarias para una gestión eficaz del sistema.

- *La superación del espacio local.*

Esta posible evolución se produce cuando la introducción de nuevos productos o el acceso a nuevos mercados precisan el acceso a competencias externas debido al insuficiente saber hacer interno al SPL. La nueva situación se traduce en el establecimiento de nuevas alianzas a través del desarrollo de redes en términos estratégicos con el fin de crear nuevos productos. La estrategia de comercialización se convierte también en un elemento fundamental, empujando a ciertas empresas hacia otras redes. Esta transformación no significa la muerte del SPL, sino la recomposición del sistema sobre bases que ya no son estrictamente locales.

- *La invasión del sistema por grupos externos.*

Cuando los sistemas alcanzan una fase de madurez pero los actores locales tienen dificultades para tirar de la industria local, llegan inversiones extranjeras procedentes de empresas atraídas por los recursos específicos del medio local. Grupos externos al sistema pueden llegar a comprar empresas locales de prestigio.

- *La valorización progresiva de las economías externas y la producción de ventajas competitivas.*

Según la expresión de Pyke y Sengenberger, esta estrategia se corresponde con “la vía óptima de la reestructuración industrial”. Ante las transformaciones del contexto internacional, las empresas reaccionan adoptando diversas estrategias (individualmente o combinadas unas con otras): diversificación productiva, innovación, incremento de la calidad, especialización comercial, paso del saber hacer en la fabricación al saber hacer en la concepción del producto, apertura de establecimientos en el extranjero, agrupación de empresas formales o informales, e incluso creación de asociaciones de distritos industriales a nivel nacional para defender la organización productiva y promover intercambios de información.

Así, el análisis de la transformación de los SPL nos muestra que existe una gran variedad de posibles evoluciones, que lleva a pensar que este tipo de configuraciones empresariales está en continuo cambio, generando por tanto múltiples dimensiones de desarrollo territorial en torno a conjuntos de empresas especializadas e interrelacionadas.

- *Los riesgos de los sistemas productivos frente a la globalización.*

Finalmente se puede señalar que ante la globalización de la economía, que se traduce en una mayor competencia, los sistemas productivos locales presentan varios riesgos (Courlet y Garofoli, 1999):

- En la búsqueda de la competitividad a través de la reducción de los costes laborales y la desregulación del mercado de trabajo, las empresas pueden verse tentadas a comprar en el exterior bienes que hasta entonces confiaban a empresas subcontratadas locales, o incluso a instalarse en países de bajos salarios.
- Cuando llegue un momento que se necesiten competencias externas ausentes en el medio local para introducir nuevos productos o acceder a nuevos mercados, las empresas locales se verán obligadas a establecer nuevas alianzas con socios situados fuera del sistema, lo que supondrá una recomposición de su organización sobre bases que ya no será estrictamente locales.
- Y el último riesgo serio al que se pueden enfrentar los SPL como consecuencia de la progresión de la globalización es la pérdida de una parte de su identidad local, si son invadidos por empresas externas que buscan beneficiarse de los recursos específicos del medio local.

Como idea general puede decirse que a pesar de las ventajas que presentan, los SPL sólo podrán resistir eficazmente a la globalización valorizando sin cesar sus externalidades y generando nuevas ventajas competitivas, como el paso del saber-hacer en la fabricación al saber-hacer en la concepción y la innovación, es decir, convirtiéndose en MI. No podemos olvidar la capacidad de flexibilidad que caracteriza los SPL de PYMES, y la capacidad de aprendizaje e innovación que caracteriza a los MI, que les permite reaccionar y recomponerse rápidamente poniendo en marcha su red de competencias y recursos específicos de base local.

En este contexto, los SPL que se comportan como MI son ejemplos a tener en cuenta en las políticas de desarrollo regional que precisen basarse en amplias políticas de desarrollo rural y que intenten buscar actividades alternativas a las tradicionales agrarias.

4. LA TERCERA GENERACIÓN DE POLÍTICAS DE DESARROLLO REGIONAL.

El efecto de la globalización sobre la dinámica de los espacios productivos y la consolidación de los lugares dinámicos ha creado un nuevo escenario que demanda un cambio en la orientación de las políticas de desarrollo regional. Estas nuevas políticas son denominadas por Vázquez Barquero (1999, p. 244) "*políticas de tercera generación*", y se distinguen tanto por sus nuevas concepciones teóricas de base como por las nuevas actuaciones que propugnan, en comparación con las políticas anteriores.

4.1. Las nuevas concepciones teóricas.

El análisis de las políticas de desarrollo puestas en marcha en los últimos años permite detectar los siguientes ejes teóricos principales (Vázquez Barquero, 1999, p. 244):

→ *Una visión policéntrica que se refleja en la aproximación al territorio.*

La nueva generación de políticas aborda el desafío de la competitividad territorial con una visión del desarrollo que considera que es un proceso que se produce de forma difusa, en función de las diferentes trayectorias de crecimiento de las regiones. Así, las nuevas políticas muestran una aproximación territorial al desarrollo ya que consideran que la utilización del potencial de desarrollo de cada territorio es estratégica para el crecimiento de las regiones, y que la dinámica económica depende de las condiciones del entorno en el que surgen y se desarrollan las empresas y se difunde el conocimiento, y de la respuesta de los actores locales a los cambios del entorno.

→ *Una concepción sistémica que se apoya en la noción de red entre territorios.*

La nueva aproximación al desarrollo es más sensible a las iniciativas que apoyan la formación de redes entre territorios, lo que supone un cambio fundamental con respecto a las generaciones anteriores de políticas regionales. La globalización ha estimulado la ampliación de los flujos y las relaciones entre empresas y actores de los distintos

entornos, y vincula el éxito de los mercados al buen funcionamiento de los entramados productivos e institucionales. Por ello, la nueva generación de políticas ha de ser necesariamente sensible a los entornos locales tratando de impulsar medidas que estén enraizadas en los contextos locales y que estén orientadas a resolver problemas de los sistemas productivos y de las redes locales, más que los de empresas aisladas.

Esto supone un cambio fundamental en la estrategia de desarrollo. La primera generación de políticas regionales se orientaba, sobre todo, a la creación de infraestructuras y a estimular la localización de empresas externas mediante incentivos. La segunda generación puso el acento en las iniciativas que fomentan el desarrollo de los recursos inmateriales del desarrollo a través de instrumentos como las incubadoras de empresas, los centros de empresas e innovación, los institutos tecnológicos o los centros de formación. La tercera generación de políticas regionales da preferencia a las iniciativas que favorecen el surgimiento y el desarrollo de redes entre empresas, organizaciones e instituciones radicadas en el propio territorio, que se interrelacionan con las de otros territorios con los que existe cierta complementariedad estratégica

→ *Objetivos múltiples basados en la eficiencia, la equidad y la ecología.*

Las nuevas políticas se proponen conseguir un conjunto de objetivos múltiples, tratando de promover de forma combinada y equilibrada el desarrollo económico, el desarrollo social y el desarrollo duradero, alejándose de las políticas tradicionales cuyo principal objetivo era reducir las disparidades regionales o mejorar la productividad de las empresas.

→ *Una combinación de enfoques sectoriales y horizontales.*

La nueva generación de políticas mejora la propuesta de actuación de las estrategias de desarrollo local al combinar acciones horizontales y sectorial, es decir, amplía las iniciativas dirigidas a todo tipo de empresas y actividades existentes en una localidad (fomentar el surgimiento y desarrollo de la capacidad emprendedora, la difusión de la innovación, la calidad del capital humano y la difusión de la información), y propone impulsar además el desarrollo de actividades estratégicas para el crecimiento de las regiones. Un ejemplo sería la combinación de políticas industriales o empresariales a escala nacional, y con políticas de desarrollo local y desarrollo rural integrado.

→ *Fomento de la cooperación de agentes locales y externos.*

Al igual que las políticas anteriores, la nueva generación pone el énfasis en el fomento de la participación de la sociedad local y de los actores económicos, sociales y políticos en los procesos de desarrollo. Sin embargo, existen diferencias importantes con respecto a las propuestas de las dos anteriores respecto a la organización y gestión de la estrategia de desarrollo. Los procesos de desarrollo están enraizados en el contexto productivo, cultural e institucional del territorio, por lo que su consolidación y dinámica depende del apoyo de la sociedad civil y los actores que toman las decisiones de inversión pública y privada. Así, se trata de diseñar y ejecutar las iniciativas con el soporte de todo tipo de actores.

El rodaje de las políticas de desarrollo local ha puesto de manifiesto que la gestión e instrumentación del desarrollo se realiza de forma más eficaz y eficiente a través de organizaciones intermediarias en cuyos órganos de dirección están presentes las organizaciones empresariales, los sindicatos, los centros de formación e investigación y las administraciones públicas que actúan en el territorio. Por tanto, las organizaciones intermediarias siguen siendo una pieza clave para impulsar los procesos de desarrollo endógeno, pero su eficacia está relacionada con las condiciones del contexto institucional, que es muy difícil de cambiar a corto plazo.

Por otro lado, en el contexto de la globalización es preciso introducir una variación con respecto a las generaciones anteriores de política, que consiste en ampliar la presencia de las empresas externas que se radican en el área y manifiestan su interés por *endogeneizar* algunas de sus funciones. Mientras que en la política tradicional el actor estratégico del desarrollo era la administración central y en la política de desarrollo local lo era la comunidad local, en la nueva generación de políticas hay que contar también con las empresas externas, que pueden convertirse en un elemento catalizador de los procesos de desarrollo local bajo determinadas condiciones.

Confirmando la opinión de numerosos autores centrados en el desarrollo, Vázquez Barquero (1999) concluye que “ la escala regional es la más adecuada para llevar a cabo iniciativas dirigidas a estimular el cambio organizativo de las empresas, a incitar a la creación de redes en los sistemas productivos y a promover nuevas formas de aprendizaje” (p. 250). Por tanto, la creación de políticas a escala regional de creación o fomento de SPL y MI se presenta como una estrategia fundamental para el desarrollo de regiones en las que el espacio rural tiene un fuerte peso en la economía.

4.2. Las nuevas actuaciones industriales y empresariales para el desarrollo.

A partir de estos nuevos conceptos teóricos, las nuevas políticas regionales siguen fomentando las iniciativas que se proponen mejorar los factores que tienen contenidos inmateriales del desarrollo, como la formación de los recursos humanos, la difusión de las innovaciones, el aumento de la capacidad emprendedora existente en el territorio o la difusión de las informaciones sobre mercados y productos. Sin embargo, actualmente es necesario poner el acento cada vez más en el desarrollo de aquellos factores específicos (conocimiento, tecnología, cualificación) cuyo valor no se refleja siempre en el precio, pero que hacen más competitivo el territorio y provocan la atracción de las inversiones. Entre las actuaciones para el desarrollo más relevantes en el actual contexto económico destacan los siguientes grandes apartados que combinan políticas empresariales, de innovación, locales y regionales:

➔ *La formación de los recursos humanos.*

La tendencia actual de la política de innovación de satisfacer las necesidades y demandas de las empresas locales incide, sobre todo, en el proceso de aprendizaje dentro de las empresas y entre las empresas, extendiéndolo a su vez a los demás actores que forman el sistema de innovación territorial. Cada vez más la formación de los recursos humanos de las empresas se acompaña de acciones de apoyo que estimulen el

interés de todas las organizaciones del entorno por los contenidos y los resultados de la formación. Un área de particular interés es la formación que permita mejorar la competitividad de las empresas locales en los mercados internacionales.

→ *La difusión del conocimiento y las innovaciones.*

La difusión de la información se ha convertido en uno de los ejes de primera magnitud en el mundo actual, por lo que las políticas deben centrarse tanto en la creación de flujos de información entre agentes como en la generación de instituciones y organismos intermediarios entre los centros de investigación y las empresas, encargados del proceso de transmisión de las informaciones y el conocimiento.

→ *El apoyo a las redes de cooperación entre las empresas y los centros de investigación e innovación.*

Para conseguir impulsar los mecanismos de creación y difusión de las innovaciones es preciso apoyar las redes y la cooperación entre los centros de investigación y las empresas, de tal forma que se produzca interacción creativa y se genere aprendizaje entre las instituciones y las empresas u organizaciones locales.

→ *La mejora de la organización institucional regional.*

Frente a lo que ocurría con la política de desarrollo local de la generación anterior, el nuevo enfoque reduce el énfasis en el estímulo del liderazgo de los actores locales y del asociacionismo, y lo pone en reforzar la capacidad de organización institucional que existe en la región a través de la formación de redes locales y regionales entre las empresas, entre las organizaciones intermediarias, y entre los demás agentes cuyas decisiones afectan o pueden afectar a las inversiones que se localizan en el territorio, y a los acuerdos de cooperación, formales e informales entre los agentes.

→ *La integración de la región en la economía global.*

Finalmente, en el actual contexto económico creado por la globalización, las iniciativas políticas deben estar necesariamente dirigidas a mejorar el posicionamiento de las economías en el sistema global. Así, como señala Vázquez Barquero (1999), las políticas “han de sobrepasar los límites de la economía local, regional y nacional, y han de tender a hacerse cada vez más internacionales y globales, por lo que hay que impulsar alianzas estratégicas y formas de cooperación eficaz entre las empresas y organizaciones, públicas y privadas, cualquiera que sea el ámbito de referencia” (p. 251).

4.3. Conclusión: un cambio necesario en la forma de actuar.

Las consecuencias productivas, espaciales y organizativas de la globalización han dibujado un nuevo escenario que precisa un cambio en las políticas de desarrollo aplicables a diferentes escalas. Las iniciativas y acciones deben concebirse y ejecutarse

dentro de una estrategia general de desarrollo del territorio que se apoye en un plan basado en un diagnóstico que permita identificar las áreas de producto-mercado, las cadenas de producción (filières) y los sistemas productivos locales, existentes o susceptibles de crearse, sobre los que se puede articular el proceso de desarrollo. A partir de entonces, el diseño y gestión de un plan de desarrollo requiere la acción coordinada de todos los agentes que deciden sobre las inversiones públicas y privadas a escala regional.

Los conceptos de cooperación, red e innovación deben estar presentes en todos los ámbitos (económico, empresarial, social e institucional) y en todas las escalas (local, comarcal, regional), por lo que parece evidente la relevancia del estudio de los sistemas productivos locales y los medios innovadores en el espacio rural para la política de desarrollo regional actual.

5. LAS HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

Una vez analizado e interpretado el contexto teórico de la tesis doctoral, el método deductivo nos lleva al establecimiento de hipótesis que deberán ser comprobadas mediante la investigación empírica, fundamentalmente a través de una metodología cualitativa de investigación, que es la que mejor se adapta a la temática de análisis como ya se ha señalado.

El planteamiento de las hipótesis de investigación se organiza partiendo de una hipótesis central, que se divide en una serie de subhipótesis referentes a cada una de las tres temáticas centrales del contexto teórico. Así, a partir de la reflexión en torno a los contenidos teóricos, y la *constatación de que la globalización ha originado nuevas formas de organización y nuevas estrategias*, la hipótesis central que pretende verificar esta investigación es la siguiente:

Los sistemas productivos locales de las áreas rurales que se comportan como medios innovadores son espacios dinámicos, que se pueden presentar como buenas alternativas de desarrollo rural, y como ejemplos para las políticas de desarrollo basadas en la promoción de la industria a través del apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y el fomento de la cooperación local y de la formación de redes de innovación.

El problema será siempre la dificultad de reproducir estos espacios de éxito en otras áreas, debido al papel fundamental que desempeña el contexto socio-económico e histórico-cultural específico de cada territorio, en el que se combinan tanto aspectos materiales como intangibles.

Y dentro de esta hipótesis central, se integran tres subhipótesis referentes a cada una de las tres temáticas que hemos analizado:

- *La diversidad de procesos de industrialización existente en el mundo rural puede convertirse en un importante motor de desarrollo en el espacio rural si se saben aprovechar las ventajas comparativas de la ruralidad y las peculiaridades específicas de cada territorio.*

- *La cooperación entre PYMES y agentes sociales en el medio rural es un factor fundamental de éxito en la actividad económica de los espacios rurales frente a la competencia mundial. La globalización está impulsando el desarrollo de redes de empresas y organizaciones como estrategia de supervivencia.*
- *La influencia del medio (de sus características materiales e inmateriales acumuladas a lo largo del tiempo) es determinante en la promoción y difusión de la innovación entre PYMES, y a su vez la innovación en sentido amplio es un factor fundamental de competencia entre territorios en un contexto global.*

La investigación empírica llevada a cabo para comprobar estas hipótesis se apoya en técnicas cualitativas de trabajo sobre el terreno (que analizamos a continuación) y en el estudio de 8 casos, que presentamos en principio de forma monográfica para integrarlos después conjuntamente en el contexto teórico planteado.

SEGUNDA PARTE:

LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

- INTRODUCCIÓN.
- LA METODOLOGÍA CUALITATIVA DE INVESTIGACIÓN EN GEOGRAFÍA INDUSTRIAL.
- LAS ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

INTRODUCCIÓN:

LA MULTIPLICIDAD DE FUENTES DE INFORMACIÓN Y LA IMPORTANCIA DE LOS INDICADORES CUALITATIVOS

La investigación sobre el contexto teórico que se ha presentado ha precisado la puesta en marcha de una metodología de trabajo amplia como se muestra en la siguiente figura, que combine una gran multiplicidad de fuentes de información y la utilización de técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis. Si bien la metodología de aproximación se ha basado en principio en la utilización de todo tipo de documentación y bibliografía académica cuya relación se presenta al final del texto organizada en función de varios criterios, la localización inicial de áreas dinámicas en la región y el diagnóstico previo de los estudios de caso ha pasado necesariamente por la recopilación, tratamiento e interpretación de las estadísticas disponibles y la cartografía existente basada en datos cuantitativos.

Pero a partir de esta fase de la investigación, el análisis y valoración de aspectos como la cooperación y confianza entre empresas, el origen y funcionamiento de redes entre agentes, los flujos de información o la capacidad innovadora de un medio socioeconómico precisan un cambio importante en las técnicas de trabajo, debido a la importancia que adquieren los indicadores cualitativos. En este sentido, la realización de encuestas empresariales y de entrevistas a los agentes sociales implicados en la actividad industrial, junto a la organización de alguna entrevista en grupo, se presentan como las principales fuentes de información utilizadas por ser las más adecuadas para analizar las temáticas de investigación del contexto teórico.

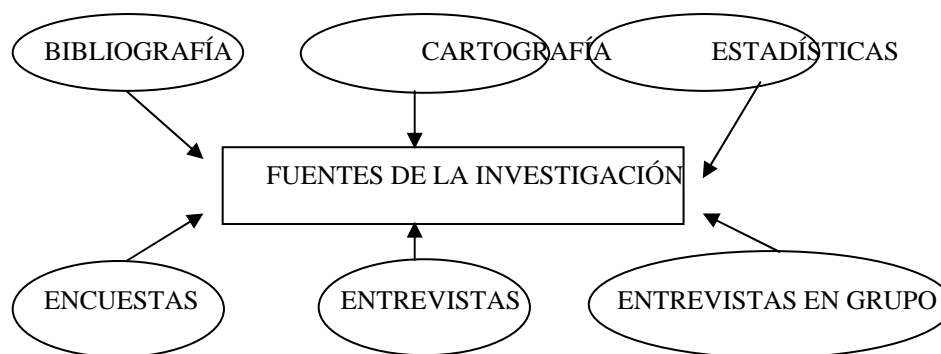


Figura 10. La multiplicidad de fuentes de información de la investigación

A continuación se analizan de forma sintética las características de las fuentes de

información de la presente investigación.

- **Fuentes bibliográficas y documentales:**

- *Tipología:* libros, artículos de revistas académicas, actas de congresos y seminarios, artículos de prensa, folletos turísticos, catálogos de empresas, etiquetas de marcas de productos, programas y planes de administraciones públicas y estudios industriales (sindicales, sectoriales, de exportación...).
- *Internet:* artículos de departamentos universitarios, revistas on-line, y páginas web de ayuntamientos, gobiernos regionales, empresas, asociaciones, redes y centros tecnológicos. Se ha observado un vertiginoso incremento de documentos a medida que ha avanzado la elaboración de la tesis.
- *Temáticas:*
 - Conceptual sobre las temáticas del contexto teórico: mundo rural e industria rural; cooperación interempresarial, especialización flexible y sistemas productivos locales; innovación, redes y medios de innovación; globalización, políticas industriales y desarrollo territorial.
 - Metodológica: fundamentalmente sobre técnicas cualitativas de investigación.
 - Regional: sobre todo de Castilla-La Mancha.
- *Procedencia lingüística:* francesa (del GREMI sobre todo), italiana (traducida), inglesa, portuguesa y española.
- *Disciplinas:*
 - Geografía: socioeconómica, industrial, rural, demográfica....
 - Economía: empresarial, industrial y turística.
 - Sociología: industrial y metodológica.
 - Historia: artesanal-industrial, demográfica, regional-local.
 - Ciencias Políticas: políticas industrial y de desarrollo territorial.
- *Ámbitos de estudio y escalas:* internacional (Francia e Italia fundamentalmente), nacional, regional (Castilla-La Mancha sobre todo) y local (estudios de caso comarcales y municipales de varias Comunidades Autónomas).
- *Origen institucional:* sectorial, empresarial, de asociaciones, sindicatos, federaciones, centros tecnológicos y administraciones públicas.

- **Datos estadísticos:**

- *Escalas:* nacional, regional, comarcal, municipal, empresarial.
- *Aspectos:* demográficos, económicos, sectoriales, de producción y ventas, exportación y empleo.
- *Fuentes:*
 - Ayuntamientos.
 - Comunidades Autónomas.
 - Instituto Nacional de Estadística (I.N.E.).
 - Cámaras de Comercio.
 - Registro Industrial.
 - Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (I.M.P.I., desaparecido)
 - Instituto Español de Comercio Exterior (I.C.E.X.).
 - Asociaciones Sectoriales.
 - Sindicatos.
 - Centros Tecnológicos.
 - Consejos Reguladores.
 - Empresas.

- **Cartografía:**

- *Escalas:* europea, nacional, regional, municipal, planos urbanos y planos de polígonos industriales.
- *Fuentes:* Instituto Geográfico Nacional (I.G.N.), S.E.P.E.S. (Sociedad Estatal de Promoción y Equipamiento de Suelo), Consejería de Turismo, Ayuntamientos, Comunidades Autónomas, I.N.E. (Muniview), Registro Industrial y cartografía presentada en libros y artículos consultados.
- *Capas de información:* límites municipales, elementos geográficos físicos, carreteras, población e industria (establecimientos, sectores, empleo e inversión)
- *Formato:* papel y digital (SIG).
- *Programas de cartografía digital:* Arc-View y Atlas*GIS.

Al análisis de las fuentes cualitativas de investigación (encuestas, entrevistas y grupos de discusión) se le dedica un capítulo aparte debido a su relevancia y a la necesidad de presentar con detalle los criterios y características generales de las técnicas utilizadas. Por otro lado, en cada una de las partes siguientes de la investigación se indicarán las fuentes estadísticas y cartográficas específicas utilizadas en cada caso. En

el caso de las fuentes bibliográficas, a lo largo de todo el texto se pone entre paréntesis la fuente de la cita o de la argumentación presentada.

El contenido de esta parte se organiza en dos capítulos. En el primero se realiza el análisis teórico de la metodología cualitativa, pasando de su importancia actual en las Ciencias Sociales y en particular en la Geografía, y el análisis de las fases, a la descripción de las características de las principales técnicas utilizadas; finalmente se trata el problema del tratamiento de la información obtenida. En cuanto al segundo capítulo, se centra en la investigación cualitativa puesta en marcha en la presente tesis doctoral, analizando cada una de sus fases desde el proyecto de origen y la selección de estudios de caso, hasta las características del trabajo de campo llevado a cabo.

CAPÍTULO 6: LA METODOLOGÍA CUALITATIVA DE INVESTIGACIÓN EN GEOGRAFÍA INDUSTRIAL

“Es necesario adentrarse en un *milieu* para saber lo que “todo el mundo” sabe, pero que no está escrito en ninguna parte”
(Veltz, P.: *A quoi sert la proximité dans l'économie?*, 1996, p. 110).

“La investigación cualitativa es un arte”
(Taylor y Bogdan: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, 1996, p. 23).

INTRODUCCIÓN: MÉTODOS Y TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN EN GEOGRAFÍA.

Comenzar esta parte de la tesis señalando que la investigación cualitativa es un arte quizás parezca una exageración, pero el investigador que ya se ha enfrentado a un estudio cualitativo sobre el terreno sabe que es verdad. Y es cierto en el sentido de que, como sus autores indican, “el investigador es un artífice [...], es alentado a crear su propio método” (Taylor y Bogdan, 1996, 23). En este sentido, la experiencia de lanzarse a investigar sobre el terreno enfrentándose a múltiples factores y situaciones, a veces inesperadas, llevó a Valles (1997, 80) a presentarnos en su obra el *decálogo* del investigador cualitativo.

El buen investigador cualitativo ...

1. Es *paciente*, sabe ganarse la confianza de los que estudia.
2. Es *polifacético* en métodos de investigación social.
3. Es *meticuloso* con la documentación (archiva metódicamente y a diario).
4. Es *conocedor* del tema (capaz de detectar pistas).
5. Es *versado* en teoría social (capaz de detectar perspectivas teóricas útiles a su estudio).
6. Es, al mismo tiempo, capaz de trabajar inductivamente.
7. Tiene confianza en sus interpretaciones.
8. Verifica y contrasta, constantemente, su información.
9. Se afana en el trabajo intelectual de dar sentido a sus datos.
10. No descansa hasta que el estudio se publica.

Fuente: Taylor y Bogdan, 1996, p. 23.

Cuadro 23. Decálogo del investigador cualitativo.

Como ponen de manifiesto estos diez puntos, es necesario tener una sólida preparación técnica para diseñar una buena metodología cualitativa de trabajo que incluya estrategias adaptadas a cada estudio. La falta de bibliografía específica sobre este tipo de metodología aplicada a la Geografía obligó a indagar sobre el tema para tener formación teórica antes de diseñar y poner en marcha la metodología de trabajo elegida. Y ante la imposibilidad de poder ofrecer reglas o recetas mágicas, en este capítulo se pretende exponer una serie de orientaciones sobre las principales técnicas cualitativas de

investigación en Ciencias Sociales que son de utilidad para la Geografía Industrial y que han sido de utilidad para la tesis, así como una serie de ideas para la puesta en marcha de una metodología de aplicación y el tratamiento de los resultados. Pretende ser un ejemplo de metodología del que se puedan extraer ideas y orientaciones para la planificación de futuras investigaciones cualitativas en el espacio rural.

Como señala García Ballesteros (1998) en la obra que coordina sobre métodos y técnicas cualitativas, la creciente preocupación existente en Geografía por dotarse de un cuerpo metodológico y técnico que le permita investigar las motivaciones de los hechos socioespaciales, los significados, valores e interpretaciones de los lugares y de la vida cotidiana, ha llevado a introducir en nuestra disciplina un amplio abanico de métodos y técnicas denominadas genéricamente cualitativas. Métodos y técnicas que en muchos casos enlazaban con viejas tradiciones de nuestras disciplinas, aunque ahora se renueven y conecten con otras bases teóricas, en especial con la fenomenología, el existencialismo y la teoría crítica.

Fruto de esta preocupación fue la celebración en España en 1990 de un Seminario Internacional e Interdisciplinar sobre métodos cualitativos en Geografía Social, organizado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense. Desde entonces en los nuevos planes de estudio del título de Geografía se han ido incluyendo asignaturas que contemplan esta metodología de trabajo, a pesar de que la bibliografía en castellano es escasa.

En la introducción en Geografía de métodos y técnicas cualitativas ha jugado un papel decisivo la fenomenología. En líneas generales, y en un sentido amplio, la fenomenología quiere entender los hechos sociales desde la propia perspectiva de los actores, ya que la realidad que importa es la que las personas perciben como importante. Esta idea le lleva a estudiar los hechos desde el punto de vista de los actores sociales, con el fin de aprehender cómo las personas definen e interpretan su propio entorno. Así la fenomenología, al otorgar la primacía a la experiencia subjetiva inmediata, al estudio de los hechos desde la perspectiva de los sujetos y al conocimiento de cómo las personas experimentan e interpretan el mundo social que construyen en interacción, se convierte en la base teórica necesaria para una geografía preocupada, entre otros temas, por los lugares y la vida cotidiana.

La búsqueda de una metodología en consonancia con las anteriores preocupaciones lleva, en una etapa de la geografía en la que se incrementa la conexión con otras ciencias sociales, a una creciente introducción de métodos y técnicas cualitativas, que ya en los años ochenta gozaban de gran aceptación en disciplinas tan heterogéneas como la antropología, la psicología, la sociología...

Desde finales de la década de los años setenta es creciente la aceptación en Geografía de que no es posible captar la realidad en toda su riqueza y profundidad recurriendo tan sólo a metodologías y técnicas de corte neopositivista. En la búsqueda de alternativas se produce el reencuentro con el amplio y heterogéneo conjunto de técnicas que hemos denominado de forma genérica cualitativas y que ya contaban con antecedentes, incluso en nuestra propia disciplina y en el contexto de las ciencias sociales. Taylor y Bogdan (1992, 1996) consideran que la mayor parte de los métodos cualitativos son tan antiguos como la historia escrita, pudiéndose rastrear los orígenes de métodos de observación y del trabajo de campo en viajeros e historiadores desde

Herodoto a Marco Polo. Fue la Escuela de Chicago la que tuvo una gran repercusión en este campo aplicado a la geografía urbana.

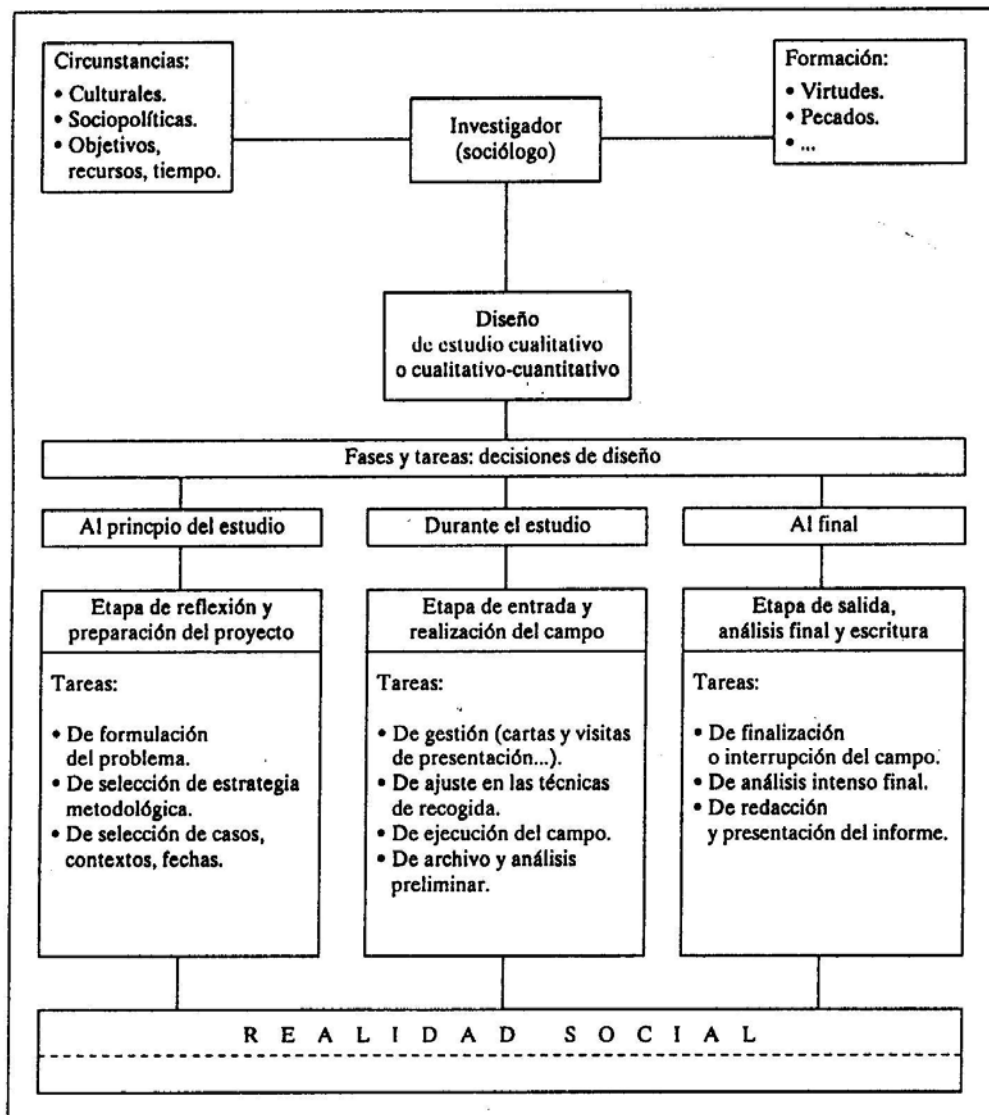
El renacer de estos métodos de investigación supuso en un primer momento una fuerte polémica entre los que se adscriben a la corriente cuantitativa y a la cualitativa. Pero actualmente se considera superada la dicotomía entre ambas metodologías, y existe un intento de buscar puntos comunes entre ellas, así como la complementariedad entre métodos de investigación en función de los objetivos y en consonancia con la pluralidad epistemológica de nuestra disciplina.

Entre las principales características de los métodos y técnicas cualitativas se pueden señalar las siguientes:

- ➔ Suponen la interacción entre el investigador y las personas que son objeto de su estudio: los investigadores cualitativos tratan de comprender a los actores dentro de su propio marco de referencia, identificándose empáticamente con ellas.
- ➔ Permiten experimentar lo que sienten las personas en su vida cotidiana y en el desempeño de su actividad, gracias a su carácter humanista.
- ➔ Proporcionan un conocimiento directo de la realidad sin someterlo a filtro.
- ➔ Comienzan con la observación directa y detallada de los lugares y de los comportamientos de las personas en los mismos para tratar de descubrir la estructura, los significados y los contextos de los hechos que allí se producen. Se pone el énfasis en estudiar los fenómenos sociales en el propio entorno natural y social en el que ocurren.

El diseño de una investigación cualitativa parte de la formación y circunstancias personales (culturales, objetivos, recursos,...) del investigador, y supone un proceso constante de toma de decisiones a lo largo del estudio que Valles (1997, p. 82) recoge de forma muy clara en el siguiente diagrama, en el que se distinguen 3 grandes etapas:

1. La etapa de reflexión y preparación del proyecto, que integra desde la formulación del problema a investigar, a la selección de la estrategia metodológica y de los casos de estudio.
2. El trabajo de campo, con la preparación y aplicación de las técnicas seleccionadas.
3. La fase de interpretación y presentación de resultados.



Fuente: Valles, 1997, p. 82.

Figura 11. La toma de decisiones en el diseño de una investigación cualitativa (Valles, 1997, p.82)

En las siguientes páginas se resumen todos los conceptos teóricos de la metodología aplicada en la presente investigación sobre geografía Industrial, que se aprendieron a través de la consulta de una amplia bibliografía paralelamente a la elaboración del contexto teórico de la tesis.

1. FASES DE UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .

Según Ruiz Olabuénaga (1996, p. 51), la investigación que se basa en métodos y técnicas cualitativas pasa en síntesis por cinco fases, que aplicadas a una investigación sobre Geografía Industrial en el espacio rural presentan las siguientes características:

→ *La definición del problema.*

Consiste en establecer el contexto teórico en el que queremos enmarcar nuestra investigación, realizando además estudios y diagnósticos previos regionales o sectoriales y un análisis de la situación local que nos lleven a establecer hipótesis de trabajo. Posteriormente se lleva a cabo un recorrido previo por las áreas de estudio (visitas al ayuntamiento y a las zonas industriales) para recopilar la información disponible en los ayuntamientos (folletos turísticos, listados de empresas, publicaciones municipales, mapas de usos, callejero...), y con el fin de poder contactar con intermediarios para la selección de expertos. En definitiva, consistiría en sumergirnos en la temática y en el espacio a estudiar a través de los datos estadísticos y la bibliografía disponible, así como todo tipo de información oral o escrita local facilitada por organismos públicos o privados, o incluso por habitantes del lugar. Una búsqueda en Internet es muy interesante a nivel teórico (artículos de grupos de trabajo de universidades), empresarial (numerosas empresas tienen ya su propia página web, así como la mayoría de las asociaciones y federaciones sectoriales) e institucional (páginas de ayuntamientos y Comunidades Autónomas).

→ *El diseño de la investigación.*

Esta es la etapa en la que se plantea el problema de cómo encauzar la recogida de información en profundidad, seleccionando tanto las técnicas cualitativas a utilizar como los casos (áreas y sectores), las empresas (la muestra) y las personas que vamos a encuestar o entrevistar. Es importante una buena elección de los expertos de los que se quiere obtener información en función de su conocimiento del tema, o por constituir ejemplos de casos especiales que previamente se han definido.

→ *La recogida de datos.*

Es el proceso de aplicación de las técnicas de investigación seleccionada, que se pueden clasificar en función de múltiples y variados criterios, englobándose en tres grandes grupos:

- Técnicas documentales (prensa, archivos públicos, ediciones municipales).
- Técnicas de autoinformación (principalmente encuestas empresariales, entrevistas y grupos de discusión con agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial).

El orden de utilización de estas técnicas suele iniciarse por el análisis de todos los documentos publicados sobre el área de estudio, para pasar después a aplicar sobre el terreno las técnicas de autoinformación. Si bien en general se suele aplicar primero

la encuesta a las empresas y a partir de la información recogida seleccionar a los agentes a entrevistar, en determinados casos (sobre todo cuando el acceso a las empresas sea difícil como sucede, por ejemplo, en sectores con un alto índice de precariedad o economía sumergida como la confección) será mejor entrevistar primero a los agentes e intentar que éstos sirvan de intermediarios para la realización de encuestas a las empresas.

→ *El análisis de los datos.*

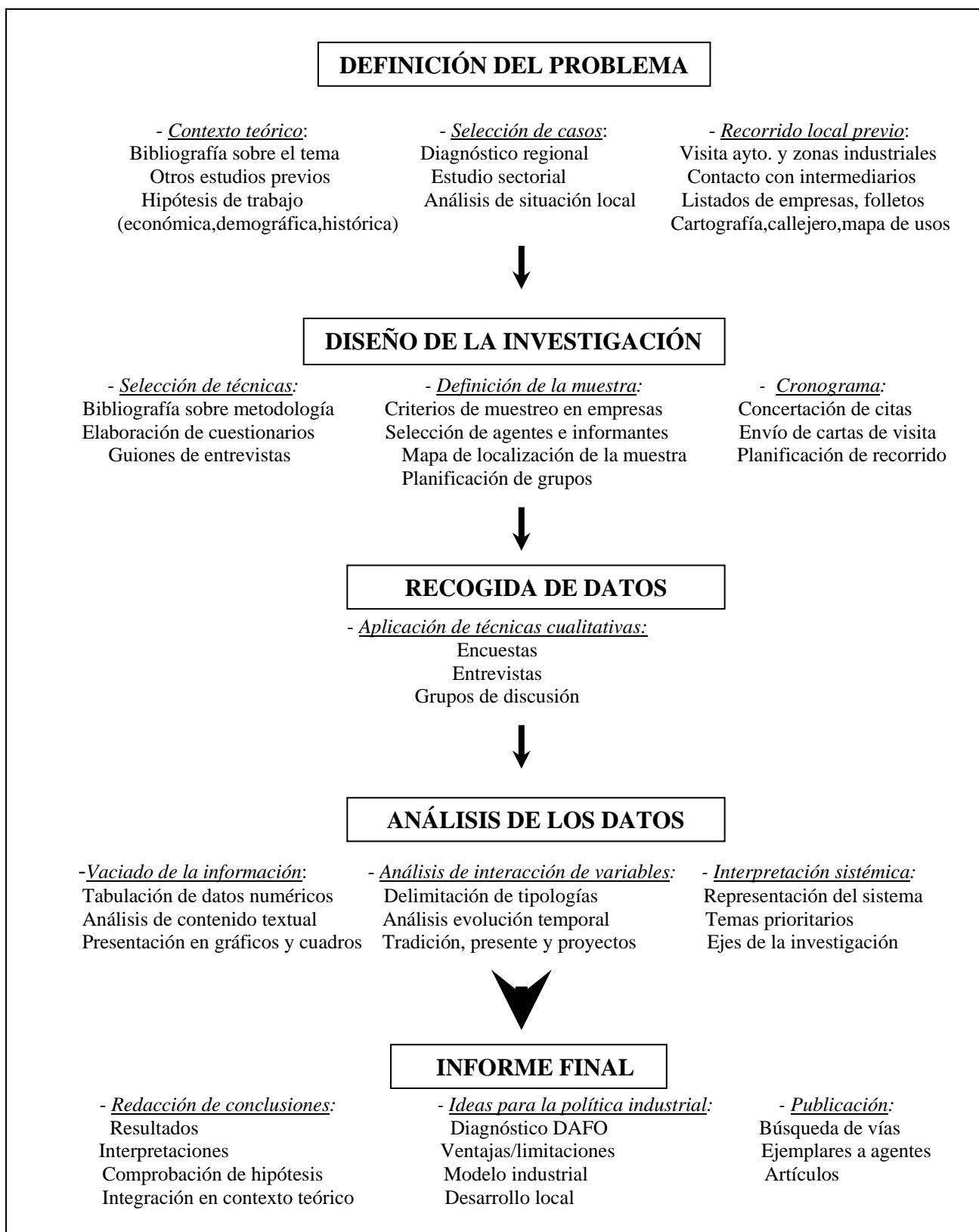
Integra el vaciado e interpretación de la información obtenida, desenmarañando sus significados y desarrollando una comprensión en profundidad de los fenómenos, escenarios e individuos estudiados. El proceso tiene siempre un carácter flexible, aunque sistemático y ordenado, pudiéndose producir de forma paralela a la propia recogida de datos, ya que es en gran parte interactivo. Es decir, puede ser necesario volver una y otra vez a los datos u obtener otros nuevos en función de la propia marcha de la investigación y de los resultados que se vayan obteniendo. Los pasos suelen ser el análisis exploratorio, la codificación y la clasificación en categorías, pudiéndose utilizar técnicas como *clusters* para establecer tipologías analizando las interacciones entre las variables y realizando recuentos de frecuencias y comparaciones entre categorías observadas. En esta fase de la investigación comienza a dibujarse la representación del sistema rural, aspecto que desarrollaremos posteriormente. La aplicación del método DAFO de diagnóstico, que analizaremos más adelante, es de gran utilidad.

→ *La validación y elaboración del informe final.*

Es la última fase de la investigación en la que además de explicar las conclusiones del estudio, es aconsejable describir la forma en la que se recogieron y analizaron los datos con el fin de dar mayor fiabilidad a los resultados de la investigación. Por supuesto, en cualquier investigación sobre industrial rural el objetivo final debe ser la extracción de ideas y orientaciones para la política industrial y el desarrollo local.

Según Valles (1997, p. 77), el mejor consejo común para todas estas fases de una investigación cualitativa es ser flexible: hay que "planear ser flexible". La síntesis de todas las fases se presenta de forma esquemática en la siguiente figura.

En definitiva, la investigación cualitativa en geografía se conecta con los métodos y técnicas utilizados en otras ciencias sociales intentando ser cada vez más rigurosa, y como ellas se preocupa por la validación de los resultados. Esta metodología permite "enriquecer el análisis de múltiples temas de una disciplina cada vez más preocupada por



Elaboración propia

Figura 12. Fases de una investigación cualitativa.

la comprensión de las motivaciones de las relaciones socioespaciales" (García Ballesteros, 1998, p. 24).

En la presentación de las etapas de la investigación de la tesis que se realizará en el siguiente capítulo, se verán reflejadas cada una de estas fases partiendo del contexto teórico que ya se ha planteado en los capítulos anteriores, y de la selección de estudios de caso que se ha llevado a cabo en Castilla-La Mancha.

2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA PARA EL ESTUDIO DE LA INDUSTRIA EN EL ESPACIO RURAL.

La utilización de métodos de investigación cualitativa en una investigación geográfica precisa tanto el conocimiento a fondo de los diferentes tipos de técnicas de recogida de información que se pueden aplicar, como su adaptación a los tipos de espacios y temáticas que se quieran analizar. En este sentido, a continuación presentamos de forma combinada los principales tipos de técnicas y sus características teóricas, junto a los criterios empíricos de aplicación en espacios industriales localizados en el medio rural.

2.1. LA ENCUESTA EMPRESARIAL.

Pocos procedimientos de investigación cualitativa son tan populares y conocidos como la encuesta. En general se puede decir que una encuesta consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana (García Ferrando, 1986), y su aplicación se puede llevar a cabo de múltiples formas (por correo, por teléfono, o de forma presencial). En nuestro caso, nos centraremos en la encuesta realizada a empresas industriales y aplicada generalmente in situ¹.

En la aplicación de esta técnica se pueden distinguir las siguientes etapas: elaboración del cuestionario (López Pintor, 1986), selección de la muestra, aplicación de la encuesta a la muestra seleccionada y finalmente tratamiento de la información recogida (Valles, 1997).

- Elaboración del cuestionario empresarial.

En cuanto al proceso de elaboración del cuestionario, además de los factores psicológicos de conseguir captar la atención y el interés del entrevistado, es necesario tener en cuenta varios criterios: el tiempo, la amplitud de la muestra y las características de los encuestados. Estas ideas se traducen en que según el tamaño de la muestra y la facilidad de acceso a los encuestados, elaboraremos un cuestionario más o menos largo

¹ En casos especiales que se esté seguro de la aceptación de la encuesta, o bien si no es posible desplazarse sobre el terreno, se pueden enviar los cuestionarios por correo, pero en este caso probablemente será necesario además insistir por teléfono para que por lo menos a través de la voz se personalice el interés de su respuesta. La experiencia en nuestro caso ha demostrado que el investigador suele ser mejor acogido cuando se presenta en persona ante el propio encuestado, teniendo que enfrentarse eso sí a múltiples situaciones que pueden ir desde completar un cuestionario en torno a una mesa camilla de la casa de un pequeño empresario, hasta tener que pasar toda la protección física y humana que hay para acceder al despacho del directivo de una gran empresa (la diversidad del mundo rural es un obstáculo más que precisa de la ya señalada flexibilidad del investigador cualitativo).

combinando preguntas abiertas y cerradas, redactado en un lenguaje más o menos técnico y con un orden de preguntas que incluya como norma general cuestiones fáciles de responder o menos escabrosas al principio, incrementando progresivamente el tono (cuestiones de facturación, capital, inversiones, etc) cuando el encuestado se encuentre plenamente centrado en el objetivo e interés de la encuesta. Es evidente que también tendremos que adaptar el cuestionario en función de si vamos a enviarlo por correo o lo vamos a completar en el transcurso de una corta conversación con el encuestado. Ni que decir tiene que en el caso de encuestas a empresas lo ideal es poder encuestar al empresario o directivo de la empresa, aunque en la realidad a veces no es posible y la responsabilidad recae en gerentes, administrativos o incluso trabajadores de confianza, que a veces incluso nos proporcionan una información de mayor fiabilidad y sinceridad.

Aunque los temas a tratar por la encuesta varían en función de la problemática a analizar en la investigación, podemos proponer un listado de aspectos que deben aparecer en cualquier cuestionario: datos de la empresa (nombre, domicilio, forma jurídica, emplazamiento, capital,...), proceso productivo (sector, tareas, productos, materias primas, subcontratación,...), mercados (tipos, localización, facturación, exportaciones, transporte, competencia,...), gestión (servicios externos, características del empresario, grado de informatización, colaboración interempresarial,...), innovaciones (tipos, inversiones, redes, proyectos,...), factores de localización (procedencia, ventajas, problemas,...) y empleo (tendencias, evolución, cualificación, división del trabajo, especialización, formación, condiciones laborales,...)². En nuestra investigación, las preguntas en las que más acento se pone son aquellas que nos permiten detectar la existencia de relaciones interempresariales y procesos de innovación, tanto en las empresas como en el medio socioeconómico.

- Selección de la muestra de empresas.

En cuanto a la selección de la muestra, se pueden aplicar cualquiera de los sistemas de muestreo aleatorio, sistemático, estratificado o espacial que garanticen la rigurosidad de la investigación, pero en la realidad del mundo rural (caracterizado por la diversidad de procesos de industrialización) lo más práctico es estructurar la muestra por cuotas en función de una serie de criterios aplicados a todo el listado de empresas a encuestar. Es decir, en relación al total elegiremos porcentajes según la variabilidad que observemos (diferentes actividades, tamaño de las empresas, localización dentro del municipio, importancia en el sector, empresas auxiliares, antigüedad de los establecimientos,..), que dividiremos en cuotas proporcionales, siempre teniendo presente el criterio de flexibilidad para poder eliminar o añadir nuevas empresas a la muestra en función de la inaccesibilidad/accesibilidad al encuestador, o bien en función de su importancia en el conjunto (empresas líderes, empresas más antiguas, empresas pioneras en el proceso de innovación,...). Todo este proceso deberá ir bien explicado en el informe final para garantizar la fiabilidad de los resultados.

- Aplicación del cuestionario a la muestra de empresas.

² Como apunte aconsejamos solicitar una tarjeta en cada empresa encuestada y graparla al cuestionario, con el fin de disponer de todos sus datos fiables de identificación en caso de necesitar contactar con ella para solventar alguna duda durante el proceso de tratamiento de la información.

A partir de este punto nos queda la parte más creativa del investigador, en la que a partir del trabajo previo de planificación y diseño del cronograma, tendrá que improvisar sus actitudes en todo momento para poder adaptarse a la personalidad y al contexto sociocultural y profesional del encuestado. Es recomendable enviar previamente una carta a las empresas contando el objetivo de la investigación y anunciando la próxima visita, con el fin de recibir una mejor bienvenida. Normalmente en los ayuntamientos o en los listados estadísticos empresariales oficiales podemos encontrar direcciones y números de teléfonos o fax que siempre son de gran utilidad (aunque no siempre estén actualizados). Los principales consejos que se pueden dar en esta fase de la investigación son paciencia y un buen convencimiento de la utilidad de la investigación que pueda ser transmitido al encuestado³. Por supuesto, en el cuestionario se deben anotar todos los aspectos psicológicos, de actitud o entonación en la conversación que se crean oportunos y de interés para la posterior interpretación de la información de la encuesta.

- Tratamiento de la información recogida.

Y finalmente llega la fase de tratamiento de la información. Tras la tabulación de los datos numéricos y su representación en gráficos, es de gran utilidad en relación con el análisis del contenido del texto de las demás respuestas la preparación de un cuadro en el que se coloquen las diferentes preguntas en un eje y los distintos elementos (empresas) de la muestra en el otro, rellenando en las celdas o casillas las respuestas (en el caso de las preguntas abiertas de respuesta amplia, se escribirá en la casilla un pequeño resumen de las ideas fundamentales). Este método permite una rápida y fácil comparación de la información, permitiendo llegar al análisis de la interacción de las variables y a la delimitación de tipologías. En el anexo final de la tesis doctoral se incluye un ejemplar del modelo utilizado.

2.2. LA ENTREVISTA A AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL.

Esta técnica cualitativa es también muy conocida y consiste en mantener una charla con un informante seleccionado en función del papel que desempeña en la temática analizada, en la que siguiendo un guión preparado de preguntas amplias se deja al encuestado que se exprese libremente en sus respuestas (Delgado y Gutiérrez, 1995). En nuestro caso la aplicamos a una serie de informantes seleccionados por su importancia en la actividad industrial de los espacios analizados, pudiéndose realizar antes o después de haber llevado a cabo la encuesta a la muestra de empresas.

Los entrevistados suelen ser agentes sociales o institucionales (tanto públicos

³ Lo mejor es ir dos personas, para que mientras una entrevista al informante sin interrumpir el discurso para tomar notas, el otro va rellenando el cuestionario saltando el orden de las preguntas si la conversación así lo requiere, con lo que se consigue fluidez en la conversación. En general se considera que en el medio rural registrar magnetofónicamente la conversación intimida bastante al encuestado y se consigue menor información en los temas más críticos del problema que se analiza (economía sumergida, subempleo, precariedad laboral,...).

como privados) que se integran dentro de alguna de estas categorías: ayuntamientos (concejales de urbanismo, jefes de departamentos de promoción industrial, agentes de desarrollo local,...), asociaciones empresariales locales o regionales (presidentes o gerentes de asociaciones o federaciones), centros tecnológicos (directores de institutos o laboratorios, empresarios pioneros en proyectos de innovación,...), centrales sindicales (técnicos especializados en determinados sectores) y centros de formación (personal técnico de instituciones públicas o privadas).

- Tipología de entrevistas.

Además de que en la preparación y realización de una entrevista es fundamental tener bien presente el decálogo que presentamos en la introducción, es también de gran utilidad conocer los cuatro tipos de modalidades de entrevistas principales que distingue Valles (1997, p. 180) en su obra con el fin de planificar su realización y el carácter de mayor o menor profundidad en cada caso:

- *La entrevista conversacional informal* se caracteriza por el surgimiento y realización de las preguntas en el contexto y en el curso natural de la interacción (sin que haya una selección previa de temas, ni una redacción previa de preguntas). Este tipo de entrevista suele realizarse durante el recorrido del lugar previo a la investigación, cuando al indagar inicialmente sobre la actividad industrial en el municipio surgen charlas espontáneas con personal del ayuntamiento, con miembros de asociaciones o incluso con habitantes del lugar a los que se solicita alguna información. Estas charlas darán pie a concertar con posterioridad entrevistas en profundidad.
- *La entrevista basada en un guión* consiste en la preparación de un listado de temas a tratar, y por tener libertad el entrevistador para ordenar y formular las preguntas a lo largo del encuentro. Este tipo de entrevista sería la que se realiza a agentes sociales destacados por su gran influencia en la actividad industrial que estamos analizando, como por ejemplo al empresario pionero en introducir innovaciones en el sector, o al promotor de un proyecto de innovación que afectará a toda el área.
- *La entrevista estandarizada abierta* está caracterizada por el empleo de un listado de preguntas ordenadas y redactadas por igual para todos los entrevistados, pero de respuesta libre o abierta. Este sería el caso de las entrevistas que se realizan a agentes sociales que nos encontramos en prácticamente todos los espacios, por ser fundamentales en cualquier actividad industrial: concejales de industria, presidentes de asociaciones sectoriales, directores de institutos tecnológicos, presidentes de sedes sindicales, etc. Si bien el esqueleto de las preguntas será el mismo, realizaremos variaciones en función de las problemáticas específicas del espacio y de la actividad que estemos analizando.
- *La entrevista estandarizada cerrada* está caracterizada por el empleo de un listado de preguntas ordenadas y redactadas por igual para todos los

entrevistados, pero de respuesta cerrada. En realidad este tipo de entrevista sería el equivalente a encuestas mediante cuestionario realizadas in situ, en las que su aplicación se realiza entablando una pequeña charla con el encuestado.

Paralelamente a esta clasificación, dicho autor habla de las llamadas *entrevistas en profundidad* en el conjunto de las entrevistas de investigación, señalando que la expresión "en profundidad" ha ganado la batalla del uso entre una serie de términos afines con desigual solera en la bibliografía: entrevista focalizada, estandarizada no programada, no estandarizada, especializada y a elites, biográfica, intensiva, individual abierta semidirectiva, larga, etc. Dentro de este contexto, la clasificación de las entrevistas de investigación según su estandarización o no, y según el grado de estructuración o programación, ha tenido una gran repercusión en las Ciencias Sociales. El tipo de entrevista más útil en el análisis de actividades industriales en el medio rural es la denominada *entrevista estandarizada no programada*, que se caracteriza porque no hay una secuencia de preguntas satisfactoria para todos los entrevistados, ordenándose a la medida de aquellos y en términos familiares al entrevistado (Valles, 1997, p. 187), dejando espacio para la expresión de toda clase de ideas.

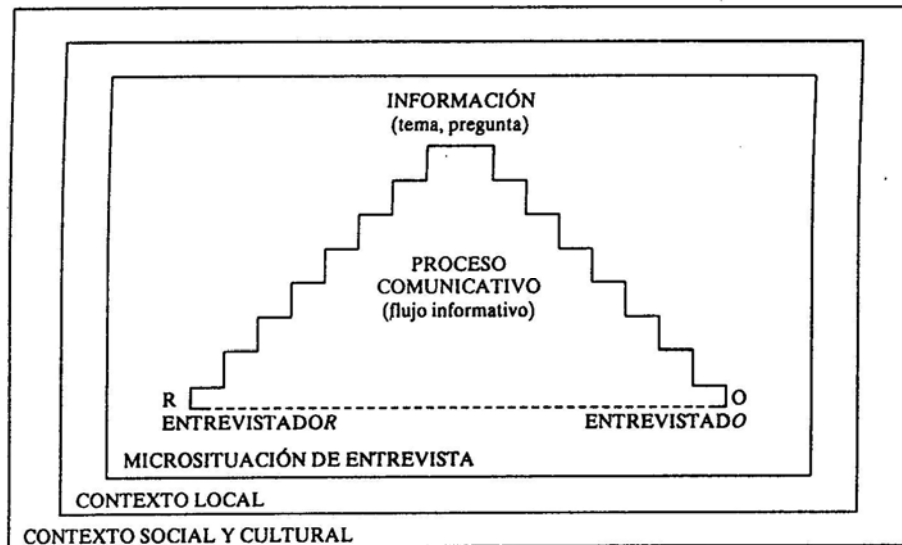
- El modelo contextual de la entrevista de investigación.

En el proceso de realización de una entrevista es fundamental tener presente el contexto social en el que se encuadra el proceso comunicativo de obtención de información mediante entrevista con un objetivo de investigación. Según Valles (1997), este modelo contextual depende de los siguientes elementos:

- a. La combinación de tres elementos internos a la situación de entrevista (entrevistador, entrevistado y tema en cuestión).
- b. Los elementos externos ("factores extra-situacionales que relacionan la entrevista con la sociedad, la comunidad o la cultura", p. 191).

El reflejo de este modelo en una investigación industrial en el medio rural está presente en todas las fases de realización de entrevistas, y pone de manifiesto la necesidad de que el investigador realice de forma generalizada una doble tarea:

- ➔ Informar claramente al entrevistado tanto sobre los objetivos de la investigación en conjunto, como sobre su selección como informante clave, pues únicamente así el proceso comunicativo y la obtención de información serán óptimos.
- ➔ Indagar previamente sobre el contexto económico, social, cultural y político o institucional en el que se integra el entrevistado, con el fin de que pueda guiar la entrevista hacia aquellos aspectos relacionados con la actividad industrial sobre los que el agente puede aportar mayor información.



Fuente: Valles, 1997, p. 191, basado en Gorden, 1975, cap. 4.

Figura 13. El contexto de la entrevista.

- Fases de realización de entrevistas.

En cuanto al proceso de realización de entrevistas en profundidad en general, podemos distinguir las siguientes etapas básicas: preparación del guión, selección de los individuos a entrevistar, indagación sobre estos actores y agentes, y planificación del tiempo. A continuación analizamos de forma esquemática los principales aspectos de este proceso (Valles, 1997).

a. *El guión de la entrevista para cada tipo de agente.*

El guión de entrevista es a las entrevistas en profundidad lo que el cuestionario a las encuestas. Contiene los temas y subtemas que deben cubrirse, de acuerdo con los objetivos informativos de la investigación, pero no proporciona las formulaciones textuales de preguntas ni sugiere las opciones de respuestas. Se trata en definitiva de un esquema con los puntos a tratar, pero que no se considera cerrado y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente (en las entrevistas en profundidad menos dirigidas interesa, justamente, recoger el flujo de información particular de cada entrevistado, además de captar aspectos no previstos en el guión).

b. *Preparativos previos.*

Como es lógico, son necesarios una serie de preparativos referentes a la actitud a

tomar por parte del propio investigador y a la planificación del proceso a seguir.

→ Sobre el entrevistador:

- Es necesaria una indagación previa sobre el entrevistado y el tema de la entrevista, tanto para ganarse el respeto del entrevistado como para ser capaz de recoger la información relevante.
- Es fundamental tener una personalidad flexible para poder captar los objetivos de la entrevista, evaluar críticamente la información que recibe e indagar en busca de mayor claridad y exhaustividad en las respuestas.
- Debe desempeñar un rol que si bien puede iniciarse adoptando una relación de superioridad o de inferioridad, posteriormente debe moverse hacia una posición de igualdad.

→ Sobre las condiciones:

- Las condiciones de lugar y momento que se elija para realizar la entrevista, así como el medio de registro, pueden afectar positiva o negativamente a la obtención de información.
- Hay que tener presente que la negociación con el entrevistado resulta ineludible.
- Son necesarias unas mínimas condiciones de privacidad y tranquilidad.

→ Sobre el contacto y la presentación: estos aspectos tienen una gran importancia debido a la duración de estos encuentros.

- Se suelen emplear redes personales del investigador o canales sociales que faciliten la conexión entrevistador-entrevistado.
- Es aconsejable buscar intermediarios en responsables institucionales o líderes locales.

c. La selección de personas a entrevistar.

En lo referente a cómo seleccionar los individuos a entrevistar, más que fórmulas universales o simples recetas lo mejor es tener en cuenta un conjunto de ideas y criterios útiles:

→ Es necesario aproximarse al universo de entrevistados potenciales a través de

las fuentes disponibles (estudios cualitativos previos, información sobre federaciones o asociaciones empresariales, listados de centros tecnológicos, e incluso la experiencia e imaginación del investigador). La idea clave es ganar conocimiento de todo tipo.

- Hay que entrevistar solamente a algunos tipos o perfiles sociológicos, no a todos los agentes.
- Seleccionar a los entrevistados apoyándose en tres tipos generales: expertos (los denominados “informantes claves” sobre determinados temas), especiales (los diferentes agentes sociales o institucionales implicados en la actividad industrial) y representativos (empresarios comunes y destacados o pioneros). Los denominados informantes claves suelen actuar como intermediarios, proporcionando información sobre nuevos contactos.

d. Las tácticas de realización de la entrevista.

Conviene diferenciar dos grandes clases de tácticas a tener en cuenta en el proceso de realización de entrevistas:

- Tácticas que pueden avanzarse en el guión de entrevista: consisten en trazar un esquema en el que se anticipen los modos de abordar el tema central y las cuestiones secundarias. Esta elaboración, previa a la entrevista, supone tener listas de preguntas de amplio espectro para los inicios, así como una serie de argumentos y cuestiones que sirvan (en caso necesario) para pasar de unos asuntos a otros; o para motivar al entrevistado.
- Tácticas del entrevistador en la situación de entrevista: forman parte del oficio y la pericia del entrevistador, que la improvisa durante la realización de la entrevista. Se trata de formas de comportamiento verbal y no verbal empleadas cuando la situación lo pide (y lo que procede es dar tiempo, ánimo o señal al entrevistado para que prosiga, aclare o reconduzca el relato). Valles recoge las principales: táctica del silencio, de animación y elaboración, de reafirmar y repetir, de recapitulación, de aclaración, de cambiar de tema.

Cuando la investigación integra el estudio de varios casos, lo ideal es elaborar un guión de entrevista tipo (con las preguntas comunes) para cada categoría de agente (ayuntamiento, central sindical, centro tecnológico, asociación empresarial, etc.), que posteriormente será matizado o completado con preguntas específicas para los agentes concretos de cada estudio de caso. En el anexo documental se incluyen los modelos de entrevista aplicados a cada tipo de agente en la presente investigación.

- Ventajas e inconvenientes de la utilización de técnicas cualitativas.

Finalmente, es importante señalar que en relación con otras técnicas de investigación cualitativa, las entrevistas presentan una serie de peculiaridades:

- *Ventajas:*
 - ➔ Su estilo especialmente abierto permite la obtención de una gran riqueza informativa contextualizada en las palabras y enfoques de los entrevistados.
 - ➔ Proporciona al investigador la oportunidad de clarificación y seguimiento de preguntas y respuestas en un marco de interacción directo, personalizado, flexible y espontáneo.
 - ➔ Ofrece el contraste o contrapunto cualitativo a los resultados obtenidos mediante procedimientos cuantitativos, facilitando la comprensión de los mismos.

- *Limitaciones.*
 - ➔ El gran consumo de tiempo que precisan en desplazamientos, aplicación y tratamiento de la información.
 - ➔ Los problemas potenciales de fiabilidad y validez de las respuestas, que obligan a contrastar la información recogida a partir de diferentes opiniones.
 - ➔ La falta de observación participativa, pues el entrevistador siempre es considerado por entrevistado como un investigador.
 - ➔ La reducción de las respuestas al punto de vista unilateral del entrevistado, no permitiendo obtener información a partir de la interacción grupal entre varios agentes.

En relación con esta última limitación, la siguiente técnica es de gran utilidad, si bien presenta mayores dificultades de preparación previa y exhaustiva aplicación, y a veces se limita a una entrevista en grupo.

2.3. EL GRUPO DE DISCUSIÓN ENTRE AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL.

Un tipo especial de entrevista desarrollada a la vez con varios agentes es lo que se denomina grupo de discusión, cuya peculiaridad es que la información se captura a partir de la interacción grupal entre los participantes, que expresan sus posiciones confrontando las propias con las del resto y poniendo a prueba la consistencia de sus discursos. La formación y desarrollo de un grupo debe asumir dos principios esenciales: facilitar el afloramiento de las motivaciones y motivar la interacción en la conversación. Los participantes deben tener la oportunidad de no ver constreñido su discurso, es decir, sus opiniones no deben ser encorsetadas por la necesidad de una batería de preguntas que conlleve respuestas forzadas. Lo importante es emplear una estrategia no directiva en la conducción del grupo, teniendo claro que no deben crearse jerarquías, manteniendo una comunicación horizontal y una relación de simetría entre todos los participantes (García Ballesteros, 1998, p. 61; Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 247).

En cuanto a las etapas de aplicación de esta técnica de investigación, podemos distinguir las siguientes: selección de los miembros integrantes, reclutamiento de los participantes y cita en el lugar de celebración. Lo importante es conseguir crear el denominado "efecto sociedad", es decir, que los participantes compartan características comunes (un cierto grado de homogeneidad), encontrándose cómodos. En cuanto al número de participantes, debe ser lo suficientemente numerosos para que sea fácil encontrar la diversidad de discursos, y lo suficientemente limitado para que cada sujeto encuentre oportunidades varias de tomar la palabra. El problema es dar cita a varias personas en el mismo día, en el mismo sitio, a la misma hora y durante aproximadamente una hora, procurando que el lugar de celebración sea neutro. Las cartas de invitación y los contactos telefónicos son imprescindibles.

La función del moderador para hacer brotar el discurso es clave. Debe iniciar la conversación intentando transmitir varios mensajes: el objeto de la reunión, las características comunes de los participantes, la confidencialidad de sus opiniones y la idea de que los protagonistas de la reunión son ellos. La guía de apoyo del moderador se plantea normalmente en una secuencia que va desde lo general a lo particular (triángulo invertido), de tal manera que cada objetivo tratado tenga relación o encuentre eco en el discutido anteriormente. A partir de aquí el éxito dependerá de la pericia a la hora de empatizar (generar camaradería con los participantes), siendo fundamental que el moderador sepa exhibir cualidades como sutileza (saber dirigir sin ser autoritario, devolver la discusión a los objetivos de la guía cuando se adentra en otros terrenos), creatividad (afrontar situaciones imprevistas), comunicación (sus intervenciones, breves, han de suscitar el deseo de hablar y de que otros participen) y saber escuchar (capacidad para involucrarse en la conversación sin implicarse).

Dentro de los tipos de grupos de discusión en profundidad se encuentra *el método Delphi*, que es una técnica bastante compleja y, dado que nosotros no la hemos aplicado todavía, nos limitaremos aquí a señalar sus rasgos principales y la bibliografía donde se puede consultar y donde se consigue un buen acercamiento a la metodología de aplicación (García Ballesteros, 1998, p. 111; Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 263). En síntesis se basa en el envío sucesivo de cuestionarios por correo a un grupos de expertos seleccionados, cuestionarios que se van retroalimentando a lo largo de las sucesivas vueltas (de 3 a 5 suele ser suficiente), hasta llegar al cuestionario final definitivo elaborado con las respuestas de los anteriores. La peculiaridad de esta técnica es que consigue evitar la presión grupal y la influencia de individuos dominantes.

3. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN CUALITATIVA.

Una vez aplicadas las técnicas de recogida de información, el tratamiento de los datos cualitativos consiste en su análisis para alcanzar su sentido e interpretación. Es un proceso en continuo progreso, dinámico y creativo, que a medida que avanza va enfocando los intereses y las líneas directrices de la investigación. Aunque como señalan Taylor y Bogdan (1996, p. 159), "todos los investigadores desarrollan sus propios modos de analizar los datos cualitativos", se pueden señalar ciertas etapas básicas en el proceso, y algunos métodos de interpretación de gran utilidad en las investigaciones con un objetivo de utilidad práctica de cara a las políticas de desarrollo basadas en la industria.

3.1. Fases en el tratamiento de los datos.

El proceso de tratamiento e interpretación de toda la información obtenida a través de la aplicación de las encuestas empresariales y la realización de entrevistas a los principales agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial pasa por las siguientes etapas fundamentales:

- *Identificación de temas y desarrollo de conceptos.*

Normalmente esta fase supone seguir en un primer momento la pista sugerida por los conceptos planteados en el contexto teórico de la investigación, para a continuación ampliar el campo con la búsqueda de temas específicos del área de estudio.

- *Codificación de los datos.*

Consiste en la elaboración de tipologías o esquemas de clasificación de los datos o de la información a través de la búsqueda de características comunes y relaciones de todo tipo (comerciales, de cooperación, institucionales, de subcontratación, etc.) entre los diferentes agentes y empresas analizados. La elaboración de diagramas, cuadros y modelos que permitan la comparación entre casos es de gran utilidad.

- *Interpretación de los datos en su contexto.*

Finalmente, la interpretación y valoración de la información implica tener en cuenta toda una serie de consideraciones como qué datos han sido solicitados y cuáles no, la influencia del observador sobre el escenario, qué datos son directos y cuáles indirectos, o cuáles han sido las fuentes de las informaciones (quién dijo cada idea: un informante, todo el grupo, una persona concreta,...). Teniendo en cuenta todo este contexto, estaremos en disposición de proponer nuestros propios supuestos y aportaciones para la política de desarrollo, siendo de gran utilidad en este sentido la aplicación de métodos de diagnóstico final como el DAFO y el análisis sistémico.

3.2. Principales métodos y técnicas de diagnóstico final de la actividad industrial.

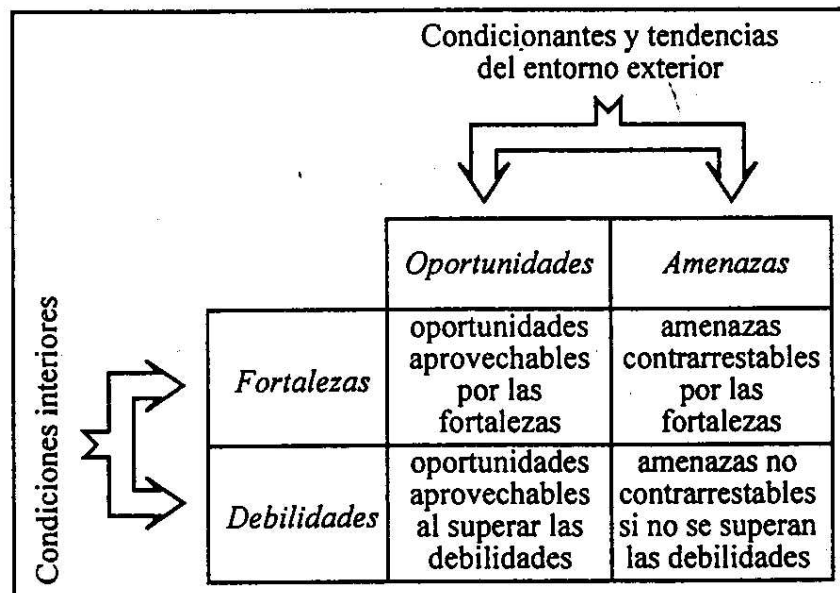
Con el fin de que la investigación cualitativa pueda convertirse en una aportación para la política de desarrollo del espacio rural, a continuación presentamos dos métodos de gran utilidad para valorar la situación empresarial de un área industrial.

- *La técnica de diagnóstico DAFO.*

El método DAFO (cuyas letras del acrónimo se corresponden con los términos Debilidades, Amenazas, Fortaleza y Oportunidades) permite obtener una visión sintética de las variables que intervienen en el fenómeno analizados, mediante la elaboración de una matriz que combine los factores. Las fortalezas y debilidades serían condiciones internas, mientras que las oportunidades y amenazas se refieren al entorno externo.

Dentro de la matriz se dan cuatro tipos de situaciones:

- Oportunidades generadas por el entorno exterior que pueden ser aprovechadas por las fortalezas internas.
- Amenazas generadas por el entorno exterior que pueden ser contrarrestadas por las fortalezas.
- Oportunidades generadas por el entorno exterior que pueden ser aprovechadas si se superan las debilidades.
- Amenazas generadas por el entorno exterior que no podrán ser contrarrestadas si no se superan las debilidades.



Fuente: Pujadas Rúbies, 1998, p. 379.

Cuadro 24. Técnica de diagnóstico DAFO

En los casos analizados en la presente investigación, se identificarán los puntos fuertes y los puntos débiles de cada situación de cara al desarrollo, para después en las conclusiones poder aplicar un diagnóstico DAFO al conjunto de todos los estudios con el fin de detectar problemas y potencialidades a escala regional, y poder hacer aportaciones para la política de desarrollo.

- *El análisis sistémico.*

Como refleja Bernard Kayser (especialista en geografía y sociología rurales) en

todas sus obras, la aplicación de técnicas cualitativas de investigación en el mundo rural supone considerar el objeto de estudio como un sistema. Según este autor, el mundo rural es un sistema de acción abierto, y su análisis debe llevarse a cabo a través de una aproximación sistémica aplicada tanto a los organismos y sus estructuras, como a los procesos y problemas, pues las relaciones entre los elementos interactivos proporcionan las claves de la explicación. Como es lógico, esta idea conduce a la necesaria pluridisciplinariedad, exigiendo del investigador múltiples conocimientos (económicos, sociales, culturales y políticos, además de una cierta formación sociológica).

En este sentido, sea cual sea la técnica cualitativa que apliquemos en una investigación sobre una comunidad rural, los aspectos que deben orientar su aplicación y tratamiento son los siguientes:

- ➔ Es fundamental llevar a cabo un *análisis de situación*, que consiste en la explicación (modelo) del estado en el que se encuentra la sociedad en cuestión (estructuras, relaciones con el entorno e historia), es decir, la *dinámica* pasada y actual. Los principales instrumentos para llevar a cabo este análisis son las hipótesis de trabajo (que establecen entre los hechos significativos observados relaciones susceptibles de integrarse en un cuerpo de explicaciones generales), la representación gráfica del sistema y la periodización (dimensión histórica amplia).
- ➔ Entre los *temas prioritarios* a analizar destacan las actuaciones de los colectivos sociales implicados en la actividad económica (federaciones y asociaciones empresariales, o incluso culturales), las redes institucionales entre los diferentes agentes públicos y privados que apoyan la industria, y la ordenación del espacio industrial, considerado como el objeto de una necesaria gestión colectiva.
- ➔ Y finalmente, los *ejes* fundamentales que deben guiar las interpretaciones de la investigación son los cambios económicos y empresariales, la articulación local/global y la interacción rural/urbana entre la actividad industrial local y el mercado exterior. Todas las sociedades contemporáneas se ven afectadas a todos los niveles por mutaciones, más o menos bruscas, que generan los cambios y las innovaciones de todos los órdenes que proceden del contexto exterior. Actualmente está claro que no tiene ningún sentido considerar el espacio de estudio de forma aislada.

En cualquier sistema industrial, los flujos de relaciones tienen una importancia tan determinante que forman parte inmediatamente de las líneas directrices de la investigación, y dicho contexto es esencialmente el nivel global de la sociedad y la economía.

En definitiva, la investigación cualitativa en Geografía Industrial es y debe ser cada vez más rigurosa, y todos podríamos aprender más sobre este tipo de metodología si en las investigaciones que la aplican se dedicase un apartado a la explicación del proceso de trabajo, lo que además serviría para la validación del propio estudio.

CAPÍTULO 7: LAS ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

INTRODUCCIÓN: UNA COMBINACIÓN DE FASES Y METODOLOGÍAS.

A partir del contexto teórico que ya hemos presentado, el proceso de investigación empírica de la tesis doctoral hacia la comprobación de las hipótesis planteadas ha seguido los pasos que se muestran en la siguiente figura, en los que se combinan tanto metodologías cuantitativas y cualitativas de investigación, como las metodologías específicas propuestas en cada una de las tres temáticas del contexto teórico.

El proyecto de investigación mencionado en el prólogo sobre "*Política de promoción industrial, innovación y sistemas productivos locales en Castilla-La Mancha*", financiado por el Programa Sectorial de Promoción del Conocimiento de la DGICYT, se inició con el tratamiento de la información estadística disponible. A través de la elaboración de cartografía SIG y de tablas de datos, se llegó a la delimitación de áreas industriales dinámicas en el espacio rural de la región, especializadas en algún sector de actividad, y los resultados fueron publicados por Ricardo Méndez y Juana Rodríguez Moya en 1998 en la revista *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Esta preselección de espacios dinámicos en Castilla-La Mancha, llevada a cabo mediante una metodología de investigación cuantitativa, fue el punto de partida de la tesis doctoral. A partir de entonces, la integración en el equipo de trabajo de la segunda parte del proyecto llevó a la selección de una serie de estudios de caso, en los que investigar las hipótesis planteadas en el marco teórico con el fin de comprobar si respondían a las características que definen los sistemas productivos locales y los medios de innovación. Los métodos de investigación siguientes fueron fundamentalmente cualitativos, por ser lo más adecuados para analizar las temáticas teóricas, y combinaron todos los criterios metodológicos de análisis presentados en los capítulos correspondientes a cada una de ellas.

El trabajo de campo y la aplicación de técnicas cualitativas de investigación coordinadas con otros equipos de trabajo regionales dentro del Grupo de Geografía Industrial de la A.G.E., permitió llegar a las primeras conclusiones gracias a la puesta en común de los resultados obtenidos en los Seminarios sobre "*Innovación Industrial y desarrollo local en la Península Ibérica*". Con una metodología cualitativa perfeccionada, y los primeros modelos de análisis, se llevó a cabo la segunda fase del trabajo de campo, añadiendo tres nuevos estudios de casos, centrados en sectores maduros importantes en la región y no analizados anteriormente. En total se han analizado ocho casos (Sonseca, La Sagra, Montes de Toledo, Fuensalida, Almansa, Villacañas, Valdepeñas y Campo de Montiel), y siete subsectores (mueble, textil, turrón-mazapán, madera, calzado, vino y confección).

Una vez finalizado todo el proceso de recogida de información, se inició la fase de

tratamiento de datos, elaboración de cartografía SIG y preparación de conclusiones. La aplicación de las tipologías definidas y de los modelos diseñados, nos llevó a la deducción de interpretaciones y al planteamiento de propuestas. A partir de aquí se inició la redacción de los resultados para su presentación. La exposición monográfica de cada uno de los estudios de caso se realiza en la parte dedicada expresamente a ellos.

La descripción de las características de cada una de estas etapas se realiza a continuación agrupándolas en tres grandes bloques: de las estadísticas al trabajo de campo, el descenso sobre el terreno, y del tratamiento de la información recogida a la elaboración de propuestas de cara a la política industrial y de desarrollo regional y rural.

1. DE LAS ESTADÍSTICAS AL TRABAJO DE CAMPO.

El proceso de recogida de datos cuantitativos y cualitativos de la investigación ha pasado por las siguientes etapas:

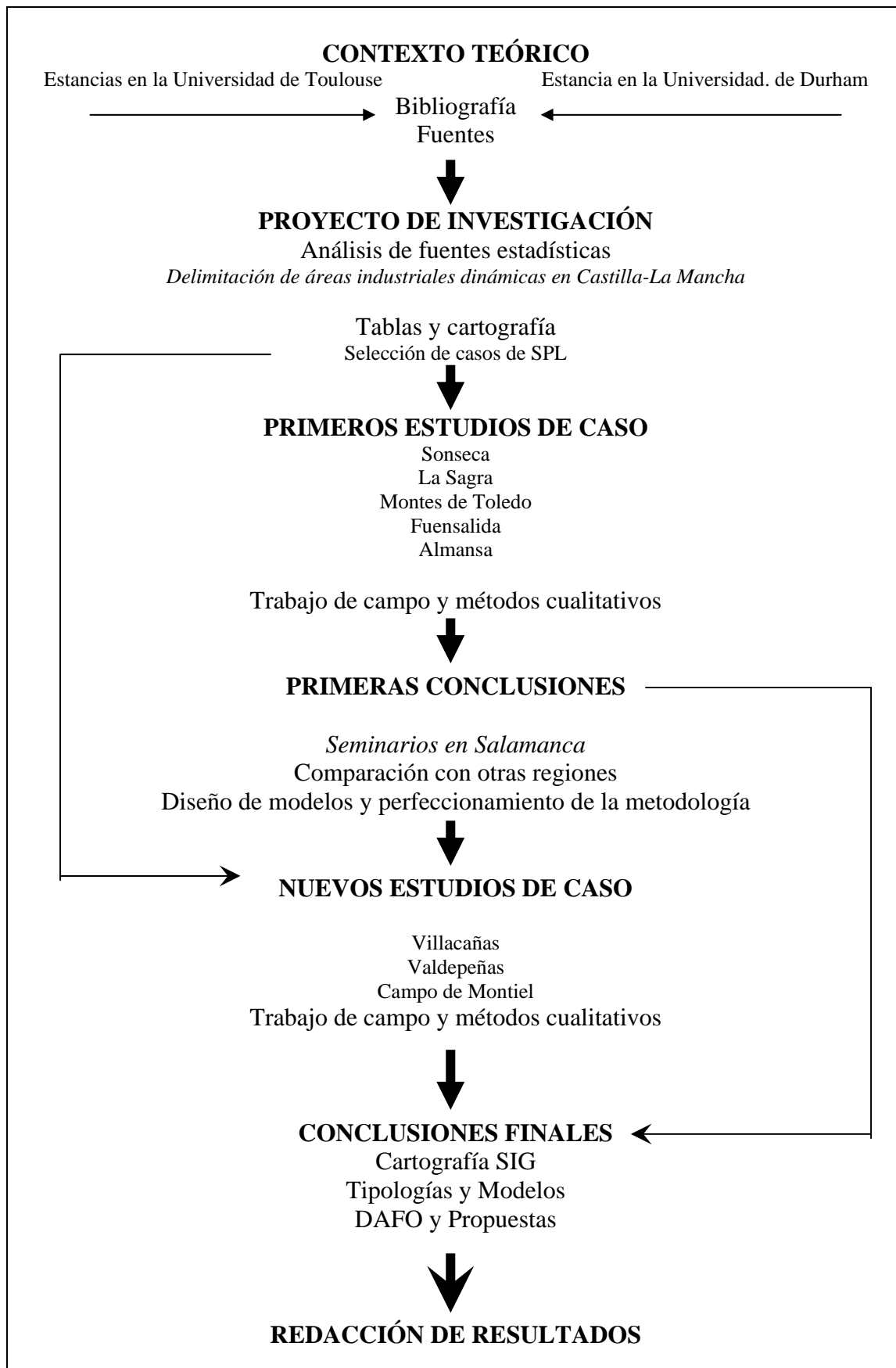
1.1. La delimitación de áreas emergentes en Castilla-La Mancha.

Como ya se ha señalado, el proyecto de investigación mencionado sobre "*Política de promoción industrial, innovación y sistemas productivos locales en Castilla-La Mancha*", fue el punto de partida de la tesis doctoral, ya que proporcionó la delimitación de las áreas dinámicas en la región entre las que se elegiría posteriormente la muestra de estudios de caso. En este sentido, el conocimiento de cómo se llegó a esta preselección de espacios es fundamental para poder contextualizar la presente investigación.

Así, en el artículo mencionado de Méndez y Rodríguez Moya (1998) se explica que la metodología cuantitativa que llevó a la identificación de las áreas emergentes desde el punto de vista industrial en Castilla-La Mancha, se realizó mediante el tratamiento de las siguientes *fuentes estadísticas disponibles*:

- Encuesta Industrial del I.N.E. (1978 - 1995)
- Registro Industrial del Ministerio de Industria (1981- 1995)
- Encuesta de Población Activa (resúmenes anuales) del I.N.E. (1979 - 1996)
- Directorio Central de Empresas del I.N.E. (1995 y 1996)
- Renta Nacional de España y su distribución provincial del BBV (1979 - 1995)
- Directorio Industrial del I.M.P.I.: Base de datos BADEIN (1993)
- Censo de Locales del I.N.E.: Base de datos CERCA (1980 y 1990)

A partir de estas fuentes, se elaboró una amplia *cartografía temática* en torno a la distribución de la actividad industrial en función de múltiples variables, destacando el empleo, la inversión y la distribución sectorial. Y a continuación, tomando como base



Elaboración propia

Figura 13. Fases de la investigación empírica de la tesis.

estos mapas, se elaboraron *cuadros de tipologías de espacios dinámicos* dentro de la región (ejes, comarcas, enclaves, etc.) asociadas a los correspondientes datos estadísticos de su definición. En los capítulos siguientes sobre el sector industrial en Castilla-La Mancha se incluyen algunos mapas y cuadros elaborados en el contexto de este proyecto, que sirven de apoyo para la justificación de la elección los estudios de caso de la presente investigación.

Una vez delimitadas las áreas genéricas en las que se buscaría la verificación de las hipótesis planteadas en el contexto teórico, la búsqueda de información referente a aspectos intangibles como la cooperación, la difusión de información o el funcionamiento de las redes llevó a poner en marcha una metodología cualitativa que pasaba necesariamente por un proceso previo de toma de decisiones.

1.2. El proceso de toma de decisiones para la selección de la muestra de la investigación.

Una vez haber elegidas las técnicas cualitativas que aplicaremos (encuestas y entrevistas fundamentalmente), uno de los primeros pasos a seguir es la selección de la muestra sobre la que investigar a partir del universo de lugares, sectores, empresas o individuos que se integran en las grandes áreas dinámicas ya delimitadas. Así, en el proceso de muestreo cualitativo de los casos a analizar en una investigación como la aquí presentamos es necesario reflexionar y tomar decisiones sobre varios aspectos: qué tipo de muestreo aplicar, en qué áreas de estudio ligadas a sectores industriales específicos centrarnos, qué número y tipología de empresas vamos a encuestar, y cuáles serán los agentes sociales implicados en la actividad empresarial que entrevistaremos. En todo este proceso de selección no será necesario, como es lógico, tomar todas las decisiones a la vez, sino que se hará siguiendo etapas sucesivas.

A continuación describimos los diferentes procesos de selección de casos llevados a cabo, conscientes de que como se señala en prácticamente todas las obras sobre metodología cualitativa mencionadas, la validez o el control de calidad de cualquier investigación cualitativa pasa por la descripción detallada de todo el proceso de recogida y análisis de datos e información, empezando por el proceso de selección de los casos que vamos a estudiar y que nos servirán para verificar las hipótesis teóricas planteadas en la fase inicial de la investigación.

- *La selección de áreas y sectores a analizar.*

En el proyecto de investigación origen de la presente tesis doctoral se delimitaron, mediante una metodología cuantitativa, una serie de áreas dinámicas en la región donde parecía existir una cierta capacidad para generar iniciativas empresariales ante la concentración de empresas y empleos dedicados al mismo sector industrial, así como los

sectores industriales más representativos (sectores maduros o de demanda débil fundamentalmente). Y en estas áreas se seleccionaron una serie de casos para estudiar de forma monográfica mediante técnicas cualitativas de investigación. Los criterios para esa selección, que dejaban abierta la puerta a una ampliación posterior hacia otros ámbitos locales, fueron de dos tipos:

- En primer lugar, se seleccionaron algunos sectores tradicionales, pero que mantienen un indudable dinamismo actual en los espacios rurales de la región y son motor fundamental en la creación de empleo, tal como ocurre con el calzado, el mueble, la confección o la agroalimentación.
- En cada uno de ellos, se optó por comparar dos municipios o comarcas que, en apariencia, se especializan en similares productos, para así constatar lo que son estrategias y obstáculos comunes a la innovación, pero también las diferencias (a veces importantes) que guardan relación con las respuestas locales frente a los procesos globales de reestructuración productiva.
- La disponibilidad de unos recursos económicos y temporales limitados obligó a limitar el número total de encuestas en torno al centenar con objeto de hacer viable el proyecto. Esa cifra se repartió de forma equilibrada entre las áreas de estudio para asegurar una representación suficiente de todas ellas.

La colaboración en esta segunda fase del proyecto llevó a realizar el trabajo de campo de los que se convertirían en los primeros estudios de caso de la presente tesis doctoral:

- el sector del mueble en las comarcas de La Sagra y los Montes de Toledo,
- la fabricación de calzado en Fuensalida (basado en una investigación anterior: Méndez y Gil Quindós, 1994) y Almansa, y
- la diversidad productiva de Sonseca (muebles, géneros de punto y mazapanes y turrónes).

Estos casos fueron elegidos siguiendo algunos de los criterios de selección a los que alude Valles (1997, p. 91): la *representatividad* en el conjunto regional (volumen de inversión, empleo generado y número de establecimientos especializados en la misma actividad), la búsqueda de una cierta *heterogeneidad* sectorial y de tipos de sistemas productivos locales, y la *accesibilidad* ligada a la consideración de los *recursos disponibles*. Así, se llevó a cabo lo que el propio autor denomina una “selección estratégica de casos”.

Una vez recogida y tratada toda la información de estas primeras áreas de estudio, que formaron parte del informe final del proyecto de investigación y cuyos resultados dieron origen a varias publicaciones (Méndez, Rodríguez Moya y Mecha, 1999; Alonso y Méndez, 2000; Méndez y Alonso, 2002), se decidieron añadir 3 estudios de caso más para la tesis doctoral (ya aparte del proyecto) en función de una serie de criterios, unidos a la información aportada por las *redes personales* con otros investigadores sobre el tema, establecidas en la primera fase de la investigación (seminarios celebrados en Salamanca con miembros del Grupo de Geografía Industrial de la A.G.E.). Así, se decidió

cubrir un mayor número de *sectores representativos de la región* como el sector vitivinícola (relevante en la región históricamente), analizar el subsector de puertas en el que despunta Castilla-La Mancha a nivel nacional, y estudiar el sector de la confección (muy importante en la región en la última década debido a por procesos de descentralización productiva hacia espacios periféricos de mano de obra barata) en una comarca que, gracias a contactos personales de buenos informantes (la Asociación de Amigos del Campo de Montiel) se sabía con certeza que existía una concentración importante de empresas del sector como reflejaban las estadísticas (que a veces adolecen de falta de actualidad y fiabilidad).

En este sentido, se decidieron añadir como nuevos estudios de caso en la segunda etapa de la elaboración de la tesis doctoral las siguientes áreas y sectores:

- las bodegas de Valdepeñas,
- la fabricación de puertas en Villacañas, y
- la confección en el Campo de Montiel.

Como es lógico, esta segunda parte de la investigación aunque se realizó fuera del proyecto de investigación, contó con la experiencia metodológica y los conocimientos teóricos acumulados en la primera fase colectiva.

En el conjunto de todos los estudios, los casos de Almansa y el Campo de Montiel fueron los de menor accesibilidad, debido a su mayor distancia con respecto a Madrid, a lo que además se unió en el caso de Montiel la incidencia de la precariedad en el sector de la confección que influyó en la menor colaboración por parte de los empresarios, que en ocasiones se mueven en el ámbito de la economía sumergida.

Por último, resulta necesario aclarar tanto la elección de una mayoría de casos en la provincia de Toledo debido a la relevancia de su dinamismo dentro de la región, como la ausencia de casos en las provincias de Cuenca y Guadalajara debido a que son espacios en los que tienen menor reflejo la intersección de los conceptos de sistema productivo local y medio innovador. En el caso de la provincia de Cuenca, el sector industrial en general ocupa un porcentaje pequeño en la economía, y en el caso de la provincia de Guadalajara la actividad industrial se concentra fundamentalmente en el eje del denominado Corredor del Henares como espacio emergente, que actúa como periferia externa de la aglomeración metropolitana madrileña, con una lógica de implantación empresarial muy diferente a la aquí considerada.

- *La muestra de empresas a encuestar.*

La inexistencia de un censo de empresas industriales actualizado y fiable, que pudiera actuar como población sobre la que seleccionar la muestra, pues las fuentes oficiales están anticuadas y ofrecen resultados dispares. Por ello, tomando como base el valioso directorio elaborado por el desaparecido I.M.P.I. en 1993 y la relación posterior de nuevas instalaciones del Registro Industrial, se realizó un trabajo de campo previo en las áreas de estudio para confirmar su presencia e incorporar establecimientos no incluidos en los registros estadísticos, lo que permitió mejorar la representatividad de la muestra seleccionada.

En su interior se aplicó un muestreo por cuotas a partir de dos criterios: tamaño (pequeños establecimientos con menos de 50 trabajadores y resto) y tipo de actividad (fabricantes del sector estudiado e industrias auxiliares). Se mantuvo en la muestra una proporción aproximada de cada uno de esos cuatro grupos a la existente en la realidad, matizada tan sólo por la incorporación de alguna empresa considerada de especial significación desde la perspectiva de la innovación.

Una vez descrito el proceso de selección de lugares y actividades industriales de la muestra de casos, el siguiente paso es describir la selección estratégica de empresas a encuestar. Si bien en cada caso los criterios de partida pueden verse modificados por múltiples factores como la accesibilidad, la acogida, el tiempo, el volumen de empresas, la diversidad productiva, etc., en todos los lugares se aplicó una idea básica: la distribución de la muestra de empresas por cuotas en función de la diversidad empresarial. En definitiva, se intentaban cubrir en cada caso todos los subsectores del SPL, los diferentes tipos de productos auxiliares fabricados, las fases o tareas específicas de producción, los distintos tamaños de empresas, las marcas relevantes o con prestigio, así como las diferentes localizaciones dentro del municipio.

Sobre el número de empresas a encuestar en cada caso no ha existido ninguna idea preconcebida, pues el eje conductor era la idea de que se recogiera suficiente información para apoyar nuestra teoría y nuestro conocimiento del área y del SPL, siguiendo el criterio de la no *saturación o redundancia* al que alude Valles (1997, p. 92). Al no plantear en ningún momento un muestreo probabilístico ni perseguir la representación estadística, sino aplicar un *muestreo intencional* de tipo *opinático* (Ruiz Olabuenaga, 1996, p. 64), es el propio investigador el que “por su conocimiento de la situación o del problema” establece el grado de representatividad, el margen de error y el nivel de confianza de la muestra.

Este tipo de muestreo acepta que el número de unidades seleccionadas sea alterado a lo largo de la investigación de manera que “puedan seleccionarse empresas no previstas inicialmente para mejorar la calidad y riqueza de la información, y pueda interrumpirse la selección de más unidades cuando se entienda que se ha llegado a un punto de saturación por la cantidad de información recogida” (p. 66). En general, la información recogida a través de la muestra de empresas seleccionadas fue muy satisfactoria.

- *La selección de informantes a entrevistar.*

El proceso de selección de agentes sociales o institucionales para ser entrevistados tiene dos fases claramente delimitadas: la selección de informantes en el primer contacto con el área de estudio para recabar información que nos guíe en la aplicación de la encuesta empresarial, y la detección de actores clave implicados en la actividad productiva que tendremos que entrevistar para ampliar la información ya recogida a través de las encuestas realizadas a las empresas.

No existe una regla que indique qué tipos de agentes hay que entrevistar en cada fase de la investigación, puesto que la aproximación a cada área de estudio puede ser diferente. Pero sí se puede señalar que en general el primer acercamiento se ha realizado

a través de entrevistas con agentes públicos institucionales como alcaldes o concejales encargados de la actividad económica, y tras la encuesta empresarial se ha acudido a entrevistas a los agentes empresariales (asociaciones sectoriales), instituciones relacionadas con la innovación (centros o institutos tecnológicos) o sindicales. La norma general ha sido entrevistar a todos aquellos tipos de agentes que nos aportasen la suficiente información para cubrir las lagunas o ampliar la información recogida a través de la encuesta sobre aquellos aspectos económicos o sociales más relevantes del sistema productivo local analizado. La localización de informantes ha respondido habitualmente a lo que se denomina proceso de “bola de nieve”, es decir, unos entrevistados nos ponían en contacto con otros.

1.3. El cuestionario y los guiones de las entrevistas.

En el diseño del cuestionario aplicado a las empresas y del guión de las entrevistas a los agentes se utilizaron métodos convencionales y suficientemente descritos en la bibliografía disponible (López Pintor, R., 1986; García Ferrando, 1986).

Respecto a la estructura del cuestionario (que se incluye en el apéndice final) se mantiene una organización de sus contenidos similar al de otras encuestas empresariales utilizadas en investigaciones anteriores, tanto propias como ajenas, si bien con un especial desarrollo de las preguntas relacionadas con la innovación y con el empleo, así como con las relaciones entre la empresa y su entorno. Partiendo de las preguntas referidas a los datos de identificación de la empresa (nombre, dirección, año de creación, sector de actividad, forma jurídica, etc.), el cuestionario se organiza en seis grupos de preguntas referidas a los siguientes aspectos:

- Proceso productivo: incluye preguntas sobre tareas realizadas en el establecimiento, productos elaborados, procedencia de proveedores y materias primas, y finalmente cuestiones relacionadas con la subcontratación.
- Mercados: principales clientes y zonas de venta, así como cifras de facturación.
- Gestión: se solicita información sobre el empresario y sobre la contratación de servicios.
- Innovación: tipos, inversiones y ayudas, formación y relaciones de colaboración interempresarial fundamentalmente.
- Datos de capital: propiedad, cambios y destino de las inversiones.
- Empleo: número de trabajadores por sexo y ocupación, cualificación, organización de las tareas, salarios y procedencia geográfica.

Y en cuanto al guión de las entrevistas (en el anexo se incluyen varios modelos), si bien se adaptaron al tipo de agente al que se aplicaban en cada caso, siempre se mantuvo una estructura dividida en tres bloques de cuestiones a tratar:

- Las características y evolución de la institución: año de creación, promotores, socios, organización interna, tipo de actividades, etc.
- Las redes de colaboración: instituciones locales o regionales con las que colaboran, razones, proyectos conjuntos, etc.
- La percepción y valoración del entorno: evolución industrial del territorio, medidas necesarias, clima de colaboración institucional, fortalezas y debilidades del entorno, perspectivas de futuro, etc.

Una vez diseñados los instrumentos de recogida de información, el siguiente paso era el trabajo de campo.

2. EL DESCENSO SOBRE EL TERRENO.

El trabajo de campo se apoya en el proceso de toma de decisiones analizado anteriormente, y su éxito ha dependido de su minuciosa preparación previa tanto desde el punto de vista teórico (formación en métodos y técnicas cualitativas de investigación) como práctico.

2.1. Los preparativos.

La preparación del proceso de búsqueda de información a través del trabajo de campo ha pasado en general por las siguientes fases:

- *Los recorridos iniciales por las áreas de estudio.*

Tras la selección de los casos de estudio, se realizó una primera toma de contacto con las áreas recorriendo las *zonas industriales* y visitando los *ayuntamientos* para recoger toda la información oral o escrita existente, y para conseguir listados actualizados de la actividad industrial a partir de los cuales se seleccionaron las empresas a encuestar. El contacto con los ayuntamientos siempre se realizó a través de una pequeña entrevista en la que se informaba sobre la investigación en curso.

- *La localización de empresas e instituciones.*

A partir del recorrido previo de las áreas de estudio y de la lista de empresas e instituciones disponible, con direcciones contrastadas con las proporcionadas por el ayuntamiento, elaboramos sencillos mapas a mano en los que localizamos los principales ejes de comunicación del municipio o la comarca, las áreas industriales y las empresas (utilizando diferentes colores en caso de existir diversificación de la actividad), de cara a la organización cronológica y por proximidad de la aplicación de encuesta y de la realización de entrevistas.

- *El envío de cartas de presentación.*

Una vez delimitada la muestra de empresas en las que en principio aplicaríamos la encuesta y establecido el *cronograma*, enviamos una carta de exposición de objetivos de la investigación y de solicitud de colaboración por parte de los empresarios a cada una de las empresas y agentes seleccionados. El objetivo era mejorar la acogida y agilizar el proceso de aplicación de la encuesta. En algunos casos sirvieron para establecer citas previas de visita.

2.2. Las visitas.

Preparado el descenso al terreno, se iniciaron las visitas puntuales cuyo éxito iba a depender del trabajo previo.

- *Aplicación del cuestionario a las empresas seleccionadas.*

Una vez seleccionada y localizada la muestra de empresas, situadas en las diferentes áreas (ejes o zonas) industriales de los municipios, y según un sistema de cuotas basado en la diferente especialización en ramas o productos dentro de cada sector (por ejemplo muebles de baño, cocina, sillas, jerseys de niño, zapatos de caballero, cercos y molduras, cajas, etc), se puso en marcha la aplicación de la encuesta utilizando el cuestionario elaborado previamente que daba prioridad a las cuestiones relacionadas con las redes empresariales y la innovación. En esta fase fueron de gran utilidad todos los conocimientos teóricos adquiridos previamente (presentados en el capítulo anterior) sobre los métodos y técnicas cualitativas de investigación).

- *Realización de entrevistas a informantes claves.*

Durante el proceso de aplicación de la encuesta se fueron anotando los diferentes agentes locales o regionales implicados en las redes de la actividad industrial, para posteriormente realizar una serie de entrevistas puntuales a las asociaciones sectoriales, los centros de formación y laboratorios tecnológicos, las centrales sindicales, consejos regulador, etc., en relación con la innovación empresarial y social. El guión de las entrevistas varió en función del tipo de agente, y el modelo básico se matizó en cada estudio de caso.

Aunque la estrategia (Méndez, 2001) se adaptó en cada caso al tipo de institución representada por el entrevistado y el marco en que éste quiso orientar la conversación, se procuró mantener una secuencia en las preguntas coherente con propuestas como las realizadas por Taylor y Bogdan (1996, p. 69-72) en el caso de la observación participante. Se comenzó así por cuestiones indirectas, que aludían a consideraciones generales sobre la evolución reciente de la industria en el municipio, como parte de esa *ingenuidad* conveniente para el observador externo, avanzando luego hacia preguntas más focalizadas, relacionadas con su propia actuación y las posibles

relaciones de colaboración con otros actores locales. Se finalizó con asuntos que exigían mayor implicación en las valoraciones personales o las perspectivas de futuro que, en ocasiones, se situaban al margen del cuestionario preestablecido.

El hecho de no buscar en este caso una entrevista estructurada a la manera de una encuesta, donde a todos se les formulan las mismas preguntas y en el mismo orden, con objeto de asegurar resultados comparables, hizo que surgiesen múltiples variaciones sobre el precuestionario elaborado. Lo realizado puede integrarse, por tanto, dentro de lo que se ha denominado *entrevista estandarizada no programada*, en la que no hay una secuencia idéntica de preguntas para todos los entrevistados y éstas se deben formular de modo variable para hacerlo en términos familiares al entrevistado, dejando sitio para la libre expresión de toda clase de ideas (Valles, 1997, p. 187).

Por esa razón, aunque la técnica aplicada no tiene el carácter fenomenológico propuesto por autores como Seamon (1979), sí recoge algunos de sus supuestos más conocidos:

- Las entrevistas realizadas buscaron incorporar no sólo la información sobre fenómenos objetivables (actuaciones pasadas y futuras, proyectos, servicios prestados...), sino también una valoración sobre la industria en el municipio, sus principales problemas, las condiciones de trabajo, o el clima de colaboración/conflicto entre los diversos agentes implicados en el desarrollo local y la promoción de la innovación.
- Aunque la entrevista partía de un cuestionario amplio, diferenciado para cada tipo de agente, en el transcurso de la conversación fue posible avanzar en aspectos no considerados inicialmente, sobre todo en aquellos ligados a percepciones y opiniones personales, que aumentan su fluidez cuando la entrevista adquiere un carácter más informal.
- No se registraron magnetofónicamente las entrevistas por considerar que podía ser un factor condicionante en las respuestas dadas, limitando la espontaneidad de las mismas.

- *Organización de entrevistas en grupo.*

Finalmente, en algunos casos se pudo realizar una entrevista conjunta con varios agentes y actores locales, que permitió ampliar y contrastar informaciones gracias a la interacción grupal de las opiniones.

Si bien este fue el orden seguido en las visitas de la mayoría de los casos de estudio, en la comarca del Campo de Montiel el orden fue inverso debido a la dificultad de acceder a las empresas al estar especializadas en un sector con un alto índice de precariedad laboral y de economía sumergida. En este caso se realizaron previamente las entrevistas a los agentes sociales e institucionales detectados en un primer momento, para que sirvieran de intermediarios en la realización de las encuestas empresariales.

Como conclusión general, puede decirse que las solicitudes de colaboración e información realizadas en los diferentes municipios, agentes y empresas, consiguieron una respuesta inmediata y un interés manifiesto entre los actores a los que aludimos, aspecto que sin caer en una visión excesivamente ingenua de la realidad social e institucional de estas áreas, sí pone de manifiesto su receptividad ante iniciativas externas interesadas en las cuestiones de la innovación y el empleo.

3. DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA A LAS PROPUESTAS PARA LA POLÍTICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL.

Una vez superado el proceso de toma de decisiones en torno a la muestra de casos a sobre la que se llevaría a cabo la investigación empírica, y una vez completada la recogida de información a través del trabajo de campo, las siguientes fases del estudio que se han seguido se presentan a continuación.

3.1. Organización de la información recogida.

Todos los documentos y materiales, datos, folletos, planos, encuestas, anotaciones de campo, etc. recogidos a lo largo del desarrollo de la investigación debían ser organizados de forma eficaz para su rápida consulta y para apoyar a su vez la generación de nueva información.

- Organización de la documentación y las fuentes por temáticas y casos.

La gran acumulación de documentos de todo tipo que se ha producido a partir del momento en que se puso en marcha la investigación empírica (que se superpone a la imaginable acumulación de bibliografía utilizada para el contexto teórico), hizo necesaria su progresiva organización en cajas por temáticas y estudios de casos.

- Elaboración de fichas de trabajo de campo.

Con el fin de no se olvidaran las impresiones y observaciones del trabajo de campo en cada uno de los casos de estudio, se elaboraron fichas de campo con las notas tomadas en todas las visitas y recorridos sobre el terreno.

- Elaboración de cartografía SIG..

La representación geográfica de los datos más relevantes de cada temática, así como la localización detallada de cada estudio de caso se ha realizado a través de la elaboración de mapas digitales mediante el programa Arc-View. Los criterios principales de dicha cartografía han sido los siguientes:

- Elección de escalas en función de la necesidad de detalle en la presentación de
-

la información.

- Aplicación de los umbrales estadísticos establecidos por los organismos de origen de las fuentes (por ejemplo, el INE), pero adaptados a los objetivos de la investigación.
- Utilización de gamas de colores de fácil visualización, y mantenimiento de los mismos tonos para los diferentes aspectos analizados a diferentes escalas (por ejemplo, se asigna un color a cada provincia y de mantiene de fondo en todos los mapas de estudios de caso de dicha provincia).
- Inclusión únicamente de aquellos elementos precisos (los citados en el texto), evitando la superposición innecesaria de capas de información. Los mapas de cada estudio de caso se adaptan específicamente a la descripción que se realiza de la relación entre la actividad industrial y la localización geográfica. Se trata, en definitiva, de mapas confeccionados *a medida* para cada estudio de caso.

- *Análisis de los datos de las encuestas.*

El tratamiento de toda la información recogida en las encuestas se ha realizado mediante la elaboración de cuadros de organización de bloques temáticos, que permiten la rápida comparación de los datos entre variables cuantitativas, así como entre estudios de caso.

- *Reproducción de la documentación ilustrativa.*

Toda aquella documentación de interés para la comprensión del texto que se deseaba incluir, ha sido copiada utilizando un escáner. Es el caso de fotografías de folletos, etiquetas de marca, logotipos, mapas especiales, imágenes publicitarias, etc., que se encuentran a lo largo del texto.

- *Preparación de un anexo de documentación.*

Finalmente, se preparó un apéndice de documentos de interés para su consulta paralela a la lectura del texto, en el que se incluye fundamentalmente material metodológico como el cuestionario empresarial aplicado y modelos de entrevistas.

3.2. Interpretación de los resultados.

Una vez organizada la información recogida, el paso fundamental (objetivo de la investigación) es la interpretación de los resultados obtenidos. En este proceso las fases principales que hemos seguido son las siguientes:

- *Aplicación de las diferentes tipologías planteadas.*

Con el objetivo de establecer comparaciones entre los estudios de caso, se han incluido en las categorías correspondientes de las diferentes tipologías establecidas en

el contexto teórico (categoría de espacios rurales, tipos de sistemas productivos locales, gradación de medios innovadores, tipos de innovación, etc.)

- *Diseño de modelos interpretativos.*

Para la conceptualización de aquellos aspectos más abstractos de la realidad analizada (como es el caso de las redes entre empresas y entre agentes), se han elaborados modelos de interpretación, que a su vez permiten la comparación entre las diferentes situaciones descritas en cada caso y abren la puerta a la detección de carencias de cara a las propuestas de desarrollo.

- *Aplicación de métodos de diagnóstico: DAFO y análisis sistémico.*

Junto al diseño de los modelos, se han aplicado los dos métodos de diagnóstico presentados en la descripción teórica de la metodología cualitativa, que aportan pistas interesantes para la elaboración de propuestas para las políticas. Así, se analizan los puntos positivos y negativos de cada situación a través del estudio de las interacciones entre las fuerzas internas y externas al medio local.

- *Elaboración de cuadros de conclusiones globales.*

Finalmente, un esfuerzo de síntesis ha llevado a la elaboración de cuadros comparativos de conclusiones globales.

3.3. La definición de aportaciones para la política y la investigación.

A partir del tratamiento de la información llevado a cabo en la fase anterior, con el objetivo de que la investigación realizada tenga una utilidad práctica de cara a la mejora del bienestar de la sociedad implicada, se proponen una serie de puntos:

- *El pronóstico de las tendencias de las temáticas analizadas.*

Con el objetivo de que los resultados de la investigación no se valore exclusivamente según una perspectiva coyuntural, se intenta realizar un pronóstico de la evolución de los aspectos relativos a las temáticas estudiadas.

- *La proposición de medidas institucionales a adoptar.*

Se plantean algunas propuestas de actuación a nivel regional y de cara a las políticas industriales y de desarrollo rural.

- *La apertura de líneas de investigación.*

Por último, basándonos en la idea de que toda investigación es el origen de otras nuevas, se plantean una serie de líneas de trabajo sobre las que parece interesante seguir analizando.

Metodología de la investigación: etapas empíricas

El fruto de cada una de las fases de la investigación presentadas podrá observarse en las siguientes partes de la tesis doctoral, centradas en el análisis de la industria regional, la exposición monográfica de cada uno de los casos de estudio, y finalmente la presentación de los resultados y propuestas para la política industrial y de desarrollo territorial.

TERCERA PARTE:

LA INDUSTRIA EN CASTILLA- LA MANCHA

- INTRODUCCIÓN
- EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INDUSTRIAL
- INDUSTRIA RURAL, ÁREAS DINÁMICAS Y POLÍTICAS DE DESARROLLO

INTRODUCCIÓN: CASTILLA-LA MANCHA COMO REGIÓN INTERIOR Y PERIFERIA EMERGENTE

La justificación de la investigación del contexto planteado en una región como Castilla-La Mancha se integra en el renovado interés por la industria en las regiones interiores españolas, y en el intento de superar los problemas mencionados de adaptación del concepto de medio innovador a regiones periféricas y actividades industriales tradicionales.

Los procesos de descentralización productiva y especialización flexible, unidos al desarrollo tecnológico y la mejora de los transportes y las comunicaciones, han convertido a ciertos espacios de industrialización periférica con respecto a los centros neurálgicos de la economía española en las dos últimas décadas, en espacios industriales emergentes al ofrecer ventajas comparativas para la nueva lógica económica. Así, una región con las características de estructura económica de Castilla-La Mancha (Carrera Sánchez, 1995; Mella, Ogando y Palacio, 1998), próxima a Madrid y en proceso de desagrarización, se presenta en este nuevo contexto como un espacio con abundante mano de obra barata liberada de la agricultura, con abundante suelo a bajo coste, y con un entramado industrial tradicional integrado por PYMES flexibles, que la han convertido en un espacio dinámico basado en la revitalización de su industria, bien a través de procesos de desarrollo exógeno (reflejo del denominado “efecto frontera”, Méndez, 1994) o endógeno (Vázquez Barquero, 1988).

Así, la positiva evolución económica de esta región interior española tiene su mejor reflejo en el importante crecimiento demográfico que ha experimentado en las últimas décadas tras años de pérdida de población.

1970	1981	1991	2001
1.732.696	1.648.584	1.658.446	1.755.053

Fuente: INE.

Tabla 2. Evolución demográfica de Castilla-La Mancha

En relación a la cifra de población de 2001 (que representa el 4,26% del total nacional), la distribución provincial muestra una clara concentración demográfica en las provincias de Toledo, Ciudad Real y Albacete (donde precisamente se han centrado todos los estudios de caso llevados a cabo en la presente investigación).

	Total Población	% regional
Toledo	536.131	30,54
Ciudad Real	478.581	27,26
Albacete	367.283	20,92
Cuenca	201.526	11,48
Guadalajara	171.532	9,77
TOTAL	1.755.053	100,00

Fuente: INE.

Tabla 3. Distribución provincial de la población en Castilla-La Mancha 2001.

Pero si bien es evidente que se ha producido una revitalización demográfica e industrial en Castilla-La Mancha, las características estructurales de la región en principio aportan buenas razones para pensar que la acumulación de obstáculos estructurales debería dificultar o impedir la formación de verdaderos medios innovadores en esta región interior española:

- ➔ En primer lugar, se trata de una región de pasado fundamentalmente agrario, en la que se han combinado durante décadas problemas de *descapitalización* (como consecuencia de los procesos de *despoblamiento*).
- ➔ Su actividad industrial muestra una acusada *especialización en sectores maduros*, entre los que destacan la agroalimentación, el calzado, la madera y el mueble, el textil, la confección y la cerámica.
- ➔ Y además, presenta una *red urbana débil* y una falta de jerarquización e integración funcional entre los centros urbanos que la componen, con la consiguiente escasez de servicios (especialmente de servicios destinados a las empresas). El análisis detallado de la distribución demográfica por municipios en la región muestra que tan sólo existe una ciudad, Albacete, que supera los 100.000 habitantes, y únicamente otras cinco sobrepasan los 50.000. Las capitales provinciales junto a Talavera de la Reina y Puertollano son las únicas ciudades que reúnen las funciones y servicios que por volumen y rango pueden considerarse como propiamente urbanos.

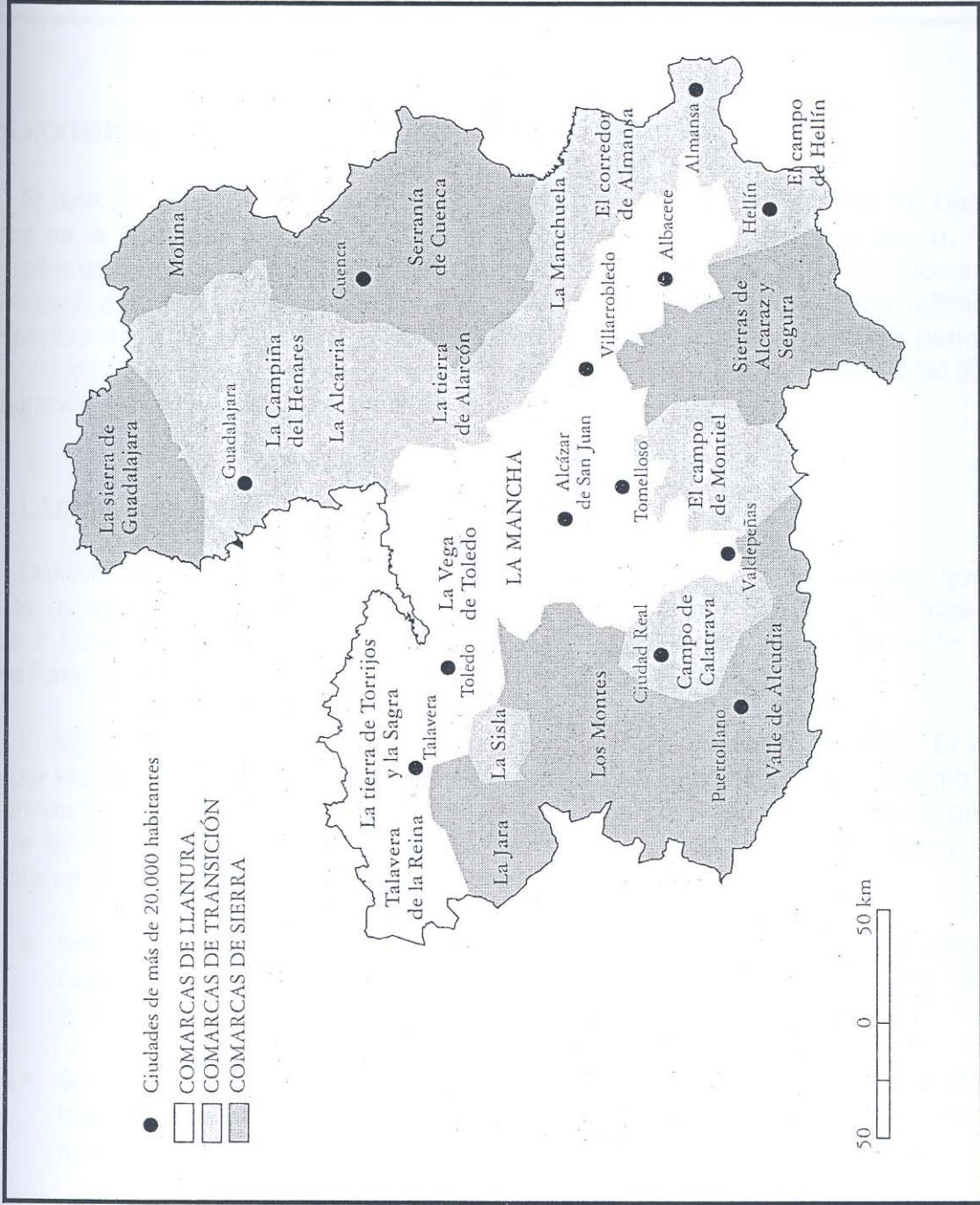
Sin embargo, la existencia de sistemas productivos locales muy dinámicos localizados en áreas rurales y semiurbanas, y apoyados en sólidas redes de innovación, ponen de manifiesto la posibilidad de formación y desarrollo de medios innovadores en una región de la España interior, en la que múltiples indicadores industriales que reflejan la relevancia de los espacios rurales industriales (Méndez y Rodríguez, 1998) llevan a poderla considerar como una periferia emergente en el contexto nacional.

El Plan de Desarrollo Regional 2000-2006 divide la región en cuatro zonas rurales

de la siguiente forma: zonas rurales fundamentalmente agrarias, zonas rurales con predominio de la riqueza forestal y medioambiental, zonas rurales áridas-despobladas, y finalmente zonas rurales con predominio o influencia industrial y de servicios (en las que se ha centrado nuestra investigación). Y junto a esta zonificación, se han realizado diversas propuestas de comarcalización o delimitación de zonas comarcales homogéneas entre las que podemos destacar la realizada por Panadero y Pillet (1999), que adquieren una gran importancia en relación con el contexto teórico planteado por basarse en los siguientes criterios (Valcárcel-Resalt, 1996, p. 17):

- Mostrar una determinadas señas de identidad (homogeneidad cultural).
- Mantener buenas relaciones de intercambio entre sus habitantes y representantes políticos, sindicales o empresariales.
- Articularse en torno a un núcleo rector (cabecera comarcal), que por su mayor dinamismo socioeconómico estructura e impulsa la zona (en un radio no superior a los 40-50 km).

El contenido de esta parte es fundamentalmente descriptivo, y se organiza en dos capítulos. En el primero se estudia la evolución industrial de Castilla-La Mancha, pasando de la historia industrial al análisis de las características actuales del sector. Y en el segundo se analizan la industria rural y la política de innovación en la región. El objetivo de estos capítulos es crear el contexto regional industrial, en el que se integrarán e interpretarán los 8 casos de estudio que se presentarán a continuación.



Fuente: Pillet, 2001, p.19.

Mapa 6. Propuesta de comarcalización de Castilla-La Mancha.

CAPÍTULO 8:

EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN CASTILLA-LA MANCHA

1. LA HISTORIA INDUSTRIAL DE LA REGIÓN.

Si bien la investigación se centra en las características industriales de Castilla-La Mancha en la actualidad, es fundamental conocer la evolución histórica de su industria para poder comprender la importancia de la tradición industrial de determinados sectores de actividad, así como el carácter reciente de otros. El análisis de la industrialización en retrospectiva de la región (Pardo, 1996) se divide cronológicamente en tres periodos: el siglo XVIII y la preindustria; las actividades manufactureras a mediados del siglo XIX; y la configuración de la industria moderna.

1.1. La protoindustria del siglo XVIII.

Durante el siglo XVIII Castilla-La Mancha atravesó una etapa de auge, quedando atrás la recesión económica que sufría desde 1561, cuando la Corte se trasladó de Toledo a Madrid. Los establecimientos centralizados, cuyo principal exponente son las Reales Fábricas, dinamizaron la industria.

El eje central de la actividad regional eran las *manufacturas textiles*. El impulso dado por los ilustrados a una actividad que arrastraba su tradición desde el siglo XV por la abundancia de materia prima, llevó a la creación de las Reales Fábricas de paños de lana de Guadalajara, Brihuega y Cuenca, y de seda de Talavera de la Reina, que se presentaron como *industrias-piloto* con un doble objetivo:

- Introducir y aclimatar en España la elaboración de géneros más refinados y nuevas técnicas de producción mediante la contratación de expertos extranjeros.
- Ser focos de difusión y modernización tecnológica sobre las manufacturas tradicionales de las zonas más atrasadas, a la vez que centros de formación de mano de obra.

Pero paralelamente a estos establecimientos públicos, también existieron centros privados de tres modalidades: impulsados por mercaderes o fabricantes de otras empresas, dependientes de instituciones religiosas, o promovidos por la nobleza. Así, destacaron entre otras la fábrica de tejidos de lana del Marqués de Santa Cruz de Valdepeñas, la fábrica franciscana de sayales de Consuegra, las numerosas empresas impulsadas por mercaderes concentradas en la provincia de Toledo por el peso de los gremios (Sonseca, Madrideojos, y Ajofrín, donde llegaron a trabajar 5.000 operarios), y las fábricas de encajes y blondas de Almagro.

Junto al sector textil, la región destacó en este período por otras actividades:

- La *metalurgia y los transformados metálicos*, sector en el que destacaron las Reales Fábricas de latón y laminados de cobre de San Juan de Alcaraz, Real Fábrica de Hojalata de El Salobre ambas en la provincia de Albacete; la Real Fábrica de armas blancas de Toledo; y los numerosos talleres artesanales familiares de orfebrería y platería de Toledo, Talavera, Sigüenza y Guadalajara, de navajas y cuchillería de Albacete, El Bonillo, Chinchilla y Santa Cruz de Mudela, y los de hoces de Bienservida y La Solana).
- La *alfarería y la cerámica*, con su principal centro en Talavera de la Reina (especializada en loza fina y azulejos), destacando además Puente del Arzobispo cerámica “fina” y “basta”), Villarrobledo (especializada en la fabricación de tinajas de todo tamaño para almacenaje y trasiego de vinos) y Puertollano (alfarería vidriada, tejas y ladrillos).
- La producción de *pólvora*, actividad en la que destacó la Real Fábrica de Ruidera y las salitrerías de Alcázar de San Juan y Tembleque.
- Los *curtidos* en Almansa, Budia, Ciudad Real, Cuenca y Sigüenza.

1.2. Las actividades manufactureras a mediados del siglo XIX.

En este período el retroceso industrial fue generalizado como consecuencia de las secuelas económicas de la Guerra de la Independencia y por el proceso de emancipación de las colonias americanas, a los que se sumó la creciente competencia de las modernas industrias localizadas sobre todo en las regiones litorales de la Península.

Las manufacturas sufrieron más que cualquier otra actividad los avatares de la guerra. La industria textil quedó desprotegida al no combatirse la penetración de tejidos extranjeros de contrabando, y la falta de capitales públicos y el fracaso de los intentos privatizadores provocaron el cierre de la mayoría de las Reales Fábricas y de los establecimientos centralizados privados. Según Pardo (1996, p. 55), “la clave del retroceso fabril no fue la desaparición de la política de los ilustrados sino su fracaso al no lograr implicar al segmento privado en el desarrollo industrial”.

Los factores determinantes de la lenta y tardía industrialización de la región tenían ya forjada su base a mediados del siglo XIX:

- La estrechez y desarticulación del mercado regional a causa de la baja densidad demográfica, la escasez de grandes núcleos urbanos y la desvertebración del territorio.
- Un sector agrario alejado de toda senda modernizadora, y en el que la baja integración agro-ganadera se agrava por la reducida vinculación de dichos sectores con la industria.

- El conservadurismo de los estamentos dominantes se traduce en la falta de iniciativas privadas modernizadoras en los sectores agrario e industrial. No surge un empresariado emprendedor y dinámico que apueste por la industrialización, hay iniciativas individuales pero falla el colectivo.

El subsector de *alimentación y bebidas* aumenta su peso en la industria, más por el retroceso del textil que por su propio crecimiento y modernización, erigiéndose en la primera posición fabril. Destacan la fabricación de harinas, aceite, aguardientes y vinos. La industria vinícola y de licores está todavía muy lejos de su importancia futura, alcanzando su mayor relieve en las provincias de Ciudad Real y Albacete, y coexistiendo bodegas tradicionales y pequeñas destilerías de alcohol con otras modernamente equipadas. Otras industrias alimentarias relevantes eran las de panadería, confitería y chocolates, aunque la dispersión, el carácter familiar y la orientación al abastecimiento de mercados locales-comarcales eran sus rasgos más comunes.

La *industria textil* se reduce a las producciones de talleres artesanales y de la industria doméstica que se destina a satisfacer la demanda local de tejidos bastos y de baja calidad. La dispersión espacial y la ausencia de innovaciones tecnológicas serán sus principales rasgos.

Y del resto de manufacturas sobresalen las del *cuero, calzado, salitre y pólvora*, jabón, papel, madera, resina, picón (carbón vegetal), vidrio, materiales de construcción y transformados metálicos. En definitiva, a mediados del siglo XIX la industria de la región se centra en la producción de bienes de consumo final. Predominan las empresas familiares que dirigen su producción a los mercados locales-comarcales. Son actividades que no ofrecen una base firme para sustentar un proceso industrializador moderno medianamente rápido e intenso dada la desarticulación y debilidad de la demanda de los mercados regionales.

El nacimiento de la *industria zapatera* almanseña se fecha en el tercer cuarto del siglo XIX, surgiendo por la confluencia de cuatro elementos:

- La aceptable infraestructura viaria y la estratégica situación geográfica.
- La tradición fabril local.
- La relevancia local de la arriería que posibilita el comercio de las manufacturas por naturales del municipio.
- El trasvase de capital acumulado por las tenerías a los talleres zapateros.

Según varios autores, los factores endógenos fueron decisivos en su aparición, no estando influida ni por la proximidad de los núcleos zapateros alicantinos, ni apoyada por capitales ni mano de obra de procedencia agraria como en ellos. En 1887 hay 150 zapateros en Almansa y se constata la existencia de talleres en sistema de "putting-out", siendo el de la familia Coloma el principal impulsor de la industria almanseña.

1.3. La configuración de la industria moderna.

Si algo caracteriza la dinámica industrial de la región a partir de mediados del siglo XX es el dispar ritmo de crecimiento según subsectores: algunos presentarán un crecimiento intenso (transformados metálicos, químico, cerámica, vidrio y cemento, papel y artes gráficas, y cuero calzado y confección), otros moderado (madera, corcho y muebles), y otros débil (textil, alimentación y bebidas). No obstante, como señala Pardo (p. 85), los más dinámicos no desempeñarán un papel de motores de la industrialización debido a que su escasa imbricación con las demás actividades, y la falta de ejes vertebradores coartan la difusión de iniciativas e innovaciones más allá de sus enclaves o pequeñas áreas de localización: calzado en Almansa y Fuensalida; confección en Hellín, Albacete y varios núcleos de Ciudad Real; madera y muebles en el arco sur de Madrid y algunos municipios de Cuenca; y transformados metálicos en Toledo, Albacete y Guadalajara. Las industrias harinera, oleícola y vinícola no ajustan sus instalaciones y estructura organizativa a los cambios de la demanda.

A principios del siglo XX surgen las primeras fábricas modernas de calzado (“Herederos de Francisco Coloma”, “Juan Arráez Gómez” y “Sánchez Hermanos y Cía”), destinándose su producción en exclusiva al mercado nacional. Con la Primera Guerra Mundial penetran en los mercados exteriores y aumentan su mecanización, facetas en las que sobresale el establecimiento de los Coloma, primera empresa española del subsector hasta los años treinta, tanto por su volumen de producción y empleo como por su nivel tecnológico. Pero tras la Guerra Civil, los factores económicos unidos a otros puramente políticos motivan el cierre en 1954 de la empresa de los Coloma, y casi la mitad de sus trabajadores emigran hacia Elda, Petrer y Vall d’Uxo donde consiguen empleo sin dificultad dada su alta cualificación. En 1955 se reabre la empresa con ayuda estatales, pero ahora en régimen cooperativo y con una plantilla de 416 obreros (en 1928 tenía 849). A partir de entonces se inicia un proceso de descentralización productiva que tendrá continuidad en las décadas siguientes. Las grandes factorías integrales se fragmentan y surgen numerosas empresas auxiliares (corte, aparado, accesorios...) que subcontratan fases concretas del proceso a las mayores fábricas zapateras de Almansa o de otras áreas.

En cuanto a las demás actividades industriales, destacan la cuchillería de Albacete, la fabricación de tinajas en Villarrobledo (ligada a la expansión de viñedo) y las fábricas de cemento, ladrillos y tejas en las provincias de Toledo y Guadalajara relacionadas con el crecimiento urbano de Madrid. Las industrias del corcho y la madera todavía evolucionan lentamente, estando integradas por serrerías (sobre todo en Cuenca por su riqueza forestal) y carpinterías.

2. LA REVITALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.

Durante los últimos 20 años todas las estadísticas coinciden en señalar el positivo comportamiento de la industria castellano-manchega respecto al sistema industrial español. El análisis estadístico llevado a cabo en Méndez y Rodríguez Moya (1998) pone de manifiesto que los datos parecen coincidir en que se ha reducido “la distancia que separaba a esta región funcionalmente periférica de las más desarrolladas, con una mayor densidad y dinamismo fabril durante la fase fordista dominada por una

industrialización espacialmente concentrada” (p. 183). El crecimiento del empleo industrial en la región es un reflejo de la positiva evolución industrial de la región, tanto en volumen total como en porcentaje respecto a España,

AÑOS	EMPLEO	% ESPAÑA
1980	92.702	3,41
1990	80.574	3,63
1995	94.061	4,05
1996	95.792	4,01
1997	97.274	4,00
1998	102.579	4,07
1999	109.748	4,23

Fuente: Encuesta Industrial.

Tabla 4. Evolución del empleo industrial en Castilla-La Mancha.

No obstante, el crecimiento no ha sido homogéneo, existiendo un desequilibrio intra-regional en cuanto a su intensidad debido a la influencia de diversos factores de localización industrial.

2.1. El diferente grado de industrialización y especialización a escala regional.

Utilizando como fuentes el Registro Industrial, el Movimiento Industrial del Ministerio de Industria y el Directorio Industrial de Castilla-La Mancha del I.M.P.I. (1991), además de publicaciones de la Junta de Comunidades y de asociaciones empresariales, matizadas con estudios locales y provinciales, se puede establecer una división espacial de la región en función del grado industrialización y de especialización, que tiene gran interés como introducción al análisis de las características industriales de la región en la última década (Pardo, 1996).

Así, estableciendo 4 *grados de industrialización*, podemos establecer los siguientes grupos de espacios:

- *Alto*: Corredor del Henares, arco sur de Madrid, zona de Mora-Sonseca-Yébenes, área sureste de la región, y enclaves de Puertollano, Talavera y Toledo.
- *Medio*: Valle del Tajo-La Jara, La Mancha, Campo de Montiel y enclave de Albacete.
- *Bajo*: Montes de Toledo, Campo de Calatrava, Sierra Morena, Sierras de Alcaraz-Segura, La Manchuela, Serranía de Cuenca, Sierras de Guadalajara y enclave de Cuenca.
- *Muy bajo*: Valles del Tiétar-Alberche, Valles de Alcudia-Guadiana y La Trasmancha.

2.2. Los factores de localización industrial.

En cuanto a los principales factores de localización relevantes en la industrialización castellano-manchega, se pueden destacar los siguientes:

- ➔ La proximidad a Madrid y las deseconomías generadas por su área metropolitana: factor determinante en el arco sur de la provincia de Madrid y el Corredor del Henares, ligado a los ejes de comunicación y a la disponibilidad de suelo y a bajo precio.
- ➔ Los ejes de comunicación ligados a las ciudades (Madrid, capitales provinciales y de otras regiones) y a los costes de transporte: factor determinante de nuevo en el Corredor del Henares y arco sur, pero además en la zona sureste de la provincia (por su proximidad a la Comunidad Valenciana), en La Mancha, la zona de Mora-Sonseca-Yébenes, Sierra Morena, Campo de calatrava, La Manchuela y enclaves de ciudades medias.
- ➔ Los recursos endógenos, que podemos dividir en los siguientes aspectos:
 - La cualificación de la mano de obra y los bajos costes laborales: factor importante en prácticamente todas las áreas industriales, pero ligado sobre todo al sector textil-confección.
 - La tradición fabril: factor relevante en la zona de Mora-Sonseca-Yébenes, en los enclaves de Toledo, Albacete y Talavera, en el Campo de Calatrava y el sureste, especializados en sectores de cierta tradición en la región como la madera y el mueble, el vino, la alfarería-cerámica, el calzado, la cuchillería o el sector textil-confección.
 - El empresariado autóctono: factor clave en zonas de tradición fabril, pero también en áreas de industrialización especializada más reciente como Almansa, Fuensalida, los Montes de Toledo o el entorno de Ocaña, basadas en mano de obra cualificada.
 - Los recursos naturales (productos agrarios, arcillas, minerales): importante en el enclave de Puertollano (carbón), en La Manchuela (yeso, sal), en los Montes de Toledo y Sierra Morena (arcillas), en las Sierras de Alcaraz y del Segura (zinc) y en los Valles de alcuía y del Guadiana (mercurio).

A estos factores clásicos (recursos naturales, trabajo, capital, tradición,...) se añaden hoy otros ligados a la organización industrial (capacidad innovadora, redes empresariales) y al entorno social-cultural de algunos lugares, que cobran especial protagonismo en esta investigación y serán objeto de atención detallada en próximos capítulos.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INDUSTRIAL ACTUAL EN LA REGIÓN.

El panorama general de las características de la industria en Castilla-La Mancha en la última década parte del análisis sectorial detallado, y a continuación se centra en tres aspectos importantes del sector secundario en la región: las zonas de especialización productiva, la exportación y las empresas multinacionales.

3.1. ANÁLISIS SECTORIAL.

El indudable dinamismo industrial de la región no sólo ha transformado la estructura económica característica de la región (agrario-extractiva) desde hacía décadas, sino que ha generado una *especialización en sectores maduros de demanda débil*, todos ellos intensivos en el uso de recursos naturales o agrarios, y de abundante mano de obra barata. El estudio detallado de las características generales presentadas, nos lleva a realizar un análisis por sectores de actividad principales a escala regional.

SECTOR INDUSTRIAL	Nº EMPLEOS	%
Textil, confección, cuero y calzado	24.716	25,41
Alimentación, bebidas y tabaco	17.583	18,08
Madera, mueble y diversas	14.606	15,02
Metalurgia y productos metálicos	9.638	9,91
Productos minerales no metálicos	8.568	8,81
Caucho y materias plásticas	1.793	1,84
Maquinaria y equipo mecánico	3.411	3,51
Papel, edición y artes gráficas	2.808	2,89
Industria química	4.318	4,44
Material eléctrico, electrónico y óptico	3.376	3,47
Material de transporte	2.118	2,18
TOTAL	97.274	100,00

Fuente: Encuesta Industrial, 1997

Tabla 5. Especialización industrial de Castilla-La Mancha.

- Alimentación y bebidas.

Desde mediados del siglo XIX es uno de los subsectores con mayor peso en la industria regional, siendo considerado como uno de los principales motores en potencia para el desarrollo fabril y económico de Castilla-La Mancha por su imbricación con el sector primario. Las claves de su reciente transformación son la expansión del regadío, el rejuvenecimiento y disminución de la población agraria, la investigación y el apoyo de las Consejerías de Agricultura e Industria, la mayor integración entre agricultura, ganadería e industria, los esfuerzos de las cooperativas por ampliar y modernizar sus procesos productivos y de gestión y, en especial, las expectativas creadas con la adhesión a la CE.

Dentro de este subsector destacan las siguientes actividades:

- Las *conservas vegetales* es una de las ramas menos atomizadas y más intensivas en mano de obra, que ha sido clave para la aparición y desarrollo de los sistemas

productivos locales de Almagro-Bolaños (berenjenas), Madrigueras-Tarazona y Puebla de Montalbán-Carpio de Tajo.

- La fabricación de *mazapán* y otros dulces navideños ha adquirido una gran relevancia, localizándose fundamentalmente en el sistema productivo local de Sonseca-Mora-Ajofrín-Orgaz.
- La *industria vitícola*, apoyada en el hecho de que la vid es el monocultivo por excelencia de la región, clave en su historia económica y de la identidad cultural de sus habitantes. En la región existen seis zonas vinícolas con Denominación de Origen, y destacan los sistemas productivos locales de Valdepeñas-Santa Cruz de Mudela, Madrigueras-Tarazona, Tomelloso-Socuéllamos-Villarrobledo y el entorno de Alcázar. Sus perspectivas son inciertas a pesar de la mejora del nivel tecnológico de las bodegas, de la calidad media de los vinos y del aumento de la diversidad productiva.
- La *industria quesera* es una de las ramas con mayor potencial de expansión, sobre todo desde la aprobación en 1984 de la Denominación de Origen “Queso Manchego”.
- La producción de *aceite de oliva* es una de las ramas agroalimentarias con mayor arraigo y tradición, si bien debido al bajo nivel tecnológico de la mayoría de las almazaras su calidad no es muy alta.
- La producción de *embutidos* se relaciona con la idea de que la ganadería ha sido históricamente una de las mayores fuentes de riqueza de la economía castellano-manchega, existiendo junto a numerosas pequeñas y medianas empresas familiares, algunas líderes a escala nacional (Incarlop, Frimancha, Tello, Navidul). La dispersión define su localización geográfica, y presenta perspectivas muy positivas.

- Textil, cuero, calzado y confección.

Su peso y tradición en la historia fabril de la región es manifiesto pero, salvo el calzado, sin continuidad en el último siglo. Sus principales rasgos son:

- La rama de la *confección* es la más importante, centrada fundamentalmente en la producción en serie de prendas de vestir exteriores (pantalones y camisas), aunque la mayor parte de la producción se canaliza hacia empresas extrarregionales que la comercializan bajo sus marcas. Su expansión reciente se debe a los bajos costes laborales de los hábitats rural e intermedio, concentrándose fundamentalmente en Talavera de la Reina, Albacete, Campo de Montiel, La Mancha, Valdepeñas y Campo de Calatrava.
 - La industria del *calzado* se concentra en las zonas de Almansa (Alpera, Bonete y Caudete) y Fuensalida (Huecas, Santa Cruz de Retamar y Portillo), y a pesar de la pérdida de mercados la introducción de nuevas tecnologías la están dotando de gran potencial.
 - En las industria textiles destaca la línea de *géneros de punto* por su crecimiento, si
-

bien su actividad está muy dispersa en el territorio (Portillo, Sonseca, Alcázar, Albacete, Hellín y Torrijos).

- Madera, corcho y muebles de madera.

Es uno de los menos conocidos de la industria regional, pues hasta los años sesenta esta configurado por un sinfín de pequeñas serrerías y carpinterías ocupadas en satisfacer la demanda local, siendo sus rasgos más propios de actividades preindustriales que de una industria moderna. Desde el decenio de los setenta experimenta un proceso de modernización y diversificación, y por razones de proximidad y de mercado se convierte en el punto de referencia básico para las industrias de madera y mueble de la región madrileña, trasladándose empresas por el denominado “efecto frontera”. Actualmente sus perspectivas son favorables:

- La fabricación de *muebles* de madera es la rama más importante en términos de empleo y producción, destacando la línea de mobiliario para el hogar. Las empresas se concentran en el arco sur de Madrid y en torno a Illescas (La Sagra) y Sonseca.
- La fabricación de *puertas y ventanas, marcos y molduras y parquet* presenta perspectivas muy prometedoras, muy ligadas a la evolución del sector de la construcción, y se concentra en las zonas de Villacañas, Valera de Abajo, la Mesa de Ocaña y el arco sur de Madrid.

- Productos químicos.

La industria química moderna de la región surge en la década de 1950, y atraviesa por una etapa expansiva hasta principios de los años setenta en la que hablar de ella era hacer referencia al complejo petroquímico del enclave de Puertollano. Hacia 1975 se inicia un proceso de reestructuración que continúa de forma intermitente hasta la década de los años noventa. Destacan además las líneas de productos químicos para la industria (pinturas y colas), cosmética, perfumería y artículos de limpieza. La fabricación de pinturas es competitiva a nivel nacional gracias a su nivel tecnológico y política de marcas, localizándose en el Corredor del Henares y La Roda; y en cuanto a las otras líneas de consumo final, destacan las filiales de firmas internacionales localizadas en el Corredor del Henares.

- Productos minerales no metálicos.

Este subsector tiene una gran tradición en la región, pues la alfarería y la cerámica fueron actividades preindustriales importantes, si bien su nacimiento como industria moderna acaece en el primer tercio del siglo XX con la expansión del sector de la construcción en la región madrileña.

El sector industrial en la región: evolución y características

- Los materiales de construcción constituyen la principal rama de actividad, destacando los derivados del cemento y la línea de productos de tierras cocidas (*tejas y ladrillos*), cuya fabricación se concentra en el arco sur de Madrid.
- La *industria del vidrio* es altamente competitiva, y se concentra en grandes empresas que se localizan fundamentalmente en el Corredor del Henares.
- La producción *cerámica* en contraposición a su esplendor de antaño se encuentra reducida a las líneas de cerámica artística y artículos de porcelana, localizada en Talavera de la Reina, Puente del Arzobispo y el arco sur de Madrid (Esquivias y Borox).

- Transformados metálicos.

Castilla-La Mancha no está especializada en este sector, pero excluirlo del análisis supone dejar fuera actividades en las que sí lo está como la *cuchillería*, el *damasquinado*, los *extruidos de aluminio*, los aparatos de aire acondicionado, los equipos telefónicos y los componentes electrónicos. Su peso específico en la historia fabril de la región ha sido siempre notable: las fraguas y herrerías vinculadas al sector agrario, los talleres de forja y damasquinado toledanos, la cuchillería de Albacete, las Reales Fábricas de laminados de cobre de San Juan de Alcaraz y la Real Fábrica de Armas de Toledo fueron actividades preindustriales relevantes. Ramas más recientes son las de material eléctrico y electrónico, que integran grandes empresas líderes en el mercado nacional, localizadas fundamentalmente en el Corredor del Henares y en el arco sur de Madrid.

En resumen, según los datos estadísticos de la encuesta Industrial Anual de Productos (E.I.A.P.) referidos al año 2000, los principales sectores de venta en la región son los siguientes:

SECTORES	Total millones pts.	% en el sector a escala nacional	% del total regional
Alimentación y bebidas	516.937	6,1	29,7
Petróleo y químicas	411.724	6,0	23,6
Minerales no metálicos	184.956	6,5	10,6
Material eléctrico y electrónico	88.597	3,8	5,1
Madera y corcho	92.452	10,6	5,3
Productos metálicos	91.111	3,0	5,2
Textil y confección	76.664	3,6	4,4
Cuero y calzado	43.968	7,0	2,5

Fuente: I.N.E, EIAP.

Tabla 6. Principales sectores de Castilla-La Mancha según volumen de ventas (2000).

El análisis de los datos refleja que si bien son los sectores de alimentación y bebidas, petróleo y químicas y minerales no metálicos los sectores de mayor volumen total y porcentaje regional de ventas, las principales especializaciones regionales a escala nacional son madera-corcho y cuero-calzado, a pesar que dentro de la región representan porcentajes bajos respecto al total de venta de productos.

Pero junto al análisis de la especialización sectorial, es fundamental analizar la distribución geográfica de la actividad y la existencia de zonas de especialización productiva.

3.2. ZONAS DE ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA.

El análisis de las estadísticas y su cartografía a escala municipal reflejan la existencia de zonas de especialización productiva. Pardo (1996, p. 213) establece una diferenciación a escala regional según el grado de *especialización industrial*, estableciendo los siguientes grupos de espacios:

- Estructura industrial *especializada*: sureste, Mora-Sonseca-Yébenes, enclave de Puertollano, Campo de Montiel, La Manchuela, sierras Alcaraz-Segura, Valles Tiétar-Alberche y Sierra Morena.

- Estructura industrial *semidiversificada*: La Mancha, Valle del Tajo-La Jara, Campo de Calatrava, Montes de Toledo, La Trasmarcha, Valles de Alcudia-Guadiana, Sierras-Campiña de Guadalajara y enclaves de Talavera, Toledo, Albacete y Cuenca.

- Estructura industrial *diversificada*: arco sur de Madrid, Corredor del Henares y la Serranía de Cuenca.

Dentro de estas áreas de especialización, los principales sectores son madera y mueble, cerámica industrial, cuchillería, textil-confección y calzado.

- La industria de la madera y el mueble.

La industria de la madera es sin duda uno de los motores del progreso industrial en Castilla-La Mancha gracias, sobre todo a la fabricación de puertas, ya que en este apartado la región lidera en estos momentos el mercado nacional: el 70% de la producción española de puertas se genera en la provincia de Toledo. Villacañas, Ocaña y La Villa de Don Fadrique han colocado sus productos en los mercados extranjeros, y nombres como Visel, Artevi, Proma, Docavi y Uniarte se pasean por las principales ferias del mundo liderando el mercado.

La provincia de Toledo acapara, por zonas geográficas, los principales subsectores de la industria maderera de la región: Villacañas encabeza la producción de puertas, Torrijos concentra la producción de molduras de madera decorada, Sonseca, San Pablo

de Los Montes y Navahermosa la del mueble rústico, y Gálvez y Polán la del mueble castellano. La exportación de muebles en Castilla-La Mancha durante el primer semestre del año 1999 alcanzó los 8.239 millones de pesetas, lo que coloca a la región en el cuarto puesto del mercado nacional.

- La cerámica industrial.

En cuanto a la producción de cerámica industrial, la comarca de La Sagra genera en la actualidad más del 30% de la producción nacional de ladrillos y tejas, naciendo constantemente nuevas fábricas con una inversión que superó en el año 2000 los 10.000 millones de pesetas. La Oliva, Ceratrés y Mazarrón son un claro exponente de la pujanza comercial de las empresas toledanas en este sector.

La posición en el mercado nacional de este sector se ha conseguido gracias a una apuesta decidida por la innovación tecnológica y la calidad de los productos elaborados. Así, la región detenta el liderazgo en la producción de ladrillo de cara vista, termoarcilla y ladrillo gresificado, de los que se puede decir que constituyen el sello diferenciador de la zona. La región cuenta además con un centro tecnológico de la arcilla cocida.

- El sector cuchillero.

Castilla-La Mancha cuenta con un importante sector cuchillero en el que conviven el saber hacer artesanal con la más moderna tecnología que compite con éxito en los mercados internacionales. La primera industria cuchillera del país registra una facturación anual cercana a los 14.000 millones de pesetas, y las exportaciones alcanzan los 4.000 millones, según datos del propio sector.

El 90% de la industria cuchillera del país se concentra en la región, situándose principalmente en Albacete, Santa Cruz de Mudela, La Solana, Argamasilla de Calatrava, La Roda y Madrigueras. El resto del sector se encuentra disperso entre La Carolina, Jaén, Barcelona y el País Vasco.

Constituida fundamentalmente por pequeñas y medianas empresas, la cuchillería albaceteña se agrupa en unas 80 sociedades, que en general cuentan con un número de empleados que oscila por término medio entre los 10 y los 20 trabajadores, tres o cuatro empresas llegan a los 30 empleados, y tan sólo una empresa llega a los 200. Más de la mitad de las exportaciones de la cuchillería albaceteña se dirigen al extranjero, siendo el principal punto de destino Estados Unidos, seguido de Alemania, Francia, Canadá y Argentina.

El sector de la cuchillería vive actualmente una época de relanzamiento económico, debido fundamentalmente a las inversiones realizadas por los empresarios para modernizar sus instalaciones. Este hecho ha posibilitado grandes incursiones en el extranjero, colocándose en los primeros puestos de Europa.

Entre las empresas cuchilleras destaca *Arcos*, una de las más importantes del

mundo, dedicada a la fabricación del cuchillo profesional, doméstico, menaje de mesa y cubertería.

- El sector textil-confección.

El sector textil genera más de 26.000 puestos de trabajo en la región, y los beneficios rondan los 190.000 millones de pesetas, según la revista de información de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (septiembre 2000).

En cuanto a la distribución geográfica, según las estadísticas Sonseca (géneros de punto), el Campo de Montiel y Talavera de la Reina son las zonas que acaparan la mayor parte de la producción, y es precisamente en este último municipio donde se ubica el Centro Tecnológico de la Confección.

- El calzado.

El sector del calzado es uno de los sectores estratégicos de la región al generar un elevado número de puestos de trabajo. En Castilla-La Mancha existen unas 300 empresas de calzado que fabrican unos 30.000 millones de pares de calzado por un valor de 60.000 millones de pesetas al año. La región produce el 12% del calzado nacional, detrás de Valencia que ocupa el primer lugar en producción y delante de La Rioja y Baleares, que ocupan el tercer y cuarto puesto respectivamente.

En Castilla-La Mancha se concentran dos grandes núcleos de calzado: Almansa (Albacete) y Fuensalida (Toledo), existiendo además una gran empresa de calzado deportivo en Portillo (Toledo) junto a Fuensalida.

- El vino.

En la región existen seis denominaciones de origen (Valdepeñas, La Mancha, Jumilla, La Manchuela, Méntrida y Almansa), que convierten a este sector de gran tradición histórica en uno de los más importantes de la región tanto en el pasado como en la actualidad. La modernización de la producción y procesos de innovación organizativa de cara a la exportación están ampliando considerablemente su mercado y proyección fuera de nuestras fronteras.

Los estudios de casos que se han analizado se encuentran situados en algunas de estas zonas de especialización productiva.

3.3. LA EXPORTACIÓN.

Ampliar los mercados constituye actualmente no sólo un beneficio económico, sino

también una necesidad empresarial en un mundo cada vez más globalizado. Así, la comercialización de los productos castellaño-manchegos en otros países se ha convertido en una fuerte apuesta para las empresas de la región. En septiembre del año 2000 la revista de información de la Junta de Comunidades dedicó un número especial al tema de la exportación, con el título de "Industrial regional: crecer exportando", en el que se ponía de manifiesto la importancia de este aspecto para la economía regional aportando multitud de datos del Instituto Español de Comercio Exterior (I.C.E.X.)

Las empresas de Castilla-La Mancha han comenzado a internacionalizarse, consolidando su posición en muchos mercados exteriores. Las máquinas, el calzado, los muebles, los vinos o los materiales plásticos y las legumbres son los principales productos que se exportan, sobre todo a los países de la Unión Europea. Los empresarios de la región cada día están más concienciados de la necesidad de abrir sus mercados y exportar sus productos. A pesar de la crisis sufrida en los últimos años en este ámbito, Castilla-La Mancha ha mostrado un comportamiento ejemplar, recuperando rápidamente su volumen de negocio con una fuerte aceleración desde 1995.

En 1998, las exportaciones de productos castellano-manchegos ascendieron a 281.427 millones de pesetas, lo que representó un incremento sobre el ejercicio anterior del 21,41%. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer debido, entre otros factores, a la escasa dimensión de las empresas, a la reducida inversión en la promoción comercial y en I+D y a una falta de planificación estratégica a medio y largo plazo.

→ Sectores y productos.

El análisis de las exportaciones en Castilla-La Mancha muestra una gran concentración geográfica y sectorial, que se aprecian fundamentalmente en la agroalimentación y los bienes de consumo. En este sentido, diez países (seis de ellos pertenecientes a la Unión Europea) concentran el 78% de las exportaciones regionales, y los diez primeros productos exportados suponen el 69,38% del total de las ventas al exterior. Según los datos del ICEX correspondientes a diciembre de 1999, los productos que más exporta Castilla-La Mancha son por este orden: elementos químicos (33.646 millones de pesetas de volumen de negocio), vinos (26.176 millones), equipos y componentes (19.980), electrodomésticos (16.060), muebles (13.496), calzado (13.115), bebidas sin alcohol (10.388), carnes y despojos (9.937), electrónica e informática (9.632) y otros productos que supusieron unas exportaciones por valor de 5.881 millones de pesetas. Todo esto supuso un total de 246.149 millones de pesetas.

Pero estas cifras varían en cada una de las provincias en función del grado de sectorialización, incidiendo directamente la situación geográfica y los recursos propios de cada territorio. Así, en Albacete el orden sitúa al calzado y los vinos en los primeros puestos, la provincia de Ciudad Real exporta sobre todo productos químicos y vinos, Cuenca vende sobre todo electrodomésticos, Guadalajara equipos y componentes, y finalmente en la provincia de Toledo el sector que más destaca en sus exportaciones es el de la madera y los muebles.

En cuanto a la distribución de las exportaciones por sectores, podemos destacar los siguientes productos y sus principales empresas productoras:

- *Vinos*: cooperativa Cristo de la Vega de Socuéllamos y la empresas Félix Solís S.A. de Valdepeñas, ambas en Ciudad Real.
- *Productos de la huerta*: melones (cooperativa Santiago Apostol de Tomelloso en Ciudad Real), ajos (COOPAMAN, cooperativa regional de segundo grado), champiñón (Champísima y Champinarro, en Cuenca y Albacete).
- *Aceites*: Aceites Toledo; la D.O. Montes de Toledo se creó tan sólo hace dos años.
- *Quesos*: Artequeso y Quesos Corcuera; D.O. Queso Manchego.
- *Carnes*: Incarlopsa y Frimancha.
- *Muebles y puertas*: Uniarte, Visel.
- *Cerámica industrial (ladrillos y tejas)*: Ceratrés (Toledo)

→ Mercados.

Los principales países destinatarios de los productos castellano-manchegos según los datos de ICEX son, por este orden: Francia y Mónaco, Portugal, Alemania, Italia, Reino Unido, Estados Unidos, Holanda, Suecia, Dinamarca y Bélgica. Aunque el objetivo principal de las empresas de la región es la Unión Europea, se mantienen contactos con otros mercados como el hispanoamericano, el africano o el del Sudeste Asiático. Así, Albacete exporta además a Cuba, Ciudad Real a Israel y Taiwán, y Toledo a Arabia Saudita y China.

3.4. EMPRESAS MULTINACIONALES EN CASTILLA-LA MANCHA.

Castilla-La Mancha ha estado en las últimas décadas en el punto de mira de las nuevas industrias. Su situación geoestratégica, la receptividad de todos los agentes sociales y los mecanismos de apoyo institucional la perfilan como punto preferente de emplazamiento. Los mejores ejemplos están en el corredor del Henares y en La Sagra toledana. Los últimos acuerdos con Telefónica y Airtel han enganchado además a la región en el tren de las nuevas tecnologías.

Toledo y Guadalajara han sido desde los años 70 zonas de descentralización del conglomerado industrial madrileño. Pero ha sido sobre todo en los últimos años cuando Castilla-La Mancha se ha colocado en el punto de mira de las nuevas industrias por dos motivos: por un lado su situación geoestratégica sigue siendo excepcional, sobre todo después de la considerable mejora de las comunicaciones con Madrid; y por otro lado gracias a la receptividad de todos los agentes sociales y por los mecanismos de apoyo institucional. De cara a la percepción de ayudas la región sigue siendo Objetivo 1.

Así, desde la antigua Standard Eléctrica (propiedad de la americana ITT, hoy Alcatel de propiedad francesa) que fue el embrión del actual polígono industrial de Toledo en los años 70, se han instalado en la región importantes empresas multinacionales entre las que destacan las siguientes:

- La fábrica de cervezas *Mahou*, ubicada en el polígono industrial de Alovera. La empresa ha hecho público recientemente su plan de expansión según el cual las instalaciones alcarreñas se convertirán en la primera productora europea de cervezas, al trasladar toda la producción desde la fábrica de Madrid a la de Alovera. En total se calcula que al final de la reestructuración, de los 400 trabajadores actuales se pasará a 900. Y posiblemente relacionada con la fábrica cervecera se encuentra una de las grandes industrias españolas del vidrio, *Vicasa*, destinada a la fabricación de frascos y botellas (dentro del mismo sector hay que destacar a *Crivisa*, el antiguo Duralex, que fue el motor de crecimiento de Azuqueca de Henares).
- La multinacional *Tudor* mantiene en la región una gran pujanza (500 trabajadores) a pesar de la reciente reestructuración de capital. La empresa tiene situados en Azuqueca de Henares su departamento de I+D, y cada año presenta importantes proyectos en este campo, lo que la hace ser valorada por las autoridades regionales como una de las empresas punteras en tecnología.
- Otra multinacional ubicada en el corredor del Henares es *Basf* (antigua Glasurit), dedicada a la fabricación de pinturas con unos 400 trabajadores. La empresa se distingue por su respeto con el medio ambiente.
- Un fenómeno que comenzó en los años 90 y que se ha desarrollado de forma espectacular en Guadalajara es la distribución o logística. Empresas como *Aitena*, *Volvo*, *Caterpillar* o *Cantábrica de Silos* tienen su base en la provincia. Y este fenómeno ha estado propiciado en gran medida por el denominado "Puerto Seco", en Azuqueca de Henares, un centro aduanero que acerca literalmente los puertos de Barcelona y Santander al centro de la península. De aquí parten y llegan mercancías destinadas y procedentes de todo el mundo.
- El otro gran cinturón industrial de Castilla-La Mancha está ubicado en La Sagra toledana, donde destacan *Alcatel* en el polígono industrial de Toledo (con una plantilla que se ha ido reduciendo paulatinamente, con 500 empleado en la actualidad), *CASA* (piezas de avión, en Illescas), *LM* (multinacional danesa que fabrica palas para generadores eólicos), *Autex* (antigua Ausonia, tras superar una crisis cuenta con 200 trabajadores), *Unilever* (sección de cosméticos en Talavera de la Reina, con unos 200 empleados) y grandes cementeras de *Portland* (Yeles, Villalienga y Añover). Junto a estas grandes empresas no podemos dejar de mencionar *Artes Gráficas Toledo*, la primera empresa exportadora española de libros, propiedad de la multinacional italiana Mondadori Printing con 160 trabajadores (como anécdota se puede apuntar que aquí se editan los folletos informativos del Museo Metropolitano de Nueva York). Los propietarios de esta empresa eligieron Toledo en 1975 por su situación geográfica y por la política de subvenciones.
- Las empresas relacionadas con la energía constituyen la espina dorsal del tejido industrial de la provincia de Ciudad Real, concentrándose las empresas en la zona de Puertollano con ejemplos tan significativos como *Repsol*, *Endesa* y *Elcogás*.
- Finalmente, el mapa de grandes empresas nacionales y multinacionales se completa en Manzares con una pequeña fábrica de *Ebro-Santana* y *Tudor*; en Alcázar de San Juan, *Emgrisa*, dedicada a la recogida de residuos líquidos contaminantes; y en

Daimiel la firma *Don Simón* tiene prevista la inversión de 20.000 millones de pesetas en una fábrica de zumos de frutas, vino de mesa y mostos (se calculan unos 50 puestos de trabajo directos y muchos más indirectos).

En esta región de enormes dimensiones (si se compara con algunos países europeos), las provincias de Albacete y Cuenca quedan en un tercer plano en cuanto al interés para la ubicación de empresas multinacionales. En la provincia de Cuenca la zona de Tarancón absorbe buena parte de la industria, debido a que es un nudo de comunicaciones importante. Aquí están ubicadas la multinacional *Thompson* dedicada a la fabricación de televisores (actualmente está en negociaciones para ser vendida a un grupo italiano), y *Forlasa*, que explota el agua mineral Fuente Liviana y Solán de Cabras (en principio era una empresa conquense, pero ahora cuenta con capital extranjero). Por último en Albacete hay que citar a *Crisnova*, en Caudete, dedicada a la fabricación de vidrio, además de *Bimbo*, *Mercadona*, *Pryca* y el *Corte Inglés* que tienen también centros en la provincia.

Una vez expuesto el panorama general del sector industrial en Castilla-La Mancha, pasamos a centrarnos en aquellos aspectos de la región que más nos interesan de cara a las temáticas de la investigación: la industria rural, la innovación y las políticas industriales y de desarrollo.

CAPÍTULO 9: INDUSTRIA RURAL, ÁREAS DINÁMICAS Y POLÍTICAS DE DESARROLLO EN CASTILLA-LA MANCHA

1. INTERPRETACIÓN DE LA INDUSTRIALIZACIÓN RECIENTE DE CASTILLA-LA MANCHA: LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIALIZACIÓN RURAL.

La relevancia de las pequeñas empresas, la expansión de las actividades industriales hacia zonas rurales de escasa o nula tradición fabril y la pérdida de peso de las grandes empresas, inducen a plantear la siguiente cuestión: ¿la industrialización reciente de Castilla-La Mancha ha sido impulsada por procesos de descentralización o por iniciativas de desarrollo local basadas, al menos inicialmente, en el aprovechamiento de recursos endógenos y que se ajustan a las condiciones socioeconómicas del entorno (medio ambiente, marco institucional, división del trabajo y relaciones empresariales, sociales y culturales)?

1.1. La escasa importancia industrial de los centros urbanos y los ejes de desarrollo.

Por un lado, la debilidad de la red urbana castellano-manchega y la falta de una jerarquización e integración funcional entre los centros que la componen hacen que resulten inadecuadas para describir y explicar lo ocurrido en Castilla-La Mancha algunas de las interpretaciones teóricas más extendidas, que al analizar la nueva organización espacial de las actividades productivas ponen el énfasis en la correspondencia entre las denominadas *regiones ganadoras* y las áreas urbanas y ciertos ejes de desarrollo que las conectan entre sí (Sánchez Hernández, 1998).

El carácter disperso de la localización industrial en la región parece estar asociado a la hegemonía de los procesos industrializadores en las pequeñas ciudades y áreas rurales de la región. Sin embargo, dentro de ellas se aprecia un cierto grado de selectividad, al quedar prácticamente excluidos los núcleos demasiado pequeños, donde la emigración y el envejecimiento demográfico inciden negativamente sobre la cantidad, cualificación y capacidad de sus recursos humanos.

Pero tampoco el concepto de eje de desarrollo es adecuado ni suficiente para describir las tendencias de localización en la región, pese a las frecuentes referencias que se encuentran en la bibliografía, que vinculan gran parte del dinamismo industrial reciente de Castilla-La Mancha con los procesos de difusión espacial y descentralización productiva que experimentan la industria madrileña y valenciana, generadores de un *efecto frontera* en las áreas próximas y mejor comunicadas (Celada y Méndez, 1994; Méndez y Rodríguez Moya, 1998).

1.2. La relevancia de la industrialización de carácter endógeno.

Por otro lado parece, como señala Pardo (1996, p. 234), que “la descentralización no ha sido decisiva en la industrialización reciente, ya se contemple desde un prisma geográfico o productivo”:

- La descentralización geográfica, entendida como traslado de empresas (plantas) ubicadas en zonas industrializadas de la región o fuera de ella hacia espacio castellano-manchegos con mediano, bajo o nulo desarrollo fabril, sólo es relevante en el Corredor del Henares y en el arco al sur de Madrid. Con todo, su influencia en la evolución de ambos espacios es secundaria comparada con la creación de nuevas empresas.
- La descentralización productiva, definida como la distribución en diferentes establecimientos, ubicados en el mismo o en distintos espacios, de las fases de producción que se realizaban en una planta única, a la vez que se impulsa la coordinación productiva entre ellos, tampoco es determinante. La escasez de grandes empresas y su reducida integración en el entramado empresarial, obstaculizan dicha descentralización. Sólo en los espacios especializados en industrias del calzado y de la confección es relevante pero no novedosa, ya que sus inicios se remontan a las décadas de los años cincuenta y sesenta.

Por tanto, si se constata la escasa incidencia de los procesos de descentralización, la hipótesis de que la industrialización reciente de Castilla-La Mancha ha sido impulsada por iniciativas locales (industrialización endógena) parece cobrar fuerza. Ante la diversidad y multiplicidad de estrategias y procesos de industrialización que convergen en esta región, únicamente un análisis detallado hace posible la identificación de espacios dinámicos.

2. DELIMITACIÓN DE ÁREAS EMERGENTES EN LA REGIÓN.

La primera parte del proyecto de investigación que dio origen a esta tesis doctoral llevó a cabo la delimitación de las áreas más dinámicas en Castilla-La Mancha a partir de las estadísticas disponibles del Registro Industrial, que identifican la localización municipal de las nuevas empresas surgidas en la región entre 1981 y 1995. Dicha delimitación se realizó en dos partes: una a partir del análisis del dinamismo comarcal (tomando como referencia la comarcalización propuesta por el Ministerio de Agricultura), y otra mediante la tipificación de espacios (Méndez y Rodríguez Moya, 1998).

2.1. El desigual dinamismo industrial comarcal.

La búsqueda de unidades espaciales apropiadas para la descripción de los fenómenos es un problema que cuenta con larga tradición entre los geógrafos. Frente a la

excesiva agregación que suponen las unidades provinciales y la atomización de la escala municipal, la comarcalización presenta la posibilidad de identificar regularidades espaciales entre el total de 32 comarcas de dimensiones similares:

- La aparente dispersión encubre que tan sólo once de esas comarcas reúnen las tres cuartas partes de las nuevas industrias y hasta un 87,5% de la inversión realizada, pudiéndose observar una concentración en las provincias de Toledo (La Sagra, La Mancha, Talavera, Torrijos), Albacete (Almansa, Centro, La Mancha) y Ciudad Real (La Mancha, Campo de Calatrava, Campo de Montiel), junto a la Campiña de Guadalajara, identificada con su sector occidental más próximo a Madrid.
- Tres de las cuatro comarcas que superan el nivel medio de inversión, y los correspondientes promedios por establecimiento y empleo, se corresponden con espacios próximos a los principales centros de actividad económica externos a la región: La Sagra, la Campiña de Guadalajara y la comarca de Almansa.
- El principal foco generador de nuevas iniciativas empresariales (sobre todo endógenas), corresponde a los llanos de La Mancha (integra cinco comarcas del área central de la región, repartidas entre las provincias de Toledo, Ciudad Real, Cuenca y Albacete). Esta zona, alejada de los focos difusores madrileño y valenciano, vio nacer entre 1981 y 1995 un total de 2.000 nuevas industrias y generó 14.000 puestos de trabajo, con una inversión de unos 18.500 millones de pesetas. Los fenómenos de industrialización difusa asociados al desarrollo de pequeñas empresas locales en sectores maduros cobran gran importancia en este espacio interior español.

El análisis industrial a escala comarcal pone de manifiesto el reflejo en la región de la creciente división espacial del trabajo, que redistribuye las actividades productivas en función de las condiciones específicas de cada territorio. En este sentido, si bien el proyecto de partida tomó como referencia las comarcas agrarias (por ser la reconocidas oficialmente), en los estudios de caso se ha utilizado otra comarcalización de la región más próxima a la propuesta por Panadero y Pillet (1999) que presentamos en el capítulo anterior, por adaptarse más a la realidad económica actual de Castilla-La Mancha.

2.2. Tipificación de los espacios industriales dinámicos en la región.

El objetivo de la primera parte del proyecto de investigación mencionado fue llegar a una delimitación de tipos de espacios dinámicos en Castilla-La Mancha que reflejara el mayor número de nuevas iniciativas industriales con el menos número posible de unidades espaciales. Los espacios industriales que se identificaron (una veintena de territorios) concentran casi el 90% de las nuevas industrias 1981-1995, tanto en relación con el volumen de establecimientos, de empleo y de inversión, y se agrupan en tres tipos de áreas con rasgos de identidad propios:

- Los siete conjuntos comarcales de mayor crecimiento en estos años, donde se localizan más de la mitad de las iniciativas empresariales, integrando las más

capitalizadas. Una primera diferencia se observa entre La Mancha y el resto, pero a su vez se observa una clara distinción entre la nueva industria de La Sagra y el Corredor del Henares (industria de demanda media y fuerte, fruto de la influencia madrileña), frente al protagonismo del sector textil-confección en las restantes, acompañado de la industria del mueble y la agroalimentaria.

- Las cinco capitales provinciales (12,7% de los establecimientos, 13,0% del empleo y 14,5% de la inversión), que a pesar de su desigual dinamismo reciente, presentan como característica común la diversificación sectorial y de tamaños de las empresas.
- Un reducido número de enclaves aislados, tanto urbanos como rurales, que se identifican con sistemas productivos locales de pequeña empresa, especializados en algún tipo de actividad o producto específico que define su identidad industrial. En unos casos se han mantenido inmutables durante décadas, reforzándose con el tiempo (Almansa, Fuensalida por ejemplo), mientras que en otros las tendencias recientes parecen modificar las trayectorias anteriores (como es el caso del crecimiento del sector textil-confección en Talavera de la Reina frente a la diversificación tradicional).

En definitiva, el incuestionable dinamismo industrial de Castilla-La Mancha se ve afectado por toda una serie de contradicciones que escapan a cualquier tipo de interpretación simplificadora. El actual proceso de industrialización integra de forma coherente rasgos de arcaísmo y modernidad, de tradición e innovación, y en él se contraponen la creación de empleo directo con unas condiciones laborales precarias. Así, como señalan Méndez y Rodríguez Moya (1998, p. 201), “Castilla-La Mancha resulta un buen laboratorio para investigar las raíces y las consecuencias de los procesos de transición que viven esas *periferias emergentes*, que ya no responden en su estructura interna y su dinamismo a los rasgos que tradicionalmente las definieron, pero que tampoco se adaptan, en bastantes aspectos, a las características propias de esas *regiones ganadoras* tan mencionadas en los últimos años”. El objetivo del diagnóstico preciso de las múltiples trayectorias que orientan la evolución de los territorios es clave para la elaboración de propuestas para la política de desarrollo territorial, capaces de responder a las demandas de la sociedad actual.

2.3. La correspondencia entre el dinamismo industrial y el dinamismo demográfico.

Finalmente, es preciso señalar la relación que se observa entre las áreas industriales dinámicas presentadas y la distribución de la población en la región. La comparación entre los mapas de inversión y empleo en nuevas industrias, y los mapas siguientes elaborados con los datos demográficos del I.N.E. muestra una correspondencia casi total entre los municipios de entre 10.000 y 30.000 habitantes (con densidades entre 25 y 100 hab/km²) que han ganado población en las dos últimas décadas, con las zonas industriales más dinámicas de la región (dejando aparte las capitales provinciales).

En los siguientes mapas se puede observar la concentración de núcleos dinámicos en el centro de la región, en las periferias próximas a aglomeraciones metropolitanas extrarregionales y en diversos focos dispersos que responden a factores de crecimiento diversos (en los que se combinan otras causas de dinamismo demográfico que no son objeto de la presente investigación)

3. LAS POLÍTICAS INDUSTRIALES Y DE INNOVACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA.

Las actuaciones llevadas a cabo por las administraciones públicas en el sector industrial de la región se han centrado en el apoyo a la innovación en la PYME, y para ello se han creado instrumentos y agentes específicos financiados por diferentes instituciones. A continuación se presentan y describen de forma sintética las instituciones de apoyo, los agentes de soporte y el Plan Regional de Innovación vigente en la actualidad, y en los estudios de caso serán valorados en función de su incidencia en la actividad industrial de las áreas analizadas.

3.1. Instituciones públicas de apoyo a la innovación en la región.

Las diferentes administraciones públicas disponen de una serie de instrumentos de apoyo que pueden ser utilizados por las empresas para realizar sus actividades innovadoras. A continuación se presentan las más relevantes en la región, y en la parte de los estudios de caso se valorarán sus servicios y utilidad real para las empresas castellano-manchegas.

- La Administración Autonómica.

Las ayudas a la innovación empresarial de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha se integran en tres campos genéricos:

- Ayudas para el fomento de la innovación, la calidad industrial y el diseño, con especial énfasis en la incorporación de nuevas tecnologías de producto y de proceso, así como de nuevas técnicas de gestión y organización.
- Ayudas para el fomento de la comercialización e internacionalización, incitando a la cooperación interempresarial en este campo.
- Ayudas a la inversión empresarial.

Todas estas ayudas están gestionadas por la Dirección General de Desarrollo Industrial de la Consejería de Industria y Trabajo.

Por otro lado, la Dirección General de Formación y Empleo de la misma consejería dispone de ayudas a la formación en el ámbito de la I+D, que subvenciona la contratación de técnicos especializados para realizar proyectos de investigación en colaboración con

los centros tecnológicos y departamentos universitarios de la región.

Por último, hay que mencionar que la puesta en práctica del Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN) será sin duda el origen de otras iniciativas de apoyo a la innovación empresarial en los próximos años (se analiza más adelante).

- La Administración Central.

Las ayudas del Estado a la innovación empresarial están estructuradas en torno al Programa de Fomento de la Investigación Técnica (PROFIT), integrado en el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2000-2003), gestionado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Las ayudas previstas se dirigen a las siguientes actuaciones empresariales:

- Realización de proyectos de investigación industrial, y de estudios previos de viabilidad técnica.
- Proyectos de desarrollo precompetitivo (diseño de nuevos productos, prototipos, diagnósticos tecnológicos, proyectos de mejora de la gestión,...), y de demostración tecnológica (proyectos piloto).
- Acciones especiales de difusión.
- Acciones favorecedoras de la participación de las empresas en programas supranacionales de fomento de la innovación.
- Proyectos de investigación socioeconómica.

Los proyectos pueden ejecutar de manera individual o en modo cooperativo, con varias empresas y/o centros de investigación consorciados.

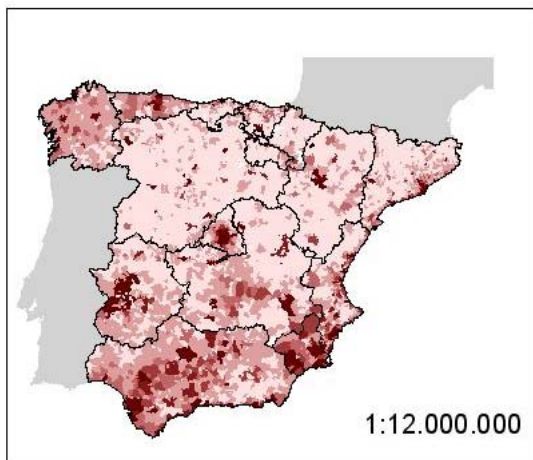
- La Unión Europea.

Las ayudas europeas a la innovación se estructuran en torno a los denominados Programas Marco de I+D, que son una iniciativa comunitaria de apoyo a la innovación cooperativa entre empresas e instituciones de investigación pertenecientes a los países de la Unión Europea. El V Programa Marco, que se desarrolla entre 1999 y el año 2002, se estructura en las siguientes líneas de actividad: calidad de vida y recursos vivos, sociedad de la información, crecimiento competitivo y sostenible, medio ambiente y desarrollo sostenible, energía, cooperación internacional, innovación y PYME, y capital humano e investigación socioeconómica.

Junto a estas grandes administraciones políticas, es necesario destacar la creciente importancia que están adquiriendo en los últimos años las administraciones locales (ayuntamientos) en el fomento de la innovación. En los estudios de caso se presentarán algunas iniciativas destacadas para el fomento de la innovación puestas en marcha por los propios ayuntamientos.

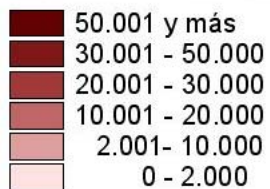
3.2. Agentes de soporte a la innovación en la región.

Mapa SIG nº 2

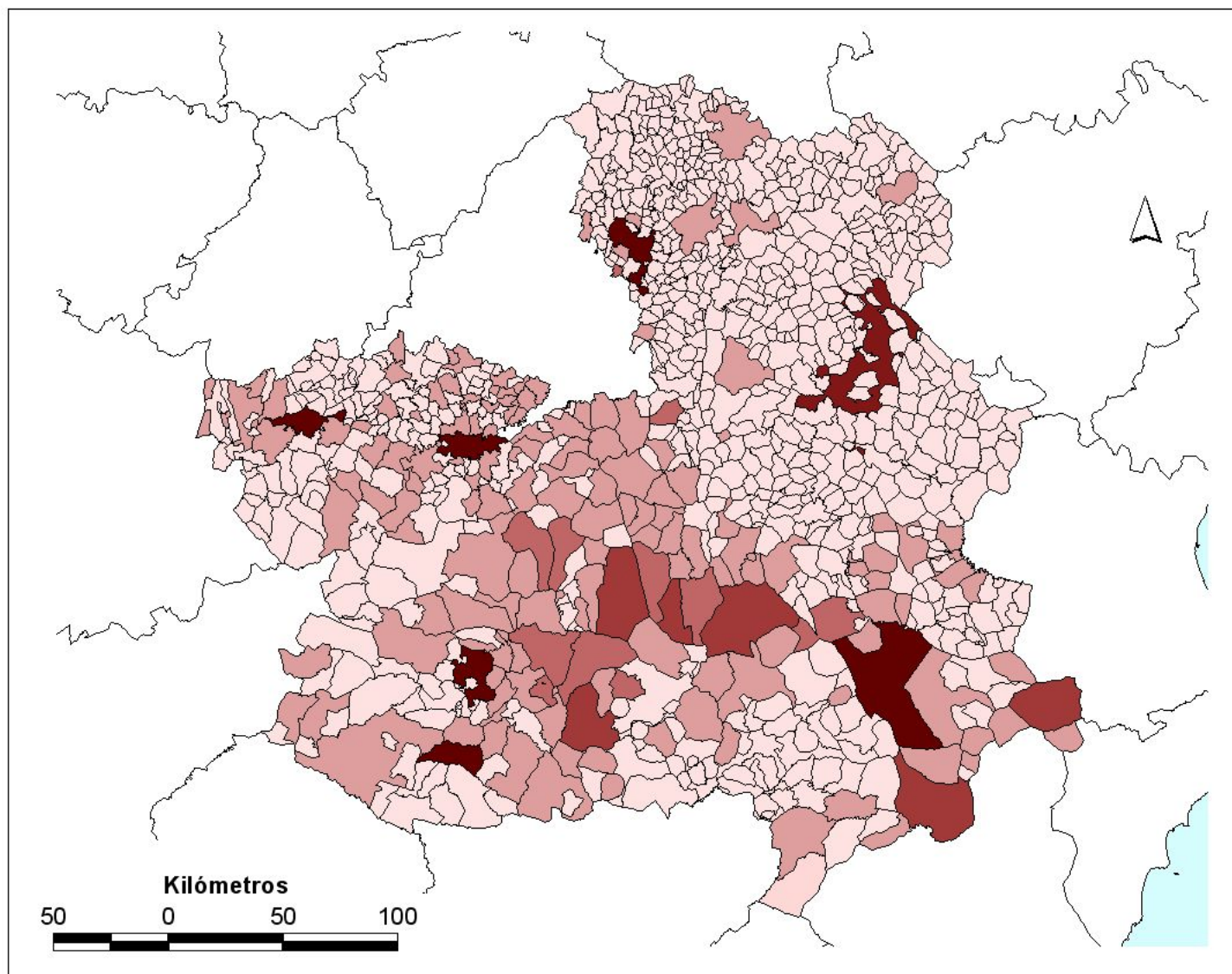


LEYENDA

Población Total. 1998



Fuente: I.N.E.

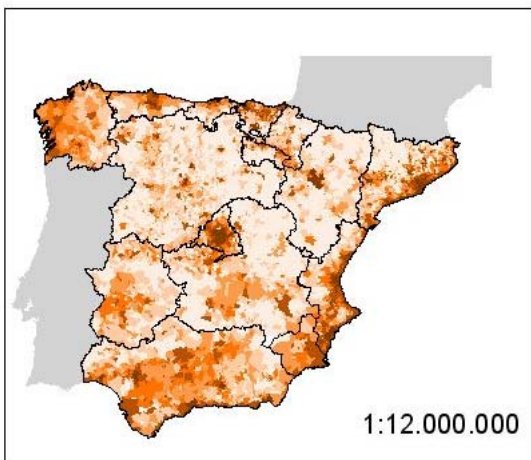


DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL EN CASTILLA-LA MANCHA

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"

Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

Mapa SIG nº 3

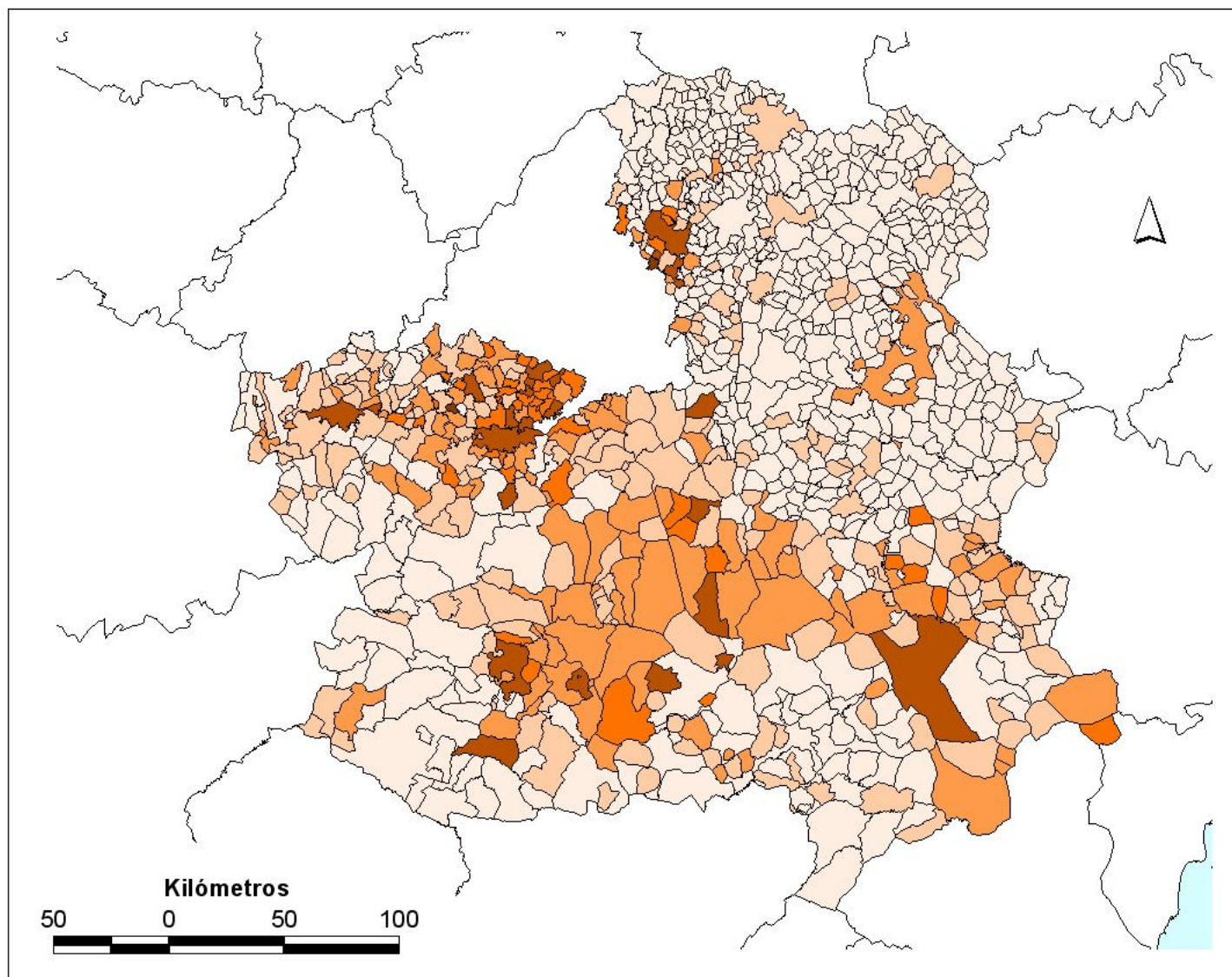


LEYENDA

Densidad 1998 (Hab./km²)



Fuente: I.N.E.



DENSIDAD DE POBLACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

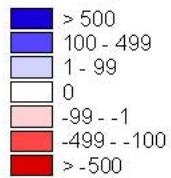
"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"

Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

Mapa SIG nº 4

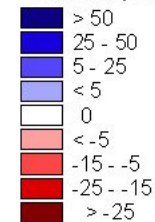


**Evolución total
(habitantes)**



Fuente: I.N.E.

Evolución porcentual



EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA, 1981 - 1998

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"

Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

Las principales organizaciones que actúan a escala regional para prestar apoyo a las empresas en la realización de sus actividades innovadoras son las siguientes:

- *Los centros tecnológicos sectoriales.*

En Castilla-La Mancha existen cinco centros que disponen de una gama de servicios de apoyo a las empresas en la realización de proyectos de investigación de análisis y ensayos técnicos, asesoramientos en la implantación de sistemas de calidad, etc.

- Centro Tecnológico de la Madera y el Mueble (Toledo).
- Centro Tecnológico de la Confección (Talavera de la Reina).
- Centro Tecnológico de la Arcilla Cocida (Toledo).
- Centros Tecnológicos del Calzado:
 - Laboratorio de Fuensalida, creado por la Asociación de Investigación y Desarrollo del Calzado y Afines de Toledo (ASIDCAT).
 - Centro Tecnológico del Calzado de Almansa, creado recientemente por la Asociación de Innovación y Desarrollo del Calzado de Albacete (AIDCA).

- *La Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI) de la Universidad de Castilla-La Mancha.*

La entidad tiene como objetivo principal dar a conocer a los empresarios e instituciones públicas los beneficios económicos que pueden derivarse de sus relaciones con la Universidad, así como canalizar el flujo de información que debe existir entre las empresas y los investigadores universitarios con el fin de identificar las necesidades tecnológicas de aquéllas. Por tanto, es el nexo de unión entre la Universidad y el mercado científico y tecnológico de la región.

- *Los Institutos Tecnológicos de la Universidad.*

La Universidad de Castilla-La Mancha dispone de tres institutos de carácter tecnológico (el CICAT, el IDR y el CIDI-MIDE), que pueden prestar apoyo a las empresas en sus proyectos de investigación.

- *Las Cámaras de Comercio.*
-

Las Cámaras de Comercio e Industria castellano-manchegas también llevan a cabo actividades de apoyo a la innovación empresarial a través de actividades de formación (en gestión empresarial, uso de nuevas tecnologías, marketing, tc.), información sobre programas de apoyo a la innovación, organización de seminarios, etc. Además, la Cámara de Toledo dispone de una Oficina de Servicios Integrados de Telecomunicaciones (OSIT), que presta apoyo a las empresas a través de diseño de bases de datos, elaboración de páginas web, información en Internet, cursos de formación en el campo de la informática y otras disciplinas.

- *Los centros de empresas e innovación (CEI).*

Los CEIs son instituciones que tienen por objeto la promoción y apoyo en la creación de empresas, para lo cual prestan diversos servicios de asesoramiento a los potenciales emprendedores (por ejemplo, en lo relativo a trámites administrativos o confección de planes de negocio), organizan cursos de formación y disponen de instalaciones como incubadoras de empresas. En Castilla-La Mancha existen en dos ciudades: Cuenca y Ciudad Real.

- *Las euroventanillas.*

Las euroventanillas de Toledo y Albacete también realizan actividades dirigidas a facilitar la innovación empresarial, entre las que destaca la difusión de información sobre programas disponibles y asesoramiento personalizado de cara a identificar las necesidades tecnológicas de las empresas en los ámbitos de normativas, programas, búsqueda de socios para los proyectos, etc.

- *El Centro de Diseño de FEDETO.*

La Federación de Empresarios de Toledo dispone de un centro de diseño asistido por ordenador, integrado en la Asociación de Empresarios del Sector Textil, que presta servicios de diseño, asesoramiento y formación para las empresas del sector textil y confección de Castilla-La Mancha.

- *La Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local.*

Esta agrupación de entidades locales constituida por varios ayuntamientos manchegos (Alcázar de San Juan, Almansa, Daimiel, La Solana, Manzanares y Tomelloso) tiene el objetivo de impulsar la implantación de la innovación en el tejido empresarial local.

3.3. El Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN).

Con la misión de dar soporte a las necesidades reales del sistema de innovación castellano-manchego, en el año 2000 surgió el Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (era un compromiso recogido en el Pacto Industrial para Castilla-La Mancha 1996-1999), que se enmarca dentro de la iniciativa comunitaria RIS (Regional Innovation Strategies), programa especialmente apoyado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional para impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico en diversas regiones de la Unión Europea. El objetivo final será la elaboración de un Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha, que defina de forma consensuada una estrategia tecnológica y actuaciones de apoyo a la innovación que contribuyan a incrementar la capacidad de competir de la empresa castellano-manchega.

El proyecto PRICAMAN pretende ser fundamentalmente participativo, contando con las aportaciones de agentes económicos y sociales, centros tecnológicos y servicios de apoyo a la innovación, además de empresas y empresarios de la región, con el fin de conocer la oferta realmente existente y la demanda a corto y medio plazo en el ámbito de la innovación en Castilla-La Mancha.

Objetivos estratégicos del plan regional de innovación (PRICAMAN):

- Consolidar el sistema regional de innovación, mediante un incremento continuado de los recursos públicos y privados dedicados a la misma, de manera que el esfuerzo tecnológico de la región (medido como gasto en I+D/VAB) alcance el 1% del Valor Añadido Bruto en el año 2003.
- Promover la coordinación y cooperación de los agentes implicados y de sus actuaciones, fomentando el intercambio de información y diseñando políticas y estrategias de desarrollo integradas.
- Desarrollar las capacidades innovadoras de los centros tecnológicos de la región, fomentando en especial sus capacidades tecnológicas multisectoriales e impulsando la diversificación de sus actividades.
- Difundir la cultura de la innovación entre todo el tejido socioeconómico y político regional.
- Mejorar las capacidades innovadoras de los recursos humanos de la región, especialmente en técnicas de gestión de la innovación.
- Promover el desarrollo de la infraestructura de servicios de apoyo a la innovación en Castilla-La Mancha.
- Crear el entorno y los instrumentos adecuados para facilitar a las empresas la financiación de proyectos innovadores.
- Integrar la infraestructura de asesoramiento e información empresarial pública y privada en la región.
- Crear un organismo gestor de las políticas tecnológicas de la administración regional.

- Crear un instrumento permanente de análisis, interlocución y discusión de las políticas y estrategias científico-tecnológicas de la región en el que estén representados todos los estamentos del sistema regional de innovación.

Fuente: <http://www.innovared.net/pricaman>

Cuadro 25. Objetivos del Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN).

3.4. Políticas de exportación en la región.

Iniciar la comercialización de productos en el exterior no es una tarea fácil para las empresas y menos para las PYMES, pero existen muchos *medios* que pueden facilitar esta labor. Herramientas como Internet, la participación en ferias y convenciones, o el desarrollo de misiones comerciales a otros países ayudan a internacionalizar los productos.

Todas las empresas de Castilla-La Mancha que operan en el extranjero cuentan en sus estrategias comerciales, a medio y largo plazo, con líneas de promoción y divulgación exterior que tienen como objetivo dar a conocer sus productos antes de comenzar la tarea propiamente exportadora. La asistencia y participación en ferias y convenciones internacionales o nacionales, las misiones comerciales al extranjero, los encuentros de cooperativas con empresas extranjeras o los estudios de mercado internacionales y el desarrollo de publicaciones periódicas, son sólo algunos de los instrumentos de que disponen los empresarios para iniciar la comercialización de sus productos en otros países. Estas actividades resultan muy atractivas a los empresarios, muchos de los cuales se agrupan para desarrollarlas, sobre todo cuando se trata de misiones comerciales al extranjero o visitas a ferias internacionales.

Otras posibilidades de dar a conocer los productos castellano-manchegos en el extranjero puestas en marcha son las siguientes:

- Exposiciones de catálogos, que constituyen un instrumento menos costoso para aquellas empresas que están empezando.
- Los denominados “encuentros de cooperación”, que se encuadran en la necesidad de las empresas de alcanzar convenios con otras compañías extranjeras, en particular de la Unión Europea.
- Más alternativas son el desarrollo de seminarios informativos sobre mercados internacionales, jornadas sobre exportación y las publicaciones sectoriales de la oferta exportadora.

La aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación al mundo empresarial constituye en la actualidad un principio básica para poder ser competitivo. Internet se ha convertido en una herramienta imprescindible que permite a las empresas globalizar sus mercados, dando a conocer sus productos a través de la red.

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha impulsado una nueva forma de hacer

negocios, sin embargo, hay tal cantidad de información que aparecen los problemas de la búsqueda y la selección. Con este fin, se han creado servicios específicos que dependen del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, que orientan sobre las páginas más útiles sobre comercio exterior y responden a las consultas de los exportadores. Aunque la presencia en páginas web de las empresas de la región es todavía pequeña, esta tendencia comienza a cambiar y los productores no sólo están en páginas comerciales, sino que cuentan ya con dominios propios.

- Plan Regional de Fomento de la Actividad Exterior (P.R.A.E.).

El comercio exterior y la internacionalización son actualmente ejes fundamentales de las estrategias empresariales a largo plazo para conseguir resultados económicos perdurables, sobre todo si se tiene en cuenta la imparable globalización de los mercados y la agresiva competencia que se da en el exterior. La mundialización de los mercados, la liberalización del comercio y la ampliación de la Unión Europea son condicionantes externos que inciden de forma decisiva en los procesos económicos de cada región.

Ante esta realidad, el Gobierno autonómico ha puesto en marcha el PRAE, cuyo objetivo principal trata de incrementar la internacionalización de las empresas castellano-manchegas, al mismo tiempo que unifica toda una oferta de servicios, medidas y programas que se realizan en la región por parte de las instituciones representadas en la Comisión Regional de Fomento de la Exportación.

Los Pactos Industriales para Castilla-La Mancha, que firmaron los principales agentes económicos y sociales de la región, también recogen la promoción del comercio exterior como un factor estratégico para el presente y futuro de la industria castellano-manchega.

Las empresas, tanto en sus comienzos como en su consolidación en los mercados internacionales, requieren la intervención de la Administración u otros organismos intermedios como las Cámaras de Comercio, Federaciones Empresariales o Centros Tecnológicos, que ayudan y colaboran en esta actividad exportadora, orientando a las empresas para mejorar la rentabilidad de los mercados exteriores. En este sentido, es fundamental destacar los convenios que hoy mantienen las Cámaras de Comercio e Industria de la región y la Consejería de Industria y Trabajo para la promoción de las exportaciones, o para el desarrollo de la subvención global FEDER entre las Cámaras de Comercio y la Consejería de Industria, como medios capaces de poner en marcha líneas de promoción y estrategias para los productos de la Comunidad Autónoma. El objetivo de estos convenios está dirigido a promover la internacionalización del tejido empresarial castellano-manchego a través de instrumentos de información y asesoramiento, formación de personal especializado y promoción exterior (acciones de mejora de la imagen, publicidad, confección de catálogos, directorios y publicaciones, subvenciones para participación en ferias,...).

- Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (P.I.P.E.).

Entre las otras muchas líneas de actuación puestas en marcha para promover y ayudar las exportaciones a las que pueden acogerse las empresas de Castilla-La Mancha destaca el PIPE, diseñado para que “las empresas crezcan sin fronteras”, estando orientado hacia las PYMES. Este plan, fruto del acuerdo de todas las instituciones que se mueven en el mundo de la promoción exterior (Cámaras de Comercio, Comunidades Autónomas y Consejo Superior de Cámaras) ofrece una amplia gama de servicios para las empresas exportadoras.

En una primera fase, se ayuda a las empresas a realizar un análisis de su situación actual y de su posición competitiva en el mercado. La segunda fase está orientada al diseño de su proceso de internacionalización y prospección de mercados. Y la tercera y última fase se pone en marcha un Plan de Internacionalización.

En los estudios de caso analizaremos la incidencia y valoración de todas estas políticas industriales en las empresas y territorios investigados.

4. LA POLÍTICA DE DESARROLLO RURAL EN LA REGIÓN: LA RED DE CEDERCAM.

Finalmente, junto a las políticas industriales se ha puesto en marcha en la región una política de desarrollo rural que se ha materializado fundamentalmente en la creación de una red de Centros de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha (CEDERCAM).

CEDERCAM es una asociación sin ánimo de lucro que funciona desde 1995, y se integra dentro de la Red Española de Desarrollo Rural (REDR) con el objetivo de agrupar todas las iniciativas que tengan como orientación promover el desarrollo rural. Está integrada por 23 grupos de acción local, en cada uno de los cuales participan colectivos tan diversos como mancomunidades, ayuntamientos, empresarios y agrupaciones de empresarios, cooperativas, sindicatos y asociaciones civiles de diversa índole. Estos grupos son responsables de la gestión regional a través de los Centros de Desarrollo Rural (CEDER, o Agencias de Desarrollo Local), de los programas PRODER y LEADER promovidos por la Unión Europea y las Administraciones nacionales y basados en un planteamiento innovador: el de la participación del mayor número posible de agentes locales.

Esta red de agentes surgió como respuesta a la necesidad de crear un nuevo espacio en el que las diferentes comarcas beneficiarias de estos programas pudieran, por un lado intercambiar sus experiencias y conocimiento, y por otro generar una capacidad de interlocución con las diferentes Administraciones responsables de la definición de las políticas de desarrollo rural. Así, las principales funciones de CEDERCAM son las siguientes:

- ➔ La coordinación de los grupos para analizar el estado de gestión de los programas, tratando de resolver las dificultades que puedan surgir.
- ➔ La creación de mesas sectoriales para ofrecer servicios y actividades comunes a los asociados.

- El establecimiento de relaciones institucionales con los otros grupos y con la administración regional.

La relación de grupos y programas existentes en la región, distribuidos por provincias, es la siguiente (Pillet y Plaza, coords., 2001):

- *Toledo:*

- LEADER:

- Asociación Comarcal Don Quijote de la Mancha.
- Asociación de Municipios Dulcinea.
- IPETA (Iniciativa para la Promoción Económica de Talavera).

- PRODER:

- Asociación para el Desarrollo Integrado del Territorio "Montes de Toledo".
- Asociación para el Desarrollo de la Campana de Oropesa.

- *Albacete:*

- LEADER:

- Fundación Pública de Servicios Sociales Comarca Ribera del Júcar. La Manchuela.
- Mancomunidad de municipios de la Sierra del Segura.
- SACAM (Fundación Comarcal para el desarrollo de la Sierra de Alcaraz y Campo de Montiel).

- PRODER:

- Asociación para el Desarrollo Integral de La Mancha del Júcar.
- Fundación Campos de Hellín.
- Mancomunidad Mancha Centro.

- *Ciudad Real:*

- LEADER:

- Concejo de la Mancomunidad de Cabañeros.
- MANSERJA (Mancomunidad de Servicios del Jabalón).
- Asociación "Tierra y Agua" de Daimiel.

- PRODER:

- Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Almadén "Montesur".
- Asociación para el Desarrollo Sostenible del "Valle de Alcudía y Sierra Madrona".
- Consorcio "Estados del Duque".

- *Cuenca:*

- LEADER:

- PRODESE (Asociación, Promoción y Desarrollo Serrano).
- ADIMAN (Asociación para el Desarrollo Integral de la Manchuela Conquense).

- PRODER:

- Asociación de Desarrollo Rural de la Alcarria Conquense.
- ADESIMAN (Asociación para el Desarrollo de la Sierra y Mancha Conquense).
- Asociación Integral del Záncara.
- ASPAD-14 (Asociación para el Desarrollo).

- *Guadalajara:*

- LEADER:

- ADEL Sierra Norte (Asociación para el Desarrollo Local de la Sierra Norte).
- Grupo de Desarrollo de la Comarca Molina de Aragón.

- PRODER:

- Asociación de Municipios Ribereños de los Embalses de Entrepeñas y Buendía (integra municipios de Guadalajara y Cuenca).
- COMARSUR (Asociación para el Desarrollo Local de la Comarca Sur).

La continuidad de estos grupos en los programas LEADER + y PRODER II dependerá de su integración activa en redes de desarrollo, aspecto en el que CEDERCAM cumple una función de primer orden. La valoración general de estos programas en relación con la temática de esta investigación lleva a afirmar que los objetivos específicos de fomento de la innovación y de la industria son bastante limitados, al centrar su atención sobre otro tipo de actuaciones. La presente investigación sobre la actividad industrial en el espacio rural de Castilla-La Mancha pretende renovar la consideración de la industria y la innovación en la perspectiva de avanzar hacia un desarrollo rural integrado.

CUARTA PARTE:

LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

- INTRODUCCIÓN
- LOS ESTUDIOS DE CASO:
 - SONSECA
 - VILLACAÑAS
 - VALDEPEÑAS
 - ALMANSA
 - FUENSALIDA
 - LA SAGRA
 - LOS MONTES DE TOLEDO
 - CAMPO DE MONTIEL

INTRODUCCIÓN: DIAGNÓSTICO PREVIO DE LAS ÁREAS SELECCIONADAS

Antes de entrar en los estudios monográficos de cada caso, es preciso presentar previamente un breve diagnóstico de las áreas con el fin conocer de forma comparativa los datos de partida y las principales características que llevaron a su selección (en 1998).

El criterio de partida fue la selección de espacios rurales industriales dinámicos en la región, especializados en algún sector de actividad industrial, para lo que nos apoyamos en los resultados del proyecto de investigación de origen ya mencionado, que fueron publicados por Ricardo Méndez y Juana Rodríguez Moya en la revista *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* en 1998 (nº 18, pp. 177-204; véanse la tabla y los mapas tomados de este artículo presentados en el capítulo sobre la industria en Castilla-La Mancha). Así, según el Registro Industrial todos los casos se corresponden con áreas industriales dinámicas desde el punto de vista de la creación de nuevas empresas, de la inversión y del empleo en el período 1981-1995.

Partiendo del cuadro de espacios industriales dinámicos (Méndez y Rodríguez Moya, 1998, p. 1999) y centrándonos en los espacios rurales en sentido amplio (municipios de menos de 10.000 habitantes y pequeñas ciudades que organizan un espacio rural comarcal, excluyendo por tanto las capitales provinciales), se seleccionaron tanto enclaves industriales (Almansa y Fuensalida) como comarcas (La Sagra, Los Montes de Toledo y el Campo de Montiel, con límites no exactamente coincidentes con las comarcas agrarias). Y, en el caso de la extensa comarca de La Mancha, debido a su heterogeneidad interna desde el punto de vista sectorial, se seleccionaron tres casos especializados en actividades destacadas: Sonseca por su diversificación sectorial, Villacañas por su especialización en un producto industrial líder a escala nacional, y Valdepeñas por la secular tradición de sus bodegas. Los casos se centraron en tres de las provincias de la región (Toledo, Ciudad Real y Albacete), por ser las que presentan áreas de especialización más dinámicas, y a su vez la mayoría de los casos se concentran en Toledo por ser la provincia más dinámica de la Comunidad Autónoma desde el punto de vista industrial. Como ya se señaló en el capítulo de fases de la investigación, los casos de Sonseca, Fuensalida, Almansa, La Sagra y los Montes de Toledo formaron parte de la segunda etapa del proyecto de investigación sobre "Política de promoción industrial, innovación y sistemas productivos locales en Castilla-La Mancha", cuyos resultados fueron publicados en 1999 en la revista *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* (Méndez, Rodríguez Moya y Mecha, 1999, nº 19, pp. 141-167).

En definitiva, los casos seleccionados para su estudio monográfico son los

siguientes¹:

1. Sonseca (Toledo): género de punto, mueble de madera y mazapán.
2. Villacañas (Toledo): puertas de madera.
3. Valdepeñas (Ciudad Real): vino.
4. Almansa (Albacete): calzado.
5. Fuensalida (Toledo): calzado.
6. La Sagra (Toledo): mueble de madera.
7. Los Montes de Toledo (Toledo): mueble de madera.
8. El Campo de Montiel (Ciudad Real): confección.

El diagnóstico previo de los casos seleccionados se realiza organizando las características y diferencias en los siguientes bloques:

1. Espacios rurales de tipos y dimensiones variables.

- Según el volumen de población de los espacios rurales seleccionados, mientras que Valdepeñas y Almansa son pequeñas ciudades que funcionan como cabeceras comarcales, el resto son municipios rurales en sentido estricto que tienen por debajo de los 10.000 habitantes (según datos del 1998).
- Y en función de los factores económicos predominantes, los espacios rurales que se van a analizar van desde el periurbano industrial de La Sagra al rural agrario de Valdepeñas, pasando por áreas rurales industriales alejadas de los centros urbanos pero bien comunicadas y dotadas de servicios.

2. Diferentes procesos de industrialización rural especializada en diversos sectores maduros.

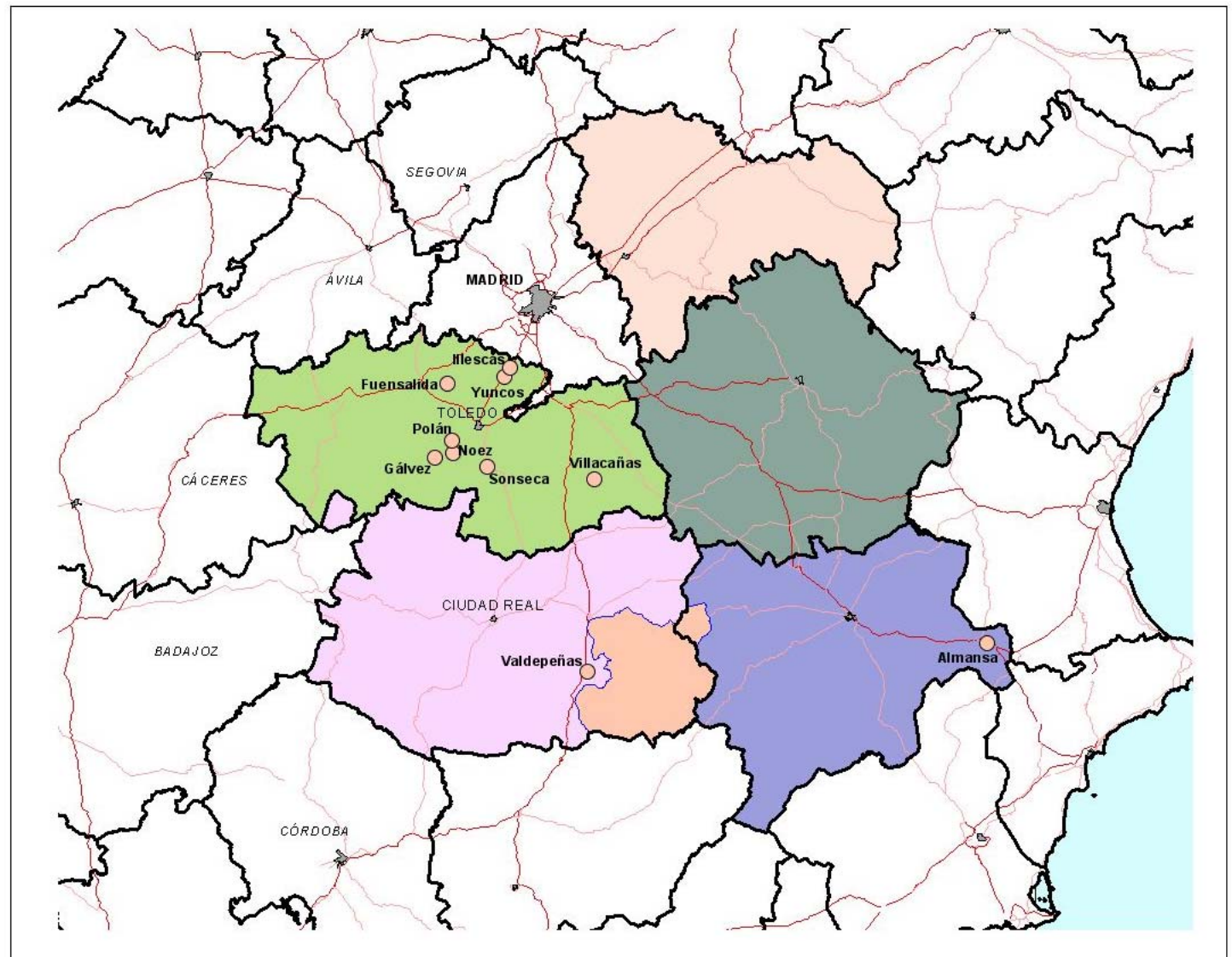
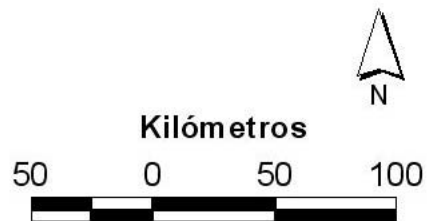
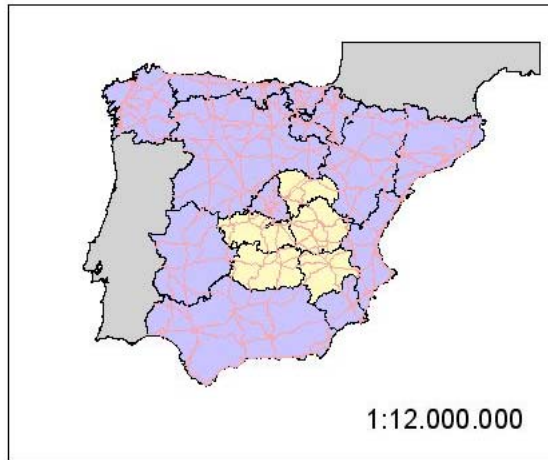
- Los casos seleccionados cubren 6 sectores maduros, en los que se encuentran especializados las áreas industriales de los estudios: madera-mueble, textil-confección, agroalimentación (vino) y calzado.
- Los procesos de industrialización abarcan desde actividades con una larga tradición histórica (vino, textil, mazapán), hasta actividades de aparición más reciente (mueble, puertas, calzado, confección).
- Y finalmente se analizan tanto áreas monoespecializadas en un único sector o producto (puertas, vino, calzado,...), como áreas industriales diversificadas o multisectoriales, con concentraciones de empresas de cada sector (Sonseca).

3. Evolución demográfica positiva (1981-1998).

- El análisis de la evolución de la población muestra que en conjunto todos los casos

¹ Es necesario destacar que esta selección de estudios de caso no agota las áreas existentes en la región con características similares a las aquí estudiadas, lo que deja abierta una línea de investigación de interés teórico y operativo.

Mapa SIG nº 5



ESTUDIOS DE CASO

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"

Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TERRITORIOS	ESTABLECIMIENTOS	EMPLEOS	INVERSIÓN (mill.pta. constantes)	% EMPLEO			
				ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	TEXTIL- CONFECCIÓN	CUERO- CALZADO	MADERA- MUEBLE
COMARCAS							
La Mancha	2.123	14.080	18.582,1	18,93	48,94	0,30	11,10
La Sagra	496	3.309	5.261,5	12,03	21,79	1,54	25,32
Montes de Toledo	347	1.792	1.255,1	11,66	43,24	1,49	33,31
Campo de Montiel	217	1.851	568,4	2,11	83,09	0,05	0,97
ENCLAVES							
Almansa	265	1.730	1.616,8	9,54	1,27	73,29	6,88
Fuensalida	104	664	192,3	3,46	0,30	82,38	4,22
CASTILLA-LA MANCHA	6.721	42.792	56.329,2	16,31	37,63	7,29	12,01

Fuente: Registro Industrial, 1981-1995. Datos tomados de Méndez y Rodríguez Moya, 1998, p. 199.

Tabla 7b. Diagnóstico industrial previo de las áreas de estudio: relación de nuevas industrias 1.981-1.995.

han ganado población de forma progresiva, a excepción de la mayoría de los municipios de la comarca del Campo de Montiel.

- Tanto en número de habitantes como en porcentaje, son los espacios periurbanos los que más han crecido (La Sagra).
- En general, se trata de espacios rurales que en las dos últimas décadas han ganado más de 1.000 habitantes, o han experimentando más de un 10% de crecimiento demográfico.

4. Diferente localización geográfica.

- En cuanto a su localización con respecto a los centros urbanos y áreas metropolitanas, tenemos desde espacios rurales muy próximos a Madrid y Toledo, hasta áreas bastante alejadas del espacio urbano, pasando por casos no muy próximos a grandes ciudades pero muy bien comunicados tanto con Andalucía (Valdepeñas), la Comunidad Valenciana (Almansa) o Madrid (Villacañas), como con Albacete o Ciudad Real.
- Por otro lado, si bien todos los casos seleccionados se encuentran en espacios interiores, vinculados con la capital madrileña, el caso de Almansa se relaciona más con la Comunidad Valenciana tanto por proximidad geográfica como por la accesibilidad que proporcionan las vías de comunicación, y el caso de Valdepeñas se encuentra muy próximo a Andalucía.

El contenido de esta parte de la investigación empírica se organiza en 8 capítulos, que se corresponden con cada uno de los casos investigados y se presentan de forma monográfica. La comparación de todos los casos entre sí se realizará en la siguiente parte de exposición de los resultados.

La organización de la exposición de cada estudio de caso parte de una introducción en la que se presenta el municipio desde el punto de vista geográfico, demográfico e industrial y se expone la metodología de trabajo de campo seguida. A continuación se realiza una exposición de la historia de la actividad industrial local, para pasar inmediatamente a centrar el análisis en la situación actual de la industria, sus características, dinamismo, estrategias y organización del sistema productivo local. Partiendo de la interpretación de la actividad industrial actual, se analizan los procesos de innovación a través del estudio de los tipos de innovación, de los agentes innovadores, de los proyectos de innovación y de la existencia o no de redes de innovación. Finalmente se exponen las conclusiones del estudio, señalando las debilidades y potencialidades del medio de cara a la aplicación de políticas de desarrollo local basadas en la actividad industrial.

ESTUDIO DE CASO	1.981	1.991	1.998	CAMBIO 81-98	% CAMBIO 81-98
VALDEPEÑAS	24.946	25.067	26.331	+1.385	5,55
ALMANSA	20.331	22.488	23.658	+3.327	16,36
VILLACAÑAS	8.251	8.711	9.352	+1.101	13,34
SONSECA	7.745	8.499	9.261	+1.516	19,57
FUENSALIDA	5.640	6.971	7.594	+1.954	34,65
LA SAGRA:					
Illescas	6.054	7.942	9.930	+3.876	64,02
Yuncos	2.409	2.802	3.421	+1.012	42,01
MONTES DE TOLEDO:					
Polán	2.800	3.083	3.294	+494	17,64
Gálvez	3.097	3.043	3.086	-11	-0,36
Noez	852	977	818	-34	-3,99
CAMPO DE MONTIEL:					
Albaladejo	1.901	1.782	1.697	-204	-10,73
Alcubillas	965	730	722	-243	-25,18
Alhambra	1.445	1.418	1.298	-147	-10,17
Almedina	1.003	883	749	-254	-25,32
Carrizosa	2.001	1.662	1.729	-272	-13,59
Castellar de Santiago	2.558	2.185	2.244	-314	-12,28
Cózar	1.776	1.492	1.348	-428	-24,10
Fuenllana	390	303	331	-59	-15,13
Membrilla	6.451	6.605	6.600	+149	2,31
Montiel	1.851	1.781	1.721	-130	-7,02
Puebla del Príncipe	1.224	1.018	1.094	-130	-10,62
San Carlos del Valle	1.268	1.300	1.251	-17	-1,34
Solana (La)	13.335	13.892	14.960	+1625	12,19
Sta.Cruz de los Cañamos	778	668	677	-101	-12,98
Terrinches	1.295	1.060	972	-323	-24,94
Torre de Juan Abad	2.087	1.782	1.468	-619	-29,66
Torrenueva	3.410	3.187	3.252	-158	-4,63
Villahermosa	3.256	2.697	2.719	-537	-16,49
Villamanrique	2.014	1.712	1.695	-319	-15,84
Villanueva de la Fuente	3.004	2.829	2.748	-256	-8,52
Villanueva. de los Infantes	6.013	5.664	5.801	-212	-3,53

Fuente: I.N.E.

Tabla 8. Evolución demográfica de los estudios de caso.

CAPÍTULO 10: LA DIVERSIFICACIÓN INDUSTRIAL DE SONSECA

“Sonseca, villa industrial: mueble, textil y mazapán”
Cartel situado a la entrada del municipio

INTRODUCCIÓN: UN PUEBLO CON VOCACIÓN INDUSTRIAL

El municipio de Sonseca se encuentra localizado en la provincia de Toledo, al sur de la capital provincial y al norte de la comarca de los Montes de Toledo. Nada más entrar en el pueblo se percibe la vocación industrial de su población, no sólo por la cantidad de empresas que nos encontramos en las carreteras de entrada, sino porque un gran cartel nos lo anuncia: “Sonseca, villa industrial: mueble, textil y mazapán”. Pero además, el primer folleto turístico que se nos entrega en el ayuntamiento sin saber todavía el objetivo de nuestra investigación precisamente basa la promoción del municipio en la imagen de los tres tipos de productos, describiendo en su interior el origen del proceso de industrialización. El recorrido inicial por el municipio permite observar una gran cantidad de fábricas y de publicidad de los tres tipos de actividades industriales desarrolladas en el municipio, situadas tanto en las carreteras de acceso y conexión con los municipios circundantes, como en el centro urbano, así como cierto dinamismo en la construcción de viviendas.

Por tanto, las estadísticas demográficas e industriales con las que contábamos y que nos habían llevado a seleccionar el municipio como un área dinámica basada en un constante crecimiento de la población (en las dos últimas décadas el municipio ha ganado más de 2.000 habitantes) y una economía industrial diversificada, especializada en tres ramas de actividad, pronto de vieron reflejadas en el terreno.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2001
Habs.	4.415	4.682	4.932	5.274	5.348	5.825	6.076	6.662	7.745	8.499	9.142	9.261	9.790

Fuente: INE

Tabla 9. Evolución demográfica de Sonseca.

Estudios de caso: Sonseca

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	3	1,50	6	0,33
Industria química	1	0,50	2	0,11
Material elect. y electricidad	2	1,00	4	0,22
DEMANDA MEDIA	31	15,58	251	14,12
Alimentación y bebida	24	12,06	226	12,71
Papel y artes gráficas	3	1,51	17	0,96
Caucho y plástico	1	0,50	2	0,11
Construcción de maquinaria	1	0,50	3	0,17
Material de transporte	2	1,00	3	0,17
DEMANDA DÉBIL	165	82,92	1.521	85,54
Textil y confección	70	35,18	698	39,26
Cuero y calzado	-	-	-	-
Madera y mueble	83	41,71	766	43,08
Minerales no metálicos	1	0,50	1	0,06
Transformados metálicos	11	5,53	56	3,15
TOTAL	199	100,00	1.778	100,00

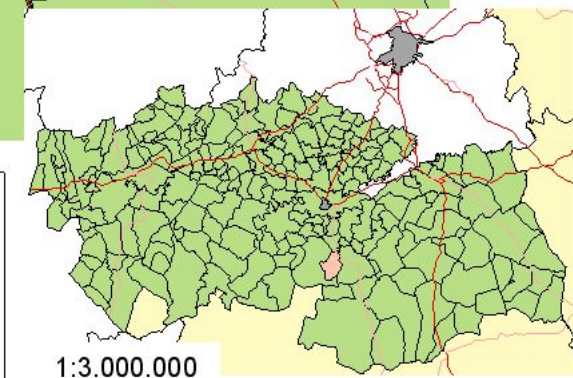
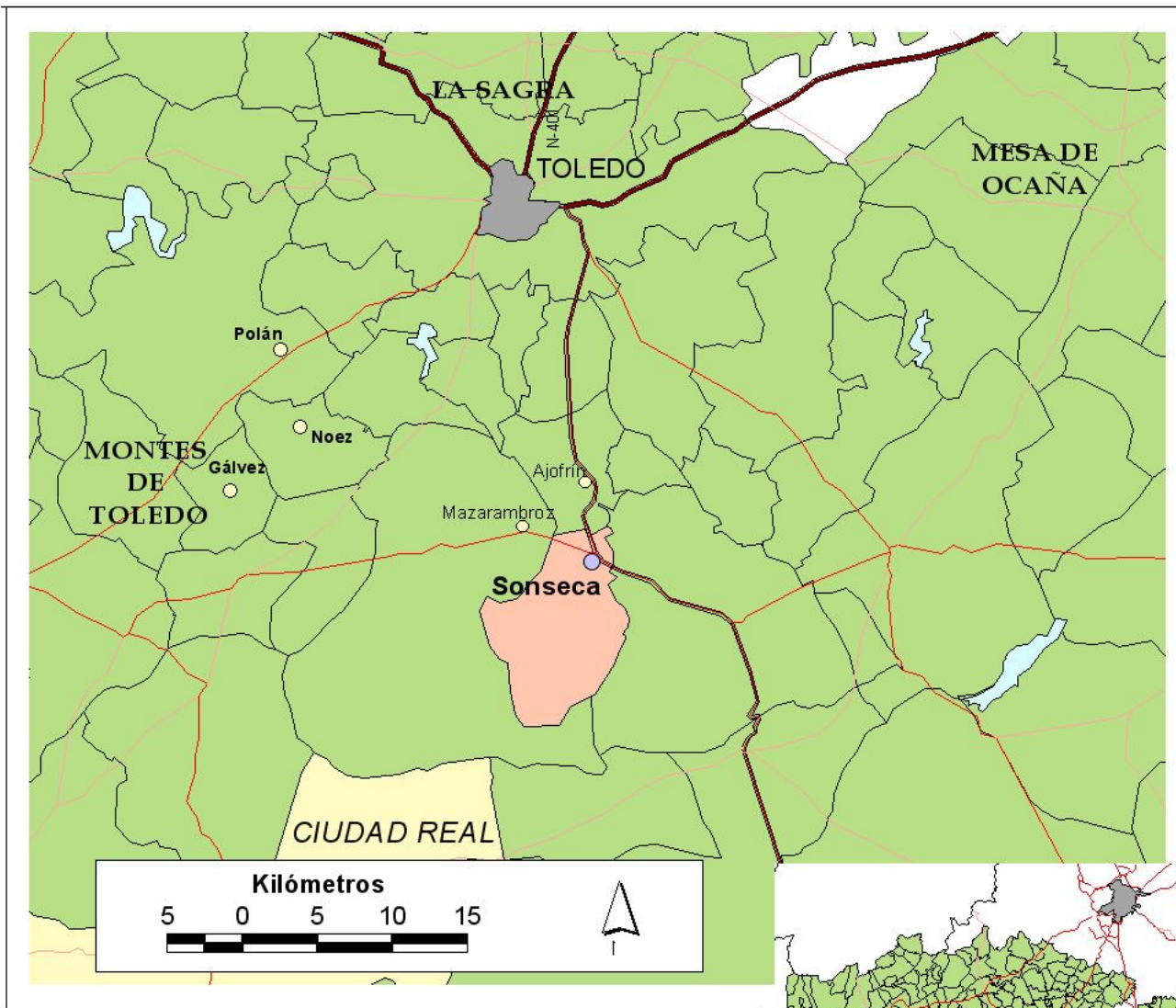
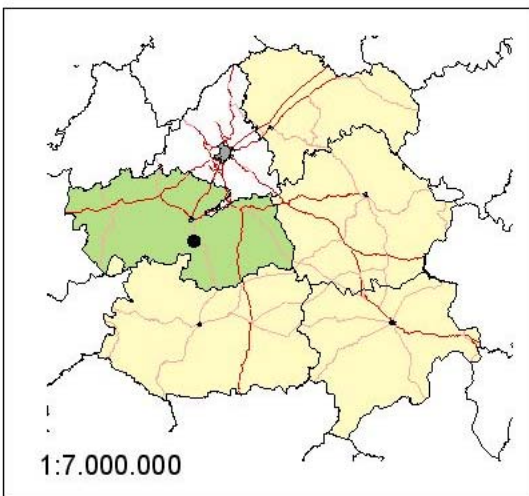
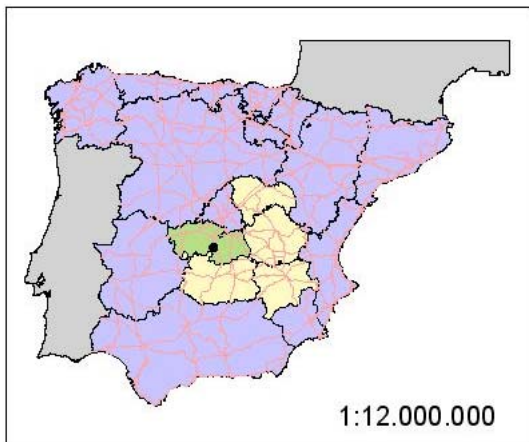
Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 10. Estructura industrial de Sonseca.

El trabajo de campo llevado a cabo en Sonseca aportó una gran cantidad de información y documentación, gracias a la enorme colaboración de todos los agentes implicados en la actividad industrial. Tras el recorrido inicial y la primera toma de contacto con el Ayuntamiento, donde entablamos una pequeña entrevista con el concejal de Hacienda, y conseguimos listados de empresas actualizado, se seleccionó una muestra de 22 establecimientos industriales (8 del sector textil, 12 del mueble y 2 del turrón-mazapán), situadas en las diferentes áreas (ejes o zonas) industriales del municipio, y según un sistema de cuotas basado en la diferente especialización dentro de cada sector (muebles de baño, cocina, sillas, jerseys de niño, prendas de señora, caballero, etc). Se aplicó la encuesta a las empresas seleccionadas, y durante el proceso se fueron anotando los diferentes agentes locales o regionales implicados en las redes de la actividad industrial, para posteriormente realizar una serie de entrevistas puntuales en relación con la innovación empresarial y social, a la única asociación empresarial del municipio (la asociación del mueble, AEMSYC) y a los agentes regionales implicados en la actividad.

En total se realizaron cuatro entrevistas abiertas: en primer lugar, la ya mencionada con el concejal de Hacienda del Ayuntamiento y, tras la realización de la encuesta empresarial, otras tres con el Presidente de AEMSYC (Asociación Empresarial del Mueble de Sonseca y Comarca), el Director Gerente de FECMES (Federación de Empresas de Castilla-La Mancha de Economía Social) y el Jefe del Departamento de Relaciones Públicas del Centro Tecnológico de la Madera de Toledo (en este caso la entrevista fue por teléfono, y posteriormente se nos envió una gran cantidad de información sobre las actividades de la institución). Además, algunas de las encuestas realizadas se convirtieron en auténticas entrevistas, como fue el caso de una empresa del mueble, cuyo propietario era el vicepresidente de AEMSYC y el presidente de FECMES, lo que da idea de las complejas redes empresariales que se descubren cuando uno se adentra en un medio industrial innovador, y que tan sólo se pueden descubrir mediante técnicas cualitativas de investigación como ya insistimos en capítulos anteriores. La ficha del trabajo de campo

Mapa SIG nº 6



ESTUDIO DE CASOS: SONSECA

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: SONSECA	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Artículo de la revista "Esencia" de FECMES
		Artículo de la Mesa de Ocaña
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Toledo Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Mapa-folleto histórico-industrial "Sonseca, villa industrial"	
	Listados IAE de los tres sectores	
	Catálogos publicitarios de empresas del mueble	
	Folletos del proyecto común del sector del mueble	
	Etiqueta del proyecto de marca propia conjunta	
	Listado de empresas dispuestas a trasladarse al futuro polígono	
	Revista de interés comarcal "El Eco"	
Encuestas	22	12 Mueble
		8 Género de punto
		2 Mazapán
Entrevistas	3	Concejal de Urbanismo del Ayuntamiento
		Presidente de AEMSYC (Asociación sectorial comarcal del mueble)
		Gerente de FECMES (Federación Empresarial de Economía Social de C-LM)
Fechas	Octubre 1998: Inicio de la investigación	
	Noviembre 1998: Encuestas	
	Diciembre 1998: Entrevistas	
Observaciones	Municipio muy dinámico desde los puntos de vista económico y cultural (existen numerosas asociaciones de todo tipo)	
	En el municipio viven numerosos inmigrantes paquistaníes que trabajan sobre todo en el sector textil, y está asentados con sus familias	
	Gran conciencia y fomento de las actividades industriales por parte del Ayuntamiento: el municipio tiene el título de "Villa industrial"	
	Polígono industrial en proyecto. Muchas nuevas empresas se sitúan en los municipios circundantes, en las carreteras limítrofes, por falta de suelo	
	Falta de imagen de marca en género de punto, incipiente en el mueble y muy desarrollado en el turrón y el mazapán	
	Explotación turística de fábricas de turrón y mazapán	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 1. La investigación en Sonseca

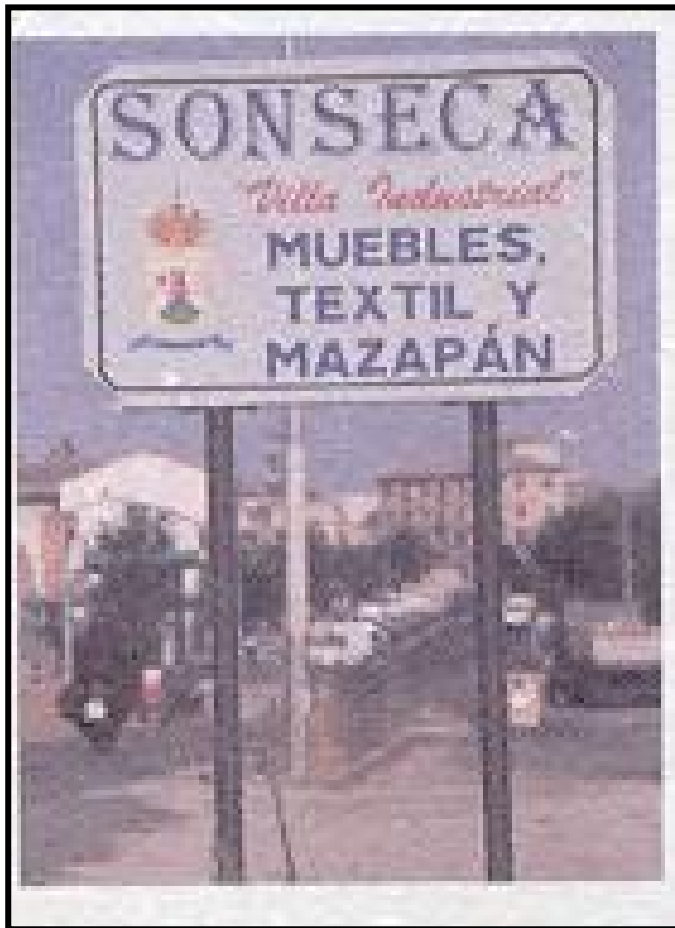


Foto 1. Cartel de entrada al centro urbano de Sonseca



Foto 2. Folleto turístico de Sonseca



Foto 3. Escudo de Sonseca

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: SONSECA	
Localización	Provincia de Toledo, comarca de La Mancha	
	Al sur de la capital, entre las comarcas de la Mesa de Ocaña y los Montes de Toledo	
	Carretera N-401 Empresas situadas en las carreteras hacia municipios los contiguos	
Población	% Crecimiento (1981-1998): 19,57 %	
	2001: 9.790 (6% paquistaníes aproximadamente)	
	Municipio rural grande, centro de municipios circundantes	
Origen de la industrialización	Siglo XVII: Textil (larga tradición, "Manresa castellana")	
	Siglo XIX: Mazapán (producto con mayor imagen tradicional del territorio)	
	Mediados siglo XX: Mueble. Años 50 (Antonio Moraleda). Dinamismo desde los años 70	
Especialización sectorial	SPL diversificado	66 empresas de mueble castellano-rústico de madera maciza (cocina, baño, comedores, sillas, juvenil)
		77 empresas de género de punto (infantil, mujer)
		4 empresas de turrón-mazapán (2 muy grandes)
		Faltan empresas auxiliares, sobre todo del género de punto y el mazapán.
Tamaño establecimientos	PYMES, varias de más de 100 trabajadores	
	Grandes naves, almacenes en las afueras del municipio	
Empleo	Bajos salarios, pero escasa conflictividad laboral	
	Existencia de abundante mano de obra paquistaní en el sector textil	
	Estacional en turrón-mazapán	
	Especialización sectorial por género: predominio de hombre en el sector del mueble.	
Procedencia de insumos (proveedores)	Toda España (mueble)	
	Cataluña, Madrid, España (textil)	
	Andalucía (mazapán)	
Mercados	Madrid (grandes cadenas comerciales)	
	Feria del Mueble Local	
	Exportación: muebles (Alemania, sin marca) y turrón (toda Europa)	
Servicios externos	Toledo, propio municipio y Madrid	
Relaciones interempresariales	Red local-regional importante	
	Proyecto común de las empresas del mueble (etiqueta conjunta). Asociación.	
	Subcontratación de tareas de acabado en l mueble y el textil.	
Innovaciones	Alta tecnología en maquinaria textil	
	Nuevos productos y exigente control de calidad en turrón-mazapán	
	Organización innovadora en el sector del mueble	
Agentes	Locales: AEMSYC y Ayuntamiento (Agencia de Desarrollo Local)	
	Regionales: FECMES, FEDETO y Centro Tecnológico de la Madera.	
Observaciones	El subsector del mueble convierte al municipio en un MI en pleno desarrollo	
	Falta suelo industrial, proyecto en marcha de polígono industrial	
	Falta unidad técnica local del Centro Tecnológico de la Madera	
	SPL diversificado muy consolidado, pero con falta de empresas auxiliares	
	Buena oferta de empleo (falta de mano de obra especializada)	

Elaboración propia.

Ficha resumen 1. El sector del mueble en Sonseca

recoge toda la información conseguida.

1. LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL EN RETROSPECTIVA: HISTORIA DE UN PUEBLO, HISTORIA DE SUS ACTIVIDADES.

Para poder integrar el caso de Sonseca en el contexto teórico que hemos dibujado, es necesario conocer la historia de su actividad industrial, es decir, el proceso de creación del *milieu* económico, social y cultural sobre el que se apoya su industria actual, y que refleja los flujos de información y de saber hacer a lo largo de la historia del municipio. El análisis de los orígenes y la evolución del proceso industrializador del municipio muestran cómo la tradición manufacturera y el saber hacer cabalgan entre la historia lejana del sector textil y los dulces, y relativamente reciente del mueble, por lo que es fundamental conocer la actividad industrial del municipio en retrospectiva para poder realizar su interpretación y dinamismo actual.

1.1. La larga tradición de la actividad textil y la fabricación de dulces.

Pocos pueblos conocen mejor que Sonseca su historia, e incluso su proceso industrializador a través de los siglos, gracias a la obra publicada por Manuel Ballesteros Peces en 1994, fruto de más de 46 años de investigación sobre todos los documentos archivísticos del lugar. Según las investigaciones de este autor, el proceso industrializador de Sonseca se remonta a principios del siglo XVII, cuando ya se fabricaban en el lugar géneros textiles, cuya producción fue mejorando y perfeccionando gracias a la experiencia que los maestros del oficio fueron adquiriendo día a día en su trabajo. Por aquel entonces los tejedores, cardadores y tundidores constituían el 34% de la población activa del pueblo. En 1717, cuatro fabricantes y maestros en el oficio de la villa redactaron ya sus ordenanzas sobre la forma como se deberían trabajar los paños y el funcionamiento de los talleres textiles, para evitar la arbitrariedad y luchar contra la competencia de otros pueblos. Según el censo de Floridablanca, en 1768 existían 133 fabricantes de tejidos de lana, y la población del municipio ascendía a 2.679 habitantes. La mentalidad profesional de sus empresarios y su gran celo han conseguido que esta actividad prevalezca hasta hoy, adaptándose y reconvirtiéndose según las exigencias del mercado. Actualmente existen más de 80 pequeñas y medianas empresas de géneros de punto (en torno a 100 contando con los pequeños talleres), siendo muy importante dentro del mercado nacional su venta directa mediante representantes y a grandes almacenes. En representación de esta industria pionera que prosperó en Sonseca hace varios siglos, el escudo actual del municipio incluye tres madejas de gules puestas en palo y una leyenda dice "Con el hilo hice camino" (véase la foto).

Pero no sólo la actividad textil tiene una larga tradición en el municipio, pues en Sonseca han existido desde finales del siglo XIX industrias de confitería, e incluso varias de chocolate, si bien es el mazapán el que ha dado fama internacional al municipio. Ya en 1924 el *Castellano Gráfico* decía: "Los hilados, los paños y el mazapán de Sonseca son famosos en todos los mercados". En la actualidad cuenta con cuatro empresas de mazapán, siendo dos de ellas muy importantes a nivel nacional (Donaire y Delaviuda)¹.

¹Debido a la imposibilidad de aplicarles la encuesta por haber realizado el trabajo de campo en el mes de diciembre (Navidades), y a que son empresas muy grandes e independientes (que no responden a las características señaladas de SPL), se dedica un epígrafe aparte a las características del sector del turrón-mazapán basado en la información conseguida sobre el sector a través de Internet.

1.2. La rápida creación de la tradición del mueble.

La actividad industrial con renombre de Sonseca no se limita al textil y los dulces, pues gracias a su espíritu empresarial ha conseguido forjar en menos de un siglo una floreciente tradición del mueble que iguala, si no supera, a la de las otras actividades que se desarrollan en el municipio. Además, la actividad del mueble es la que más refleja la idea de medio innovador, y surge, por supuesto, en ese "milieu" forjado a través de la historia, de su cultura y del espíritu empresarial de sus gentes. En Sonseca, como en otros muchos pueblos toledanos, la tradición artesanal de la madera ha pasado de generación en generación. En los años veinte ya surgieron algunos intentos de industrialización y ampliación del ámbito comercial. En la prensa de la Capital Imperial, que calificaba a Sonseca de ser "la Manresa castellana", don Manuel Moraleda (personaje conocido y elogiado por todos hoy en día) insertaba una página publicitaria ofreciendo su taller electro-mecánico de carpintería y ebanistería; pero fue su hijo Antonio quien dio el gran salto en la industria artesanal del mueble comenzando por reparar y reproducir modelos antiguos castellanos, a los que va dando su estilo personal, fruto de una elaborada investigación en diseño, maderas, barnices, etc. Con la presentación de su catálogo-mostrario en una exposición de artesanía de Chicago, consiguió tal cartera de pedidos que se puede considerar este hecho como el origen de una nueva época en la industria artesana del mueble en Sonseca y su comarca. Abrió el mercado americano y europeo para él y para los numerosos discípulos que decidieron independizarse y crear sus propios talleres.

Hoy en día, Sonseca cuenta con cerca de 70 pequeñas y medianas empresas (en torno a 80 contando con los pequeños talleres) de fabricación de mueble en madera maciza y de todos los estilos, siendo su principal mercado el nacional y europeo, principalmente el alemán. La mayoría de los empresarios y trabajadores actuales aprendieron en la fábrica de Antonio Moraleda (que aún pervive) y en otras dos muy grandes que se crearon con los primeros discípulos: Viriato, que hace algunos años cerró, y Muebles Ruedas, que ha pervivido hasta hace unos años, cuando sufrió un incendio. En 1.993 se creó AEMSYC (Asociación Empresarial del Mueble de Sonseca y Comarca), que ha conseguido dar un fuerte impulso al sector en la zona, organizando una feria anual del Mueble en el municipio y poniendo en marcha un proyecto de comercialización conjunta; se puede considerar el agente clave de la red de innovación.

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL ACTUAL.

Partiendo del conocimiento del origen del proceso de industrialización del municipio, la aplicación de técnicas cualitativas de investigación nos ha llevado a destacar las siguientes características del sector industrial actual de Sonseca.

2.1. Diversidad y dinamismo entre la tradición y la modernidad.

El resultado de este proceso se refleja hoy en día en la diversificación y el dinamismo de la actividad industrial del municipio, que se nos recuerda nada más entrar en el municipio en un gran cartel que dice: “*Sonseca, villa industrial: mueble, textil y mazapán*”. Y en este contexto, sin olvidar la tradición, los sonsecanos han apostado decididamente por la modernidad (lo antiguo coexiste con lo moderno y la adaptación no parece plantear problemas), y el dinamismo de su actividad ha permitido la evolución demográfica positiva constante que ya hemos señalado. Se trata de una industria endógena que ha sabido adaptarse a la nueva coyuntura económica y a la globalización. Sin embargo, hay que destacar que entre los sectores no existen relaciones, tan sólo el compartir los servicios locales (asesorías, empresas de transporte,...).

Según fuentes directas del Ayuntamiento, hay en el municipio 66 empresas del mueble y 88 empresas textiles, y el principal problema actual es la falta de suelo público para la construcción de un polígono industrial. Esto ha obligado a las empresas a instalarse en terrenos de los municipios circundantes (Ajofrín, Orgaz, Mazarambroz), a pesar de sentirse vinculadas a Sonseca, con los consiguientes problemas de urbanización de las áreas ocupadas. En la actualidad el Ayuntamiento está en espera de aprobación de un expediente de segregación del municipio de Orgaz (el tercer expediente de segregación a lo largo de la historia: años cincuenta, setenta y finales de los noventa), para conseguir terrenos públicos y construir un polígono dejando un margen espacial de seguridad desde el casco urbano (ya existe incluso un listado creado en 1994, en el que se recogen 88 empresas que estarían dispuestas a trasladarse al nuevo polígono). Por tanto, la localización actual de las empresas dentro del municipio es totalmente dispersa y se extiende a lo largo de las principales vías de acceso al municipio y en el centro urbano (las más antiguas).

Pero la diversidad industrial de Sonseca no es únicamente sectorial, sino también desde el punto de vista empresarial. La estructura de las empresas que existen en el municipio es muy variada, pues podemos encontrar desde microempresas a empresas medias, es decir, existen grandes empresas integradas como las dedicadas al mazapán, junto a pequeños talleres que realizan labores especializadas mediante la sucontratación, si bien es cierto que en general predomina la pequeña y mediana empresa. Entre los sectores se puede establecer una jerarquía según el tamaño medio de la empresa, siendo de mayor a menor el mazapán, el textil y el mueble.

Los tres sectores en los que se basa la economía de Sonseca son muy diferentes en cuanto a las materias primas que utilizan, y en cuanto a sus procedencias, además de fabricar productos que varían en volumen o diseño de forma estacional. Por otro lado, difieren considerablemente en cuanto a la marca propia, pues mientras que en unos casos son marcas muy conocidas (el caso de los mazapanes Donaire o Delaviuda), en otros los productos no llevan ni siquiera el nombre ni la procedencia del fabricante (el caso de los muebles que se exportan a Alemania). Y en lo que se refiere a los proveedores, se observa una gran diferencia en cuanto a la existencia en el municipio de empresas auxiliares tan sólo del sector de mueble (barnices, herrajes, ...), a pesar de que por ejemplo en el sector textil los empresarios demandan empresas de botones, lanas, etc.

En cuanto a los mercados en los que venden sus productos, existen diferencias considerables, pues mientras el sector del mueble exporta a Alemania gran parte de la producción, el sector textil vende sus productos a grandes cadenas comerciales

nacionales en su mayoría con sede en Madrid, y el mazapán vende en España principalmente.

Los diferentes productos elaborados tienen su reflejo en el tipo de plantillas de las empresas, pues mientras en unos casos predominan las mujeres (textil), en otros son exclusivamente hombres los que realizan las diferentes tareas (mueble, a excepción de la oficina), y mientras en unos casos la mayoría de los trabajadores son fijos, en otros existen grandes variaciones en el número de empleados eventuales, sobre todo en función de la estación del año (por ejemplo, antes de Navidad en el caso del mazapán).

Si bien se ha observado, como ya se ha señalado, que la mayoría de los empresarios pertenece a alguna asociación local o regional, tan sólo en el caso del mueble existe una asociación sectorial local, que se ha convertido en el motor de desarrollo de Sonseca hacia un medio innovador como se define en la bibliografía sobre el tema. En el caso del sector textil, se adolece de una asociación de estas características pues, según fuentes del Ayuntamiento, tienen muchos problemas relacionados con la imitación de modelos. En cuanto al mazapán, las empresas son muy grandes y competitivas, y la competencia es enorme, por lo que es difícil que se pongan de acuerdo en crear una asociación local del sector.

Finalmente, el rasgo que en nuestra opinión marca la gran diferencia entre los sectores es la existencia tan sólo en el sector del mueble de un proyecto sectorial conjunto de innovación, que es el germen embrionario de Sonseca como medio innovador apoyado en un sistema de empresas especializadas en el mueble de calidad y empresas auxiliares.

Por tanto, como podemos considerar que la actividad del mueble va más lejos que el resto de los sectores de actividad de Sonseca y constituye un *sistema productivo local*, siendo la actividad que más se beneficia del entorno económico, social y cultural creado en la zona (a pesar de ser paradójicamente la actividad con menor tradición histórica), hemos decidido tratarla más en profundidad.

Pero por encima de la diversidad sectorial y empresarial, la actividad industrial de Sonseca presenta una serie de características homogéneas como industria basada en recursos endógenos (capital, mano de obra y saber hacer).

2.2. Una industria endógena que ha sabido adaptarse a la nueva coyuntura económica y a la globalización.

La actividad industrial que existe en el municipio de Sonseca se puede considerar como industria rural endógena o local, pues en todos los casos las empresas son iniciativas de empresarios que residen en el propio municipio y cuyo capital es familiar o de socios locales (en la mayoría de los casos emparentados), teniendo en general estudios primarios (excepto cuando los hijos de los empresarios fundadores se encargan ahora de la empresas, pudiendo llegar a tener estudios universitarios). A esto se añade que el lugar de residencia de los trabajadores es siempre Sonseca o bien los municipios circundantes de la comarca, y la insistencia generalizada de que la cualificación se adquiere fundamentalmente en el propio municipio y dentro de las propias empresas, pues son actividades que requieren experiencia y transmisión de saber hacer. Por otro lado, es una industria que utiliza todos los servicios disponibles en el lugar como son las

asesorías fiscales y las empresas de transporte (que aunque son nacionales tienen delegaciones en el propio municipio).

En la mayoría de los casos son empresas con un único establecimiento, en el que se realizan todas las tareas de almacenamiento, oficina y producción, teniendo siempre un local destinado a exposición al público o para los representantes (pues la mayoría de las ventas se realizan a mayoristas). Aunque en general están integradas todas las tareas, en numerosos casos subcontratan algunas labores especializadas y específicas dentro del propio municipio, y a su vez es frecuente que la misma empresa sea subcontratada por otra.

En todos los casos se realizan innovaciones anuales de producto y de proceso, pues se cambian los modelos cada temporada y se sustituyen las máquinas por otras nuevas y cada vez más modernas, destacando la automatización de alta tecnología de las empresas de género de punto. Y en cuanto a la innovación social e institucional, casi sin excepción los empresarios afirman pertenecer a alguna asociación, local o regional, empresarial o sectorial, entre las que destacan las ya mencionadas AEMSYC y FECMES, la Asociación Española de Turrónes y Mazapanes (TUMA), la Agrupación de empresarios de Género de Punto (con sede en Barcelona) y la Federación Empresarial Toledana (FEDETO), instituciones de las que reciben información y cursos de formación, además de integrarlas en redes de agentes institucionales.

Por último, en general son empresas dinámicas que han aumentado su plantilla en los últimos años y realizan inversiones anuales considerables en innovación (renovación de maquinaria y ampliación de naves sobre todo). Han sabido adaptarse perfectamente a los cambios de coyuntura y al mercado, existiendo una moderada competencia entre empresas de un mismo sector, ya que han tendido a especializarse en productos diversificados (muebles de baño, cocina, sillas, jerseys de niño, caballero, nuevos tipos de dulces navideños, ...).

Finalmente, parece importante señalar que junto a este dinamismo industrial, Sonseca se caracteriza en la provincia de Toledo por el elevado número de asociaciones culturales de todo tipo (música, teatro,...) que existen en el municipio, y que ponen de manifiesto el carácter dinámico y emprendedor de la población local que se refleja en todos los aspectos de la vida económica.

3. EL ANÁLISIS SECTORIAL: TRES SECTORES Y TRES TIPOS DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

Una vez analizadas la diversidad y puntos de homogeneidad entre los diferentes sectores de la industria local, es necesario llevar a cabo un estudio detallado de cada tipo de actividad.

3.1. El sector del mueble de madera.

Las 12 encuestas realizadas en el municipio (2 de acabado, 4 de muebles auxiliares, 1 de baño y el resto de fabricación de muebles en general) entre las casi setenta empresas del sector, nos muestran que su estructura empresarial se caracteriza por pequeñas y medianas empresas (de 7 a 150 trabajadores) especializadas en una amplia gama de productos dentro de la categoría de mueble de madera (muebles de

salón, comedor, baño, cocina, juveniles y auxiliares, como sillas, librerías, aparadores, vitrinas, etc). En general son empresas muy estables, cuyo empresario reside en el propio municipio, que han visto crecer su número y el número de trabajadores a lo largo de los años, lo que pone de manifiesto el dinamismo positivo de la actividad en el municipio en las últimas décadas. El análisis de las fechas de creación de las empresas encuestadas muestra un goteo continuo desde 1960, sin observarse una concentración destacable en ninguna de las décadas. En numerosos casos, las empresas tenían en un principio sus instalaciones en el centro urbano, pero poco a poco se han ido desplazando a la periferia del municipio siguiendo las vías de comunicación, en busca de más espacio para ampliar las naves. Dada la falta de suelo público municipal y la inexistencia de polígonos industriales, muchas empresas se encuentran localizadas actualmente en terrenos de los municipios circundantes (Ajofrín, Orgaz, Mazarambroz), y aunque pagan el IAE en dichos municipios, se sienten totalmente vinculadas a Sonseca, a cuyo Ayuntamiento reclaman suelo industrial.

En cuanto a la forma jurídica de las empresas, pertenecen casi en su totalidad a la modalidad de la economía social, es decir, son sociedades limitadas o sociedades anónimas laborales. Son empresas que fabrican bienes de consumo final, teniendo sus proveedores de materias primas fundamentalmente en el norte tanto nacional como europeo (Suecia, Rusia o Francia, sobre todo). En numerosos casos se subcontratan algunas tareas de la elaboración como el acabado de los muebles (lijado, pintura, barnizado, tapizado, talla, etc), bien a talleres pequeños o a domicilio en el propio municipio o en la comarca, o bien a empresas especializadas existentes dentro del propio municipio. Pero, a su vez, numerosas empresas son subcontratadas por otras existentes en el municipio o en las grandes ciudades (Madrid y Barcelona, sobre todo), realizando productos por encargo, o bien por grandes clientes extranjeros (destacan tres grandes mayoristas alemanes). Esto provoca que la mitad de las empresas analizadas no vendan sus productos con marca propia, sino que venden el 100% de su producción sin etiqueta ni identificación de procedencia (lo que se denomina "mueble en blanco").

En cuanto a la plantilla laboral, en general son trabajadores que adquieren la formación en la propia empresa, y aunque se fomenta la flexibilidad en el puesto de trabajo, predomina la especialización en las diferentes tareas de elaboración del producto. El lugar de residencia de los trabajadores es Sonseca en su mayoría, aunque también es importante la mano de obra que llega de otros municipios circundantes de la comarca. En general los empresarios señalan la falta de mano de obra especializada en el municipio, siendo los trabajadores en su totalidad hombres, existiendo únicamente algunas mujeres en las oficinas de las empresas.

En lo referente a los mercados de venta, son principalmente mayoristas con sede en Alemania, aunque también se vende a minoristas o particulares, sobre todo en las ferias anuales del mueble celebradas en el propio municipio, e incluso a alguna gran cadena comercial radicada en Madrid (como El Corte Inglés). La facturación anual de las empresas es considerablemente alta, teniendo en cuenta que son pequeñas y mediana empresas, llegando a superar en la mayoría de los casos los 100 millones de pesetas, y alcanzando a veces los 1.000 millones de facturación. Esto obliga a las empresas a contratar servicios externos de todo tipo, desde asesorías jurídicas y contabilidad, publicidad (catálogos), agencias de transporte, mantenimiento de maquinaria, control de calidad, etc, recurriendo a empresas de servicios de Sonseca, Toledo y Madrid, principalmente. En este contexto, varias agencias de transporte de ámbito nacional tienen

sucursal en el municipio, y se han organizado para compartir los viajes entre varias empresas; en cuanto al control de calidad en el caso del mueble, los empresarios reclaman que se instale en el municipio una sucursal del centro tecnológico de la madera que tiene su sede en Toledo.

En cuanto a las innovaciones llevadas a cabo en los últimos años, destacan las realizadas en el proceso de fabricación, mediante la incorporación de máquinas de control numérico para cortar la madera según el diseño establecido, que han permitido una mayor rapidez y productividad, elementos fundamentales que muestran el dinamismo del sector. En lo referente a las innovaciones de producto, se constata una renovación anual de los catálogos, integrando las tendencias de los diseños de las ferias anuales a las que asisten y en las que participan. Los controles de calidad todavía no están generalizados, pero sí se han detectado algunos casos requeridos por el propio cliente. En general las innovaciones incorporadas responden a la búsqueda de una mayor competitividad y rapidez de la producción por exigencia del mercado, y a un intento de mejorar la producción en todos sus sentidos. Las inversiones realizadas en los últimos 3 años han sido variables, pero sorprenden las elevadas cifras declaradas por algunas empresas que llegan a superar los 100 millones de pesetas. En numerosos casos han recibido ayudas de la Comunidad Autónoma, no sólo monetaria sino también de formación, mediante cursos organizados por el INEM, FORCEM o las asociaciones sectoriales o regionales. En todos los casos las empresas forman parte de alguna asociación, destacando FEDETO (Federación de Empresarios de Toledo), AEMSYC (Asociación de Empresarios del Mueble de Sonseca y Comarca) y FECMES (Federación de Empresas de Castilla-La Mancha de Economía Social), que les proporcionan asesoría, información y cursos fundamentalmente.

Por tanto, la colaboración interempresarial es notable en este sector, existiendo relaciones verticales con las empresas proveedoras de materias primas (madera, aglomerado) y productos semielaborados (herrajes, cristales), flujos de subcontratación con las empresas de acabado (lijado, pintura, barnizado, tapizado), y relaciones de apoyo logístico y asesoramiento financiero con las empresas de servicios (transporte, asesorías, bancos). Además, AEMSYC agrupa a la mayoría de las empresas del sector y ha puesto en marcha un proyecto común de comercialización conjunta y de imagen de marca del mueble de Sonseca. La relevancia de la red de innovación generada en torno a este SPL nos llevará a analizarla en profundidad más adelante.

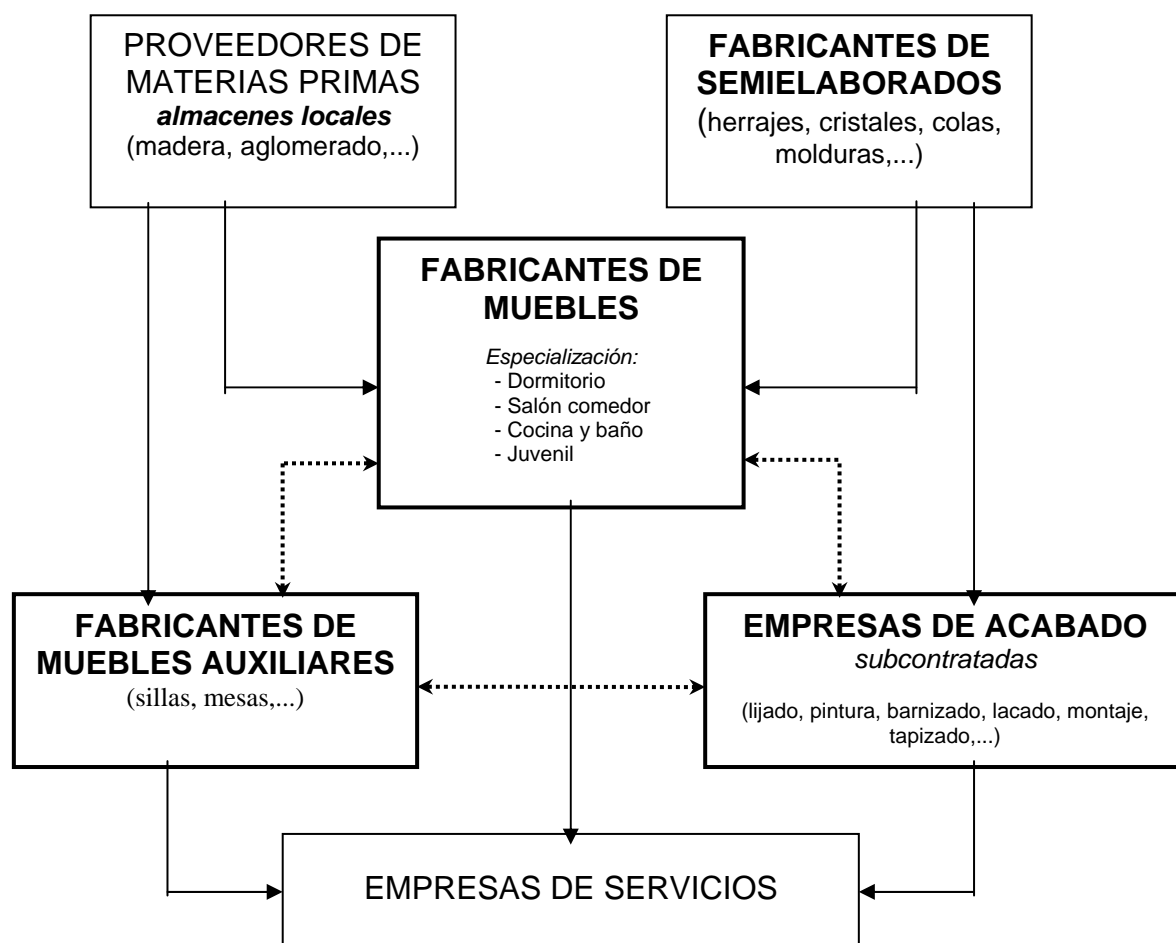


Diagrama 4. El SPL de la industria del mueble y auxiliares en Sonseca.

3.2. El género de punto.

Las 8 encuestas realizadas en este sector (todas de fabricación de géneros de punto, pues no existe ninguna empresa de semielaborados ni auxiliar, a excepción de los pequeños talleres que subcontratan algunas empresas para la confección de las prendas) nos muestran que la estructura empresarial de la fabricación de géneros de punto de Sonseca se caracteriza por una gran variedad, existiendo desde pequeños talleres de acabado a empresas medias de hasta 150 trabajadores. Por otro lado, se observa una cierta subespecialización en tres nichos principales: prendas de punto de señora, chaquetas y jerseys de caballero, y ropa de niño. En general son empresas muy estables, cuyo empresario reside en el propio municipio, y en algunos casos son empresas con una larga tradición (algunas empresas data de principios del siglo XX), señalando varios

empresarios haber recogido la tradición de sus abuelos. Como consecuencia de la antigüedad en las fechas de creación de las empresas de este sector, la mayoría se encuentran situadas en el centro urbano, o por lo menos mantienen en él las oficinas, habiendo desplazado a la periferia del municipio las nuevas instalaciones, en busca de más espacio para producción y almacenamiento. En cuanto a la forma jurídica de las empresas, al igual que en el caso del mueble pertenecen casi en su totalidad a la modalidad de la economía social.

Se trata de empresas que fabrican bienes de consumo final, teniendo sus proveedores de materias primas (lanas principalmente) por todo el país (en Cataluña y Valencia sobre todo), e incluso en el extranjero (Italia fundamentalmente), pero con una mayor integración de la producción que en el caso del mueble, con una débil externalización de tareas. Únicamente en las fases finales de la producción, se subcontratan algunas tareas muy específicas de acabado como la confección de las prendas (montaje, cremalleras, botones, ...), a talleres pequeños o a domicilio, en el propio municipio o en la comarca.

En lo referente a los mercados de venta, sus clientes son principalmente mayoristas con sede en Madrid (destacan las grandes cadenas comerciales como El Corte Inglés, Hipercor, Carrefour, CyA, Springfield y Mayoral), aunque también se vende a minoristas o particulares a través de representantes. La facturación anual de las empresas es considerablemente alta si se tiene en cuenta que se trata de pequeñas y medianas empresas, llegando a superar en la mayoría de los casos los 100 millones de pesetas, alcanzando incluso a veces los 1.000 millones. Ante este volumen de facturación, las empresas tienen que contratar servicios externos de todo tipo, desde asesorías jurídicas y contabilidad, publicidad (catálogos), agencias de transporte, mantenimiento de maquinaria, control de calidad, etc., recurriendo a empresas de servicios de Sonseca, Toledo y Madrid, principalmente.

En cuanto a las innovaciones llevadas a cabo en los últimos años, destacan las realizadas en el proceso de fabricación, mediante la incorporación de máquinas de control numérico de alta tecnología (manejadas sobre todo por hombres), que han permitido una mayor productividad. En lo referente a las innovaciones de producto, se constata una renovación constante estacional de los catálogos, adaptándolos a las temporadas y a la moda, integrando las tendencias de los diseños de los desfiles anuales a los que asisten. Los controles de calidad todavía no están generalizados, pero sí se han detectado algunos casos requeridos por el propio cliente, si bien suele limitarse a un reconocimiento visual de las prendas fabricadas. En ningún caso se menciona la utilización de los servicios de un centro tecnológico. Las inversiones realizadas en los últimos años han sido variables, pero sorprenden las elevadas cifras declaradas por algunas empresas que llegan a superar los 500 millones de pesetas, fundamentalmente para compra de maquinaria y ampliación de naves. Para ello, en numerosos casos han recibido importantes ayudas europeas y de la Comunidad Autónoma.

En cuanto a la plantilla laboral, destaca la existencia de numerosos trabajadores eventuales y de abundante mano de obra femenina, si bien el hecho que más destaca es la existencia de numerosos inmigrantes paquistaníes en las empresas (fundamentalmente

hombres), que trabajan como tejedores². En general los trabajadores adquieren la formación en la propia empresa, y aunque se fomenta la flexibilidad en el puesto de trabajo, predomina la especialización en las diferentes tareas de elaboración del producto. El lugar de residencia de los trabajadores es Sonseca en su mayoría, aunque también es importante la mano de obra que llega de otros municipios circundantes de la comarca (que algunas empresas llega al 50% de la plantilla).

Finalmente, hay que destacar que la colaboración interempresarial local en este sector es nula, pues a pesar de la cantidad de empresas dedicadas a la misma actividad no existe una asociación sectorial local, y su única vinculación se realiza a través de su pertenencia a la Federación Empresarial Toledana (FEDETO), y en algunos casos a la Agrupación de Empresarios del Género de Punto (con sede en Barcelona).

Por tanto, en el caso de este sector tan sólo se puede hablar de la existencia de un área de especialización en género de punto en Sonseca, sin que existan relaciones interempresariales e institucionales locales en torno a esta actividad industrial, ni tampoco empresas de productos semielaborados (botones, cremalleras, hilaturas,...) ni auxiliares.

3.3. La fabricación de mazapanes.

La fabricación de dulces navideños en el municipio muestra una estrategia de grandes empresas independientes basadas en la imagen de un producto muy tradicional en España, y muy relacionado con Alicante (zona en la que han comprado algunas empresas del sector como El Almendro y La Bruja). En el municipio existen 4 empresas de fabricación de este tipo de producto, dos de ellas de gran fama a escala nacional: Delaviuda y Donaire. Si bien el producto tiene una larga tradición en la zona, la estrategia de las empresas siempre ha sido la competencia de forma independiente, y en los últimos años se ha dado un gran impulso a los procesos de innovación de todo tipo, siendo la combinación de tradición e innovación la clave del auge actual del sector.

Todos los representantes de esta rama de actividad defienden la importancia que para ellos tiene mantener la tradición en la elaboración del producto, lo que no significa renunciar a la innovación. Por tanto, las novedades no suelen afectar a la elaboración del producto, sino a otros procesos como la diversificación (diseño de nuevos tipos de dulces), la presentación (fundamentalmente el envasado), el control de calidad, y la publicidad e imagen. El estancamiento registrado por las ventas de turrone y mazapanes han convertido a los mercados exteriores en la gran esperanza de la industria. Según datos de la asociación sectorial nacional (TUMA), el 85% de las ventas se concentran en las fiestas navideñas, por lo que es habitual recurrir a abundante mano de obra eventual en los períodos previos a estas fechas.

Debido a la imposibilidad de realizar encuestas o entrevistas en las dos grandes empresas del municipio dedicadas a esta actividad, analizamos el caso de una de ellas a modo de ejemplo, utilizando como fuente la información recogida en la propia página web de la compañía: *“Delaviuda: la tradición de una familia”* (www.delaviuda.com).

² Según fuentes del Ayuntamiento, llegaron procedentes de las minas de Ponferrada en busca de empleo, y comenzaron a ocuparse de la máquinas tejedoras por la noche para no tener que paralarlas; con el tiempo, al ser considerados buenos trabajadores, se han ido instalando cada vez más familias, representando hoy en día aproximadamente el 6% de la población.

La historia de Delaviuda arranca de 1.927 de la mano de D. Manuel López Ruiz, un productor artesanal de mazapanes y dulces afincado en Sonseca, que creó una pequeña fábrica que pronto comenzó a ser famosa por alta calidad de sus productos. El negocio continúa siendo desde esta fecha una empresa familiar, en la que ya interviene la tercera generación, si bien la tecnología y la modernidad han hecho acto de presencia para seguir ofreciendo calidad y tradición.

En 1.939 muere D. Manuel, y es su viuda, Doña María Rojas, quien se responsabiliza de la dirección del negocio. La fama de sus productos hace que comience a denominarlos “los de la viuda”, hasta que finalmente el negocio adoptó el nombre de “Viuda de Manuel López” e incrementando la gama de producto con los turronec y otros dulces típicos de Navidad. Comienza así una etapa de expansión en la que las marcas de turronec “La Abeja” y los famosos mazapanes “Viuda de Manuel López” comienzan a ser conocidos y degustados por todo el territorio nacional. En 1.973 el volumen de negocio, el conocimiento y aprecio de sus productos por los consumidores, convierte a la empresa en una compañía de dulces de Navidad a escala nacional. Poco después se unifican todos los productos bajo una sola marca, Delaviuda, y el nombre de la empresa cambia a Mazapanes Delaviuda S. A. Este mismo año también marca el comienzo de la primera campaña publicitaria con la nueva marca, fortaleciéndose su posición tanto con el consumidor como en los canales de distribución. A partir de entonces los procesos de innovación fueron constantes, orientados de forma cronológica hacia los siguientes tipos de innovaciones:

→ El control de calidad.

Desde que D. Alfredo López Rojas, hijo de los dueños fundadores y actual presidente, se hiciese cargo del negocio, se estableció como prioridad absoluta dotar a la empresa con una tecnología moderna de producción y un avanzado control de calidad, pero todo ello intentado conservar la calidad y el sabor de los productos. En 1.985 se unifica la imagen de todos los productos, adoptando una línea más corporativa que transmitiera los valores de alta calidad y garantía a todo el mercado.

→ La apertura de mercados exteriores.

En 1.988 se constituye una nueva empresa “DLV Internacional S.A.” dedicada a desarrollar la exportación, convirtiéndose Mazapanes Delaviuda S.A. en el líder del mercado en el competitivo segmento de dulces de Navidad. Y en 1.989, con el fin de poder estar próximo a los centros de decisión y poder aumentar la eficacia de su gestión, se establece en el centro de Madrid una oficina comercial y de marketing. En 1.990 se crea la primera filial de DLV Internacional S.A. en Portugal, y el nombre de la compañía vuelve a ser Delaviuda S.A., para reflejar con más exactitud la misión global de la empresa.

→ La renovación tecnológica.

Entre 1.991 y 1.992 la empresa experimentó la remodelación más importante desde su fundación, en la que se invirtieron 2.000 millones de pesetas en un proceso

de renovación tecnológica a partir del cual se triplicó la capacidad de producción.

→ La diversificación productiva.

Desde los inicios de los años noventa Delaviuda inicia una diversificación de su cartera de productos, y hoy la empresa comercializa además de los turrónes clásicos y productos derivados del mazapán, todo tipo de turrónes de chocolate y bombones. La mejora de los procesos, el continuo desarrollo de nuevos productos y la capacidad de servicio son, entre otras razones, los factores por los que la empresa ha mantenido el liderazgo del sector turrónero en los últimos años. La propia empresa cuenta con un departamento de I+D que integra un laboratorio de bromatología y una zona de diseño de nuevos productos.

Finalmente, en cuanto a la relación con agentes implicados en la fabricación de este tipo de productos, la empresa pertenece a la Asociación Española de Fabricantes de Turrónes y Mazapanes (TUMA), que reúne a las empresas más representativas del sector y representa al 68% de la producción nacional, con el objetivo de desarrollar cualquier acción común que ayude a mejorar el entorno en el que operan. Las empresas asociadas son 24 y entre ellas figuran tanto Delaviuda S.A. como Mazapanes Donaire S.L. La asociación sectorial contribuye a la mejora de la competitividad del sector en general mediante las siguientes funciones:

- Representando institucionalmente al sector y defendiendo sus intereses en todos aquellos lugares que sea necesario.
- Informando a los asociados de todas las novedades del entorno en el que operan.
- Favoreciendo el encuentro y el intercambio de experiencia entre los miembros.
- Desarrollando servicios para las empresas asociadas con el objetivo de mejorar su posición competitiva.
- Divulgando la existencia de las empresas asociadas y colaborando en la puesta en contacto de éstas con potenciales clientes.

En definitiva, las empresas de mazapanes que existen en el municipio no mantienen relaciones interempresariales entre sí, aunque se relacionan conjuntamente con otras grandes empresas del sector existentes fuera del territorio local (fundamentalmente en Alicante y en municipios circundantes), a través de la asociación sectorial nacional mencionada. Las estrategias son más de competencia de forma independiente que de colaboración. Por último, es importante señalar que existen excursiones organizadas por agencias de viajes extralocales para visitar las instalaciones de las fábricas de mazapanes durante todo el año.

Una vez analizados los tres sectores de actividad presentes en el municipio, nos centramos en el sector del mueble, por ser el que mejor responde a las características de SPL que ha generado una red de agentes sociales e institucionales locales y regionales,

que a su vez han puesto en marcha un proyecto innovador. Adelantándonos a la integración de este estudio de caso en el contexto teórico planteado (que se realizará en el capítulo dedicado específicamente a ello), dentro de la tipología de sistemas territoriales de producción planteado por Maillat y Kebir (1998), el sector del mueble responde a una lógica territorial con relaciones de intercambio en la zona, mientras que el género de punto y la fabricación de mazapanes responden a una lógica funcional basada en un saber hacer tradicional y en mano de obra barata, ambos locales, pero sin establecer relaciones interempresariales ni institucionales en la zona.

4. EL PROYECTO INNOVADOR DEL SECTOR DEL MUEBLE.

Dentro del sistema productivo local de Sonseca generado en torno a la actividad industrial de fabricación de muebles de madera, las sinergias positivas que se han creado entre los diferentes agentes sociales e institucionales que participan en el *milieu* han hecho posible la puesta en marcha de un proyecto conjunto de innovación, que refleja perfectamente la importancia de la organización en red para la generación y difusión de las iniciativas innovadoras. Como señalan Maillat, Quévit y Senn (1993), “toda red de innovación necesita la realización de un proyecto del que no es el único resultado” (p. 10).

4.1. La red de agentes de la cooperación local y regional.

Cuando se tiene conocimiento de un proyecto de estas características, es inevitable plantearse la siguiente pregunta: ¿cuál ha sido el motor de origen de todo el proceso?, es decir, ¿qué agentes lo han puesto en marcha relacionándose a través de una red de innovación?. En este sentido, los diferentes agentes locales y regionales que participan en la actividad del mueble de Sonseca, constituyendo una red de institucional de cooperación, son los siguientes: una asociación sectorial local (AEMSYC), dos asociaciones empresariales supralocales (FEDETO y FECMES), un centro tecnológico sectorial de ámbito, y las instituciones públicas local y regional.

- *AEMSYC (Asociación Empresarial del Mueble de Sonseca y Comarca).*

Fue creada en 1.993 por una iniciativa de cooperación de una serie de pequeñas empresas (33-34) fabricantes de mueble *en blanco* para exportar, y actualmente cuenta con 52 socios en toda la comarca (alrededor de 300 trabajadores). El objetivo de origen era presionar para la firma de un convenio que los sindicatos no defendían como ellos consideraban oportuno, pero posteriormente decidieron consolidar su unión en una asociación para realizar actividades en común y llegar a lograr comercializar por sí mismos, sin intermediarios, y conseguir crear una imagen de marca.

Las principales tareas o funciones que realiza actualmente la asociación son las siguientes:

- ➔ La organización de la Feria Anual del Mueble de Sonseca, de la que ya se han realizado 10 ediciones, en el pabellón deportivo del municipio.
- ➔ La publicidad de la feria en periódicos y televisión.
- ➔ El apoyo a las empresas para exponer en ferias fuera de Toledo.

- La organización de cursos de formación en colaboración con FECMES, a través del INEM y de FORCEM (Fundación para la Formación Continua). La asociación propone los cursos que cree que serán más apropiados, se realizan en el propio municipio y son impartidos por auténticos especialistas en la materia (talla, torno, carpintería, ebanistería, ...).

La Federación Empresarial de Economía Social (FECMES) es quien les ha asesorado en todas las actividades, gestionando en un principio la asociación, teniendo además el apoyo del Ayuntamiento. Disponen, en colaboración con esas dos instituciones, de una oficina de información empresarial gratuita (sólo se cobran los trámites de documentos, pero a menor precio que en una asesoría) para todo tipo de cuestiones: 2 veces por semana asiste en el propio municipio un asesor de Toledo. Actualmente disponen de un local en el nuevo edificio del Ayuntamiento.

- *FECMES (Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social).*

La Federación se creó en 1988, y cuenta actualmente con más de 2.000 empresas y alrededor de 20.000 trabajadores como potenciales beneficiarios de su actividad. Tiene 4 sedes, situadas en Toledo, Albacete, Ciudad Real y Puertollano (en total trabajan 40 personas fijas, y alrededor de 150 que van rotando para impartir cursos), contando además con puntos de información en los Ayuntamientos e instalaciones y mobiliario en numerosos municipios de la región: en Sonseca cuenta con 3 aulas de formación, 1 aula de informática bien dotada de equipos y 1 salón de actos. Es una organización de ámbito regional cuyos objetivos fundamentales pueden concretarse en la representación y defensa de los intereses de las empresas de Economía Social (cooperativas, sociedades anónimas laborales, sociedades limitadas laborales y, en general, todas aquellas empresas cuya propiedad corresponda total o parcialmente a los trabajadores), y en la prestación de cuantos servicios puedan contribuir al crecimiento y consolidación de las mismas. Sus medios de financiación son el apoyo de la Junta de Comunidades pero, sobre todo, las cuotas de los socios.

Los objetivos de la federación se pretenden desarrollar en cuatro planos distintos de apoyo a las empresas:

- Representación: facilitando el acceso de las empresas a los distintos cuerpos sociales y organismos de la Administración, desarrollando gestiones de interés común y asesorando sobre los caminos a seguir para la consecución de sus fines. Dentro de este mismo aspecto, la intervención en todos los foros donde sea necesario mostrar la realidad económica actual y desarrollar la misma dentro del tejido social de la comunidad.
- Promoción y desarrollo: de la realidad de las empresas de Economía Social, de sus posibilidades como instrumento de organización y creación de empleo. Esta acción va dirigida tanto a la Administración como a aquellos trabajadores que pudieran encontrar en este sistema organizativo una respuesta a sus necesidades.

-
- Asesoramiento: especialmente dirigido a las empresas asociadas que pretenden desarrollar las estructuras de apoyo a la gestión empresarial.
 - Servicios: a medio y largo plazo, como objetivo fundamental de interconexión y comunicación de datos, productos, servicios, así como de recursos humanos.

La clave de su éxito es que van directamente a las empresas a ofrecer sus servicios y tienen puntos de información en los Ayuntamientos, centrandos sus relaciones con las asociaciones empresariales. Además, envían sus revistas a todas las empresas de economía social de Castilla-La Mancha, aunque no sean socias. Según las palabras del gerente, pretenden ser "el departamento de I+D que las PYMES no pueden permitirse el lujo de tener dentro de la propia empresa". En cuestiones de calidad asesoran a las empresas y las envían al Centro Tecnológico de la Madera (a pesar de que no les gusta su política).

Según el gerente de la Federación, "en la actualidad, las necesidades de las empresas no pueden quedar reducidas al asesoramiento fiscal, laboral o contable. Al igual que las fronteras físicas entre países han sido superadas por los enormes avances de las telecomunicaciones, las empresas comprueban cotidianamente la urgencia de una renovación constante, de una permanente adaptación de nuevos procesos productivos, a nuevas formas de organización, a la aparición de nuevos competidores". Desde FECMES, y tratando de cumplir con el fin primero de servicio empresarial, se ha dispuesto de un grupo humano preparado, no sólo para atender problemas presentes, sino también para proponer actuaciones de futuro, aportando al empresario ideas e iniciativas que contribuyan al crecimiento del bienestar de las empresas de Economía Social. El cumplimiento de este objetivo orienta la labor desempeñada por cada uno de los 7 departamentos especializados con los que cuenta en la actualidad: Ingeniería y procesos, Marketing, Económico-Financiero, Diseño gráfico e industrial, Recursos Humanos, Jurídico-Laboral y Comunicación.

Finalmente, se puede destacar que esta institución ha puesto en marcha la segunda fase de la Red Pyme, que es un ambicioso proyecto que pretende integrar a las empresas de economía social de la región en una gran red telemática. A través de la conexión a esta red las empresas podrán acceder de una forma sencilla y económica a toda la información que resulta interesante para su actividad, así como beneficiarse cómodamente de los servicios de consultoría que FECMES ofrece vía Internet.

La relación de esta institución con AEMSYC es muy estrecha, hasta el punto de que el actual presidente de FECMES era el anterior presidente de AEMSYC, y precisamente el proyecto de la etiqueta conjunta del mueble de Sonseca ha sido el fruto de la cooperación intensa entre ambas instituciones.

- *La Federación Empresarial Toledana (FEDETO).*

La Federación Empresarial Toledana nació en 1977 para defender los intereses de los empresarios de la provincia de Toledo. La idea surgió de un grupo de 40 empresarios que estimaron la necesidad de agruparse y aspirar a la unidad del colectivo empresarial. FEDETO es una organización profesional de carácter empresarial, sin ánimo de lucro, que

defiende la iniciativa privada y el desarrollo socio-económico de la provincia. Entre la variedad de funciones que desarrolla la federación destaca su capacidad para representar a las empresas ante las instituciones y estamentos de las distintas administraciones públicas, así como la prestación de servicios técnicos que resuelvan los problemas derivados de la actividad empresarial. En la federación se integran 60 asociaciones, entre las que se encuentran las de fabricantes de calzado, madera, mazapanes y turrone, vinos, tejas y ladrillos, y comerciantes de muebles. Se encuentran delegaciones de la federación en Talavera de la Reina, Quintanar de la Orden, Torrijos, Sonseca, Villa de Don Fadrique, Ocaña e Illescas.

FEDETO cuenta con los siguientes departamentos o áreas de servicios: jurídico/laboral, prevención de riesgos laborales, medioambiente, urbanismo, fiscal, financiero, comercio exterior, innovación y calidad, y recursos humanos, además de existir un centro de formación en el que se imparte cursos periódicamente.

- El área de promoción de la innovación y la calidad se crea como respuesta a las necesidades de mejora de la calidad y el incremento de productividad, competitividad y posicionamiento en el mercado de las empresas de la provincia de Toledo. La labor de este departamento se centra en el fomento de la cultura de la innovación, informando a los empresarios de los temas relacionados con la Investigación y el Desarrollo Tecnológico, así como de las subvenciones existentes para su incorporación en la empresa, tanto a nivel autonómico (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha), nacional (Ministerio de Ciencia y Tecnología, CDTI) o europeo (Programa Marco). Ofrece además asesoramiento acerca de sistemas de garantía de la calidad, como Normas ISO 9000 y sobre las ayudas de la Junta de Comunidades para su implantación.
- La oficina de comercio exterior asesora e informa a las empresas sobre todos aquellos aspectos relativos a la exportación, ofreciendo listados de distribuciones, normativas específicas de cada país, requisitos de importación, inscripciones necesarias en los mercados internacionales, etc. Además realiza seminarios para acercar las empresas a los diversos mercados extranjeros, organizando delegaciones comerciales con grupos de empresarios.

Todas las empresas encuestadas pertenecen a esta asociación, de la que señalan utilizar principalmente los servicios de formación tanto para empresarios como para trabajadores, que valoran de forma muy positiva. Además, esta federación participa activamente en la puesta en marcha del proyecto de construcción de un polígono industrial mancomunado con el municipio vecino de Orgaz.

- El Centro Tecnológico de la Madera de Toledo.

Se creó en 1994 por iniciativa de la Asociación de Empresarios de la Madera de Castilla-La Mancha (AEMCM) e, incluido en el programa comunitario STRIDE, fue cofinanciado por la Consejería de Industria y Trabajo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, el Ministerio de Industria y Energía y la Comisión Europea. Está

ubicado en el Polígono Industrial Sta. M^a de Benquerencia de Toledo, y cuenta con una plantilla de 15 personas, 9 de ellas de personal técnico, además de varios colaboradores externos.

El Centro Tecnológico de la Madera es una entidad privada cuya gestión corre a cargo de la Asociación de Investigación de la Madera de Castilla-La Mancha (AIMCM), que cuenta con 23 empresas asociadas, además de la AEMCM que, como Socio Colectivo y Entidad Patronal Fundadora, representa a más de 300 empresas del Sector de la Madera y Mueble de la región, siendo estas dos asociaciones las que están afrontando las fuertes inversiones en equipamiento técnico requeridas por un centro de estas características.

Con la finalidad de abordar las carencias de este sector de modo eficaz y hacer frente a los cambios que se están produciendo en cuanto a fabricación, mercado (tendencias, nuevos materiales) y comercialización, la AEMCM desarrolla el proyecto de creación y puesta en marcha de un centro tecnológico capacitado para prestar servicios a las empresas del sector, tales como implantación y gestión integral de la calidad, organización de la producción, asesorías técnica y de mercado, formación e información sobre nuevos productos, procesos y métodos de gestión, fomento de la investigación cooperativa entre las empresas y homologación y certificación de los productos fabricados, concretándose todos estos aspectos en la creación del centro en cuestión en Toledo.

La AIMCM se constituyó en Asamblea General Constituyente celebrada en marzo de 1994, comenzando los trabajos del centro ese mismo año y atendiendo primeramente al subsector de puertas de madera, desde una Unidad Técnica establecida en Villacañas (Toledo) y acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) para la realización de ensayos de puertas (hojas y huecos) y tableros de partículas de fibras de densidad media. Posteriormente desde sus instalaciones en Toledo, operativas desde finales de 1995, ha ido cubriendo las necesidades de los demás subsectores (muebles, suelos de madera, molduras, etc), habiendo realizado en este tiempo estudios y proyectos de I+D destinados a solucionar los problemas técnicos con los que se encuentran los fabricantes del sector, así como a mejorar la tecnología de fabricación y la calidad del producto acabado.

El Centro Tecnológico de la Madera presta además servicios tales como implantación de calidad, organización de la producción, formación, información, diseño (CAD), medio ambiente, prevención de riesgos, contribuir a la transferencia de resultados de investigación, fomento de la investigación cooperativa entre las empresas y, en general, elevar su nivel tecnológico y su competitividad, constituyéndose así este centro en una eficaz herramienta a disposición de las empresas del sector de la madera y de otros sectores afines, como el de la construcción o el de la cerámica. Para el desarrollo de todas estas actividades se ha dotado al centro de los siguientes laboratorios, que están acreditados como Laboratorios Oficiales de Ensayo por ENAC, capaces por sí mismos de emitir acreditaciones de calidad:

- Laboratorios para la realización de ensayos físico-mecánicos para materia prima (colas, herrajes, madera, tableros de partículas de fibras de densidad media y tableros

derivados de la madera, laboratorios que incluyen la determinación del contenido y la emisión de formaldehído) de reacción y resistencia al fuego, de puertas (hojas y block).

- Laboratorio específico del mueble (hogar, cocina y baño), incluyendo los ensayos relativos al acabado de los muebles de madera, que son los servicios que más utilizan las empresas de Sonseca).
- Laboratorios de acústica para ensayos de aislamiento al ruido aéreo y de impacto, laboratorios de ventanas, laboratorio de acabados y laboratorio de microscopía óptica y electrónica (microanálisis), además de la infraestructura destinada a formación (aula y biblioteca), diseño, comercio exterior y sala de exposiciones, lo que ha llevado a este centro a figurar inscrito en el libro-registro de la Secretaría General del Plan I+D de Centros Españoles de Innovación y Tecnología (nº 14).

Asimismo, como complemento a las labores de investigación, el centro sirve de plataforma para el desarrollo y ensayo de prototipos de nuevos productos con determinadas cualidades físico-químicas mediante la firma de convenios de colaboración con universidades, como la de Córdoba o la Politécnica de Madrid, o con otras entidades nacionales y extranjeras dedicadas a la investigación.

El Centro Tecnológico de la Madera también pone a disposición de las empresas del sector un Departamento de Promoción, que ha contribuido al éxito comercial y de imagen alcanzado por las acciones colectivas promovidas por la AEMCM (a través de la iniciativa PYME) de creación y promoción de grupos, los empresarios del Parque de Toledo en las últimas ediciones de la Feria Internacional del Mueble de Madrid y Selección Exportación en las últimas ediciones de la Feria Internacional del Mueble de Valencia, y que han acrecentado notablemente el interés de los distribuidores y consumidores por el producto fabricado en Castilla-La Mancha.

En definitiva, el centro está estructurado en distintos departamentos que sirven de soporte a los laboratorios, desarrollando en común diferentes actividades (formativas, promocionales y de investigación) a todas aquellas empresas que soliciten sus servicios, abriendo sus puertas a colaboraciones externas y proyectos cuyos objetivos sean el avance y el progreso del sector empresarial. En cuanto al área de actuación de este centro, principalmente se centra en Castilla-La Mancha, aunque hasta la fecha también se han realizado diversos trabajos para distintas empresas del País Vasco, Cataluña, Andalucía y Canarias.

Sin embargo, a pesar de la potencialidad evidente de este centro, actualmente son pocas las empresas de Sonseca que utilizan sus servicios de forma habitual por considerar sus tarifas excesivamente caras para las pequeñas empresas, quedando reducidas sus relaciones a servicios esporádicos. Incluso la propia asociación sectorial (AEMSYC), que actualmente quiere poner en marcha un proyecto de certificación de calidad de los muebles fabricados en el lugar, ha decidido gestionarlo a través de empresas privadas de control de calidad extrarregionales y en colaboración con AENOR, sin tener en cuenta los servicios del Centro Tecnológico por no estar de acuerdo con su política de innovación para las pequeñas empresas.

-
- *Las instituciones públicas: Ayuntamiento y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.*

Dado que el municipio está declarado "villa industrial" de Castilla-La Mancha, el Ayuntamiento (con el apoyo de la Junta) promociona y apoya la actividad industrial local de forma intensa de varias formas, llevando a cabo las siguientes tareas a través de su Consejo Económico y Social y de la recientemente creada Agencia de Desarrollo Local:

- ➔ La difusión y promoción de la industria local en general mediante un vídeo divulgativo: "Sonseca entre la tradición y la modernidad", y la realización de vídeos específicos de cada actividad para emitir en televisiones locales.
- ➔ La creación de una página web del municipio y sus actividades.
- ➔ La contratación de publicidad variada para promocionar el municipio desde el punto de vista turístico y de sus productos industriales.
- ➔ La gestión del futuro proyecto de construcción de un polígono industrial mancomunado con el municipio de Orgaz.
- ➔ El apoyo público para la realización de cursos a través del INEM y del Fondo Social Europeo, para los que cede locales.
- ➔ La colaboración en la organización de la Feria del Mueble, tanto económicamente como poniendo a disposición de los organizadores un equipo humano para el montaje de la feria y la limpieza de los espacios.

Las relaciones entre AEMSYC y el Ayuntamiento son muy estrechas. Además de organizar anualmente la Feria del Mueble de Sonseca (que han conseguido que año tras año tenga más prestigio), actualmente colaboran de forma muy activa en varios proyectos de desarrollo tanto de la actividad industrial del mueble como del territorio en su conjunto:

- La puesta en marcha de la construcción del polígono industrial, para lo que han buscado la cooperación de FECMES y FEDETO. Por el momento ya están concedidos los terrenos y ahora se trabaja en la búsqueda de financiación por parte de la Junta de Castilla-La Mancha
- La preparación de módulos de formación de Enseñanza Secundaria adaptados a las necesidades de las empresas.
- La elaboración de un producto gráfico que fomente e impulse el turismo en la localidad en relación con sus actividades industriales.

Los flujos de relaciones que se establecen entre todos estos agentes implicados en la actividad de la fabricación de muebles se representan en el diagrama de la red de innovación del sector del mueble de Sonseca.

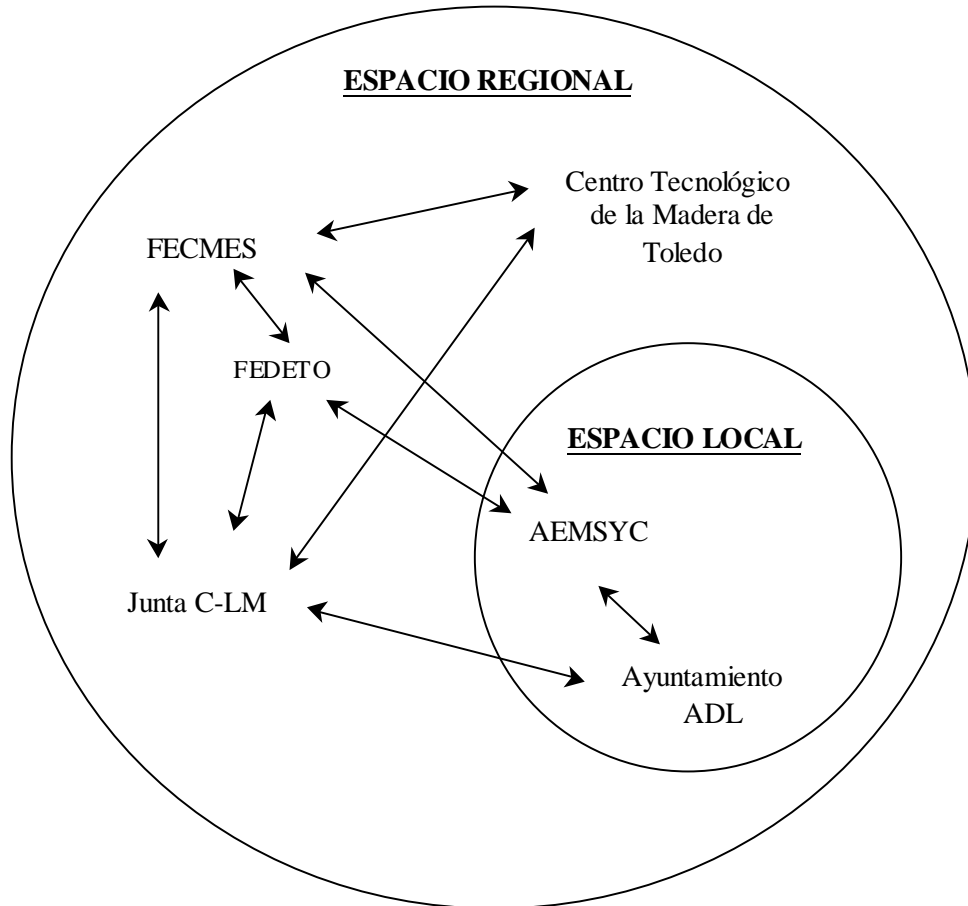


Diagrama 5. La red de la innovación en el sector del mueble de Sonseca

4.2. El proyecto de imagen de marca común³.

Hace algunos años un grupo de empresarios del mueble de Sonseca llegaron a la conclusión de que había 4 elementos que jugaban en su contra y ante los cuales decidieron adoptar la mejor táctica a su alcance: unirse para luchar en un frente común. Estos elementos que amenazan la buena marcha de este subsector de la madera son: la durísima competencia que existe en el mercado del mueble; el hecho de que la mayoría de las empresas sean pequeños productores; la dependencia que les vincula a distribuidores ajenos a ellos que, además, condicionan su producción; y, finalmente, la escasez de medios y de imagen comercial para lanzar sus propios productos. Como

³Información recogida a través de entrevistas con el presidente de AEMSYC y con el director gerente de FECMES, y a través del reportaje aparecido en el nº 5 de julio de 1998 de la revista *Esencia*, publicada por FECMES: "Muebles con denominación de origen: los fabricantes de Sonseca se preparan para vender bajo una imagen común".

acertadamente señala uno de los empresarios: "nosotros no exportamos el mueble a Alemania, sino que lamentablemente son los propios alemanes los que importan nuestros muebles". Ante esta evidencia, decidieron poner en marcha un proyecto común de innovación: crear una imagen común de marca, una denominación de origen, es decir, "una imagen nueva para un producto de siempre", para después llevar a cabo la comercialización (exportación) conjunta. El objetivo se centra en la creación de una imagen global que aglutine bajo el mismo nombre todas las características necesarias para la implantación de la nueva marca.

Como señala el gerente de FECMES, "la imagen nos transmite información, nos cuenta qué es y qué no es un producto, una empresa, una persona, una entidad, etc. No en vano vivimos en la era en la que, según algunos, una imagen vale más que mil palabras. Pero labrarse una buena imagen no es sencillo". El objetivo de la creación de la marca *Mueble de Sonseca* es unificar una propuesta de consumo que pueda ser más fácilmente mejorada e incrementada bajo intereses comunes de oferta y demanda. Por ello, y dado que la calidad en la producción actual del mueble en Sonseca es un hecho ya consolidado, el objetivo se centra en la creación de una imagen global que aglutine bajo el mismo nombre todas las características necesarias para la implantación de la nueva marca.

Hablar del mueble de este pueblo toledano es hablar de calidad, de elaboración artesanal, de madera maciza y de buen hacer, palabras todas ellas que a partir de ahora se verán condensadas en una imagen única con la que, con un sólo golpe de vista, se identificará el mueble de Sonseca. La Asociación de Empresas del Mueble de Sonseca y Comarca (AEMSYC) se ha puesto manos a la obra y ha emprendido una campaña de creación y difusión de su imagen. De esta forma, los muebles elaborados por los 60 fabricantes y 300 trabajadores que componen la asociación, tendrán un nombre común: *Mueble de Sonseca*: "Queremos que el *Mueble de Sonseca* sea sinónimo de mueble de madera maciza, de una alta calidad y fabricado de acuerdo con las técnicas tradicionales". comenta el presidente de AEMSYC. Para crear esta imagen han contado con la ayuda y el asesoramiento de la Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social (FECMES), que ha puesto a disposición de la asociación un equipo de personas que se encargarán de cada una de las fases de la campaña de imagen. Especialistas en recursos humanos, comunicación, diseño, marketing o derecho mercantil, por citar algunos, tienen una labor que desempeñar dentro del plan estratégico elaborado para los empresarios del mueble.

Pero crear un logotipo es sólo el primer paso (obsérvese en la foto que se ha intentado combinar la tradición y la modernidad, mediante la representación de la cabeza de una mujer de pueblo con pañuelo en un sentido y la representación de un capullo de flor en el inverso). Tras esta tarea, todo un proyecto y todo un equipo de personas se despliega para llevar a buen puerto las 11 actividades que componen la campaña (manual de identidad corporativa, catálogo, etiquetas, trípticos informativos,...). En cuanto a las normas de etiquetado, recientemente ha aparecido una ley que exige que los productos industriales cumplan unas estrictas reglas de presentación y publicidad. La norma exige que los productos lleven una etiqueta donde se ofrezca al consumidor la información más completa posible sobre las características y composición del mueble que está adquiriendo. En dicha etiqueta deben consignarse, sin omitir ni falsear ninguno, todos los datos necesarios con el fin de no dejar dudas sobre la verdadera naturaleza del producto ni inducir a confusión, debiendo advertir también de la posible peligrosidad del producto o

COMPOSICIÓN
ESTRUCTURA Y PARTES NO VISIBLES

MADERA ALISTONADA TABLÓN OTROS

TABLERO AGLOMERADO-PARTICULAS CONTRACHAPADO/LAMINADO
 FIBRAS DE DENSIDAD MEDIA FIBRAS DURAS - ESPESOR

PLÁSTICOS METACRILATO OTROS POLÍMEROS

PIEDRAS MÁRMOLES CERÁMICAS OTRAS ROCAS

METAL/Incoloro

MATERIALES PLÁSTICOS

VIDRIOS

RATÁN Y CAÑAS

TAPIZADOS PLUMAS ESPUMAS/Indicar densidad Coque Poluretano
 CARTÓN FIBRAS ACRÍLICAS MUELES/Tipo y grado

ACABADOS
 TINTE BARNIZ CERAS PINTURAS BAÑOS METÁLICOS OTROS

REVESTIMIENTOS
 CHAPAS NATURALES LÁMINA ACABADA DECORADA MELAMINAS ESTRATIFICADO
 PVC RESINAS CELULÓSICOS PLÁSTICOS OTROS

TAPIZADOS/textiles
 TELAS TEJIDAS TELAS CON PELO TEJIDOS CUBIERTOS PLÁSTICOS
 MICROFIBRAS TELAS FLOCADAS PIEL CURTIDA Animal de procedencia

OTROS

CÓDIGO DEL FABRICANTE N.I.F. DEL FABRICANTE

RAZÓN SOCIAL DEL VENDEDOR

DENOMINACIÓN PRODUCTO (Mesa, silla, armario, etc.)

DESCRIPCIÓN

MEDIDAS/cm LARGO FONDO ALTO

ATRIBUTOS
 DESEMPUNDABLE PLEGABLE EXTENSIBLE CONVERTIBLE
 HIDROFUGO IGNI-FUGO ERGONOMÍCO


PAÍS ORIGEN: España

NORMAS DE USO

MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA
No utilizar productos abrasivos. Antes de utilizar productos de limpieza leer detenidamente las instrucciones.
No desmontar ni trasladar el mobiliario, o no ser que se efectúe por profesionales.
No dar utilidad distinta para la que ha sido concebido el mobiliario.

ADVERTENCIAS Y SEGURIDAD
Mantener alejado de focos de luz, de calor y humedad.
No hacer directamente el mobiliario.
Evitar el contacto con productos químicos y/o cosméticos.
No colocar sobre el mueble pesos superiores a 30 Kg. por cm. cuadrado.
No colocar sobre el mobiliario materiales que desprendan calor.
Evitar el contacto directo de objetos duros y punzantes en las superficies del mueble (colocar protectores).
No adherir adhesivos o precintos, los acabados pueden ser dañados.

INSTALACIÓN
Este mueble debe ser instalado por personal especializado.

ATENCIÓN
Conservar esta etiqueta como garantía de compra.
Para cualquier información disponemos de un teléfono o su servicio (34) 925 22 09 28.

MUEBLE
SONSECA

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE MUEBLES DE SONSECA Y COMARCA
APARTADO DE CORREOS Nº 2
43000 SONSECA (TOLEDO)
ESPAÑA

P.V.P.



Foto 4. Etiqueta y logotipo del proyecto del mueble de Sonseca

de alguna de sus partes, y describir su calidad de acuerdo a unas normas específicas. Concretamente en los muebles, deberán indicarse claramente los siguientes aspectos: denominación, descripción, medidas y atributos, precio, composición de estructura y partes no visibles, así como acabados y revestimientos. Junto a todo esto deberán aparecer unas indicaciones sobre su mantenimiento y limpieza, además del CIF del fabricante.

La idea de unir intereses ya había sido asumida por los miembros de AEMSYC, pero está claro que la norma ha venido a dar un espaldarazo definitivo al proyecto. El logotipo, la etiqueta, el nombre de marca y el catálogo conjunto y los catálogos individuales son ya una realidad, pero todavía faltan algunos de los puntos mencionados por poner en marcha. Como una de las metas finales se pretende la creación de una tienda donde se comercializarán los muebles de Sonseca utilizando la figura comercial de la franquicia.

Junto a todas estas actividades, los mueblistas no olvidan la importancia de continuar y, si es posible, de incrementar su presencia, bajo una misma imagen, en las principales ferias nacionales del sector, como las de Valencia o Madrid. En la última edición de la Feria del Mueble de Sonseca ya fue presentada la nueva imagen de marca. En la actualidad ya aplican la etiqueta 18 empresas, para las que AEMSYC ha elaborado un catálogo conjunto del que se han editado 2.000 ejemplares para enviar a embajadas, comerciales y representantes internacionales y grandes empresas distribuidoras fundamentalmente de Alemania, Francia e Italia. La asociación se ha convertido así en una intermediaria en la apertura de mercados de las empresas, siendo el principal objetivo el desarrollo conjunto de la actividad industrial y del territorio. Sin la coordinación de todos los agentes que colaboran en la red de innovación el proyecto no hubiera sido posible.

5. CONCLUSIONES.

Los resultados finales de la investigación empírica se recogen en el siguiente cuadro, en el que se resumen las características principales de todas las actividades industriales que se realizan en el municipio

En definitiva, se deducen las siguientes ideas del análisis de la encuesta empresarial llevada a cabo en el municipio:

- ➔ En el proceso industrializador de Sonseca han confluído dos tipos de factores favorables: un contexto socio-estructural propicio, que ofrece oportunidades al crecimiento industrial; e iniciativas pioneras, capaces de materializar esas oportunidades potenciales. Todo ello ha propiciado un entorno económico, social y cultural favorable.
- ➔ La estructura empresarial de Sonseca nos permite hablar de la existencia de un sistema productivo local (en sentido amplio) multisectorial, especializado en tres ramas industriales maduras entre las que no existen interrelaciones (tan sólo compartir los servicios empresariales locales). Dentro de la tipología de SPL, mientras que el sector del mueble responde a las características de distrito industrial, el género de punto y la fabricación de dulces navideños se corresponden con simples áreas de especialización al no mantener relaciones interempresariales dentro del sector.

- Es una industria endógena que basada en capital familiar o de socios locales, en iniciativas de empresarios que residen en el propio municipio y en mano de obra local o comarcal, ha sabido adaptarse a la nueva coyuntura económica y a la globalización. Las empresas han sabido adaptarse perfectamente a los cambios de coyuntura y al mercado, existiendo una moderada competencia entre empresas de un mismo sector, ya que han tendido a especializarse en nichos específicos diversos (muebles de baño, cocina, sillas, jerseys de niño, caballero, nuevos productos navideños,...)
- Existen grandes potencialidades para la creación de redes de innovación, pues casi sin excepción los empresarios afirman pertenecer a alguna asociación, local o regional, empresarial o sectorial, participan en ferias relacionadas con los productos que fabrican y existe una gran conciencia de identidad y de transmisión del saber hacer y de las innovaciones. En el caso del mueble existe una asociación sectorial local, que se ha convertido en el motor de desarrollo de Sonseca hacia un medio innovador. En el caso del sector textil, se adolece de una asociación de estas características (que subsane problemas como la imitación de modelos), mientras que el gran tamaño y reducido número de las empresas del sector del mazapán se defiende con éxito integrando departamentos propios de I+D y participando en la asociación sectorial de escala nacional.

Por tanto, el rasgo que en nuestra opinión marca la gran diferencia entre los sectores es la existencia en el sector del mueble de un proyecto sectorial conjunto de innovación, que es el germen embrionario de Sonseca como medio innovador, apoyado en un *sistema productivo local* de empresas especializadas en el mueble de madera de calidad y empresas auxiliares a esta actividad. La industria local de este sector es la actividad que más se beneficia del entorno económico, social y cultural creado en la zona, a pesar de ser paradójicamente la actividad con menor tradición histórica en el municipio.

Finalmente, con el objetivo práctico de que la investigación tenga utilidad para la política industrial y de desarrollo local, hemos detectado las siguientes potencialidades y debilidades en el *milieu* y en la industria de Sonseca.

- Puntos fuertes:
 - Diversidad y dinamismo de la actividad industrial del municipio, integrada por tres sectores consolidados y en crecimiento que aseguran el desarrollo económico del territorio.
 - Tradición y modernidad en perfecta combinación, gracias a la pervivencia de actividades muy tradicionales que han sabido adaptarse a los nuevos mercados y a las nuevas tecnologías.
 - Fuerte espíritu e iniciativa empresarial local, con larga experiencia en la creación y gestión de establecimientos industriales.

- Existencia de redes sociales e institucionales eficaces, integradas tanto por agentes locales como regionales.
 - Y, en definitiva, grandes potencialidades para la innovación.
- Puntos débiles:
- Excesiva dependencia de un pequeño número de clientes extranjeros (mueble), o bien de grandes cadenas comerciales nacionales (textil).
 - Falta de suelo industrial acondicionado (muchas empresas se encuentran en suelo rústico no urbanizado), que supone un cierto freno a la ampliación o creación de nuevos establecimientos.
 - Falta de empresas auxiliares a todas las actividades, pero sobre todo al sector textil.
 - Y finalmente, falta de un centro tecnológico local, o bien sucursales o laboratorios de centros sectoriales extralocales como el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo y el Centro Tecnológico del sector Textil-Confección de Talavera de la Reina, que permitirían incrementar la calidad de los productos y la introducción de innovaciones, ofreciendo servicios adaptados a las pequeñas y medianas empresas.

CAPÍTULO 11: LA FABRICACIÓN DE PUERTAS EN VILLACAÑAS

“Villacañas: las puertas de La Mancha”
Eslogan del folleto del Ayuntamiento

INTRODUCCIÓN: UNA INDUSTRIA ENDÓGENA LÍDER A ESCALA NACIONAL.

El municipio de Villacañas se encuentra localizado al sureste de la provincia de Toledo, y al sur de la Mesa de Ocaña, a 71 km de Toledo y a 120 km de Madrid por carretera, y cuenta además con estación de ferrocarril. Nada más entrar en el pueblo se observan las abundantes y grandes naves industriales que ocupan las fábricas de puertas en la carretera de entrada al municipio, y el elevado número de casas en construcción. El dinamismo del municipio es evidente.

Por tanto, las estadísticas demográficas e industriales con las que contábamos y que nos habían llevado a seleccionar el municipio como un área dinámica basada en una economía industrial monoespecializada en el subsector de la madera (y en particular en un único producto: las puertas), pronto se vieron reflejadas en el terreno. Además, el logotipo de imagen del municipio que aparece en el primer folleto informativo que llega a nuestras manos es significativo: “Villacañas: las puertas de La Mancha”, haciendo alusión tanto al producto como al dinamismo de la actividad, que sitúa a la región como líder a escala nacional al absorber el 60% de la producción de puertas carpinteras o plafonadas en España¹.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2001
Habs.	6.212	6.700	7.778	9.202	9.137	10.772	10.113	9.883	8.251	8.711	9.301	9.352	9.393

Fuente: INE

Tabla 11. Evolución demográfica de Villacañas.

Tras la selección del municipio a partir de la segunda fase del proyecto de

¹ La producción de puertas a escala regional se completa con el SPL de puertas macizas o castellanas que se fabrican en el municipio de Valera de Abajo (Cuenca), integrado por cerca de 100 pequeñas empresas de carácter familiar que trabajan con un sistema semiartesanal. La puerta plana se fabrica fundamentalmente en Castilla-León y la Comunidad Valenciana.

investigación de origen, se realizó una primera toma de contacto recorriendo las zonas industriales y visitando el Ayuntamiento para recoger toda la información existente escrita u oral, y para conseguir listados actualizados de la actividad industrial y de las actuaciones territoriales puestas en marcha que afectan a este sector. A continuación se contactó con la asociación sectorial (AFAP, Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha) con sede en el municipio con cuyo gerente se mantuvo una entrevista de toma de contacto, y a través de ella se aplicó la encuesta a una muestra de 6 empresas socias (4 fabricantes de puertas y 2 empresas auxiliares de semielaborados, molduras y cercos) con sede en Villacañas de las 19 dedicadas a esta actividad que existen en la zona (15 en Villacañas, 2 en Villa de Don Fadrique, 1 en Ocaña y 1 en El Romeral).

Tras el tratamiento de la información de las encuestas, se seleccionaron los diferentes agentes locales o regionales implicados en las redes de la actividad industrial de las puertas, para posteriormente realizar una serie de entrevistas puntuales al centro de asesoramiento empresarial de ámbito regional (Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social, FECMES), el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo y a la oficina de promoción industrial de SEPES (Sociedad Estatal de Promoción y Equipamiento de Suelo) existente en el Ayuntamiento, en relación con la innovación empresarial y social. Una vez realizadas las entrevistas, se visitaron las instalaciones de dos empresas, una fabricante de puertas y otras de productos semielaborados (cercos-molduras), manteniendo una entrevista con los empresarios sobre aquellos aspectos relacionados con la innovación que nos habían suscitado algunas dudas.

En total se realizaron 8 encuestas y 5 entrevistas, destacando la entrevista abierta realizada con el gerente de AFAP, informante clave y gran dinamizador del municipio. En la ficha de trabajo de campo se recoge toda la información obtenida.

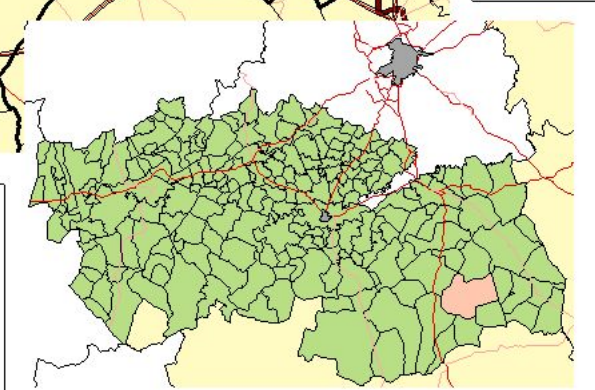
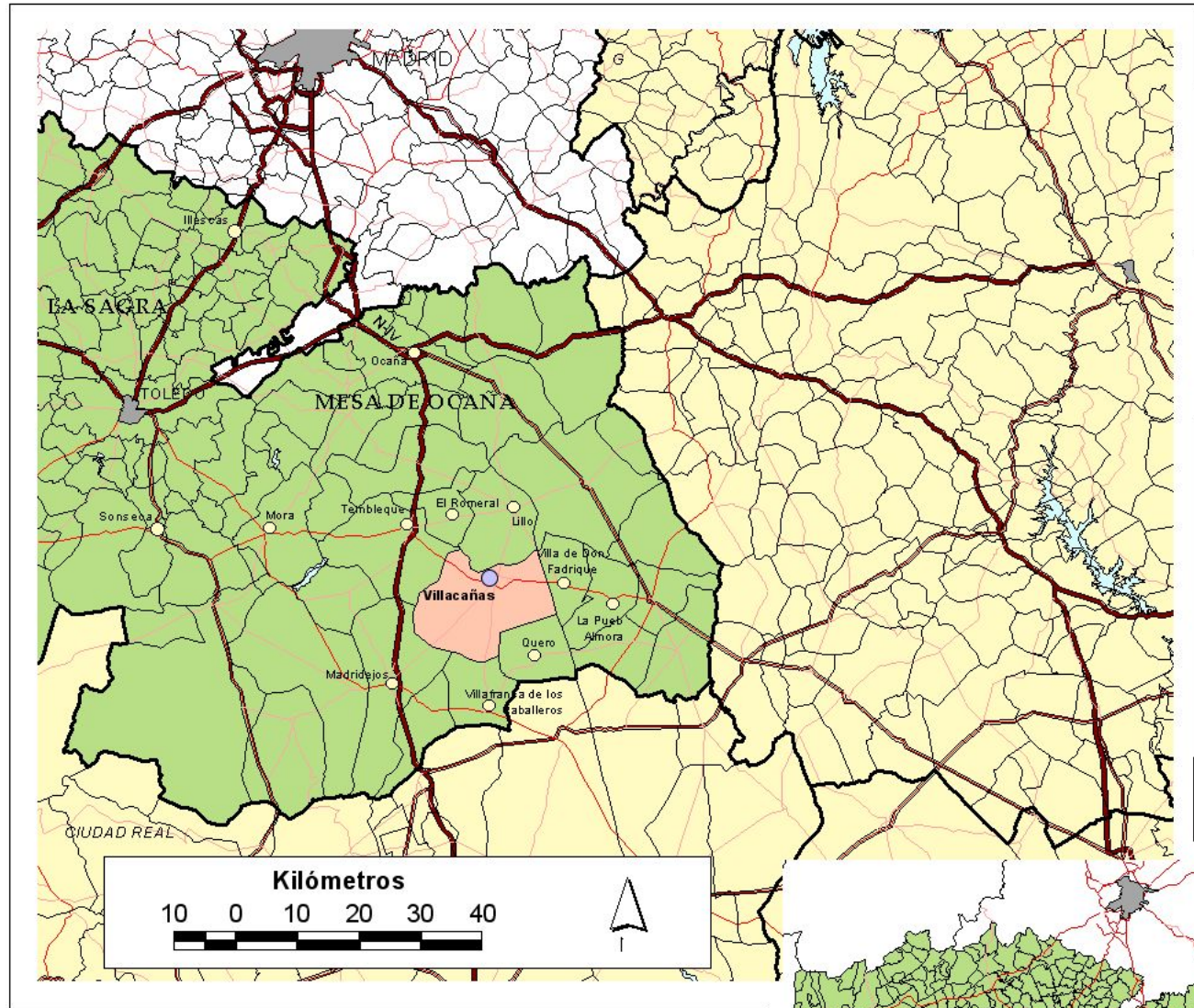
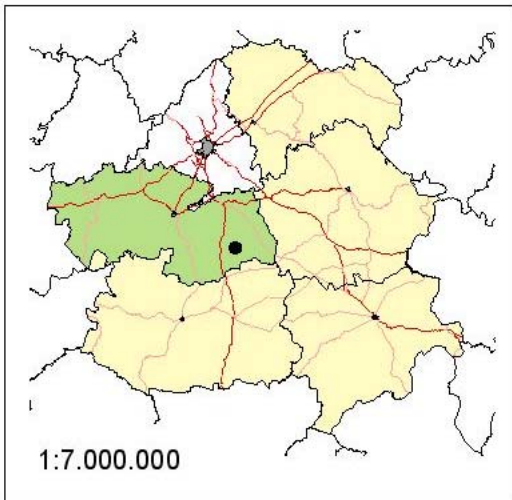
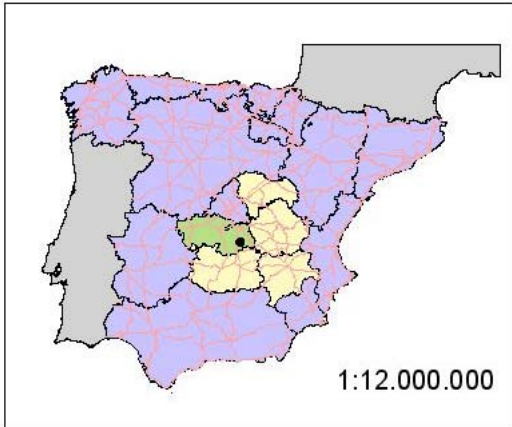
1. EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA FABRICACIÓN DE PUERTAS EN VILLACAÑAS.

La fabricación de puertas en Villacañas es una actividad industrial muy reciente en el municipio, que en muy poco años a conseguido organizar un sistema productivo de mediana empresa que se ha situado como líder a escala nacional en producción de puertas carpinteras.

1.1. El proceso reciente de creación del saber hacer industrial.

Fuente orales de los habitantes de Villacañas remontan el inicio de la actividad industrial de la madera en este municipio a principios de los años veinte, cuando Juan Manuel Cuesta Candel, carpintero fabricante de trillas del municipio de La Gineta (Albacete), decidió trasladarse a Villacañas atraído por la importancia de la agricultura en el lugar, buen mercado, por tanto, para vender sus productos. Sus hijos continuaron la tradición y el saber-hacer del padre, pero a su vez diversificaron los productos gracias a un contrato con el Ministerio de Educación que les llevó a fabricar pupitres, bancos y demás productos de madera para las escuelas. Durante la guerra civil murió el abuelo fundador, y los hijos y la viuda decidieron continuar en el lugar. Durante la posguerra

Mapa SIG nº 7



ESTUDIO DE CASOS: VILLACAÑAS

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: VILLACAÑAS	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI (1993)
		Registro Industrial
		Datos demográficos del INE
	Bibliografía	Artículos de la revista <i>Esencia</i> de FECMES
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Toledo Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Mapa del Municipio con publicidad de empresas locales	
	Informe de gestión del Ayuntamiento 1995-1999	
	Listado de licencias de apertura de empresas proporcionado por el Ayuntamiento	
	Carpeta con información de las parcelas del nuevo polígono (oficina SEPES del Ayuntamiento)	
	Contacto con Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha (AFAP) con sede en el municipio: listado de socios, catálogos de empresas, noticias de prensa,...	
	CD-Rom realizado por FECMES sobre las empresas de la asociación sectorial para meter en Internet	
Encuestas	8	6 a directivos de empresas miembros de la asociación sectorial del municipio (rellenadas en grupo durante una reunión de la Junta Directiva)
		2 visitas a las instalaciones de una fábrica de puertas y otra de semielaborados (molduras, cercos)
Entrevistas	5	3 agentes locales: Ayuntamiento, gerente de la asociación sectorial (AFAP) y oficina local de SEPES
		2 agentes regionales: FECMES y Centro Tecnológico de la Madera (Toledo)
Fechas	Octubre-noviembre 1999: encuestas y entrevistas	
	Febrero 2000: visitas a fábricas	
Observaciones	El gerente de la asociación sectorial como informante clave: se encargó de pasar la encuesta a socios empresarios en una de sus reuniones. Antes fue concejal del Ayuntamiento.	
	Gran apoyo a la industria desde el Ayuntamiento, donde existe una oficina de SEPES	
	Los empleados de cada fábrica llevan uniformes (monos de trabajo) distintivos, de diferentes colores	
	AFAP cuenta con buenas instalaciones en su sede: aulas, salas de conferencias, oficinas, sala de juntas, ...	
Dinamismo reflejado en el gran crecimiento urbano		

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 2. La investigación en Villacañas.

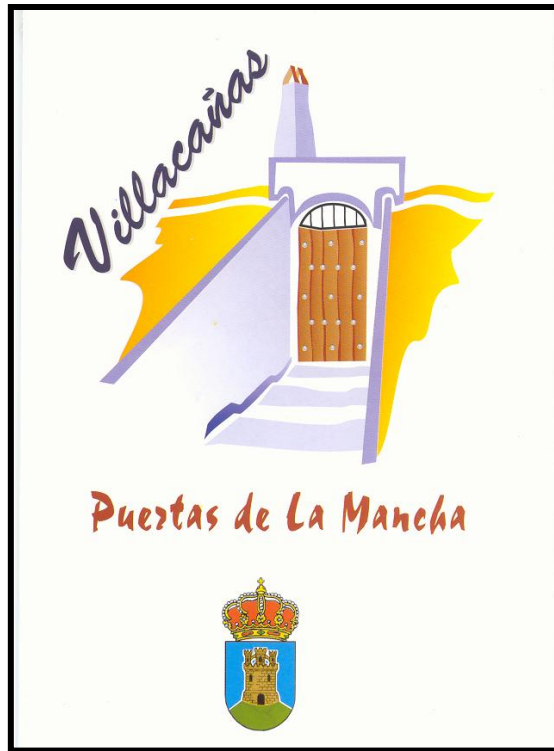



Foto 5. Logotipo y eslogan del mapa de la Normas Subsidiarias de Villacañas

Las Cabezas

**Actuación Industrial "Las Cabezas".
Villacañas (Toledo)**




Situación y comunicaciones

La Actuación Industrial "Las Cabezas" se encuentra situada en el municipio de Villacañas (Toledo), a 120 Km. de Madrid y a 71 Km. de Toledo.


Se accede directamente desde la variante de la carretera CM-410 (Orgaz - Quintanar de la Orden).

Dispone de estación de ferrocarril en la línea Madrid - Valencia, Alicante y Murcia.




Parcelario y servicios


- Red de saneamiento de tipo separativo: pluviales y fecales.
- Red de abastecimiento de agua de tipo mallada.
- Red de energía eléctrica de Media y Baja Tensión.
- Red de Alumbrado Público.
- Infraestructura telefónica subterránea.



Información



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VILLACAÑAS
OFICINA DE PROMOCIÓN INDUSTRIAL:
Pza. España, 1, VILLACAÑAS (Toledo)
TEL. 925 16 04 28. • Fax: 925 16 09 25



Pº de la Castellana, 91. 28046 Madrid.
TEL. 91 556 50 15 • Fax: 91 556 69 89
info@sepes.es • <http://www.sepes.es>

Foto 6. Folleto de publicidad del nuevo polígono industria de Villacañas.

pervive la empresa de carpintería familiar, pero abandonan la fabricación de trillas (al disminuir el mercado debido al descenso de la agricultura) y empiezan a fabricar puertas y carpintería en general para empresas grandes de ámbito nacional. La tradición la continúan los nietos, que son muy emprendedores y deciden viajar para ver maquinaria de fabricación de puertas a Italia, Francia y Alemania. Al regresar crean "Puertas Cuesta", la primera empresa de puertas de Villacañas, en el año 1968, que llega a tener un gran éxito y enseguida empieza a incrementar el número de obreros gracias, fundamentalmente, a la brillante gestión del gerente (Guillén).

Con el tiempo, y dado el dinamismo de la actividad, los obreros con más iniciativa fueron creando sus propias fábricas, destacando la empresa Dintel (que se creó en 1.975) y Mavisa, que ya no existen, pero que llegaron a ser enormes y se escindieron en otras actuales. Hoy en día existen 19 fábricas de puertas entre el municipio y la comarca (hacia donde ha desbordado la actividad), que fabrican el 60-70% de la producción nacional de puertas carpinteras o plafonadas.

El municipio cuenta actualmente con casi 9.400 habitantes pero además llegan trabajadores de toda la comarca, la región e incluso de Madrid ante las perspectivas de empleo², alcanzando en torno a los 3.500 trabajadores en la fabricación de puertas en el municipio. El auge de este sector ha provocado que el municipio haya ganado más de 1.000 habitantes en las dos últimas década, existiendo previsiones de futuro de un mayor crecimiento progresivo. Las actuaciones urbanísticas ya se están preparando en este sentido.

1.2. Un sistema productivo muy dinámico de empresas medias.

La explotación de la encuesta realizada nos muestra que la estructura sectorial de la fabricación de puertas en Villacañas está integrada por empresas de tamaño medio que crecen a gran velocidad año tras año desde 1995 (la mayoría de las empresas encuestadas han duplicado sus plantillas y sus instalaciones), existiendo varias empresas que ya superan los 300 trabajadores. Son empresas que facturan anualmente más de 1.000 millones de pesetas y que invierten en la propia empresa casi la mitad de los beneficios, habiendo destinado a innovación tecnológica más de 50 millones por empresa en los últimos años.

En cuanto a los productos fabricados, se trata de puertas carpinteras de todo tipo (de entrada, de paso, armarios, maleteros, blindadas, con vidrieras, ...), en una gran variedad de maderas (son puertas plafonadas) y estilos e incluso lacadas. En general se realizan todas las tareas en el propio establecimiento de cada empresa (a excepción de los servicios externos que contratan como son las asesorías, la publicidad y el transporte), si bien las empresas pequeñas subcontratan a empresas pequeñas de acabado tareas como el barnizado o lacado de las puertas.

El análisis de las relaciones interempresariales muestra la existencia de grupos de empresas que se complementan en su interior y compiten en el exterior con los otros grupos, todo dentro del municipio: estos grupos suelen estar integrados por una empresa

2 Se ha observado el regreso al municipio de hijos de emigrantes que se habían instalado en el área metropolitana madrileña, y que ante la progresiva demanda de mano de obra cualificada, han decidido trasladarse a vivir a Villacañas.

media de productos semielaborados (molduras, cercos, blocks, galces y complementos de madera maciza), una empresa grande de fabricación de puertas y una o varias pequeñas empresas subcontratada de montaje o acabado (montaje-barnizado-lacado). No obstante, esta cierta competencia empresarial dentro del sector no impide la cooperación conjunta a través de la intermediación de la asociación sectorial que fue creada por las propias empresas, y cuya Asamblea está formada por los directivos de todas las empresas integradas como socias.

En todos los casos son empresas integradas en la economía social (siendo los socios residentes del propio municipio), que pertenecen a la asociación sectorial local (AFAP) y a la federación de empresas de economía social de Castilla-La Mancha (FECMES). Los productos se venden con la marca propia de cada empresa, y la comercialización se realiza a través de clientes preferentes repartidos por toda España, teniendo la mayoría de las empresas fabricantes oficinas comerciales y almacenes en Madrid; la exportación supone un 20% de las ventas en conjunto, fundamentalmente a la Comunidad Europea (sobre todo a Italia), pero también llegan a Rusia, Asia y América.

Así, Villacañas se presenta como un *sistema productivo local* vertical de empresas medias especializadas en la fabricación de puertas de madera de diferentes tipos (de armario, de entrada, blindadas, lacadas,...), empresas auxiliares de productos semielaborados (molduras, cercos, blocks, armazones, cristales, herrajes), y pequeñas empresas de acabado final del producto (montaje, barnizado, lacado) y almacenes proveedores de materias primas (fundamentalmente de madera y tableros aglomerados). En los dos últimos años el proceso productivo parece tender a la creciente descentralización de tareas, habiéndose creado numerosas pequeñas empresas auxiliares especializadas en las fases finales del proceso productivo de la fabricación de puertas, que se han instalado en el nuevo polígono. En el siguiente diagrama se dibuja la configuración del distrito de las puertas en el municipio.

El éxito y dinamismo de este SPL recientemente creado se basa en la fuerte apuesta que ha realizado las empresas, tanto de forma individual como conjuntamente a través de la asociación local, por la innovación tecnológica y la calidad de los productos fabricados. Pero antes de analizar los procesos de innovación, es imprescindible señalar que el rápido crecimiento del SPL y, por tanto, del empleo en el municipio, no ha estado libre de conflictos laborales, que han sido denunciados por las centrales sindicales en la prensa. Las principales reivindicaciones giran en torno a la regularización de ciertas condiciones de trabajo como la precariedad de la contratación temporal (basada en la rotación permanente de los trabajadores para evitar hacerlos fijos), la excesiva amplitud de las jornadas laborales (entre 45 y 60 horas semanales) y el pago de salarios fuera de la nómina. Más de la mitad de las plantillas laborales de las empresas encuestadas están integradas por trabajadores (en su mayoría hombres) con contrato temporal.



Eugenio Gómez, secretario provincial de CCOO; José Sánchez de los Silos, responsable regional de FECOMA; y José Vaquero, responsable comarcal.

Villacañas

CCOO denuncia las condiciones laborales en el sector de puertas

Emplazan a la Asociación de Fabricantes a abrir un proceso negociador

J.A.L.
VILLACAÑAS

CCOO denunció ayer en rueda de prensa la situación del sector de fabricación de puertas -concentrado fundamentalmente en la comarca de Villacañas- que consideran está creando empleo, pero "sin derechos". Eugenio Gómez, secretario provincial del sindicato, y José Sánchez de los Silos, responsable regional de la Federación de Construcción y Madera (FECOMA) de Comisiones, destacaron cuatro aspectos en los que consideran que la mayoría de las empresas incumplen la legislación laboral.

Criticaron la "contratación temporal precaria, basada en la rotación permanente de los trabajadores", que propicia situaciones laborales en las que empleos que deberían ser fijos siguen siendo estables.

También apuntaron las jornadas laborales de entre 45 y 60 horas semanales, dependiendo de si se trabaja o no los sábados, algo que desde las empresas "dicen que es voluntario", pero que CCOO denuncia que realmente se impone.

Sobre el aspecto salarial, critican que se pague a los trabajadores "con dinero al margen del sistema fiscal", ya que parte del salario está fuera de la nómina,

lo que supone unos menores ingresos fiscales y por tanto un menor gasto social.

Y por último, destacan una situación que hace posible las demás: "la imposibilidad real de los trabajadores de exigir los derechos básicos, ya que en la mayoría de las empresas existe la imposición por la empresa de los representantes de los trabajadores".

Aunque desde CCOO reconocen la buena situación de empleo que existe en la comarca (estas fábricas dan trabajo a más de tres mil personas en La Mancha) aseguran que "no se puede mantener eternamente y a cualquier precio".

Se mostraron conscientes además de que es una situación que no se puede resolver empresa a empresa, por lo que emplazaron "solemnemente" -aseguró Gómez- a la Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha "a negociar una regularización de las condiciones laborales en el sector". Negociación en la que la citada asociación, según CCOO, "debe jugar un papel muy importante" y que debe llevar a "dar pasos, que deberán ser ponderados, pero con una dirección muy clara: la de ir progresivamente ajustando las condiciones laborales a la legislación".

"Hemos instado a la autoridad laboral a que vele por cumplir la legislación"

Eugenio Gómez, secretario provincial de CCOO, señaló que, "después de plantear a la Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha en octubre de 1998 la necesidad de iniciar un proceso negociador, y esperar un tiempo razonable para evaluar si los pasos iban en la dirección de abordar la regularización del sector, y tras concluir que quizás por inercia la situación tendía a estancarse y situar una perspectiva de mantenimiento, hemos decidido tomar otras iniciativas". Iniciativas que han pasado por recordar a las autoridades laborales (el INEM, la Inspección de Trabajo y la Consejería de Industria y Trabajo) que "tienen la obligación de velar por el cumplimiento de la legislación laboral". Además apuntó que "sería necesario que los instrumentos de las autoridades laborales para velar por el cumplimiento de la legislación fueran instrumentos más potentes". De esta forma, el sindicato intenta plantear iniciativas que esperan sean un "complemento a la vía de plantearle a la Asociación de Fabricantes la necesidad de sentarnos inmediatamente a hablar de cómo dar pasos coordinados en el sector para ir adaptando las condiciones laborales a la legislación vigente". Gómez insistió en que es necesario que las condiciones laborales sean "normalizadas y regladas", especialmente al tratarse de un subsector "muy vinculado a fórmulas de economía social y con un fuerte apoyo del sector público".

Fuente: El Día, 10 de junio de 1999.

Artículo de prensa 1. La conflictividad laboral en el sector de las puertas en Villacañas (I)

“El sector goza de buena salud y de una tranquilidad notable”

Espada no entiende las críticas de CCOO y cree que la prensa no es el lugar para pedir una negociación

J.A.L.
VILLACAÑAS

El gerente de la Asociación de Fabricantes de Puertas y Añes de Castilla-La Mancha, Lucio Espada, salió ayer al paso de las últimas denuncias realizadas por Comisiones Obreras sobre precariedad y falta de derechos en el empleo de las fábricas de puertas situadas fundamentalmente en la comarca de Villacañas.

Antes de entrar en los aspectos concretos de la denuncia del sindicato, Espada insistió en que es necesario tener visión de conjunto para valorar que "lo importante es que están consolidándose los más de tres mil empleos que existen en la actualidad, de los cuales más de dos mil están ocupados por gente de fuera de Villacañas". "El sector -insistió- goza de buena salud y una tranquilidad notable, por lo que no entiendo a qué pueden obedecer estas denuncias, que llegan en un momento en el que no hay ninguna conflictividad laboral".

Sobre el emplazamiento realizado ayer por los responsables sindicales de CCOO para abrir un proceso negociador que concluya con una regularización del sector, Espada recordó que "a través de la prensa no es el mejor modo de emplazarnos a mantener conversaciones" y, aunque aseguró que la asociación está dispuesta a sentarse a hablar, pidió a los responsables sindicales que lo soliciten directamente en la asociación.

Espada analizó los cuatro puntos que desde CCOO se citaron como vulneraciones de



El sector de puertas emplea a más de tres mil trabajadores.

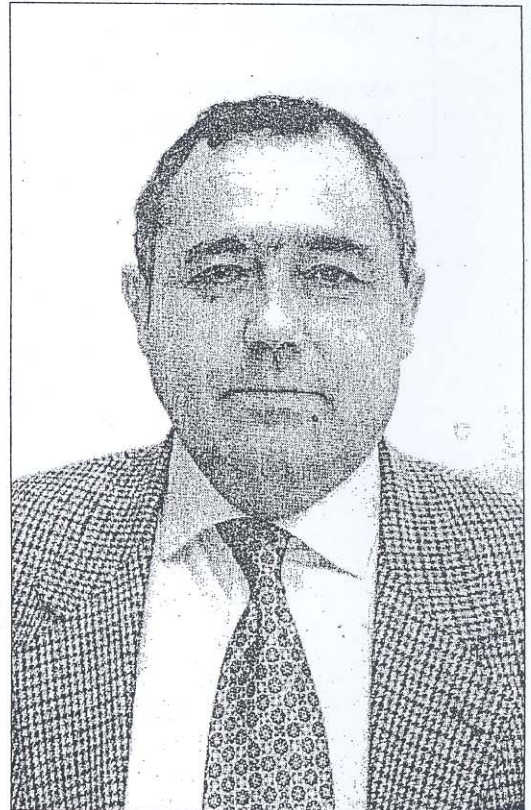
ARCHIVO

la legislación laboral, indicando que en líneas generales no existe la situación pintada por los sindicalistas en cuanto a las jornadas de trabajo de entre 45 y 60 horas semanales, la precariedad en el empleo, el pago de parte del salario al margen del sistema fiscal y las presiones para impedir una libre elección de los representantes de los trabajadores".

A grandes rasgos, Espada aseguró que debería entenderse como empleo precario el que se despidan al trabajador, mientras que en estas empresas los trabajadores no pierden sus empleos, aunque la relación laboral que mantienen con el

empresario sea la más conveniente para ambos. Además insistió en que ya se está regularizando la situación de muchos de estos trabajadores conforme a lo establecido por la nueva legislación laboral, convirtiendo por tanto trabajos estables en indefinidos.

Sobre las demás acusaciones quiso manifestar su convencimiento de que "estamos en un estado de madurez tal, que pensar que no se hacen listas porque hay presión no es admisible. Eso es tercermundista. Si no hay listas de Comisiones o no son capaces de conseguir representación es otra cosa". Además, el gerente de la aso-



Lucio Espada, gerente de la Asociación de Fabricantes de Puertas.

ARCHIVO

ciación de fabricantes comentó que "con estas denuncias es difícil que consigan llegar a los trabajadores, que están satisfechos con la tranquilidad que existe".

Inspecciones

Sobre la escasez de inspectores de trabajo que tiene la provincia a juicio de CCOO, Espada quiso dejar clara la postura de la asociación que representa. En este sentido señaló que "no es conveniente convertir la relación laboral entre el trabajador y la empresa y entre ésta y la administración en un estado policial, con un inspec-

tor en la entrada de cada fábrica". Desde la asociación de fabricantes se apuesta más porque por parte de la administración se realicen sondeos tanto en el ámbito fiscal como laboral para comprobar posibles irregularidades.

Precisamente quiso destacar los datos que se desprenden de uno de estos sondeos realizados en la oficina del INEM de Villacañas y que, según manifestó Espada, señala que apenas en catorce contratos de los más de tres mil que existen en este sector se han encontrado algún tipo de irregularidades, la mayoría de escasa envergadura.

Fuente: El Día, 11 de junio de 1999.

Artículo de prensa 2. La conflictividad laboral en el sector de las puertas en Villacañas (II)

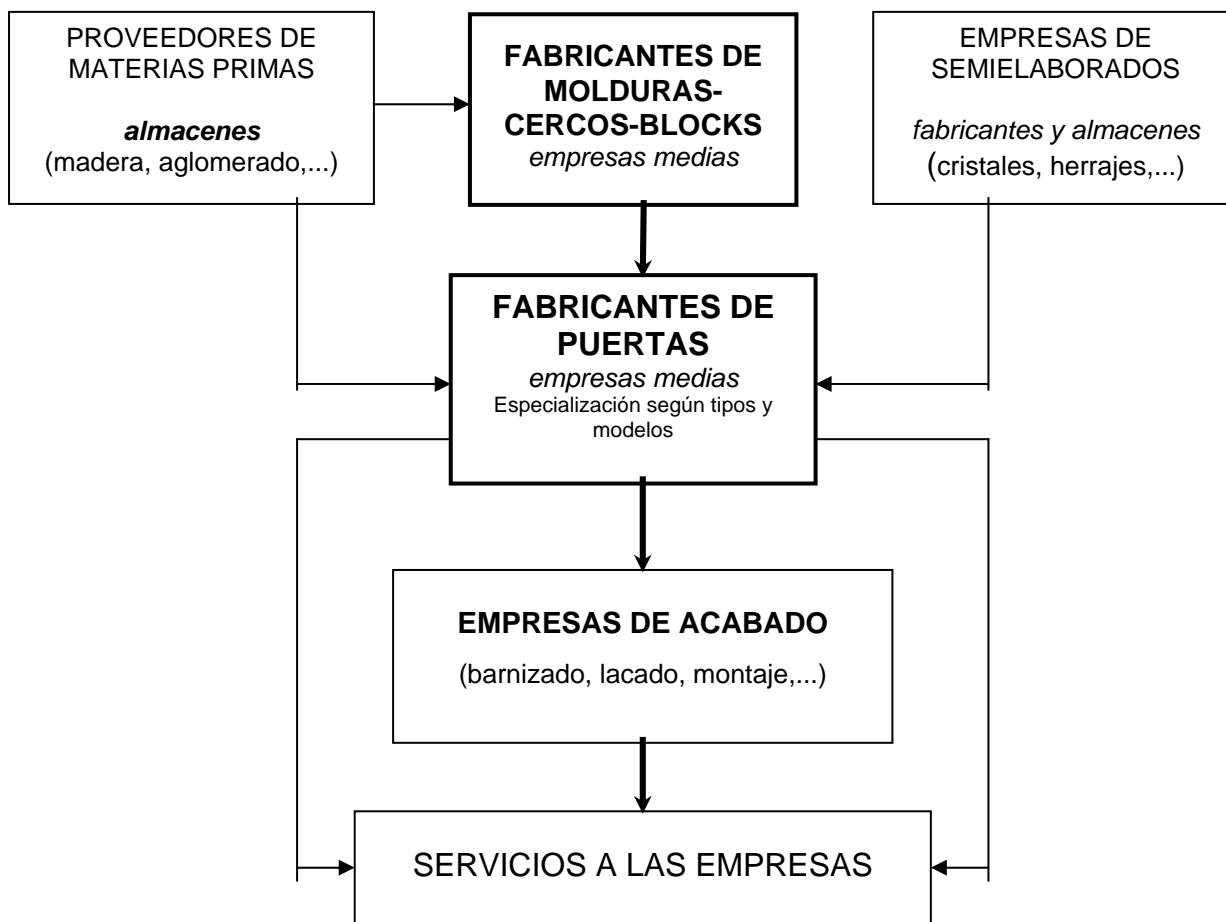


Diagrama 6. El SPL de puertas y auxiliares en Villacañas.

1.3. Procesos de innovación de alta tecnología.

Desde la creación en 1994 de la unidad técnica de la Asociación de Investigación de la Madera de Castilla-La Mancha (AIMCM) en Villacañas, origen del actual Centro Tecnológico de la Madera de Toledo (donde se trasladaron las instalaciones en 1995), se han desarrollado importantes procesos de innovación constante en el ámbito de las nuevas tecnologías aplicadas tanto a las materias primas como al proceso productivo de la fabricación de puertas. Todas las empresas encuestadas señalan utilizar de forma habitual los servicios del centro tecnológico, pero a su vez las 8 empresas fabricantes de puertas más grandes de la zona están asociadas a este centro, en el que se realizan de forma constante ensayos y proyectos de I+D (financiados por las propias empresas de forma conjunta) en sus diferentes laboratorios específicos, destinados a solucionar los problemas técnicos con los que se encuentran los fabricantes del sector, así como a mejorar la tecnología de fabricación y la calidad del producto acabado.

Las principales innovaciones tecnológicas que aplican las empresas de Villacañas y que las sitúan como empresas punteras en el sector de reconocimiento internacional, se

centran en 3 aspectos fundamentales:

- La calidad de las materias primas, sobre todo en lo relativo a la reacción y resistencia al fuego (aspecto en el que son líderes a escala internacional), así como el aislamiento acústico.
- La automatización del proceso productivo, con la incorporación de máquinas de alta tecnología de control numérico para el corte de la madera y la reproducción de los diseños (pantógrafos), que han incrementado tanto la calidad de los productos como la productividad (las empresas más grandes llevan a fabricar 4.000 puertas semanales).
- El acabado de las superficies, tanto en aspecto exterior (barnizado, lacado, ...) como en duración (humedad, frecuencia de utilización, ...).

La calidad de los productos fabricados es avalada por las certificaciones y acreditaciones que expide el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo a las empresas que utilizan sus servicios, y que han servido para abrirse un importante mercado en el exterior, disponiendo de homologaciones de calidades específicas para los mercados alemán e italiano. En los últimos años, la mayoría de las empresas han abierto delegaciones comerciales en países extranjeros, además de ampliar su red de distribuidores a todo el territorio nacional.

La introducción de todos estos procesos de innovación ha supuesto la ampliación de las plantillas tanto en el proceso productivo (nuevas máquinas de alta tecnología e incremento de la producción) como en las fases de comercialización y distribución, que ha obligado a los empresarios a contratar personal especializado en el ámbito empresarial y administrativo, el comercio exterior y el dominio de idiomas extranjeros. En todo este proceso, las empresas han contado con el apoyo de la asociación sectorial comarcal (AFAP), que ha sido el agente clave que ha organizado la red de agentes sociales e institucionales que han convertido a Villacañas en un medio innovador en pleno desarrollo.

En la actualidad AFAP ha puesto en marcha un proyecto innovador de gran envergadura para la construcción de una planta térmica en el municipio, que rentabilice los residuos generados por las empresas de puertas (serrín, recortes de madera y tablero aglomerado) generando electricidad. Para ponerlo en marcha cuenta con el apoyo de la Sociedad de Desarrollo Industrial de Castilla-La Mancha (SODICAM), y el objetivo es dar un mayor valor añadido a estos residuos obteniendo beneficios económicos de la venta de la energía eléctrica generada.

2. UN MEDIO INNOVADOR DE ÉXITO EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN.

El trabajo de campo nos ha permitido reconstruir la organización de las empresas fabricantes de puertas, que mantienen relaciones verticales con los proveedores (materias

primas, semielaborados), las empresas de acabado (subcontratación del montaje, barnizado o lacado) y las empresas de servicios implantadas en Villacañas. Pero además de estas relaciones de cooperación interempresarial, las sinergias positivas que se han creado en el *milieu* entre los diferentes agentes sociales e institucionales que participan en la actividad industrial han hecho posible el eficaz funcionamiento de una asociación que vela por la integración del sector en la economía global y por el progreso de conjunto en esta actividad, coordinando la red que genera y difunde las innovaciones en el interior del SPL.

2.1. Los agentes sociales e institucionales que participan en la actividad industrial.

Los principales agentes que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la fabricación de puertas en Villacañas son los siguientes:

- *La Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha (AFAP).*

Esta institución se puede considerar el nodo central que articula la red de innovación que está en la base del éxito empresarial, y aunque en su nombre se indica que es de ámbito regional, en realidad está concentrada en Villacañas, donde se encuentran situadas la mayoría de las empresas del sector y la propia sede de la asociación. Se creó en 1995, pero fue a partir de 1998 cuando empezó a desarrollar plenamente sus funciones, pasando de 7 socios fundadores a 19 (la totalidad de las empresas del sector). Pertenece desde 1999 a la Federación Española de Industrias de la Madera, y cuenta con el apoyo fundamental de la Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social, que es como el departamento de I+D conjunto de todas las empresas, con quien han puesto en marcha numerosos proyectos

Actualmente se sitúa en unas nuevas instalaciones situadas a la entrada del municipio y construidas con ayuda de FECMES y de la Junta de Castilla-La Mancha, en las que cuenta con 2 aulas de formación y un aula de informática bien dotada de equipos, amplias oficinas y una sala de juntas. Entre sus objetivos iniciales estaban la homogeneización de los precios y el apoyo a la exportación, pero actualmente desarrolla muchas otras tareas de todo tipo como son las siguientes:

- ➔ La preparación y coordinación de cursos de formación en sus instalaciones, adaptados a las necesidades de las empresas (trabajadores y empresarios), para los que busca financiación de diversas instituciones (INEM, FORCEM, FECMES,...).
- ➔ La organización de la asistencia a ferias internacionales, en las que se encarga de preparar un stand para la presentación conjunta de los productos fabricados en la zona.
- ➔ La apertura de mercados tanto nacionales como internacionales, para lo que a través de FECMES ha creado una página de información en Internet sobre las

empresas asociadas y sus productos, que además envía en un Cd-Rom a grandes empresas distribuidoras españolas y extranjeras.

- El envío de información a las empresas sobre todo tipo de innovaciones tecnológicas en el sector, manteniendo una estrecha relación con el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo.

Junto a estas funciones cotidianas, en la actualidad ha puesto en marcha el proyecto mencionado de construcción de una planta térmica en el municipio, con el apoyo de la Sociedad de Desarrollo Industrial de Castilla-La Mancha (SODICAM).

- *La Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social (FECMES)*³.

De todos los servicios que ofrece esta federación, los más utilizados por las empresas del sector de las puertas de Villacañas son los siguientes:

- El asesoramiento informático en relación con la instalación de redes local y al diseño de páginas web.
- El diseño de automatismos para mecanizar operaciones manuales muy repetitivas.
- La implantación de sistemas de calidad medioambiental y la adecuación a la normativa legal.
- La investigación de mercados y la planificación e información comercial.
- La organización de redes de publicidad y distribución.
- La gestión de ferias comerciales.
- Los servicios fiscales, financieros y jurídico-laborales.
- La selección de personal y planificación de plantillas.
- La elaboración de catálogos y publicaciones.

La relación de AFAP con esta institución de ámbito regional es muy estrecha, funcionando como el departamento de I+D de la asociación sectorial local, el que se apoya en la organización de cursos de formación para trabajadores y empresarios, así como en la puesta en marcha de todo tipo de proyectos de innovación.

- *El Centro Tecnológico de la Madera de Toledo*¹.

Entre las 23 empresas asociadas a esta institución, se cuentan 8 empresas de las más grandes de Villacañas, que financian ensayos y proyectos de I+D en sus laboratorios específicos para puertas. Pero en general todas las empresas fabricantes de puertas de la zona utilizan de forma habitual los servicios que ofrece. Este centro es considerado por todos los empresarios y agentes sociales e institucionales implicados en la fabricación de puertas un elemento indispensable de cara a la mejora constante de la calidad de los

³ La descripción detallada de estas instituciones se realizó en el estudio de caso de Sonseca, al que remitimos.

productos elaborados por este SPL.

- *Las instituciones públicas: el Ayuntamiento, la Junta de Comunidades y la Oficina de Promoción Industrial de SEPES.*

Desde el inicio de la actividad en el municipio, el Ayuntamiento siempre ha apoyado⁴ a las empresas a través de sucesivas recalificaciones del suelo en suelo industrial, que culminaron en 1997 cuando entró en funcionamiento el polígono industrial "Las Cabezas", totalmente urbanizado y equipado, cuya inversión ha sido aportada íntegramente por SEPES. La gran dimensión del polígono, del que actualmente está vendido el 70% y construidas el 50% de las 151 parcelas con las que cuenta (de todos los tamaños), da una idea de las previsiones industriales de la administración local.

Con el fin de promocionar y organizar la ocupación del suelo industrial en el municipio, el Ayuntamiento cuenta con una Oficina de Promoción Industrial, siendo el punto de difusión de la información para todas aquellas empresas locales o exógenas que deseen implantarse en Villacañas, pues en un futuro próximo se prevé la instalación de numerosas empresas auxiliares a la fabricación de puertas.

Y en cuanto al apoyo a la actividad desde el ámbito institucional regional, el papel de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha es relevante en cuanto a la gestión de la subvenciones tanto europeas como las integradas dentro del proyecto Iniciativa PYME, cuyos fondos han proporcionado un gran impulso a la actividad industrial del municipio (construcción de nuevas naves, edificio de la sede de la asociación, ayudas para la asistencia a ferias internacionales,...). Además, en el municipio existe una sede de la Cámara de Comercio en Industria Provincial.

En definitiva, se pueden deducir fácilmente la gran potencialidad de la red de innovación del sector de las puertas en el municipio de Villacañas, que convierte al medio en el que se instala y desborda la actividad (el municipio en sí y los municipios circundantes de la comarca sobre los que se extiende) en un incipiente medio innovador basado en la eficacia de las relaciones de cooperación e información entre múltiples agentes locales y regionales.

2.2. La red de cooperación/innovación.

La red de innovación que representa la interconexión de los diferentes agentes implicados en la actividad industrial, tanto locales como regionales, presenta las siguientes características:

⁴ Es un dato significativo el que el anterior gerente de la asociación fuera durante 12 años concejal de Urbanismo del propio municipio.

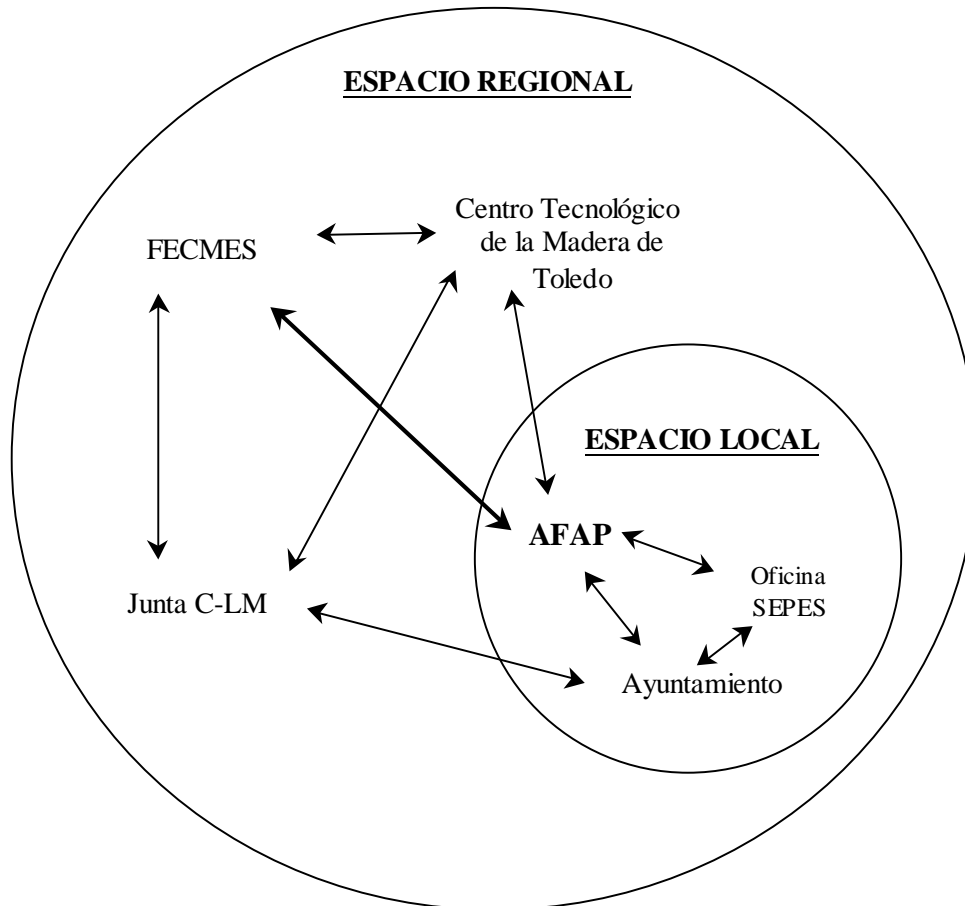


Diagrama 7. La red de la innovación en el sector de las puertas de Villacañas.

- ➔ Muestra como agente clave y central de las relaciones a la asociación sectorial comarcal (AFAP), que se encarga de conectar la actividad industrial local con el espacio global
- ➔ Refleja las intensas relaciones que se mantienen de forma habitual entre AFAP y la federación empresarial regional (FECMES), cuya colaboración es fundamental en la puesta en marcha de todo tipo de proyectos de innovación.
- ➔ Y finalmente, el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo garantiza el progreso de las innovaciones tecnológicas en el sector, para cuya implantación las empresas cuentan con las ayudas y subvenciones de la Junta de Castilla-La Mancha.

3. CONCLUSIONES.

El enorme dinamismo industrial observado en el caso de la relativamente reciente creación del SPL de Villacañas, pone de manifiesto que en el contexto de la globalización (recordemos que la fabricación de puertas en el municipio es líder a escala nacional) es fundamental el tema del protagonismo de los agentes locales y las redes de organización, siendo el espíritu de cooperación y la iniciativa empresarial innovadora las bases primordiales del éxito, algo que lamentablemente es muy difícil de reproducir en otros

espacios de cara a la política industrial de desarrollo local en áreas rurales. Los resultados de la investigación empírica quedan recogidos en el siguiente cuadro de forma esquemática.

En definitiva, se deducen las siguientes ideas del análisis de la encuesta empresarial llevada a cabo en el municipio:

- En el proceso industrializador de Villacañas han confluído dos tipos de factores favorables: un contexto socio-estructural propicio, que ofrece oportunidades al crecimiento industrial (abundante mano de obra y suelo industrial), e iniciativas pioneras, capaces de materializar esas oportunidades potenciales. Todo ello ha propiciado un entorno económico, social y cultural favorable.
- Es una industria endógena (mano de obra, capital y saber hacer) que ha sabido adaptarse a la nueva coyuntura económica y a la globalización. La actividad industrial que existe en el municipio de Villacañas se puede considerar como industria rural basada en recursos locales (a excepción de la madera), pues en todos los casos las empresas son iniciativas de empresarios que residen en el propio municipio y cuyo capital es familiar o de socios locales. Y es además una industria que utiliza todos los servicios disponibles en el lugar como son las asesorías fiscales y las empresas de transporte (que aunque son nacionales tienen delegaciones en el propio municipio), que han surgido al calor de la industria. Las empresas han sabido adaptarse perfectamente a los cambios de coyuntura y al mercado, existiendo una moderada competencia entre grupos de empresas de un mismo sector.
- Existen grandes potencialidades para la creación y ampliación de redes de innovación, pues casi sin excepción los empresarios afirman pertenecer a alguna asociación, local o regional, empresarial o sectorial, participan en ferias relacionadas con los productos que fabrican y existe una gran conciencia de identidad y de transmisión del saber hacer y de las innovaciones. Existe una asociación sectorial local, que se ha convertido en el motor de desarrollo de Villacañas hacia un medio innovador.

La investigación llevada a cabo nos permite establecer los siguiente puntos de diagnóstico de la actividad industrial del municipio de cara a la política de desarrollo local:

- Puntos fuertes:

- Gran mercado de venta sin competidores, líder a escala nacional, apoyado tanto en la alta productividad de las empresas como en la calidad de los productos fabricados.
- Existencia de un fuerte espíritu de cooperación e iniciativa empresarial, a pesar de competir en los mismos mercados.
- Existencia de una sólida red de agentes sociales e institucionales con buenas

iniciativas y proyectos para dinamizar tanto la actividad industrial como la economía y el territorio en general.

- Abundante suelo industrial bien urbanizado para crecer, gracias a la existencia de un polígono de nueva construcción con parcelas de todos los tamaños adaptadas a todo tipo de empresas.
- Existencia de una asociación sectorial local muy consolidada y con un funcionamiento muy eficaz, integrada por todas las empresas fabricantes de puertas del SPL.

- Puntos débiles:

- Excesiva monoespecialización en un único producto, que podría hacer tambalear la economía del territorio si por alguna causa disminuyeran las ventas en un futuro, ante la fuerte competencia del mercado global.
- Ciertos conflictos laborales que ponen en peligro la sostenibilidad de la actividad si no se consigue crear un ambiente de estabilidad entre los trabajadores.

Como conclusión final podemos decir que el municipio evoluciona de forma positiva como ejemplo de *espacio ganador* dentro del contexto de la globalización económica y de la era de la información, hacia la construcción de un sistema productivo local que al consolidarse está generando un medio innovador que se basa en la cooperación como principio y la red como forma. Nos encontramos ante un buen ejemplo de espacio rural que ha sabido adaptar sus estrategias industriales a los obstáculos y a las posibilidades que ofrece la globalización económica y de la información, sin apoyarse en la tradición histórica de la actividad.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: VILLACAÑAS
Localización	Provincia de Toledo, comarca de La Mancha
	Al sur de la Mesa de Ocaña (donde existe una enorme fábrica de puertas y numerosas empresas relacionadas con la madera)
	Próximo a la carretera N-IV
	Polígono nuevo bien urbanizado: "Las Cabezas"
Población	% Crecimiento (1981-1998): 13,3 %
	2001: 9.393 habitantes
	Regreso al municipio de los hijos emigrados a Madrid ante las perspectivas de empleo
Origen de la industrialización	Reciente, años 60' primera empresa de puertas Gran dinamismo desde 1995.
Especialización sectorial	19 empresas de fabricación específica de puertas de madera en la comarca (15 en Villacañas), que concentran el 60% de la producción nacional de puertas carpinteras. Amplia gama de productos: puertas de blocks, lacadas, de armario, con cristales, blindadas, resistentes al fuego, de entrada, de paso, de madera de raíz, etc.
	15 empresas auxiliares: moldura, cercos, blocks, armazones, batientes o galces cristales, herrajes, rechapado, barnizado, acabado,...
Tamaño establecimientos	PYMES grandes, empresas media de más de 150 trabajadores (máx. 428)
	Enormes naves: almacenamiento y compleja cadena de producción casi fordista.
	Empresas muy grandes de trabajo en cadena casi fordista
Empleo	Abundante oferta de empleo cualificado (administración, gestión de empresas, comercio, idiomas, ...)
	Actividad intensiva en mano de obra barata, conflictos sindicales
	Procedente del municipio y la comarca
	Numerosas horas extra
Procedencia de insumos (proveedores)	Maderas de fuera de la región, España y extranjero
	Almacenes y representantes en el municipio
Mercados	Toda España, destacando Madrid (algunas empresas tienen oficinas comerciales).
	Incipiente exportación con potencialidad de ampliación. Destacan Italia y Rusia.
Servicios externos	Villacañas (transporte), Toledo y Madrid (publicidad), FECMES, Toledo (I+D, control de calidad)
Relaciones interempresariales	Muy estrechas, la asociación sectorial es el centro coordinador (prácticamente todas las empresas del sector en la comarca son socias y su directiva la forman los empresarios): colaboración en la comercialización y proyectos conjuntos.
Innovaciones	Buena red de agentes sociales e institucionales
	Automatización de procesos de producción y alta tecnología en I+D
	Proyecto de construcción de una planta térmica que rentabilice los residuos generados por las empresas fabricantes (serrín, recortes de madera y aglomerado)
Agentes	Locales: Asociación Empresarial (AFAP), Ayuntamiento, Oficina de SEPES y sucursal de la Cámara de Comercio e Industria de Toledo.
	Regionales: FECMES, Centro Tecnológico de la Madera de Toledo y FEDETO
Observaciones	Nuevo polígono de SEPES urbanizado con parcelas de múltiples tamaños
	Repercusión en la prensa regional de la precariedad de la mano de obra (presión de los sindicatos)
	Buena oferta de empleo, incluso regreso de hijos de emigrantes
	Gran dinamismo e importancia a escala nacional de la actividad. Enormes perspectivas de crecimiento
	MI en pleno desarrollo, con gran potencialidad y dinamismo
	Algunas empresas tienen oficina comercial en Madrid

Elaboración propia

Ficha resumen 2. La fabricación de puertas en Villacañas

CAPÍTULO 12:

LAS BODEGAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN VALDEPEÑAS

“Las tabernas de la madrileña Calle de Toledo estaban llenitas de recuas de manchegos que en mulas tordas paseaban y distribuían el vino de Valdepeñas”
Mesonero Romanos, “Escenas Matritenses”

“Digna heredera de los misterios báquicos, la tierra de Valdepeñas embruja y embriaga con el fruto de su más preciado tesoro: la uva, perla de Calatrava. Posiblemente sean los vinos de Valdepeñas los más conocidos de la geografía española.”
Folleto del Ayuntamiento “Valdepeñas, capital del vino”, 2001, p. 20.

INTRODUCCIÓN: UNA ACTIVIDAD DE LARGA TRADICIÓN HISTÓRICA.

Nada más entrar en Valdepeñas nos damos cuenta de que estamos en un municipio dedicado a la actividad vinícola por la majestuosa Avenida del Vino que nos da la bienvenida, jalonada a ambos lados por 132 enormes tinajas tradicionales: *“Valdepeñas ciudad del vino, Valdepeñas capital del vino”*.

El municipio de Valdepeñas se encuentra entre las comarcas del Campo de Calatrava y el Campo de Montiel, al sureste de la provincia de Ciudad Real. Su localización es equidistante (200 kilómetros) de Madrid y Córdoba, hasta donde se puede llegar viajando por la autovía de Andalucía N-IV, además de contar con estación de ferrocarril.

Valdepeñas se encuadra como una de las grandes poblaciones de la Comarca de La Mancha, siendo cabeza y eje administrativo de la Comarca de Montiel y parte de la Comarca de Calatrava. Es uno de los municipios de entre 25.000 y 30.000 habitantes (26.494 en 2001) de la provincia de Ciudad Real, y consta de un núcleo principal y de diversos anexos propios de grandes poblaciones: Consolación, El Peral y núcleos diseminados. La población se ha incrementado de forma constante después del descenso demográfico que experimentó en las décadas de los años sesenta y setenta, si bien desde 1995 su población se mantiene prácticamente estable, habiendo crecido tan sólo unos 300 habitantes en los últimos cinco años.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2.001
Habs.	21.015	23.580	25.218	26.002	30.409	26.020	25.706	24.397	24.946	25.067	26.217	26.331	26.494

Fuente: INE

Tabla 12. Evolución demográfica de Valdepeñas.

El dinamismo económico del municipio ha propiciado que el propio casco urbano haya visto crecer año tras año su red de infraestructuras, hasta llegar a cotas similares a las de cualquier capital de provincia. El Ayuntamiento, consciente de la importancia de las actividades industriales y de servicios en el tejido económico de la localidad, se está esforzando en la creación de suelo industrial para fomentar la instalación de nuevas empresas. Actualmente existe un polígono industrial, promovido por la Sociedad Estatal de Promoción y Equipamiento del Suelo (SEPES). Pero, además, se va a crear en breve

otro polígono de usos múltiples orientado al sector servicios, que contará con más de un millón de metros cuadrados de superficie, y que está promovido también por SEPES. Ambos polígonos se encuentran estratégicamente ubicados junto a lo que se considera una “rampa de lanzamiento” de Valdepeñas: la autovía N-IV.

El polígono industrial cuenta actualmente con una ocupación del 80%, y consta de 181 parcelas que albergan a 63 empresas en una extensión de 48,46 hectáreas. Por su parte, el Polígono de Usos Múltiples, o mixtos, está siendo gestionado entre el Ayuntamiento y el SEPES; la superficie de sus terrenos es de 1.445.034 metros cuadrados, que serán destinados principalmente a empresas del sector servicios, que está experimentado un notorio desarrollo en la localidad.

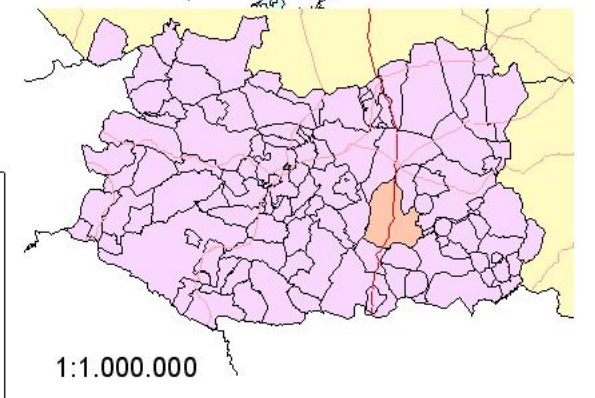
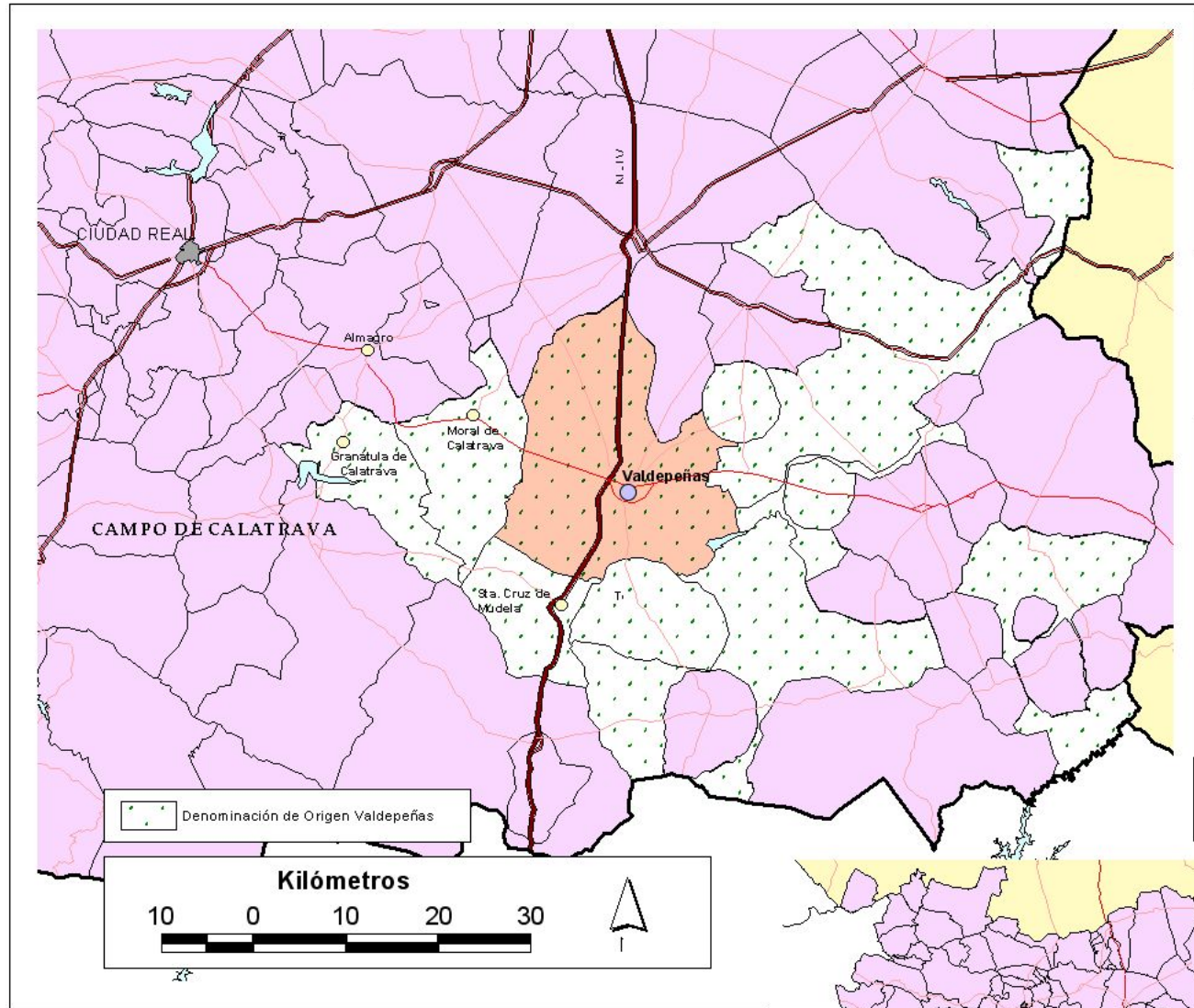
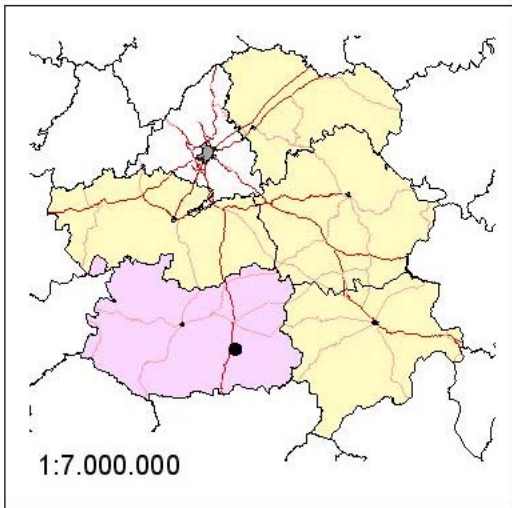
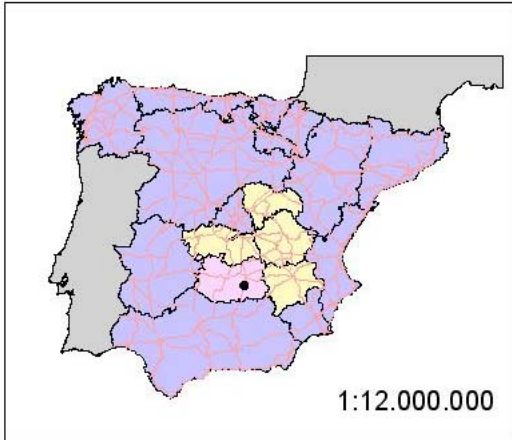
Los encuentros empresariales y ferias comerciales, relacionadas sobre todo con el mundo del vino, forman parte importante de la vida económica de Valdepeñas. A la celebración del tradicional Salón del Vino hay que añadir “Fervino”, la Feria de la Tecnología Vitivinícola. Ésta, celebrada a mediados del mes de diciembre con una vocación eminentemente profesional, se ha convertido ya en la segunda cita en importancia del panorama vinícola nacional. Las cifras no hacen sino avalar su trayectoria ascendente: en su última edición se contabilizaron 70 expositores que representaron a 125 empresas. Pero el calendario ferial valdepeñero no acaba aquí, convirtiendo a la localidad en una ciudad de ferias y congresos. Otros encuentros interesantes y de gran prestigio son la feria Tecnoalimentaria, que se celebra en el mes de junio, Ferquega, Feria del Queso y la Ganadería (octubre), Salón del Automóvil (abril) y Salón de la Infancia (diciembre).

El primer contacto con el municipio se produjo en el Ayuntamiento, donde tras una solicitud formal de información, nos enviaron una gran cantidad de documentación turística, estadística e informativa sobre las bodegas. Desde folletos publicitarios de la Denominación de Origen, visitas turísticas a bodegas antiguas y al reciente Museo del Vino, así como sobre Valdepeñas en la ruta de los Caballeros, hasta información sobre el Consejo Regulador y la Agencia de Desarrollo Local.

Pronto consideramos que el siguiente paso era visitar el Consejo Regulador (centro clave de la actividad vinícola), en el que durante una larga entrevista se nos ofreció todo tipo de listados e información sobre todas y cada una de las bodegas acogidas a la Denominación de Origen (35), que nos sirvió para obtener todos los datos cuantitativos del cuestionario empresarial además de información sobre temas relacionados con colaboraciones conjuntas entre las empresas, control de calidad, contratación de servicios, proveedores y mercados de venta. Además, se nos enseñó las instalaciones de la institución (salas de cata, aulas de formación, bodega de pruebas, oficina, etc.). A continuación, la estrecha relación mantenida por el C.R.D.O. con la Estación Enológica situada en el municipio, nos llevó a visitar este centro del Estado, en el que mantuvimos una entrevista con el director y visitamos sus laboratorios.

Con toda esta información, decidimos pasar al mundo empresarial y visitar sobre el terreno algunas bodegas modernas y otras antiguas (6 en total), donde a través de conversaciones informales mientras visitábamos sus instalaciones guiados bien por sus gerentes o por trabajadores, verificamos los datos ofrecidos por el Consejo Regulador y obtuvimos impresiones y opiniones sobre temas de colaboración interempresarial, innovaciones y perspectivas de la actividad. Para la realización de estas charlas se

Mapa SIG nº 8



ESTUDIO DE CASOS: VALDEPEÑAS

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.



Foto 7. Interior del Museo del Vino de Valdepeñas

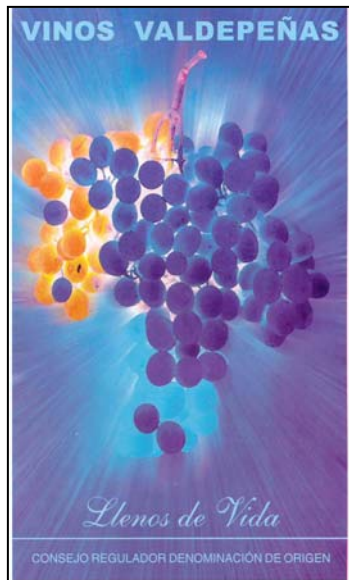


Foto 8. Folleto del C.R.D.O.

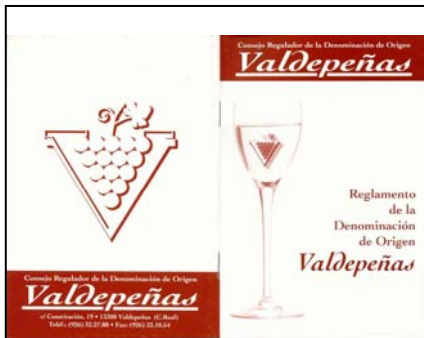
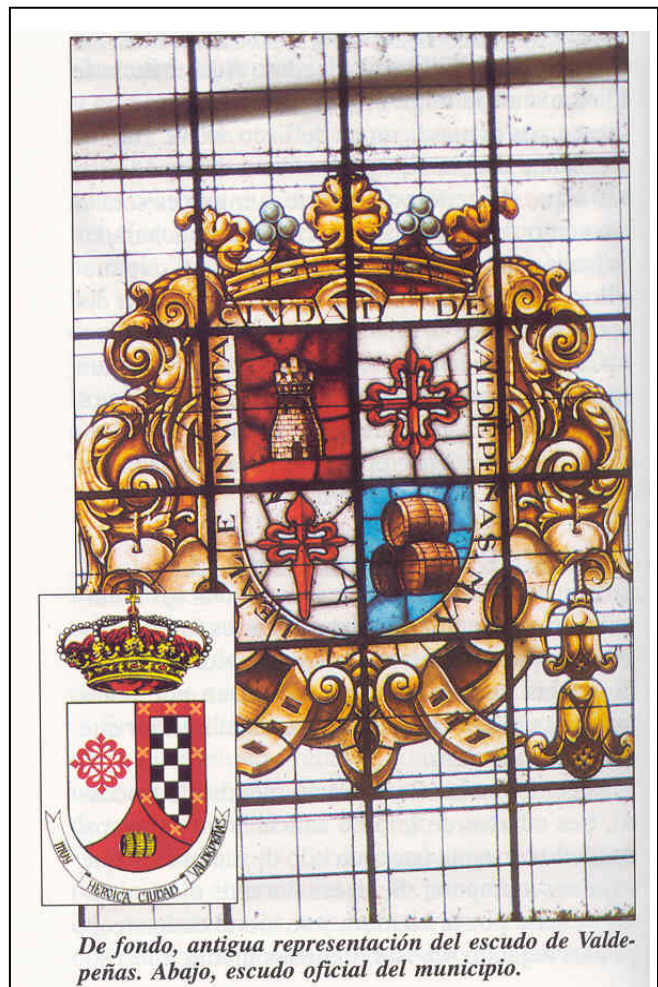
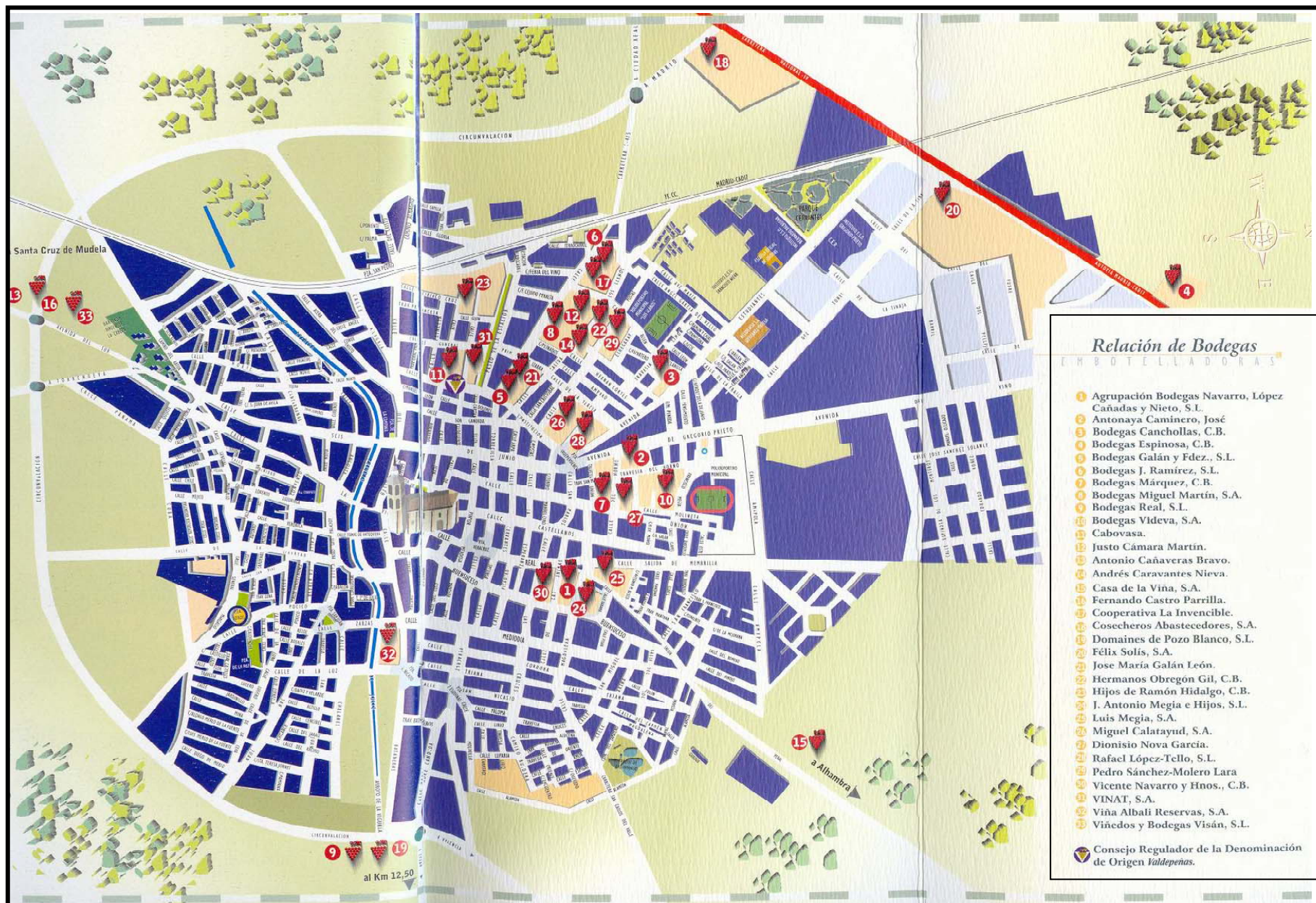


Foto 10. Logotipo y reglamento de la D.O.



De fondo, antigua representación del escudo de Valdepeñas. Abajo, escudo oficial del municipio.

Foto 9. El escudo de Valdepeñas.



Fuente: Folleto del C.R.D.O.

Plano 1. Localización de las bodegas de Valdepeñas.

elaboró un guión que incluía todos aquellos temas de la encuesta empresarial sobre los que era preciso indagar y obtener información directa del empresario. La cordialidad de las conversaciones fue siempre regada con una amable degustación.

Posteriormente visitamos el recientemente inaugurado Museo del Vino (situado en una antigua bodega comprada por el Ayuntamiento) que, además de ofrecer una extraordinaria información didáctica para el visitante (historia del municipio ligada a la actividad vinícola, tipos de uva de la denominación, evolución del proceso de fabricación, principales bodegas y cosechas, etc.), tiene una sala de catas, una biblioteca específica sobre el vino y es sede de la Agencia de Desarrollo Local. Mediante una entrevista en ésta última, conseguimos información de las actividades que desarrolla, en general en relación con el desarrollo turístico de la zona.

Por tanto, en total conseguimos información detallada de las 35 bodegas embotelladoras de la Denominación que forman el SPL de la comarca de Valdepeñas (29 de ellas localizadas en el municipio), visitamos 6 bodegas para verificar la información y mantener charlas con los empresarios y empleados, y realizamos 5 entrevistas con diferentes agentes implicados en la actividad vinícola (Ayuntamiento, Consejo Regulador, Estación Enológica, Museo del Vino y Agencia de Desarrollo Local). En la ficha de trabajo de campo queda recogido todo el proceso de la investigación.

1. LA EVOLUCIÓN DE LA COMARCA A TRAVÉS DE SU VINO Y DE SUS BODEGAS.

No se concibe el nombre de Valdepeñas de forma aislada: cuando se pronuncia aparece el vino como seña de su exclusiva identidad, ya que a lo largo de los siglos ha existido una simbiosis perfecta entre el vino y el nombre de la ciudad que lo elabora. Se trata de una zona que ya era conocida en la Península por sus vinos cuatro siglos antes de Cristo, gracias a las fértiles tierras que riega el río Jabalón, un pequeño río irregular en su caudal, que nace por los altos de Montiel y cruza por un “Valle de Peñas”.

Como se puede aprender en el didáctico Museo del Vino, desde que los pastores íberos decidieron establecerse a orillas del Jabalón y plantar el primer viñedo, ha sido tanto el fervor de este pueblo por el vino y su cultura que aún sometidos a dominaciones como la musulmana (que prohibía el consumo de alcohol y obligaba a arrancar los viñedos), lograron del Califato de Toledo que se extendiera una bula espacial permitiendo la continuidad de los cultivos y la elaboración del vino. El rey Alfonso VII concedió a los caballeros templarios (como recompensa por su lucha durante la Reconquista) tierras y viñedos en el campo de Calatrava, y fueron estos monjes los que introdujeron la variedad tinta procedente de Borgoña. A finales del siglo XV aparecen ya testimonios escritos de la importancia y fama de los vinos de Valdepeñas, llegando a convertirse durante el reinado de Felipe II y de los Austrias en el vino más prestigioso de la Corte. El gran impulso de Valdepeñas se produce con la construcción del Camino Real, que une la capital con Andalucía. Caravanas constante de arrieros llevan a Madrid sus cargamentos de vino, llegando a conquistar hasta tal punto el mercado, que el rey Carlos II estableció unas “alcabalas” o tasas de entrada.

En el siglo XIX Valdepeñas alcanzó su mayor esplendor, llegándose a establecer un tren especial que diariamente llevaba a Madrid más de 20 vagones cargados de pellejos, cubas y “foudres” (vagón cuba a modo de cisterna de madera), bautizado con el

nombre de “Tren del Vino”. Ya desde esta época se exportaban grandes cantidades a Europa, América y Asia. A partir de entonces el desarrollo de la actividad ha ido paralelo a la creación de instituciones relacionadas con el vino:

- En 1911 se creó en el municipio la primera Estación Enológica y Campo de Experimentación del Estado.
- En 1928 se constituyó el Círculo Mercantil Vitivinícola
- En 1930 fijó su sede en Valdepeñas la Junta Regional Vitivinícola.
- En 1932 fue reconocida la Denominación de Origen.

El escudo de la ciudad es un reflejo de esta historia ligada al vino, pues junto a las cruces Trinitaria y de Calatrava (órdenes a las que pertenecían las tierras de su valle), aparecen los toneles, símbolo de su identidad más genuina.

En 1973 se llegaron a contabilizar 414 establecimientos (bodegas tradicionales, muchas familiares), según el Consejo Regulador, más de 150 considerados como empresas. Con el tiempo han pervivido las que se han sabido adaptar a las exigencias del mercado, y lo importante es que cada vez se vende más vino. Actualmente existen 35 bodegas embotelladoras inscritas en la D.O. (29 situadas en Valdepeñas), 90 elaboradoras de cosecha propia (33 en Valdepeñas¹, 7 de ellas organizadas como cooperativas o comunidades de bienes) y 10 bodegas de crianza. Además existen algunas empresas que elaboran y embotellan mistela, mosto y vermut, pero el porcentaje es pequeño. Se calcula que para abastecer a todas estas bodegas, trabajan en la zona unos 4.000 viticultores.

Agricultores	Bodegas elaboradoras	Bodegas embotelladoras
±4.000	90 33 en Valdepeñas 7 cooperativas	35 29 en Valdepeñas 1 cooperativa 13 de crianza

Fuente: Ayuntamiento y C.R.D.O. 2001.

Tabla 13. Las cifras de la elaboración de vino de D.O. Valdepeñas

Basándonos en la detallada información aportada por el Consejo Regulador sobre la mayoría de las bodegas acogidas a la D.O. y comprobada sobre el terreno en las bodegas visitadas, las principales características de las 29 bodegas embotelladoras que se localizan en el municipio son las siguientes (algunas detalladas en el cuadro que se presenta a continuación):

- En cuanto a la fecha de creación, se trata de bodegas en su mayoría de más de 50 años, existiendo 12 de más de un siglo de antigüedad y tan sólo 1 de construcción reciente.
- La mayoría se encuentran situadas en el centro urbano, próximas a la estación de ferrocarril y a la carretera N-IV (véase el plano), observándose una correlación entre

¹ Cada año deciden a qué D.O. vender la uva en función de su precio (Valdepeñas o La Mancha), y si no pasan los controles, venden su vino como vino de mesa. En algunas ocasiones también venden a D.O. extrarregionales, como Rioja.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: VALDEPEÑAS	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Artículos sobre la misma temática de la D.O. Rueda: Grupo Vettonia Pillet Capdepón (2001)
Páginas web sobre vino y Denominaciones de Origen en toda España		
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Ciudad Real Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Plano del Municipio y del territorio de la Denominación de Origen	
	Información sobre el Museo del Vino y la actividad de la Agencia de Desarrollo enviada por el Ayuntamiento	
	Mapas y folletos turísticos locales, comarcales y provinciales. Bodegas tradicionales y ruta del vino. Horarios de visitas a bodegas	
	Revistas culturales e informativas municipales	
	Documentación del Consejo Regulador D. O. (folleto informativo de todas las bodegas, reglamento y cifras)	
Encuestas	Documentación aportada por el C. R. D. O. sobre la mayoría de las 35 bodegas inscritas: listados, mapas, informes, folletos y cifras. Contrastada con visitas a varias bodegas. 6 visitas a bodegas antiguas y modernas	
Entrevistas	5	Ayuntamiento (aportación de documentación)
		C. R. D. O. (aportación de documentación y visita a instalaciones)
		Estación Enológica (entrevista y visita a los laboratorios)
		Agencia de Desarrollo Local (explicación de proyectos en marcha y futuros)
		Museo del Vino (visita guiada, explicación detallada y folletos)
Fechas	Febrero 2001: Inicio de investigación, recorrido inicial, contacto	
	Marzo 2001: Encuestas y entrevistas	
	Abril 2001: Tratamiento de la información	
Observaciones	Excelente documentación aportada en todas las instituciones: Ayuntamiento, Agencia de Desarrollo y C. R.D.O.	
	Visitas muy didácticas al Museo del Vino (antigua bodega) y a las instalaciones del C. R.D.O.(salas de cata y laboratorio)	
	Muy buena coordinación entre agentes sociales e institucionales: red de innovación eficaz	
	Enorme Avenida del Vino a la entrada del municipio, franqueada por tinajas gigantes: imagen del territorio ligada a la actividad industrial	
	Venta directa en todas las bodegas	
	Explotación turística de la actividad (Museo Arqueológico, Museo del Vino, visitas a bodegas antiguas en el centro urbano, castro arqueológico, ...)	
	El paisaje de viñas se extiende hacia los municipios circundantes.	
	El municipio también es sede de la D.O. del Queso Manchego, y de la Asociación de Empresarios de la Confección del Campo de Montiel y Valdepeñas	
	Recinto ferial local con buenas instalaciones.	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 3. La investigación en Valdepeñas.

LAS BODEGAS DE VALDEPEÑAS

Bodega	Año de creación	Capacidad (litros)	Nº barricas crianza	Has. de vid	Elaboración media (litros)	Producción para comercialización (botellas)	Nº Marcas	Idiomas	Visitas guiadas
1	1904	1.000.000	20	65	270.000	250.000	7	Inglés	Sí
2	1895	1.332.800	-	70	50.000	45.000	1	-	No
3	1889	1.800.000	20	70	900.000	700.000	5	-	Sí
4	1965	8.500.000	1.150	90	4.000.000	3.500.000	9	Inglés	Sí
5	Antigua	571.000	-	-	-	100.000	3	-	No
6	1914	500.000	-	14	400.000	200.000	1	-	No
7	1888	325.000	-	35	185.000	170.000	3	-	No
8	1942	1.800.000	20	30	1.500.000	2.000.000	3	-	Sí
9	1989	3.000.000	300	400	1.000.000	581.245	3	Inglés	Sí
10	1967	2.000.000	800	-	1.000.000	852.154	10	Inglés/Francés	Sí
11	1895	1.760.000	125	50	500.000	400.000	4	-	Sí
12	1940	500.000	-	-	-	30.000	1	-	No
13	1872	140.000	20	7	90.000	100.000	3	-	Sí
14	1943	22.000.000	-	-	2.500.000	200.000	5	-	Sí
15	1875	30.000.000	25.000	288	15.000.000	11.000.000	8	Inglés/Francés	Sí

Bodega	Año de creación	Capacidad (litros)	Nº barricas crianza	Has. de vid	Elaboración media (litros)	Producción para comercialización (botellas)	Nº Marcas	Idiomas	Visitas guiadas
16	Reciente	2.106.500	-	250	-	70.000	3	-	No
17	Años 50	64.963.939	18.500	400	33.132.615	30.000.000	7	Inglés/Francés/ Alemán	Sí
18	1900	600.000	-	29	200.000	150.000	3	-	No
19	1963	1.108.000	-	5	-	100.000	1	-	No
20	1865	700.000	100	-	-	200.000	3	-	No
21	-	750.000	70	70	500.000	350.000	2	Inglés/Francés	Sí
22	1947	22.000.000	500	-	2.000.000	3.000.000	5	Inglés/Francés	Sí
23	1940	3.000.000	1.500	50	1.500.000	1.000.000	4	Inglés	Sí
24	-	310.400	-	25	200.000	100.000	1	Inglés/Francés	Sí
25	1863	600.000	22	30	500.000	750.000	5	-	Sí
26	-	369.000	11	45	240.000	75.000	1	-	Sí
27	s. XVIII	1.674.200	95	70	900.000	200.000	3	-	No
28	1918	500.000	-	100	250.000	260.000	1	-	Sí
29	Años 50	2.000.000	2.250	-	-	-	2	Inglés/Francés/ Alemán	Sí

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Consejo Regulador de la D.O.

Cuadro 26. Características de las bodegas de Valdepeñas

las más antiguas localizadas en el casco histórico (que cuentan con cuevas excavadas en la roca), y las más modernas y grandes situadas en el polígono industrial y los alrededores del municipio (siguiendo las vías de comunicación hacia los pueblos circundantes).

- La capacidad de almacenamiento y volumen de litros comercializados es muy variable de unas bodegas a otras, existiendo desde grandes bodegas que cuentan con numerosas marcas propias (sin tener necesariamente cosecha propia), a pequeñas instalaciones que venden en torno a las 100.000 botellas. La mayoría de las bodegas cuentan ya con barricas de crianza.
- El número medio de trabajadores fijos en cada bodega es de 12-15 empleados, número que se incrementa considerablemente con trabajadores eventuales en la época de la vendimia (en el caso de bodegas con cosecha propia). En las bodegas más grandes, la plantilla encargada de la administración y comercialización llega a los 20 empleados, contando incluso con delegaciones comerciales en Madrid. En todos los casos, las bodegas cuentan con camiones propios para distribuir el producto.
- De cara a la exportación, gran parte de las bodegas han incorporado personal cualificado en idiomas, y en relación con la explotación turística de las instalaciones, ofrecen salas de acogida a turistas y visitas guiadas.
- En cuanto a los mercados de venta, comercializan tanto a través de mayoristas como mediante la venta directa al detalle en sus propias instalaciones, abarcando todo el territorio nacional (fundamentalmente Madrid y Andalucía) y con un incremento progresivo de la exportación (sobre todo en el caso de las bodegas de mayor tamaño).
- En lo referente a las innovaciones tecnológicas introducidas en las empresas, en general todas las bodegas han renovado sus instalaciones (automatización del embotellado, compra de barricas de roble,...), si bien conviven las tradicionales cuevas excavadas en la roca (en las que el vino se almacena en tinajas de barro) con los más modernos depósitos de acero inoxidable de fermentación a temperatura controlada (que han modernizado el sistema productivo permitiendo una mayor capacidad de almacenamiento, garantizando la calidad de los vinos). Las inversiones realizadas en los últimos años han sido importantes (financiadas con ayudas y subvenciones de la Junta de Comunidades), sobre todo en el caso de las bodegas más grandes, que a la vez que han ampliado sus instalaciones (oficinas y salas de acogida tanto a distribuidos como a turistas), han introducido las más modernas tecnologías productivas.
- Finalmente, las bodegas embotelladoras (que son las que ponen las marcas amparadas bajo la D.O.) se integran en un SPL vertical organizado en torno a la fabricación de vino, que va desde los proveedores comarcales de uva (los más de 4.000 viticultores de la zona que venden su cosecha a las bodegas elaboradoras) y los numerosos almacenes y representantes locales de materiales (botellas, corchos, barricas, depósitos, etiquetas,..., productos de los que no existen empresas fabricantes en el municipio), a las bodegas elaboradoras² (en las que compran el mosto cuando no disponen de cosecha propia o de suficientes hectáreas de viña, tratándose en los

² Algunas bodegas son tanto elaboradoras como embotelladoras, pero en general aunque las bodegas embotelladoras dispongan de una parte de cosecha propia, compran la mayor parte del mosto a las bodegas elaboradoras que no embotellan.

casos más significativos de grandes cooperativas), para culminar en las fases posteriores a la producción y embotellado del vino con los servicios empresariales (acaparando Valdepeñas gran parte de los bancos, asesorías y empresas de transporte de toda la comarca).

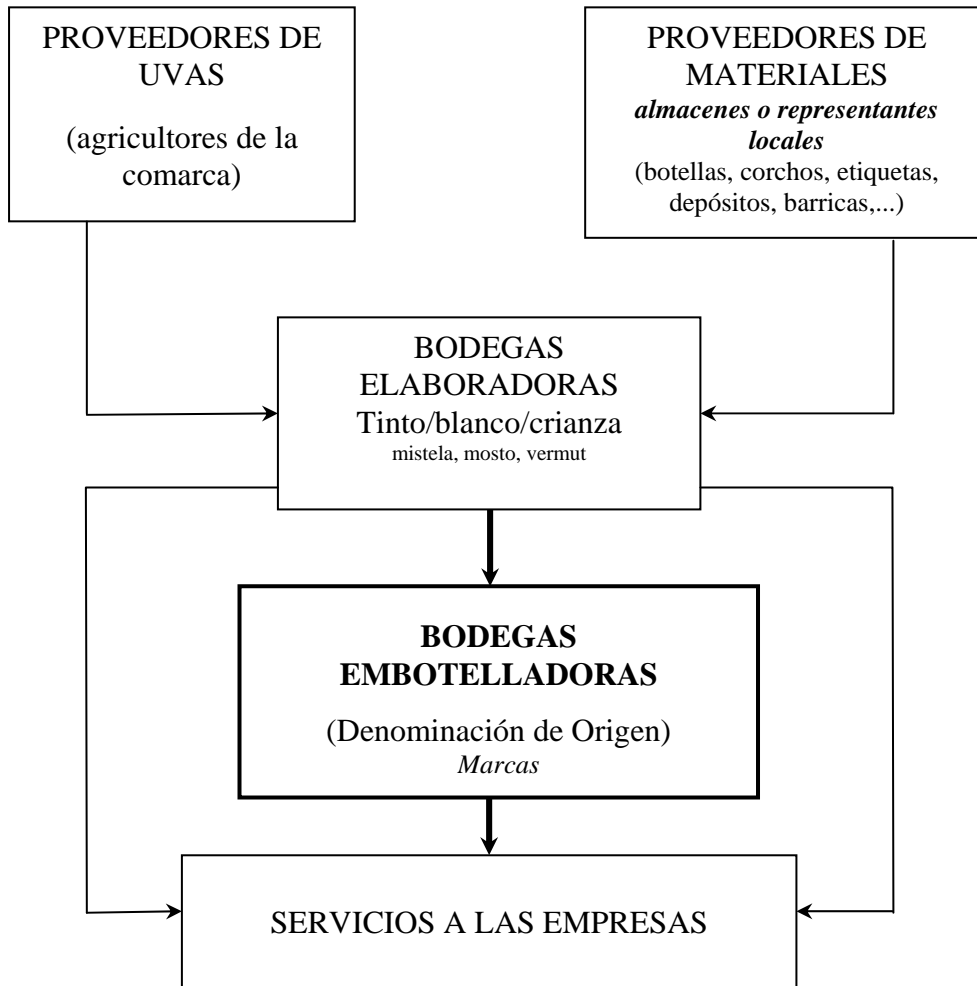


Diagrama 8. El SPL del vino en Valdepeñas

2. CARACTERÍSTICAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN VALDEPEÑAS.

Una Denominación de Origen es el resultado de una combinación de factores físicos y humanos, es decir, de cualidades del medio físico que proporciona la materia prima, y de agentes y organismos que aportan el saber hacer y crean la red organizativa dinamizadora de la actividad y que vela por la calidad de los vino. Por tanto, además de las características organolépticas de los caldos, el reconocimiento de una Denominación de Origen por parte del Ministerio de Agricultura exige una serie de pre-requisitos que debe asegurar la población implicada en la actividad vitivinícola, que se institucionaliza en un Consejo Regulador:

→ La delimitación de un territorio.

- La redacción de un reglamento sobre prácticas de cultivo y elaboración, variedades de uva acogidas, producción máxima, etc.
- La elaboración de un registro de viñas y bodegas.
- El control exhaustivo de los vinos mediante la analítica adecuada.

La D.O. Valdepeñas fue reconocida el 8 de septiembre de 1932, y sus reglamentos han sido modificados en 1964, 1976 y 1994.

2.1. Los factores del medio físico y las características organolépticas del vino de Valdepeñas.

La D.O. Valdepeñas se extiende sobre una superficie de 115.000 hectáreas, integrando los municipios de Alcubillas, Moral de Calatrava, San Carlos del Valle, Santa Cruz de Mudela, Torrenueva, Valdepeñas y una parte de los términos de Alhambra, Granátula de Calatrava, Montiel y Torre de Juan Abad. Al cultivo del viñedo se dedican actualmente alrededor de 29.000 hectáreas, de las cuales el 50% aproximadamente se encuentran en el término municipal de Valdepeñas.

La zona está situada en el borde meridional de la submeseta sur castellana, y la autovía Madrid-Andalucía la divide en dos. Se encuentra enmarcada por las comarcas de Campo de Montiel por el este, y Campo de Calatrava por el oeste. En este espacio, el paisaje pierde paulatinamente su condición de llanura sin límite, convirtiéndose en un amplio valle flanqueado por terrenos de mayor altitud que alcanzan los 1.000 metros de altitud (el valle presenta una altitud media de 750 metros, elevándose lenta y progresivamente de norte a sur y hacia el este). Esta configuración orográfica delimita perfectamente la Denominación de Origen, y junto a valores agroclimáticos configura un ecosistema determinante para el cultivo de la viña.

Los tres pilares determinantes de esta Denominación de Origen son: el clima y el suelo, las variedades y el hombre. El clima extremado y el asentamiento del viñedo sobre terrenos del mioceno (calizas, margas y arenas), constituyen un medio vitícola en el que las variedades Airén (blanca) y Cencibel (tinta), adaptadas a la perfección, ofrecen unos frutos de buena calidad. El clima ofrece temperaturas máximas que rondan los 40°C y mínimas de -10°C e incluso inferiores, siendo la temperatura media anual de 16°C. La pluviometría media anual está en torno a los 350 mm, y el número de días de lluvia oscila entre 60 y 70, produciéndose las precipitaciones más intensas en primavera, que suelen ser de corta duración y carácter tormentoso.

En cuanto a las características organolépticas de los vinos de Valdepeñas, hay que señalar que según los folletos del Consejo Regulador, los tintos, elaborados con las variedades de uva Cencibel, Garnacha y Cabernet-Sauvignon, son complejos en su elaboración pero muy ricos en su degustación. Se trata de un vino de color violáceo y rico en matices, suave en boca, de largo posgusto y afrutados a la nariz. Su graduación alcohólica está entre los 12 y los 13,5 grados, y evolucionan bastante bien durante la crianza en bodega de roble y botella. Los blancos, elaborados con las variedades Airén y Macabeo, deben tomarse fríos y el mismo año de su embotellado. Con una graduación de 11 a 12,5 grados, son ligeros en boca, poco alcohólicos, de color amarillo pálido y moderadamente ácidos. Su aroma es fino, limpio y discretamente afrutado.

La combinación de todos estos factores físicos con un saber hacer tradicional perfeccionado a lo largo de varias generaciones, es el origen del significativo eslogan de la Denominación de Origen Valdepeñas: “Vinos llenos de vida”.

2.2. Los procesos de innovación: antiguas tradiciones con nuevas tecnologías.

Valdepeñas no quiere quedarse anclada en su glorioso pasado, y es evidente que la prosperidad que ha experimentado desde finales del siglo XIX como consecuencia de su actividad vitivinícola le ha dotado de las armas apropiadas para enfrentarse al siglo XXI. Tierra de hombres emprendedores (convencieron en su momento al Gobierno español para que modificara el trazado del ferrocarril para que pasara por Valdepeñas, y crearon una caja de previsión autónoma contra la filoxera en 1904), la ciudad manchega atraviesa en la actualidad una etapa caracterizada por la modernización de sus infraestructuras agropecuarias y de los mecanismos de producción del vino, que está colocando a sus bodegas y empresas a un nivel destacado de competitividad en precio y calidad.

La Denominación de Origen Valdepeñas apuesta por el futuro, y para ello realiza las innovaciones necesarias capaces de hacer frente a los retos que pide el mercado y que exige la enorme competencia en el sector tanto a escala nacional como internacional (ante D.O. con mayor prestigio de vino de calidad como Ribera de Duero, Rueda, Rioja, Burdeos,...), centrando sus actuaciones en tres grandes campos:

→ *La introducción de nuevas variedades.*

En el ámbito agrario, se han puesto en marcha acciones encaminadas a la reestructuración del viñedo actual con el fin de mejorar el equilibrio entre variedades tintas y blancas, y estudiar la implantación de nuevas variedades aptas para la producción de vinos de calidad.

→ *La diversificación productiva.*

La nueva orientación empresarial se dirige hacia la elaboración de vinos blancos jóvenes y tintos de crianza en barrica de roble y botella, para lo que las variedades Airén y Cencibel presentan óptimas cualidades. Numerosas bodegas cuentan ya con instalaciones acondicionadas para la crianza de los vinos.

→ *La apertura del mercado.*

En los últimos años se ha llevado a cabo una intensa promoción de los vinos jóvenes, reserva y gran reserva, amparados por la Denominación de Origen en el mercado exterior y en los mercados nacionales que demandan productos de calidad, a través de búsqueda directa de mercados y participación en ferias. El



Fuente: Folleto del C.R.D.O.

Foto 11. El territorio de la Denominación de Origen Valdepeñas

progresivo incremento de la producción a obligado a las bodegas a ampliar sus instalaciones, destacando la introducción de grandes depósitos de acero inoxidable, que además de permitir una enorme capacidad de almacenamiento, realizan la fermentación de los caldos a temperatura controlada, garantizando la calidad de los vinos.

En este sentido, en los últimos años el gran esfuerzo de los productores y empresarios coordinados a través del Consejo Regulador están convirtiendo el antiguo “vino del pueblo español” en un producto de calidad (sus vinos han cosechado ya numerosos premios) aunque, eso sí, conservado siempre su espíritu primigenio. Prueba de esto último es la conservación de las famosas cuevas excavadas en la roca, algunas de las cuales pueden ser visitadas por el público, entre las que destaca la conocida como “El Trascacho”. Si bien algunas de las bodegas de Valdepeñas poseen aún ese aspecto apacible y familiar de las industrias manchegas, la mayoría ha llevado a cabo importantes mejoras en sus sistemas de producción y calidad, pudiéndose encontrar grandes empresas bien conocidas fuera de nuestras fronteras como es el caso de las *Bodegas Félix Solís*, que cuenta con modernas instalaciones y depósitos de acero inoxidable de gran capacidad de producción y almacenamiento,

Esta empresa de orígenes familiares ha sabido conjugar la tradición artesanal con la aplicación de las últimas tecnologías, y sus vinos pueden encontrarse prácticamente en todo el mundo. Considerada como una de las principales bodegas españolas, exporta sus productos a más de 40 países de los cinco continentes, y ha llegado a crear sucursales en lugares tan lejanos de la tierra del Quijote como Shangai; además posee una potente red de distribución en toda España. Otras empresas de importancia son Bodegas Los Llanos del grupo Cosecheros Abastecedores, y Bodegas Miguel Calatayud. Ambas han sido fieles a la tradición valdepeñera: mantener los elementos diferenciadores de la producción artesanal, y añadir los adelantos técnicos necesarios para conseguir unos vinos nobles, aromáticos y de calidad.

2.3. Los mercados principales y su apertura.

Los vinos de Valdepeñas se beneficiaron rápidamente de la construcción del Camino Real entre Madrid y Andalucía en el siglo XVIII para salir en busca de mercados, y ese eje Madrid-Andalucía sigue explicando que sea en ambas regiones donde se encuentren los principales mercados del producto.

Durante la campaña 1999-2000 se produjeron más de 62 millones de litros de vino amparados bajo la D.O., de los que casi 16 millones se destinaron a la exportación. El mejor mercado exterior se encuentra en la Europa Comunitaria, destacando Suecia, Holanda, Alemania, Reino Unido, Dinamarca y Suiza. El incremento de las ventas ha sido considerable en el caso del vino tinto, que desde 1997 ha duplicado su exportación. Fuera de Europa destacan países compradores como Japón, Venezuela, México, Argentina, República Dominicana, China y Estados Unidos, todos por encima de los 25.000 litros en 1999. Desde 1983 se inició una estrategia de promoción del vino desde el C.R.D.O., que ha sido muy intensa desde el año 2000, y los volúmenes de ventas y exportación han crecido considerablemente desde entonces. Esto a llevado a las bodegas a contratar personal cualificado en idiomas, dato que aparece incluso en el folleto promocional de

todas las bodegas amparadas bajo la D.O. (como se recogía en el cuadro de características de las bodegas situadas en Valdepeñas, anteriormente analizado).

CAMPAÑA	LITROS
96/97	56.931.777
97/98	69.722.843
98/99	56.094.482
99/00	62.593.439

Fuente: Consejo Regulador de la D.O.

Tabla 14. Vino amparado por la D.O. Valdepeñas

AÑOS	EMBOTELLADO	GRANEL	TOTAL
1997	41.071.315	3.036.523	44.107.838
1998	46.347.729	2.372.979	48.720.708
1999	55.025.795	2.441.397	57.467.192

Fuente: Consejo Regulador de la D.O.

Tabla 15. Comercialización del vino de la D.O. Valdepeñas (litros).

1997	1998	1999
9.310.837	11.448.591	15.899.835

Fuente: Consejo Regulador de la D.O.

Tabla 16. Exportación de vino de la D.O. Valdepeñas (litros).

3. LA MULTIPLICIDAD DE AGENTES LOCALES RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD VINÍCOLA.

Los principales agentes sociales e institucionales relacionados con la actividad vitivinícola y la progresiva mejora de la calidad de los vinos de Valdepeñas son los siguientes:

- *Estación de Viticultura y Enología de Valdepeñas.*

Se trata de una institución del Estado dependiente del IVICAM (Instituto de la Viña y el Vino de Castilla-La Mancha), que integra además todos los Consejos Reguladores, la Estación de Viticultura y Enología de Alcázar de San Juan y el Centro de Experimentación Vitivinícola de Tomelloso (donde se encuentra la sede). Se creó en 1911 en un edificio situado en el centro municipio, trasladándose a las modernas instalaciones que ocupa actualmente a las afueras hace 12 años. Cuenta con 10 técnicos funcionarios, y entre sus funciones se distinguen tres tipos de actividades principales:

- El control de datos relativos a pólenes, pluviometría, plagas, etc., así como el análisis de las aguas de la zona.

- La asistencia a los agricultores sobre el terreno, tanto en lo relativo a la salud de las viñas como en la introducción de innovaciones (nuevas variedades de uvas, poda, sistemas de riego,...)
- El análisis en sus laboratorios especializados de los caldos (vinos y subproductos) elaborados por las bodegas: análisis del grado alcohólico
- La expedición de certificaciones de calidad tanto para el C.R.D.O. como para las bodegas de cara a la exportación del vino.

Su estrecha relación con el C.R.D.O. se manifiesta fundamentalmente en el acuerdo que tiene con esta institución por el que realiza anualmente de forma gratuita toda la analítica necesaria para la calificación del vino amparado bajo la Denominación de Origen Valdepeñas.

- *El Museo del Vino.*

Recientemente inaugurado (2001), el Museo del Vino se ha convertido en una de las señas de identidad más importantes de Valdepeñas. Y no sólo por el hecho de que el vino sea el protagonista temático de este peculiar centro cultural: el equipamiento, el encanto de muchas de sus salas, la cuidada ambientación y la cantidad de información que el visitante absorbe sin esfuerzo, convierten el Museo del Vino de Valdepeñas en un monumento relevante en el municipio.

Se trata de un lugar turístico (se sitúa en las instalaciones de una antigua bodega y conserva todos los elementos tradicionales), pero también funciona como centro didáctico y de investigación (cuenta con una biblioteca especializada y una sala de catas) y además es la sede de la Agencia de Desarrollo Local.

- *La Agencia de Desarrollo Local (ADL).*

Fue creada a través del Área de Promoción Económica del Ayuntamiento en el año 2001, por lo que los proyectos puestos en marcha todavía se encuentran en fases iniciales, Cuenta actualmente con tres técnicos que trabajan en las instalaciones acondicionadas en el Museo del Vino.

Según el folleto de promoción de la agencia elaborado por el Ayuntamiento, los servicios que en principio se ofrecen desde esta institución son de forma esquemática los siguientes:

1. Promoción empresarial y creación de empresas:
 - Promoción de un nuevo polígono industrial.
 - Viveros de empresas.
 - Centro de servicios empresariales (información, asesoramiento, tramitación de

- documentos,...).
 - Comercio exterior.
 - Ferias y congresos.
 - Asesoramiento a emprendedores.
 - Formación empresarial (trabajadores, directivos, emprendedores,...).
 - Ayudas y subvenciones.
 - Apoyo a proyectos empresariales de I+E (Innovación y Empleo).
2. Formación y Empleo:
- Servicio de información, orientación e inserción laboral.
 - Servicios de apoyo al autoempleo.
 - Escuelas Talleres, talleres de empleo, casas de oficio.
 - Planes sociales de empleo.
 - Módulos de formación y empleo.
 - Otras acciones de formación ocupacional y formación continua.
 - Pacto local de empleo.
3. Diversificación económica en zonas rurales:
- Nuevos yacimientos de empleo.
 - Apoyo a actividades de turismo rural.
 - Apoyo a producción locales de calidad.
 - Apoyo a la comercialización de productos artesanales.
 - Promoción turística del municipio.
4. Programas europeos y de desarrollo en general.

En la realidad, en el tiempo que lleva en funcionamiento, los principales servicios prestados a las bodegas (sobre todo a las de tipo familiar, aunque también a alguna grande) han sido servicios relacionados con la explotación turística de las mismas:

- Asesoramiento para la ampliación y mejora de las instalaciones para atender visitas.
- Formación para la recepción y atención de turistas.
- Asesoramiento para crear producto turístico.
- Planes de marketing y comercialización del producto turístico.

Y junto a estos servicios prestados de forma individualizada a las empresas que han solicitado sus servicios, la ADL ha puesto en marcha numerosas actuaciones por iniciativa propia de promoción del vino y las bodegas de Valdepeñas:

- Asistencia a ferias de turismo, en las que promociona tanto el territorio como el vino,
- Elaboración de páginas web:
www.ciudadesdelvino.com

www.larutadelvino.org

- Elaboración de folletos turísticos de Valdepeñas como ciudad del vino.
- Organización de las fiestas de la vendimia (1-8 de septiembre).
- Catas comentadas y cursos de formación en las instalaciones del Museo del Vino.

Para poner en marcha todos estos proyectos, la ADL ha contado con la colaboración del Consejo Regulador de la D.O., y a través del Ayuntamiento, con las subvenciones y el apoyo de la Diputación Provincial de Ciudad Real y de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Además, la ADL pertenece a la Asociación de las Rutas del Vino en La Mancha y Valdepeñas, que está integrada por empresarios tanto del sector bodeguero como hostelero de los seis Ayuntamientos que componen la ruta: Alcázar de San Juan, Pedro Muñoz, Socuéllamos, Tomelloso, Villarrobledo y Valdepeñas.

Finalmente, los proyectos futuros que se plantea la Agencia están relacionados con la participación en proyectos europeos de desarrollo, en los que siempre está presente la actividad vitivinícola :

- El Proyecto EQUAL “Los Yacimientos del Vino”, que ha sido concedido a nivel nacional y del cual forman parte Valdepeñas.
- El Proyecto INTERREG III B “Las Rutas del Vino en la Península Ibérica”, que está pendiente de aprobación.

- *La Asociación de Jóvenes Amigos del Vino.*

Se trata de una agrupación local dedicada a la organización de actividades relacionadas con la promoción y mejora de imagen de los vinos de Valdepeñas (actividades deportivas, culturales, sociales, etc.), integrada por unos 450 socios, entre particulares e instituciones.

- *La Cofradía de Mayorales del Vino.*

También es una asociación dedicada a la organización de actos en relación con los vinos de Valdepeñas, pero en este caso más culturales (literarios, pintura, ...), y está compuesta por unos 100 socios.

- *Asociaciones de productores.*

Se trata de asociaciones que se encargan de defender los derechos de los diferentes colectivos implicados en la producción de vino, ofreciendo servicios de asesoría jurídica e información técnica especializada. Las principales son las siguientes:

- Asociación de vinicultores.
- Asociación de elaboradores.
- Organizaciones agrarias.
- Federación Interprofesional de Vitivinicultores de la Denominación de Origen Valdepeñas.

- *El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valdepeñas*

Por ser el agente clave de la D.O. lo analizamos en detalle a continuación.

Por último, señalar que además existe en el municipio una *escuela privada de Agricultura Biológica*, que se encuentra en una bodega que elabora vino biológico.

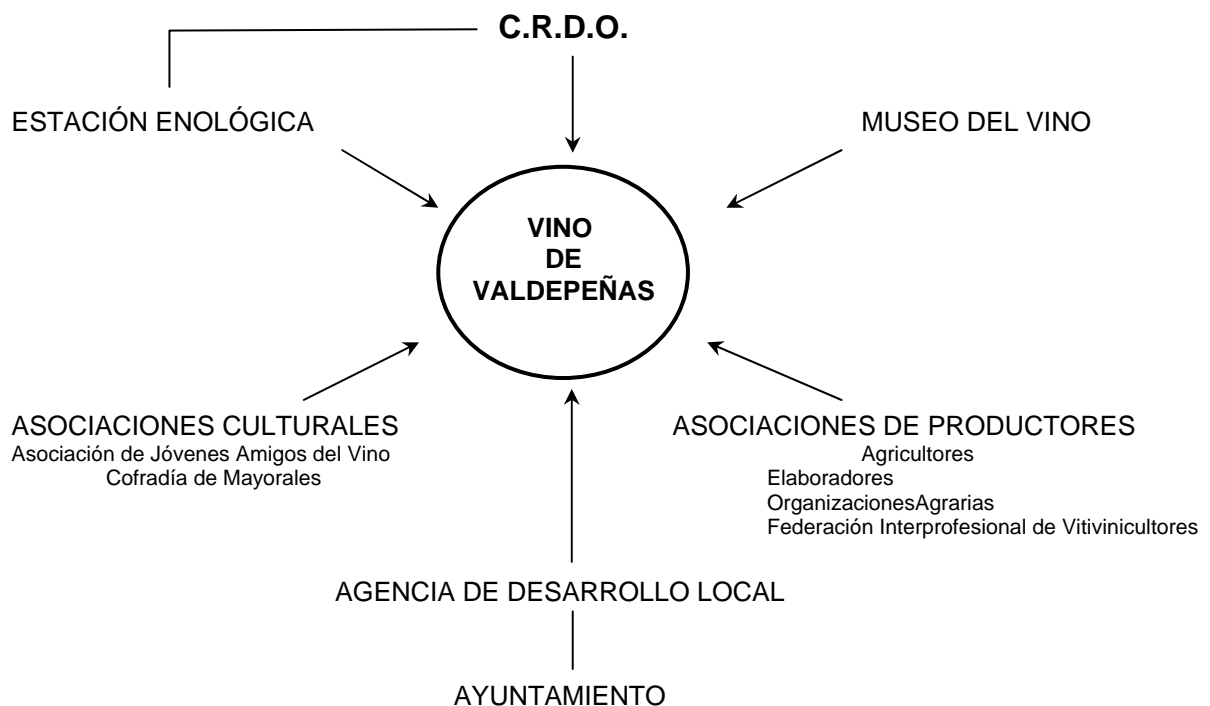


Diagrama 9. Agentes sociales e institucionales en la actividad vitivinícola de Valdepeñas.

4. EL CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN (C.R.D.O.) COMO AGENTE CLAVE DE LA RED DE INNOVACIÓN.

El Consejo Regulador es el organismo encargado de velar por la calidad y autenticidad de los vinos comercializados con la denominación de Valdepeñas,

garantizando la calidad de los vinos ante el consumidor. Para llevar a cabo su labor realiza un seguimiento que va desde las plantaciones de viñedo, siguiendo con los procesos intermedios, culminados con el embotellado y salida al mercado. Cuenta para todo ellos con los Servicios Técnicos y el Comité de Calificación de Vinos del Consejo Regulador, en estrecha colaboración con la Estación de Viticultura y Enología de Valdepeñas. El Consejo Regulador desarrolla además actividades de promoción e imagen, encaminadas a la expansión de los mercados interior y exterior, fomentando el prestigio de la Denominación de Origen en los mismos.

4.1. La institución.

La D.O. Valdepeñas se encuentra entre las de mayor antigüedad de las más de medio centenar de denominaciones vinícolas españolas con características propias. Como ya se ha señalado, fue reconocida el 8 de septiembre de 1932, y sus reglamentos posteriores datan de los años 1964, 1976 y 1994: es decir, estamos ante una Denominación de Origen experimentada y la segunda más conocida por los españoles después de Rioja.

La sede del C.R.D.O. se localiza en un edificio de típica arquitectura manchega con una superficie útil de 1.000 metros cuadrados, equipado con avanzados sistemas informáticos que permiten un riguroso control desde la viña a la cepa (plantaciones, prácticas de cultivo, recolección, elaboración, movimientos de vino, etc) y un seguimiento estricto del uso de las contraetiquetas que avalan los vinos embotellados.

4.2. Las funciones.

Las funciones del Consejo Regulador son varias y diversas, destacando las siguientes:

- Orientar, vigilar y controlar la producción, elaboración y calidad de los vinos amparado.
- Velar por el prestigio de la D.O. en el mercado nacional y en el exterior.
- Llevar los registros de viñas y bodegas.
- Expedir certificaciones de origen y precintos de garantía.
- Desarrollar acciones de promoción y propaganda para la expansión de sus mercados.
- Sancionar las infracciones.

Mantiene contactos habituales con otros consejos reguladores de vino de España, con los que se comparten ideas y se presiona en común ante las instituciones públicas. Además, se acude a ferias en colaboración con el Consejo Regulador del Queso Manchego, que también tiene su sede en Valdepeñas.

4.3. El equipo humano.

El equipo humano está formado por catadores, inspectores, técnicos y personal administrativo, y aumenta sustancialmente sus efectivos en la época de vendimia para controlar que la uva destinada a la elaboración de los vinos amparados por la D.O. proceden exclusivamente de la zona y variedades exigidas por el Consejo Regulador, cumpliendo las normas de cultivo que los miembros se han autoimpuesto.

El Consejo está constituido por los siguientes miembros:

- Un Presidente designado por el Consejero de Agricultura y Medio Ambiente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a propuesta del Consejo Regulador.
- Cinco Vocales en representación del sector vitícola, titulares de viñedo inscrito en el Registro de Viñas del Consejo Regulador.
- Cinco Vocales en representación del sector vinícola, titulares de bodegas inscritas en el Registro de Bodegas del Consejo Regulador, que se distribuirán de acuerdo a la normativa electoral.

Los cargos de vocales son renovados cada cuatro años, pudiendo ser reelegidos.

4.4. La normativa.

Las normas de elaboración disponen que los vinos de la D.O. Valdepeñas han de realizarse en bodegas enclavadas dentro de las zonas de producción que se encuentren inscritas en el Registro de Bodegas de Elaboración del Consejo Regulador. Las técnicas empleadas en la manipulación de la uva, mosto y el vino, control de la fermentación y el proceso de conservación, tenderán a obtener productos de máxima calidad, manteniendo las características tradicionales de los tipos de vinos amparados por la D.O. Todas las botellas de vino comercializadas además de su correspondiente etiqueta de la bodega y su marca, llevarán la contraetiqueta numerada del Consejo Regulador de la D.O. Valdepeñas como su mejor garantía de origen, confeccionada por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre.

4.5. Las relaciones institucionales de la entidad.

Los agentes sociales e institucionales con los que mantiene relaciones el Consejo Regulador, como agente clave de la red de innovación, son los siguientes:

- La Estación Enológica, que realiza todos los análisis de los vinos acogidos a la D.O.
- El centro de Formación Profesional, rama Enología, que existe en el municipio.
- La UNED, que realiza cursos de cata en el centro de forma esporádica.

Estudios de caso: Valdepeñas

- Las embajadas de los países que invitan en las denominadas “misiones inversas”, a través de las cuales invitan a importadores, periodistas, etc. con todos los gastos pagados, para dar a conocer y promocionar en el extranjero el vino de Valdepeñas.
- Las ferias agroalimentarias y del vino, tanto a nivel nacional como internacional, a las que acuden con una etiqueta genérica del vino de Valdepeñas para no beneficiar a ninguna empresa en particular.
- Las Cámaras de Comercio nacionales y extranjeras, en colaboración con el ICEX para cuestiones de exportación y promoción en el extranjero.
- Los representantes de empresas proveedoras y distribuidoras.
- Otros C.R.D.O. del vino en España y del Queso Manchego (con sede en Valdepeñas).
- Las asociaciones locales de agricultores, bodegueros y amigos del vino.
- La Diputación Provincial, proveedora de subvenciones.

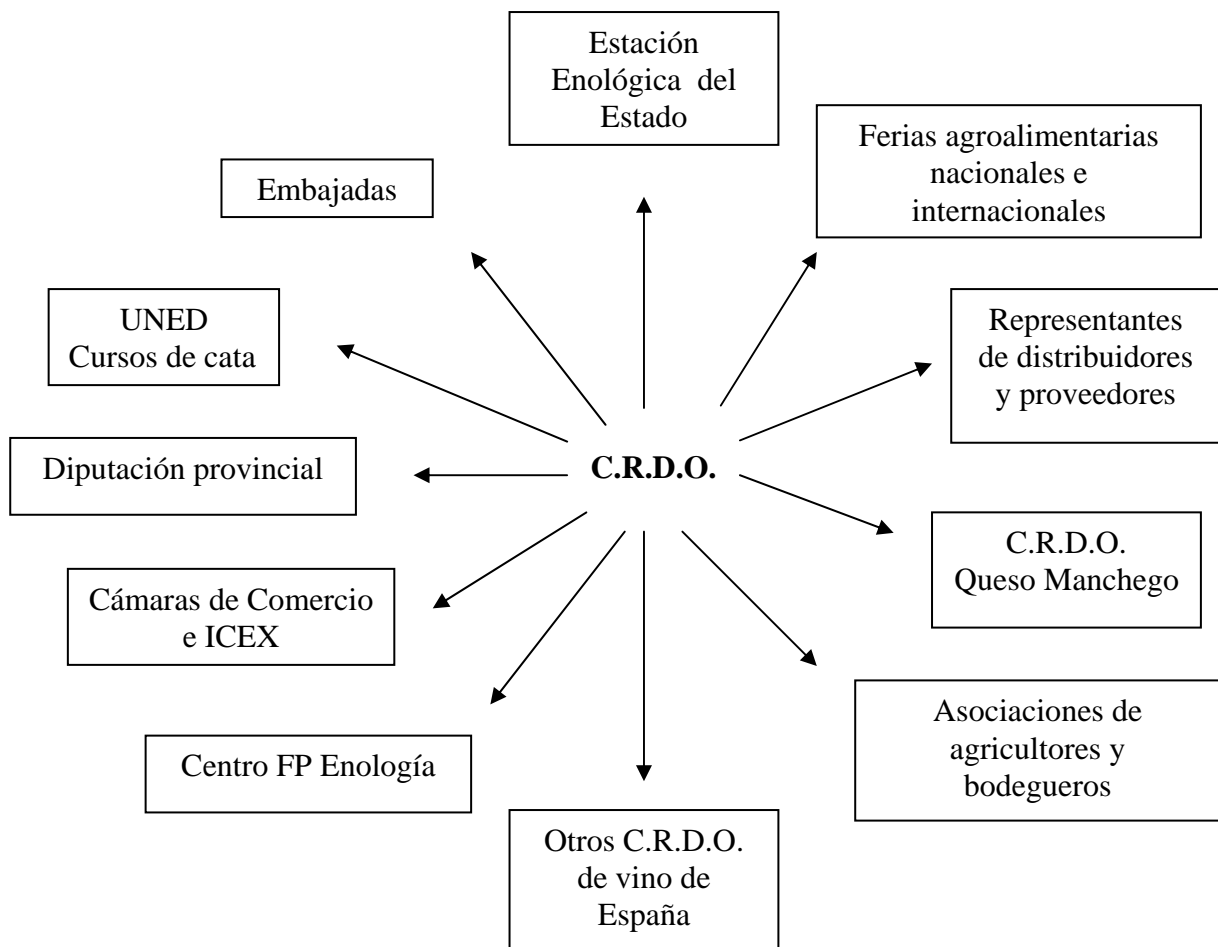


Diagrama 10. Las relaciones institucionales del C.R.D.O. de Valdepeñas.

Por tanto, la red de innovación local-regional que se dibuja en el sector del vino de Valdepeñas se caracteriza tanto por su amplitud y complejidad, como por el elevado número de agentes locales que mantienen relaciones intensas y habituales que además conectan e integran la actividad vitivinícola con otras actividades económicas (turismo y fabricación de queso).

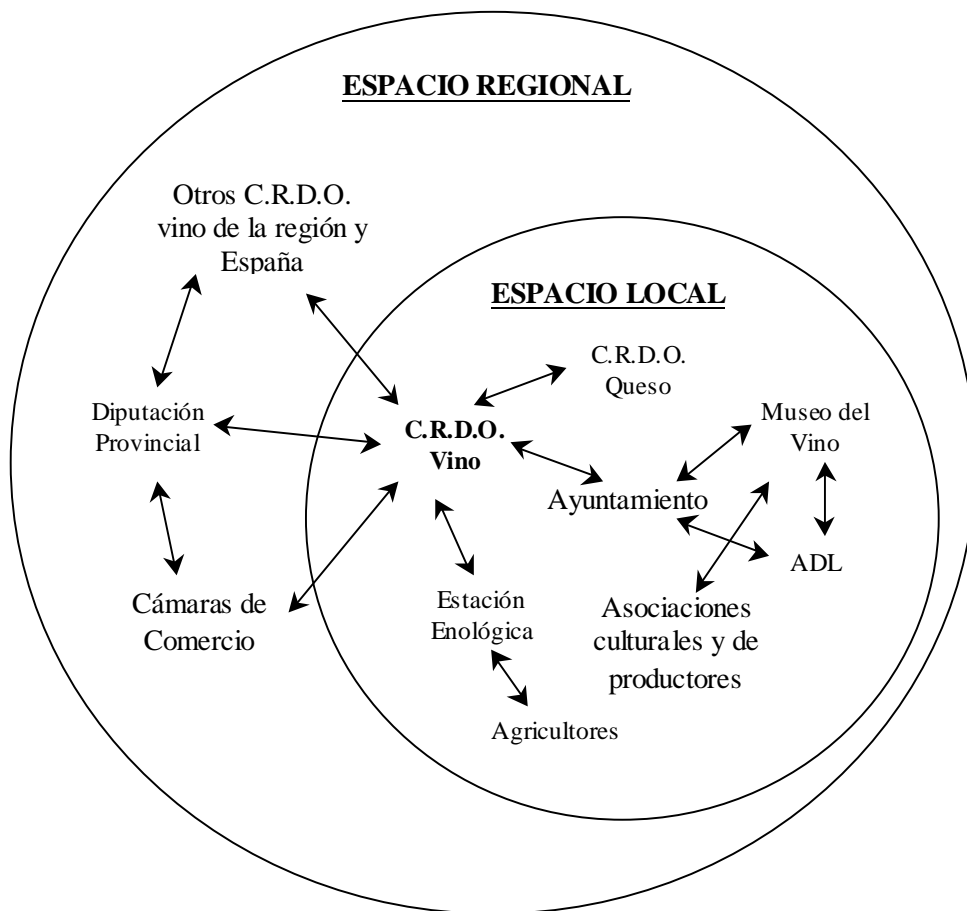


Diagrama 11. La red de la innovación del vino de Valdepeñas.

5. CONCLUSIONES.

El SPL organizado en torno a las bodegas de Valdepeñas se caracteriza fundamentalmente por su tradición, tanto por el producto fabricado como por la

antigüedad de las instituciones de innovación. No obstante, los proyectos innovadores puestos en marcha en la última década son los que permiten hablar de medio innovador en pleno desarrollo, apoyado tanto en un reciente espíritu empresarial innovador como en la creación de nuevas instituciones de apoyo organizadas en red. En el siguiente cuadro se resumen las principales características del sector del vino en Valdepeñas.

Como conclusión final y para cumplir con el objetivo de utilidad práctica de la investigación, el diagnóstico llevado a cabo en el municipio nos permite establecer las siguientes posibilidades y debilidades de la actividad industrial del vino de cara a la política de desarrollo local:

- Puntos fuertes:

- La secular tradición del vino y su inseparable relación con la imagen del territorio, que permite la integración de múltiples actividades económicas (producción vitivinícola, fabricación de queso, turismo y comercialización en ferias locales).
- La existencia de organismos de control de calidad muy consolidados y con un riguroso funcionamiento coordinado (Estación Enológica y C.R.D.O.)
- La amplia y bien conectada red de agentes sociales e institucionales implicados en la actividad vitivinícola, con un espíritu emprendedor e innovador y buenas iniciativas en marcha.
- La fuerte apuesta por la innovación en todos los campos: nuevos productos (nuevas variedades de uva y producción de vinos de crianza), modernización de las instalaciones (depósitos de fermentación controlada, automatización del embotellado, salas de recepción de turistas), y promoción activa en el exterior (gran impulso de la exportación, con delegaciones comerciales y organización de “misiones inversas”).
- La creación de nuevas instituciones de apoyo tanto para el desarrollo de la actividad vinícola como para el desarrollo integral del área (Museo del Vino y Agencia de Desarrollo Local).
- La existencia de buenas infraestructuras de comunicación (estación de ferrocarril y carretera nacional que conecta directamente con Madrid y Andalucía), y abundante suelo industrial urbanizado (nuevo proyecto de polígono de servicios).

- Puntos débiles:

- La fuerte competencia en el sector tanto a escala nacional como internacional, y frente a Denominaciones de Origen con fama de mayor calidad (Rioja, Rueda, Burdeos,...).
- La tradicional imagen de vino de baja calidad (“vino de taberna”), difícil de

superar, junto a la escasa tradición de vino de reserva y crianza (de producción reciente).

- La excesiva dependencia de las condiciones meteorológicas y de la mano de obra estacional (como todas las actividades agroalimentarias).
- La falta de empresas auxiliares en el propio municipio (botellas, corchos, cajas...), que obligan a depender de proveedores externos.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: VALDEPEÑAS
Localización	Provincia de Ciudad Real. En el extremo sur de la comarca de La Mancha. Entre las comarcas del Campo de Montiel y del Campo de Calatrava Junto a la N-IV Bodegas tanto dentro del casco antiguo, como en el polígono junto a la carretera nacional y a la Avenida del Vino, y próximas a la estación de ferrocarril
Población	% Crecimiento (1981-1998): 5,5 % 2001: 26.494 habitantes Pequeña ciudad aglutinadora de la actividad industrial comarcal y del empleo
Origen de la industrialización	Vestigios de elaboración de vino desde época romana (Museo Arqueológico, castro en el que se han encontrado tinajas Fecha de creación de la D. O.: 8 septiembre 1932 Gran dinamismo desde los años 90, fuerte impulso de la exportación
Especialización sectorial	4.000 viticultores y 90 bodegas entre los diez municipios que integran la D.O. Producción de vino blanco, tinto, rosado, dulce y vermut, también vino biológico 35 bodegas embotelladoras inscritas en la D.O. Valdepeñas. En Valdepeñas existen 33 bodegas elaboradoras, 10 bodegas de crianza y 29 bodegas embotelladoras. Las elaboradoras que no embotella (muy pocas y pequeñas) son independientes o venden su vino o mosto a otras D.O. (La Mancha y Rioja sobre todo).
Tamaño establecimientos	Gran variedad, desde pequeñas bodegas familiares a enormes instalaciones. Bodegas antiguas en el casco urbano, nuevas instalaciones en los márgenes próximos a las vías de comunicación.
Empleo	Importancia de la mano de obra estacional (vendimia) Pocos trabajadores fijos directos (12-15 trabajadores en cada bodega fijos todo el año), pero mucho empleo indirecto (comercialización, transporte,...)
Procedencia de insumos (proveedores)	Uvas estrictamente de la comarca (D. O.). Existencia de cooperativas. Botellas, fábrica del Corredor del Henares; corchos, cajas,...: representantes Etiquetas, contra-etiquetas (C.R.D.O.), algunas imprentas locales
Mercados	Madrid y Andalucía principalmente. Exportación a toda Europa y a otros continentes. Progresivo incremento. Campañas y ferias promocionales de gran éxito Venta directa y camiones propios. Algunas oficinas en Madrid.
Servicios externos	Propio municipio y capital provincial. Proyecto en marcha de polígono para instalaciones de servicios empresariales
Relaciones interempresariales	El C.R.D.O. es el centro de coordinación entre empresas e instituciones. Proyectos conjuntos de gran relevancia: imagen, exportación, ferias,...
Innovaciones	Alta tecnología en algunas bodegas (fuertes inversiones): nuevos depósitos de aluminio que permiten una fermentación a temperatura constante, control automatizado del embotellado. Combinación de métodos tradicionales (cuevas y tinajas de barro) y progresiva modernización de las instalaciones Fuerte control enológico y de calidad, con nuevas variedades de vinos (reservas) y mejoras en las cepas Gran coordinación institucional para la promoción de la imagen de marca en el exterior
Agentes	Consejo Regulador de la D. O., agente clave de la red de innovaciones Agencia de Desarrollo Local, financiación y asesoramiento. Reciente creación. Museo del Vino, simbiosis de turismo-actividad industrial. Reciente inauguración Ayuntamiento, organización de ferias, gran promoción turística del municipio. Existe un ciclo educativo de Formación Profesional, rama Enología. Estación Enológica, exhaustivo control y mejora de la calidad. También existe un centro privado de Agricultura Biológica que funciona como escuela. Numerosas asociaciones de productores y culturales relacionadas con el vino
Observaciones	Fuertes señas de identidad que relacionan el municipio con la actividad del vino: visitas turísticas a bodegas, avenida del vino, imagen de la D.O.,... La apuesta por la calidad (fuertes controles), la ampliación de la variedad de vinos (reservas y crianzas), los depósitos de fermentación controlada y la amplia red de agentes implicados en la actividad son las principales innovaciones. Previsiones de crecimiento del SPL con un proyecto de nuevo polígono específico para albergar empresas de servicios

Elaboración propia

Ficha resumen 3. El SPL de las bodegas de Valdepeñas.

CAPÍTULO 13: LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN ALMANSA

“A unas estructuras sociales adecuadas, con elementos procedentes de una arraigada tradición artesanal y gran potencialidad de recursos a mano de obra cualificada, se une la favorable situación geográfica de la población, ubicada estratégicamente en el corredor que conecta el ámbito meseteño con la ribera valenciana y la ruta que, a través del Valle del Vinalopó, encuentra el puerto de Alicante. Además la red viaria ya venía otorgando tradicionalmente a la ciudad una importancia nada desdeñable como nodo principal en la estructura de comunicaciones (conurrencia del Camino Real Madrid-Valencia y del ramal alicantino, trazado ferroviario, etc...), que hace de Almansa un enclave expuesto a todo tipo de contactos, influencias e intercambio de ideas”.

(García Martínez, F.-J.: La industria del calzado en Almansa: de los orígenes a la economía sumergida, 1990, p. 3).

INTRODUCCIÓN: UNA COMBINACIÓN DE SABER HACER TRADICIONAL E INICIATIVAS INNOVADORAS.

La pequeña ciudad de Almansa está situada en el extremo más oriental de la provincia de Albacete) en la comarca denominada el Corredor de Almansa, de la que es cabecera), y se adentra en la zona de Levante a través del Valle del Vinalopó, uniéndose a Alicante, Valencia y Murcia, con las que limita. Se sitúa, por tanto, en el centro de cuatro provincias, a menos de una hora de distancia de las ciudades más importantes del entorno, lo que ha originado la creación de una densa red de comunicaciones que convierte el municipio en un enclave estratégico entre el centro peninsular y la zona levantina.

El dinamismo industrial que propició la llegada del ferrocarril en 1858, unido a la progresiva consolidación de un saber hacer tradicional, y que se ha mantenido hasta la actualidad gracias a las constantes iniciativas innovadoras de adaptación, se refleja en un crecimiento demográfico constante (a excepción de una pequeña pérdida de población en la década de los años cincuenta). En los últimos años la población se ha mantenido prácticamente estable.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2001
Habs.	11.180	11.887	12.589	14.630	16.025	15.990	15.391	16.965	20.331	22.488	23.507	23.658	23.782

Fuente: INE

Tabla 17. Evolución demográfica de Almansa

La actividad industrial del municipio se encuentra concentrada en un gran polígono industrial, “El Mugarón”, cuyo recorrido fue el primer contacto con el lugar y su industria. Fue creado por la Asociación Estatal de Promoción y Equipamiento de Suelo Industrial (SEPES) en 1983 ante el gran desarrollo industrial del municipio, contando con una superficie de 660.000 m², en los que se encuentran instaladas más de 120 empresas de diferentes sectores, si bien predominan las empresas del sector del calzado. Cuenta con

un vivero de empresas, y actualmente está en marcha su ampliación en cerca de 500.000 m².

A partir del recorrido inicial del municipio y los espacios industriales, nos dirigimos al Ayuntamiento, que tras conocer el objeto de nuestra investigación y ofrecernos un plano y un directorio del municipio, nos remitió directamente a la Asociación Provincial de Empresarios del Calzado y Afines (ASPROFA) con sede en Almansa, donde tras una breve entrevista de toma de contacto se nos facilitó información y un listado actualizado de empresas del sector (calzado y auxiliares). La muestra de establecimientos para llevar a cabo la aplicación de la encuesta fue elegida siguiendo un sistema de cuotas, por tipo de actividad y tamaño, que llevó a seleccionar 17 empresas (9 de fabricación de calzado y 8 auxiliares: troqueles, tacones, patrones, aparado, suelas, forros, cajas, maquinaria). Una vez realizada la encuesta, se contactó de nuevo con el Ayuntamiento para establecer una cita para una entrevista en profundidad, con el objetivo de iniciar la fase de entrevista a los agentes sociales e institucionales detectados, implicados en la actividad industrial. Pero por iniciativa de la propia administración local se organizó una entrevista en grupo¹ que integró a una parte de los agentes: el presidente de ASPROFA, el gerente de la unidad técnica local del Instituto Español Calzado y Conexas (INESCOP) y dos técnicos del Ayuntamiento encargados de la gestión del Centro Local de Innovación y Promoción Empresarial (CLIFE); al final de la entrevista conjunta se visitó el laboratorio local del INESCOP, y se mantuvo una charla con el técnico. Finalmente se realizaron dos entrevistas más, la primera en una central sindical (CC.OO.) y la segunda en un centro privado de formación (FORDEIN). En total se realizaron 5 entrevistas individuales y una en grupo. Los resultados del trabajo de campo se recogen en la siguiente ficha.

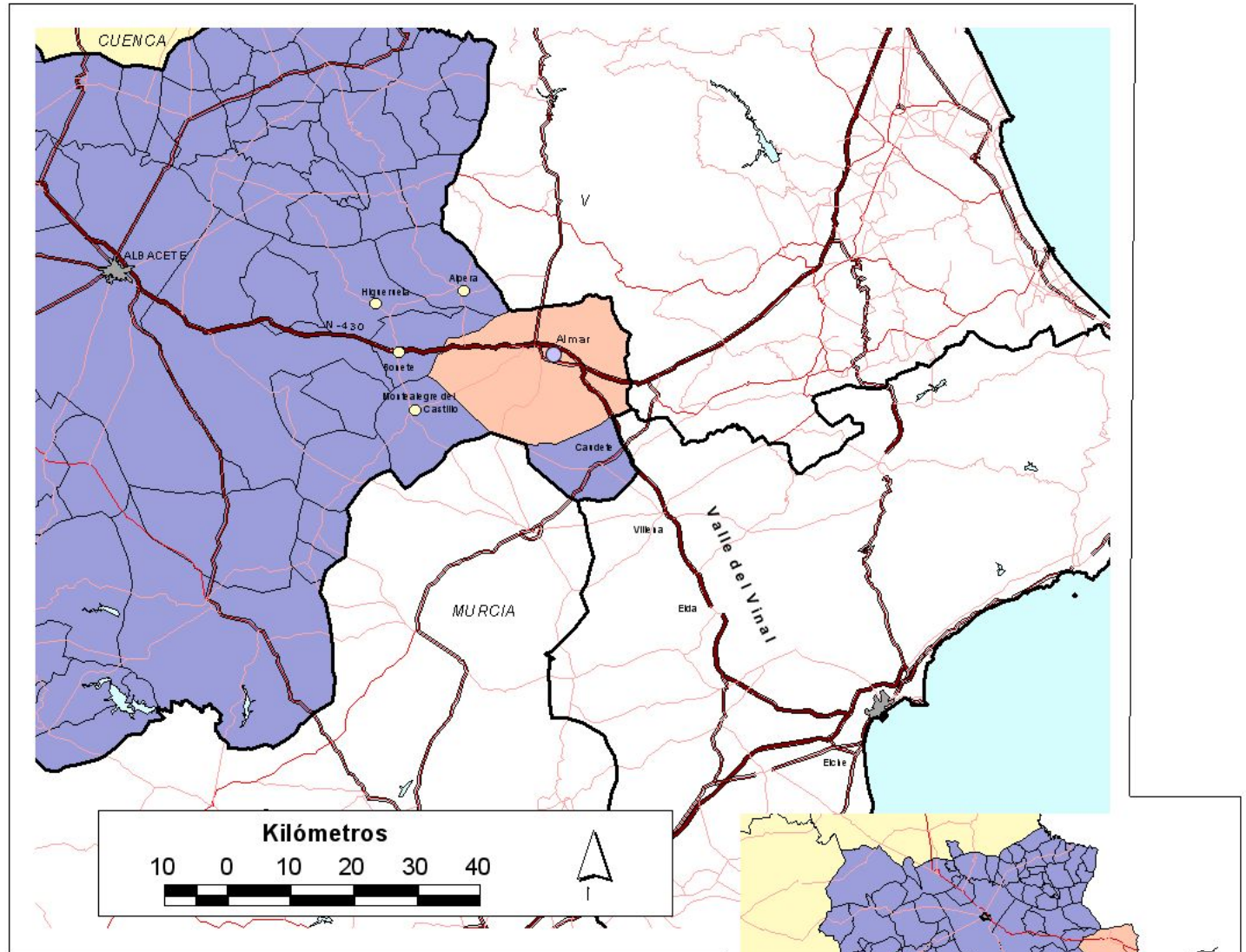
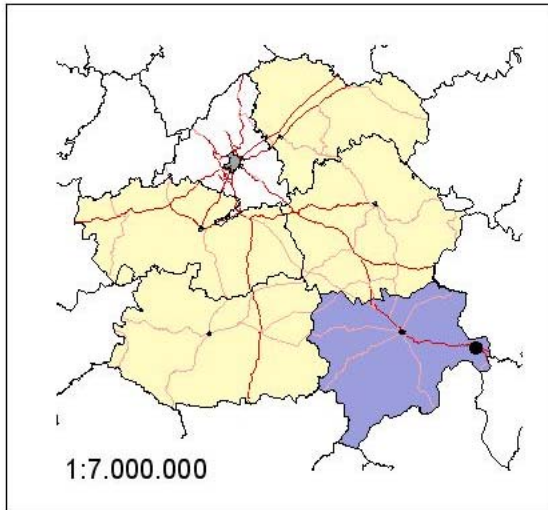
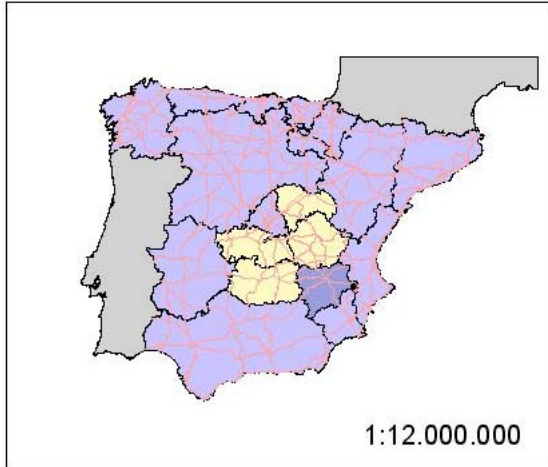
1. ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN.

Al igual que se señaló en Sonseca, los orígenes de la industria del calzado en Almansa están perfectamente documentados gracias a investigaciones apoyadas y publicadas por el propio Ayuntamiento o por instituciones provinciales, destacando los Cuadernos de Estudios Locales (financiados por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, la Asociación Torre Grande y el Ayuntamiento de Almansa), entre los que el nº 9 de la segunda época se dedica específicamente a “La industria del calzado en Almansa: de los orígenes a la economía sumergida” (García Martínez, 1990).

Según la bibliografía existente, la industria del calzado en Almansa se inició con la creación en 1875 del primer taller de fabricación de zapatos por la familia Coloma, que ya tenían una larga experiencia empresarial como comerciantes de tenerías y loza. Esta primera iniciativa pionera pasó en poco tiempo de ser un establecimiento pequeño apoyado fundamentalmente en el trabajo a domicilio (un gran número de artesanos zapateros recibían las materias primas y devolvían el producto a la empresa en fase de semielaboración), a convertirse en el año 1907 en una fábrica moderna que en las primeras décadas del siglo XX llegó a contar con más de 1.200 empleados, con una sólida posición en la fabricación de calzado de caballero, llegando a exportar a algunos

¹ No se puede hablar rigurosamente de grupo de discusión puesto que no se reunieron todas las condiciones precisas de su definición, pero sí se consiguió alcanzar la comparación de opiniones a través de las ventajas que ofrece la interacción grupal. Los miembros que integraron la entrevista en grupo fueron elegidos por el propio Ayuntamiento, si bien con el conocimiento previo de los objetivos de la investigación y del tipo de agentes que se habían detectado y se tenía la intención de entrevistar.

Mapa SIG nº 9



ESTUDIO DE CASOS: ALMANSA

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: ALMANSA	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Cámara de Comercio
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Cuaderno de Estudio Local sobre industria del calzado (<i>García Martínez</i>)
		Obras y artículos sobre el sector del calzado en la Comunidad Valenciana
		Artículos sobre el Corredor de Almansa (<i>Ponce</i> y otros autores)
		Estudio sobre la Industria de Albacete (<i>García Martínez</i> y <i>Romero Sánchez</i>)
		Páginas web sobre el sector del calzado, asociaciones sectoriales e INESCOP
	Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Albacete Base de datos digital (SIG)
Fuentes recorrido inicial	Plano del municipio con callejero	
	Plano de la zona industrial	
	Directorio local de direcciones útiles (empresas y principales instituciones)	
	Contacto con la Asociación Provincial de Fabricantes de Calzado y Afines (ASPROFA): listados de socios con datos	
	Contacto con sindicatos (Convenio General de la Industria del Calzado de CC OO)	
Encuestas	17	9 empresas fabricantes de calzado (señora, caballero y botas)
		8 empresas auxiliares (troqueles, tacones, patrones, aparado, venta de maquinaria, cartonaje, venta de piel)
Entrevistas	5+1	Ayuntamiento y CLIPE
		Asociación provincial sectorial, con sede en el municipio
		Centro de formación FORDEIN (privado pero subvencionado: INEM, FORCEM)
		Central sindical (CC.OO.)
		Laboratorio tecnológico del INESCOP
		Entrevista en grupo: agentes del CLIPE, presidente de la asociación sectorial, gerente del INESCOP
Fechas	Junio 1998: Inicio investigación y primer recorrido	
	Julio 1998: Encuestas	
	Octubre 1998: Entrevistas	
Observaciones	Municipio volcado en la actividad industrial: población (empleo masculino y femenino), instituciones públicas locales, agentes sectoriales y sindicatos	
	La entrevista en grupo fue organizada por el propio Ayuntamiento, reflejando las buenas relaciones mantenidas por todos los agentes implicados en la actividad industrial	
	Proyecto en marcha de un gran centro tecnológico del calzado	
	Polígono industrial bien urbanizado con incubadora de empresas y abundante suelo para crecer	
	En la comarca se produce un vino con Denominación de Origen Almansa, situándose el Consejo Regulador en el propio municipio	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 4. La investigación en Almansa

Estudios de caso: Almansa

países europeos. Durante la Primera Guerra Mundial la fábrica se encargó de la producción de las botas militares de los ejércitos beligerantes (Ponce, 1988).

A partir de este momento, la consolidación del saber hacer transmitido de generación en generación llevó a numerosos trabajadores de las empresas existentes a crear sus propios talleres. Según los datos de la Matrícula Industrial y la licencias fiscales conservadas en el archivo histórico del Ayuntamiento, de las 5 empresas contabilizadas en 1900, su número ascendió a 12 en 1935, para estabilizarse con la crisis de los años 40-50, que acabó con la propia empresa Coloma y reactivó la emigración en la ciudad. La recuperación económica de los años sesenta inauguró una segunda etapa de crecimiento, pasando de 24 a 63 las empresas contabilizadas en 1960 y 1970, para llegar a 69 en 1980, a las que se sumaban otras 24 industrias auxiliares (García Martínez, 1990).

La década de los años ochenta inició una nueva fase en la actividad económica, como consecuencia de la crisis y reestructuración del sistema productivo para adaptarse al nuevo marco técnico-productivo, la apertura y liberalización de los mercados y la integración en la Comunidad Europea. Por un lado, la incorporación de España en la CEE supuso la integración en un mercado de enormes posibilidades potenciales, que ha llevado a abrir progresivamente nuevos mercados exteriores. Pero, por otro lado, se ha ido consolidando la economía sumergida como estrategia de supervivencia, que ha llegado a adquirir un carácter estructural en la propia regulación del sistema.

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	2	0,43	4	0,06
Industria química	1	0,22	1	0,02
Material elect. y electricidad	2	0,22	3	0,05
DEMANDA MEDIA	86	18,53	597	9,09
Alimentación y bebida	44	9,48	318	4,84
Papel y artes gráficas	17	3,66	157	2,39
Caucho y plástico	5	1,08	22	0,33
Construcción de maquinaria	15	3,23	63	0,96
Material de transporte	5	1,08	37	0,56
DEMANDA DÉBIL	376	81,03	5.968	90,85
Textil y confección	10	2,16	51	0,77
Cuero y calzado	277	59,70	5.144	78,30
Madera y mueble	48	10,34	300	4,57
Minerales no metálicos	26	5,60	407	6,19
Transformados metálicos	13	2,80	62	0,94
Reciclaje	2	0,43	4	0,06
TOTAL	464	100,00	6.569	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 18. Estructura industrial de Almansa.

Según los datos del Registro Industrial, en 1995 existían 277 establecimientos especializados en el sector del cuero y el calzado, cifra que se eleva a 379 según el dato del volumen de empresas registradas en la Cámara de Comercio en 1998, al incluir un importante número de autónomos que trabajan a domicilio. En el listado de la Asociación Provincial de Fabricantes de Calzado y Afines (ASPROFA) se integran 144 empresas socias, de las que 133 se localizan en Almansa y las 11 restantes en municipios próximos, y de las cuales un centenar son empresas fabricantes de calzado (especializadas en calzado clásico de calidad de señora y caballero, y en botas de alto precio) y alrededor de 40 son industrias auxiliares (aparado, corte de piel, troquelado, montado, prefabricados, hormas, plantillas, suelas, embalajes,...).

Si bien en el polígono industrial "El Mugarón" se han instalado recientemente algunas industrias ajenas a esta actividad (desde Bimbo S.A. hasta una empresa constructora de barcos) y existe una cierta actividad vinícola apoyada en una denominación de origen, el sector del calzado representa más de las tres cuartas partes de la industria almanseña y constituyen la imagen fundamental del territorio.

2. CARACTERÍSTICAS ACTUALES DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN EL MUNICIPIO.

El trabajo de campo realizado, tanto a través de la muestra de encuestas empresariales como de las entrevistas a los agentes sociales seleccionado, ha permitido obtener la siguiente información sobre la situación empresarial actual de Almansa.

2.1. Una estructura empresarial de área-sistema horizontal.

Las características de las empresas y la organización interna se identifica plenamente con el concepto de área-sistema horizontal analizado en el contexto teórico, al estar integrado por empresas fabricantes de calzado de calidad (especializadas en nichos de mercado: (señora, caballero y botas camperas fundamentalmente) y multitud de empresas auxiliares (productos semielaborados y aparado o cosido), apoyadas por numerosos y variados servicios empresariales, con un predominio casi absoluto de PYMES de tamaño medio.

Esta organización justifica que aunque una parte de los proveedores industriales de las empresas fabricantes se localizan en la cercana provincia de Alicante (Elche y Elda fundamentalmente), la mayoría sitúan sus principales proveedores en el ámbito local, en la propia ciudad, al igual que los servicios a las empresas, también abundantes en el municipio. En Almansa se pueden encontrar no sólo los servicios empresariales más habituales (agencias bancarias, empresas de transporte, técnicos de mantenimiento y venta de maquinaria o asesorías), sino también el control de calidad de los productos (que ofrece el laboratorio del INESCOP) y parte del diseño y patronaje (centro de formación y empresas especializadas).

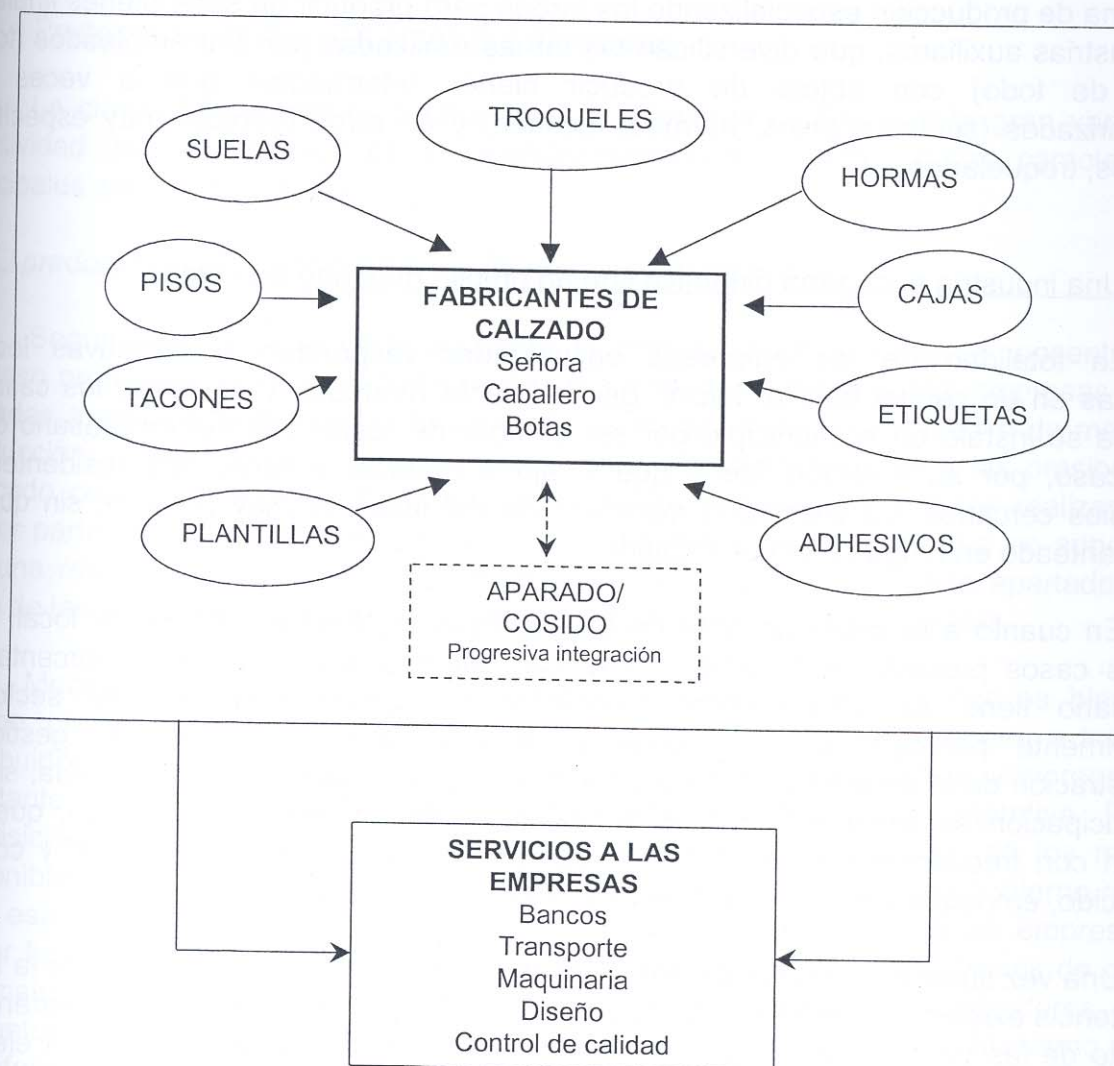


Diagrama 12. El SPL del calzado y auxiliares de Almansa.

Las empresas tienen un carácter monoplanta, con un único establecimiento productivo donde realizan todas las actividades, tanto de producción como de almacenamiento, administración o comercialización. Se trata de empresas de tamaño medio, si bien son pocas las firmas que superan el centenar de empleos y una facturación anual superior a 1.000 millones de pesetas, pues la estrategia habitual cuando se supera cierta dimensión es crear una nueva empresa, dividiendo así los riesgos, las responsabilidades y los controles fiscales.

El tamaño de las empresas parece definir dos tipos de estructuras empresariales, diferenciándose un conjunto de empresas medias que mejora sus productos y procesos y desarrolla estrategias de comercialización ofensivas, frente a otro más amplio de empresas de pequeña dimensión y poco capitalizadas, menos innovadoras, y que aplican

estrategias esencialmente defensivas al competir fundamentalmente en costes laborales (con su consiguiente incidencia en la mayor precariedad de la mano de obra). Y, a su vez, se observa un dualismo similar entre las empresas fabricantes de calzado, que organizan la cadena de producción especializando las tareas para producir en serie bienes finales, y las industrias auxiliares, que diversifican las tareas realizadas por sus empleados (todos hacen de todo) con objeto de producir bienes intermedios que a veces son estandarizados (suelas o pisos, hormas, tacones) y en otros resultan muy específicos (adornos, troquelados,...).

2.2. Una industria endógena dinámica con un amplio mercado de venta.

La totalidad de las empresas encuestadas responden a iniciativas locales apoyadas en un capital familiar inicial, generalmente modesto, y en todos los casos la empresa se instaló en el municipio por ser el lugar de residencia del empresario o, en algún caso, por su tradición fabril, que atrajo a algunos empresarios residentes en municipios cercanos. La valoración generalizada del lugar es muy positiva, sin que se haya planteado en ningún caso un traslado.

En cuanto a la mano de obra de la empresas, es fundamentalmente local, y en algunos casos procede de la propia comarca. Además, en un elevado porcentaje el empresario tiene su origen como trabajador en alguna empresa del sector, y habitualmente participa en las tareas productivas además de en la gestión y administración de la empresa. La presencia de la mujer resulta bastante elevada, si bien su participación se limita a funciones subsidiarias, de escaso valor añadido, que son también con frecuencia las que más se realizan a domicilio: corte, aparado y cosido, guarnecido, empaquetado, junto a algunas tareas de oficina.

Una vez superada la crisis de principios de los años noventa, y a pesar de la fuerte competencia existente en el sector, la mayoría de las empresas declaran una tendencia al aumento de las ventas y de las plantillas laborales en los últimos años, y una elevada proporción de los trabajadores, reclutados en el propio municipio o en la comarca, tiene contrato fijo. No obstante, no puede obviarse la fuerte estacionalidad del trabajo en este sector, que lleva al incremento de los trabajadores eventuales en ciertas épocas del año, así como la presencia constante de un trabajo irregular en talleres clandestinos en domicilios particulares muy difíciles de precisas, que García Martínez (1990) estimó en cerca del 40% y que es aceptado en las estrategias realizadas, y justificado como estrategia de supervivencia.

Partiendo de esta base de industria endógena dinámica, en todos los casos los mercados actuales desbordan el marco regional para adquirir una dimensión al menos nacional y, cada vez más, internacional (Estados Unidos, países árabes y Europa fundamentalmente), con porcentajes superiores al 50% de la producción (en algunos casos incluso del 95%). En este sentido, es interesante destacar el creciente control ejercido por algunos grandes mayoristas de la distribución, que en varios casos llegan a

ejercer casi un monopolio de la demanda, pues más de la mitad de las ventas se destinan a un solo cliente (como por ejemplo El Corte Inglés). También algunas firmas de prestigio (Burberrys, Pierre Cardin, Cortefiel,...) comercializan con marcas propias calzado fabricado por algunas empresas de la zona, que se ven así presionadas desde el exterior tanto por grandes empresas productoras como distribuidoras.

2.3. Procesos de innovación amplios y dinámicos.

La clave del dinamismo empresarial de Almansa se basa en la gran variedad y efectividad de los procesos de innovación puestos en marcha, cuyas características principales son las siguientes:

- *El predominio de las innovaciones de proceso productivo.*

Según los resultados de la encuesta, la innovación empresarial se concentra en el proceso productivo, ya que al tratarse de un sector maduro todas las empresas se ven forzadas a renovar periódicamente parte de su maquinaria con el objetivo de mejorar la producción, reducir costes y elevar su capacidad competitiva frente a las presiones del mercado consiguiendo una mayor rapidez y calidad en las operaciones realizadas. La mayor parte de las inversiones declaradas en los tres últimos años, que no superan en ninguna respuesta los 50 millones de pesetas, se concentran en este apartado. En el caso de las industrias auxiliares, las inversiones no llegan a los 10 millones.

Mediante la transferencia de tecnología incorporada en los nuevos bienes de equipo, generalmente de importación (Alemania, Italia...) y que se venden a través de distribuidores locales o de la vecina Comunidad Valenciana, se consigue una progresiva y constante mejora tecnológica general de carácter incremental y adaptativa. Pero la adquisición de esta nueva maquinaria está, básicamente, en función de los recursos disponibles por la empresa, si bien en general cuentan con ayudas del gobierno regional para esa renovación. La localización en un área con alta densidad de empresas del sector facilita y acelera la difusión de informaciones, principalmente a través de canales informales derivados del contacto habitual entre propietarios o trabajadores de las diferentes empresas que pueden intercambiar opiniones y experiencias. Al mismo tiempo, los diferentes agentes sociales e institucionales implicados en la actividad industrial (la asociación sectorial, el laboratorio tecnológico, o un centro de formación, junto a empresas importadoras existentes en el área) formalizan esos procesos difusores a través de su organización en red.

Algo similar ocurre con la incorporación de otras mejoras técnicas complementarias, que exigen cierta experimentación previa antes de ser incorporadas por las empresas para así reducir el riesgo: nuevos adhesivos y colas, métodos para teñir la piel, materiales sintéticos, sistemas de imprimación, etc. Este tipo de innovaciones se introducen fundamentalmente a partir de las investigaciones llevadas a cabo en los institutos tecnológicos del sector, difundidas a través de diferentes redes de información (publicaciones específicas, ferias,...).

Pero en cuanto a la organización del proceso de producción, en el momento actual las principales empresas del calzado de Almansa están operando un cambio de estrategia que puede modificar las tendencias dominantes de los últimos años. En general se

observa un movimiento de integración de todas o la mayor parte de las tareas que hasta ahora se descentralizaban, dentro de la propia empresa matriz, aspecto de especial importancia en el caso del aparado o cosido, que fue una de las actividades más dispersas en talleres clandestinos y a domicilio. La causa fundamental señalada por los empresarios es la creciente demanda de mayor calidad en el producto final, aspecto que la excesiva precarización del empleo estaba deteriorando. Y en este contexto, las mujeres de cierta edad y con una larga experiencia en el oficio son actualmente muy requeridas, tanto por su destreza como para formar a los trabajadores jóvenes. Así, su regreso a las grandes empresas como mano de obra contratada fija permite supervisar de modo más directo el trabajo realizado, pudiendo provocar en un futuro importantes transformaciones sociolaborales aún no visibles.

- *Las constantes innovaciones de producto para adaptarse a la moda.*

En los inicios del proceso industrializador, las empresas de Almansa centraron su actividad en la fabricación de calzado de caballero (sobre todo botas), en segmentos de precio medio o bajo, situación que se mantuvo sin cambios apreciables durante bastante tiempo. Pero con el tiempo se fue evolucionando hacia una mayor diversificación del producto (fabricación tanto de zapatos de caballero como de señora), así como una mayor calidad y precio, que ha conseguido que actualmente la imagen de marca del territorio goce de cierto reconocimiento en el mercado. No obstante, aunque se trata de un producto sometido a constantes adaptaciones a las tendencias de la moda según temporada, que obliga a una renovación de los modelos, no puede hablarse de verdadera innovación en los productos hasta época relativamente reciente.

Hoy en día, las mejoras introducidas por un número cada vez mayor de empresas afectan fundamentalmente a dos tipos de cuestiones:

- La automatización del diseño mediante el uso de los actuales recursos informáticos, que aceleran y facilitan el proceso. Así, la tradicional dependencia de diseñadores, modelistas y patronistas procedentes de la Comunidad Valenciana (Alicante), a los que se acudía y aún se acude en momentos concretos, o el simple recurso a la imitación, dan paso a la presencia de algunos de estos profesionales en las plantillas de las mayores empresas, así como a un aumento de su oferta a partir de los cursos de diseño asistido por ordenador que ofrecen tanto la asociación sectorial local como en un centro de formación privado (FORDEIN).
- La mejora de la información disponible sobre las tendencias de la moda y las previsibles demandas del mercado en la siguiente temporada, que las empresas pueden encontrar de forma directa en las revistas especializadas y a través de la asistencia a ferias y desfiles.

La diversificación del producto más llamativa, que identifica a este núcleo zapatero en los mercados extranjeros, la llevó a cabo la conocida cooperativa Sancho Abarca, hoy Sancho Boots-Western Boots, que desde hace años se ha especializado en la fabricación exclusiva de botas camperas de alto precio, con destino casi exclusivo a la exportación

(principalmente hacia Estados Unidos), donde sus productos han alcanzado una sólida posición que les ha permitido un crecimiento casi constante, apenas sometido a las oscilaciones coyunturales de la demanda.

- *La estrategia de la exportación.*

Los empresarios de Almansa se dieron cuenta pronto de que una de las estrategias esenciales de adaptación al nuevo contexto de la economía globalizada consiste en la búsqueda de nuevos mercados exteriores, capaces de asegurar el crecimiento de la facturación y compensar la creciente competencia en el mercado interno. Por tanto, el esfuerzo exportador ha ido creciendo con el paso del tiempo, y desde fecha temprana la exportación, con destino sobre todo a Estados Unidos, impulsó la expansión de algunas empresas.

En la actualidad, dos tercios de las empresas que contestaron la encuesta destinan casi el 70% de su producción al mercado exterior, proporción que supera el 90% entre los líderes del sector (Mezlan, Paco Milán, Sancho Boots,...). Aunque en este contexto la tradicional vinculación al mercado estadounidense ha contribuido a crear una cierta "imagen de marca local" que aún favorece su posición como principal cliente, los destinos mencionados por las empresas hoy en día son muy variados, pues a la Unión Europea (en especial Alemania) y los países árabes también se suman espacios como Rusia, Hong Kong, Canadá, Israel e, incluso, algún país africano.

Sin embargo, no puede obviarse la escasa información y medios disponibles señalados por las empresas pequeñas, que a la hora de plantearse una estrategia exportadora, junto al alto coste que supone la asistencia a ferias y exposiciones internacionales, la confección de catálogos o el asesoramiento para operar en otros países (legislación comercial, registro de patentes y marcas, criterios de normalización técnica, dificultades del idioma,...), unido al riesgo de no encontrar distribuidores/representantes adecuados o fiables (que aumenten el riesgo de impagos o morosidad ya existente en el propio mercado interior), se ven en dificultades difíciles de superar que, en bastantes ocasiones, llegan a desanimarlas, convirtiéndose en factores totalmente limitantes si se realizan en solitario.

En este sentido, hay que señalar que algunas de las mejoras más significativas que ha permitido el asociacionismo se sitúan en este ámbito. Tanto la información sobre ferias internacionales, como la coordinación y ayuda para facilitar la asistencia y alquilar un stand de exposición (particularmente en la de Dusseldorf), o la realización de cursos dirigidos a los empresarios (comercio exterior e idioma), permiten difundir unas posibilidades antes limitadas a las mayores empresas del sector. Es decir, éste es uno de los aspectos donde la consolidación de redes de cooperación entre diferentes agentes sociales e institucionales puede resultar más factible, debido a los resultados a corto plazo que permiten obtener.

- *El control de calidad.*

La simple y tradicional tarea de comprobar la calidad de las materias primas (piel y cuero principalmente), o los posibles defectos en productos acabados (a veces vendidos a precios inferiores en mercados secundarios), realizada de forma habitual en las empresas, se vio transformada por la instalación del laboratorio del INESCOP (Instituto Español del Calzado y Conexas) en 1981 en Almansa. Mientras que las investigaciones a largo plazo sobre nuevos materiales o calidad general del calzado (resistencia al agua, pegamentos más eficaces y duraderos, tejidos más ligeros pero resistentes al frío,...) se llevan a cabo en la sede central del instituto localizada en Elda (Alicante), el control de calidad realizado en la unidad técnica local se centra en la realización de pruebas y ensayos solicitados por las empresas, que se relacionan sobre todo con la calidad de los materiales, en tanto quedan en un segundo plano los certificados de calidad del producto acabado, cuyos demandantes suelen ser las empresas exportadoras y las que venden a alguna gran cadena de distribución, que establecen este tipo de exigencia a sus proveedores.

- *Las incipientes innovaciones en la gestión empresarial.*

El diagnóstico sobre la incidencia de los diferentes tipos de innovación ha permitido detectar que una de las asignaturas pendientes a las que se enfrentan numerosas empresas de Almansa se corresponde con las escasas mejoras incorporadas en la organización y administración de la firma para adaptarla a un marco cada vez más competitivo y global. Entre las razones que justifican este hecho destacan la escasa o nula formación específica de los empresarios como gestores, la escasez de recursos humanos y unas plantillas laborales reducidas que impiden la incorporación de recursos humanos con esa formación (tan sólo existen en las empresas de mayor dimensión), y la aún reducida oferta de servicios externos de asesoramiento en profundidad (estudios de mercado, planificación estratégica,...), limitados a gestorías dedicadas a cuestiones fiscales o laborales.

Así, las innovaciones gerenciales más frecuentes se reducen a la simple informatización del trabajo de oficina, con la incorporación generalizada de ordenadores personales y un software básico para la gestión (programas de contabilidad, tratamiento de textos, bases de datos,...), mientras que la incorporación de las nuevas tecnologías a otras tareas (control de almacén, procesos productivos,...) es visible únicamente en las empresas de mayor dimensión.

Por otro lado, en cuanto a la formación de los trabajadores se observan dificultades similares. La formación en el puesto de trabajo, dentro de la empresa, es la forma más habitual de acceso a un cierto nivel de cualificación, sobre todo en aquellas tareas manuales que aún resultan ampliamente mayoritarias en el sector (como el caso del aparato o cosido), mientras que la Formación Profesional reglada tan sólo se adapta de forma parcial a las demandas empresarial (existe en el municipio un ciclo de FP especializado en el calzado). En este contexto, la labor del único centro privado de formación específica (FORDEIN), donde se imparten cursos diseñados por la asociación sectorial local para las empresas y financiados mediante ayudas públicas (INEM, FORCEM), es fundamental en el proceso innovador de la actividad industrial del municipio. Sin embargo, la creciente oferta de cursos en los últimos años, tanto para trabajadores como para desempleados, parecen tener un efecto bastante limitado como consecuencia de la falta de disposición de los trabajadores a prolongar su ya larga

jornada de trabajo; la actitud es más positiva en el caso de los trabajadores de oficina, que pueden mejorar sus expectativas de empleo futuro con titulaciones en informática de gestión, idiomas, etc.

Finalmente, junto a estos amplios y variados procesos de innovación, en el caso de la industria del calzado en Almansa destaca la innovación social e institucional de la actuación de todos los agentes implicados en la actividad industrial, que analizamos en un epígrafe aparte debido a su relevancia.

3. LA ACTUACIÓN INNOVADORA DE LOS AGENTES SOCIALES E INSTITUCIONALES.

Si bien las condiciones estructurales y la localización estratégica de Almansa son factores importantes de su dinamismo, lo verdaderamente fundamental y factor principal en la positiva evolución y situación actual de la actividad industrial en este municipio ha sido la actuación innovadora de los agentes sociales e institucionales, que han creado una red de innovación amplia y activa que es la clave del éxito².

3.1. La amplia variedad de agentes promotores de la innovación.

La metodología cualitativa de investigación aplicada en el municipio nos ha permitido detectar los siguientes agentes que intervienen en la promoción de la innovación en el sistema productivo local del calzado de Almansa, formando una red:

- *La Asociación Provincial de Fabricantes de Calzado y Afines (ASPROFA).*

Se creó en 1978, integrada en la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE, fundada en 1977), que aglutina a las 12 asociaciones sectoriales distribuidas en las principales zonas de producción de calzado a escala nacional. Actualmente cuenta con 144 socios (133 de Almansa y el resto de los municipios de la comarca: Caudete, Bonete, Alpera e Higuera), y su función se centra en la coordinación de los esfuerzos de las empresas individuales con vistas a la consecución de ciertos objetivos comunes. Su principal fuente de financiación son las cuotas de sus afiliados, que le permiten mantener un local y una sencilla estructura organizativa, encargada de gestionar las diversas actividades que se llevan a cabo anualmente. Realiza tareas de asesoramiento fiscal y financiero a las empresas, así como la difusión de diversos tipos de información relacionada con ferias nacionales e internacionales, mejoras técnicas, tramitación de ayudas públicas, etc. También coordina la asistencia a las propias ferias por parte de los industriales.

Pero su principal actividad actual es la realización de numerosos cursos de formación, tanto para trabajadores como para empresarios, que abarcan desde el aprendizaje de determinados oficios, al patronaje y diseño asistido por ordenador, la

² La preparación de una entrevista en grupo con varios de los agentes por iniciativa del propio Ayuntamiento, puede considerarse como un reflejo de la coordinación y buenas relaciones dentro de la red.

informática de gestión, los idiomas, la contabilidad o la administración de empresas, generalmente en colaboración con diversos organismos (INEM, FORCEM, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Fondo Social Europeo, Cámaras de Comercio e Industria, etc.).

Con el objetivo de poner en marcha un proyecto innovador de gran envergadura consistente en la creación en el municipio de un gran Centro Tecnológico del Calzado, recientemente ha creado una asociación paralela centrada exclusivamente en la innovación: la *Asociación de Innovación y Desarrollo del Calzado de Albacete (AIDECA)*, situada en la misma sede de ASPROFA en Almansa. La principal actividad de esta nueva asociación es la prestación de servicios orientados especialmente a la promoción de la investigación y la innovación, así como al desarrollo empresarial. El objetivo central es poner a disposición de las empresas las últimas tecnologías, con el fin de incrementar la productividad y competitividad a través de la potenciación de la I+D en uno de los sectores más tradicionales de la economía, unido a la continua capacitación del personal en estas materias. Su actuación se basa, en definitiva, en cinco claves: la innovación, la competitividad, el servicio integral, la orientación a la empresa y la actuación coordinada, y se puede considerar el agente clave de la red de innovación.

- *El laboratorio del Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP).*

Las instalaciones de Almansa constituyen una de las 9 unidades técnicas del INESCOP, que tiene su sede central en Elda (Alicante). El instituto se creó en 1971, y actualmente cuenta con más de 600 empresas asociadas. Como centro de innovación y tecnología sectorial (industrial del calzado, sus conexas y auxiliares), proporciona servicios directos (formación, tecnología, diseño, etc.), transfiere conocimientos (cuenta con amplios programas formativos) e investiga sobre temas de interés general contando con un Centro de Moda, una amplia biblioteca y laboratorios de análisis (químico, de adhesivos, de materiales de corte, etc.), que incorporan un sofisticado equipamiento cuyo objetivo es el control de la calidad de las materias primas y de los productos finales.

En cuanto al laboratorio de Almansa (instalado en 1981), junto a la colaboración en tareas formativas, y la diversa información procedente de la sede central (nuevos materiales, maquinarias, nuevos procesos...), donde también se realizan algunos servicios técnicos de mayor complejidad, que no pueden hacerse en los propios municipios, su principal actividad se relaciona con el control de calidad de los materiales, que les solicitan las propias empresas del calzado, mediante la realización de diversos ensayos y pruebas sobre los que se expide una certificación. Para ello cuentan con dos técnicos, junto a otra persona encargada de las tareas administrativas. A pesar de ser importante, su labor se ve limitada con relación a su verdadero potencial porque en bastantes ocasiones las empresas tan sólo intentan responder a reclamaciones y devoluciones ante posibles defectos, siendo minoría los que llevan a cabo un control sistemático de carácter preventivo o financian evaluaciones periódicas de materiales, procesos o productos acabados. Desde esta perspectiva, complementaria a la de los fabricantes, la escasez de técnicos en las empresas limita la comprensión de algunas posibilidades asociadas a la formación de personal de forma suficiente.

- *El Centro de Formación FORDEIN.*

Como ya se ha señalado, aparte de la existencia en el municipio de un centro de Formación Profesional especializado en el calzado, gran parte de las tareas formativas en torno al sector del calzado en la ciudad se realizan en este centro privado, creado en 1995 por un antiguo becario del proyecto "Diseño Castilla-La Mancha", financiado con la ayuda del Fondo Social Europeo, que permitió la formación de postgrado en Italia a 30 alumnos de la región, con objeto de integrarlos luego en la renovación de algunas actividades tradicionales. En sus locales se realizan diversos tipos de cursos (corte, diseño, informática, ...), generalmente cofinanciados por ciertas instituciones (desde el INEM, a la Cámara de Comercio, FORCEM o FECMES), además de colaborar con unas 80 empresas de la comarca en la formación de sus trabajadores.

- *El Ayuntamiento.*

La institución pública local actúa como soporte y complemento de las iniciativas generadas por los restantes agentes, destacando la existencia en su interior de un *Centro Local de Innovación y Promoción Empresarial (CLIFE)*, creado en 1995 y que desde 1997 cuenta con la financiación de la Junta de Comunidades. A su vez, el CLIFE pertenece a la Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local (INNOVARED), en la que se encuentran integrados 8 municipios de la región (Alcázar, Almadén, Daimiel, Guadalajara, La Solana, Manzanares, Tomelloso y Almansa) con el objetivo de colaborar entre sí ofreciendo servicios especializados dirigidos a las empresas, en los ámbitos de la información, la formación y el asesoramiento en materia de innovación (<http://www.innovared.net>).

Su actuación se orienta hacia el asesoramiento a nuevos emprendedores y empresas, a través de la organización de diversos módulos de formación, labores de intermediación mediante la creación de una bolsa de trabajo, orientación y ayudas para la creación de PYMES y el fomento del autoempleo, tramitación de proyectos europeos, o ciertas actividades de imagen territorial para la promoción de la industria local. El municipio cuenta además con un vivero o incubadora de empresas, donde por un precio inferior al del mercado permanecen en régimen de alquiler tanto profesionales como empresarios que estén iniciando su actividad, pudiéndose beneficiar además de una serie de servicios comunes: equipamiento informático, asesoramiento especializado, programas de formación, etc.

- *Los sindicatos.*

Debido a que la fabricación de calzado es una actividad industrial intensiva en mano de obra, que a su vez suele competir en el mercado global en costes laborales, el papel de los sindicatos en la defensa del mercado laboral es fundamental. Aunque su presencia en las pequeñas empresas se encuentra limitada al no existir comités de empresa en la mayoría de los casos, el hecho de que las empresas señalen que las condiciones salariales y laborales se fijan por convenio del sector, junto a su presencia como participante en algunas de las iniciativas mencionadas (como el proyecto de creación de un gran Centro Tecnológico del Calzado), los convierten en agentes a tener

en cuenta.

A pesar del inevitable conflicto de intereses que a veces se produce entre los diferentes grupos laborales, así como entre la patronal y los trabajadores, se detecta un cierto clima de concertación social, que se concreta en la propuesta de un Pacto por el Empleo a escala local, que desarrolla el Pacto Industrial firmado en la Comunidad Autónoma. El sindicato de mayor presencia en el municipio es Comisiones Obreras (CC.OO.).

3.2. La amplia y completa red de innovación en torno a un proyecto.

La cooperación entre todos los agentes señalados en relación con las empresas es lo que convierte al sistema productivo de calzado de Almansa en un medio innovador. Gracias a los flujos de información y a su coordinación, actualmente está en marcha un proyecto innovador de gran envergadura: un gran Centro Tecnológico del Calzado en el municipio, que será gestionado por la asociación sectorial, estando ubicado en el polígono industrial.

Si bien el proyecto fue diseñado en principio por la asociación sectorial y el laboratorio tecnológico, para ser puesta en marcha se constituyó una fundación en la que participan el Ayuntamiento (que ha puesto el suelo), la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, la Diputación Provincial de Albacete, la Caja de Ahorros de Castilla-La Mancha y el propio INESCOP (que ha trasladado la unidad técnica local a las nuevas instalaciones). La construcción del centro ya ha finalizado y acaba de entrar en funcionamiento, y el reto actual al que aluden todos los agentes implicados es consolidar un instituto tecnológico de ámbito regional, capaz de reforzar tanto las actividades de formación, asistencia técnica y conexión a otros centros similares en España y en otros países.

A continuación se presenta el diagrama de las conexiones entre los diferentes actores, organizados en red, cuyo centro coordinador de las iniciativas y del proyecto innovador es la asociación sectorial ASTROFA, unida a la institución creada específicamente para la puesta en marcha del Centro Tecnológico del Calzado (AIDECA) en colaboración con el Ayuntamiento y la unidad técnica del INESCOP.

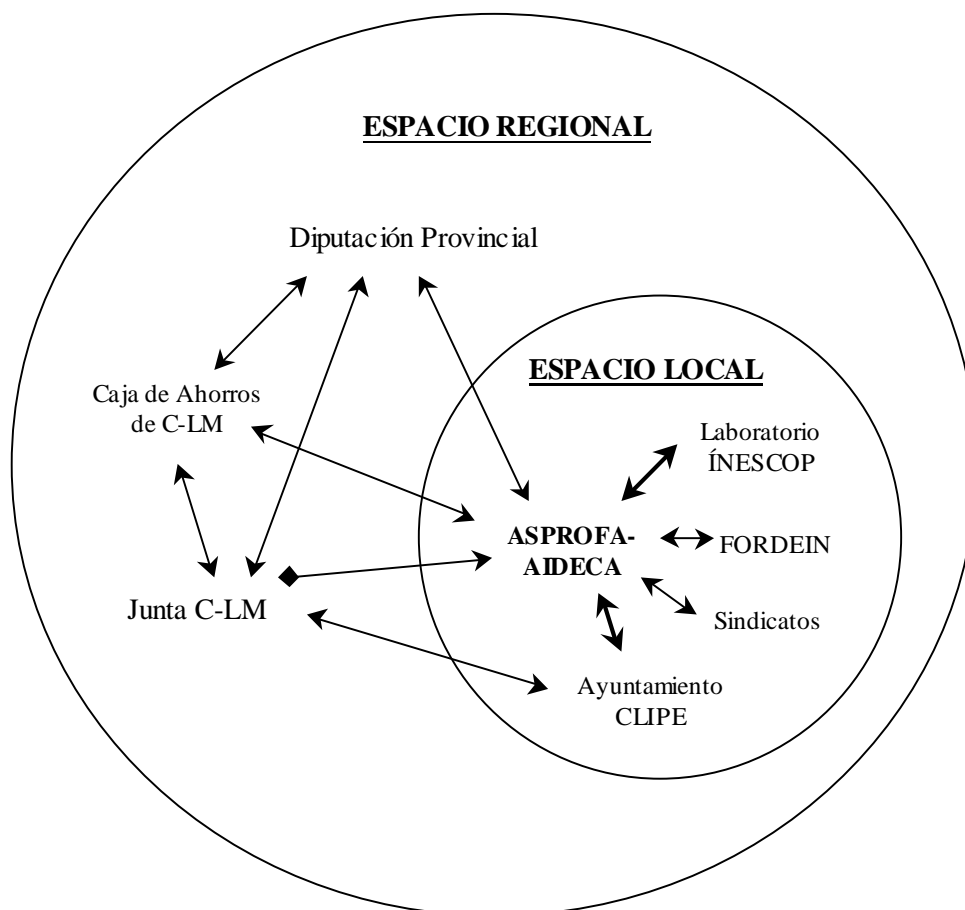


Diagrama 13. La red de la innovación de la industria del calzado en Almansa.

4. CONCLUSIONES.

La investigación llevada a cabo permite afirmar que el caso de la industria de calzado en Almansa nos sitúa ante un área-sistema en pleno desarrollo, que se comporta como un medio innovador consolidado. Las principales características de su actividad industrial se sintetizan en el siguiente cuadro.

El diagnóstico realizado nos permite establecer los siguientes puntos de cara a la política de desarrollo local:

- Puntos fuertes:

- La existencia de un saber hacer tradicional con imagen de calidad consolidada en el mercado nacional e internacional.
- La amplia y densa red de agentes sociales e institucionales que mantienen

relaciones estables y tienen proyectos innovadores de gran envergadura.

- Las abundantes empresas auxiliares en torno a la fabricación de calzado, que hacen depender cada vez menos de proveedores extralocales.
- El amplio mercado de venta, tanto nacional (buenos clientes) como internacional, en el segmento del calzado de calidad.
- La existencia de un polígono industrial bien acondicionado (completamente urbanizado y con vivero de empresas) y con suficiente suelo para crecer.
- La existencia de un laboratorio local de control de calidad, que ya ha conseguido crear una cierta conciencia de calidad entre las empresas.
- Un importante proyecto de innovación en marcha, coordinado por varias instituciones, de construcción de un gran Centro Tecnológico del Calzado de ámbito regional.

- Puntos débiles:

- La tradición sectorial de competencia en costes, que lleva a la economía sumergida y a la precariedad laboral, con la consiguiente repercusión en la calidad del producto.
- La fuerte competencia en el sector a escala nacional, fundamentalmente con el calzado alicantino.
- La falta de mano de obra especializada (aparadoras sobre todo), que supone un cierto peligro de pérdida del saber hacer.
- La fuerte competencia internacional en precios con países de mano de obra más barata en el contexto económico global.

Como conclusión final se puede señalar que el sistema productivo especializado en calzado de calidad de Almansa es un buen ejemplo de espacio ganador en el contexto de la globalización, gracias a la densa red de agentes institucionales promotores de la innovación que han convertido a este territorio en un reflejo del concepto de medio innovador con una red de innovación estable y consolidada, y un proyecto innovador coordinado de gran envergadura en marcha.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: ALMANSA	
Localización	Provincia de Albacete. Corredor de Almansa, conexión con Valle del Vinalopó	
	Límite con Valencia, Alicante y Murcia	
	Carretera N-430 y estación de ferrocarril	
	Polígono industrial "El Mugerón" de SEPES	
Población	% Crecimiento (1981-1998): 16,36 %	
	2001: 23.782	
	Pequeña ciudad que organiza y aglutina servicios y empleo comarcal	
Origen de la industrialización	Finales del siglo XIX (1875, primera fábrica de la familia Coloma)	
	Dinamismo desde los años 80	
Especialización sectorial	133 empresas locales de calzado y afines Enclave productivo de calzado clásico de calidad, especializado en zapatos de caballero y señora y en botas de alto precio. Diferenciación con respecto al calzado de moda y de menor calidad fabricado en la Comunidad Valenciana.	
Tamaño establecimientos	PYMES monoplanta variadas	Máx.: 193
		Mín.: 10
		Med.: 68
	250 – 1.000 millones (pesetas) de facturación anual	
Empleo	Actividad industrial intensiva en mano de obra (aparadoras escasas)	
	Trabajo fijo cualificado en su mayoría, estacional en campañas	
	Mano de obra del municipio y de la comarca (Caudete, Bonete y Alpera)	
	Abundante trabajo a domicilio, aunque en descenso	
	Especialización laboral por sexos. Abundante mano de obra femenina	
Procedencia de insumos (proveedores)	Municipio y comarca (almacenes y representantes)	
	Comunidad Valenciana (Alicante sobre todo)	
	Madrid, Barcelona y Arnedo (en La Rioja también existe un SPL del calzado)	
Mercados	Madrid (grandes cadenas: El Corte Inglés, Burberrys, PRYCA)	
	Exportación: en torno al 70% de la producción (Estados Unidos, Europa)	
Servicios externos	Almansa, Albacete, Alicante (Elda y Elche sobre todo, centros del calzado)	
Relaciones interempresariales	Buena red de cooperación organizada través de la asociación sectorial	
	Relaciones horizontales con las empresas auxiliares	
	Subcontratación decreciente de aparadoras, integración en la empresa	
Innovaciones	Elevadas inversiones en renovación de maquinaria	
	Importancia creciente del control de calidad, ensayos, reclamaciones	
	Red formada por el Ayuntamiento, la asociación y el laboratorio del INESCOP	
	Proyecto de un gran Centro Tecnológico del Calzado	
Agentes	Asociación Provincial de Fabricantes de Calzado y Afines (ASPROFA): sede en Almansa	
	Laboratorio de INESCOP (sucursal de la central de Elda, en Alicante)	
	Centro privado de formación FORDEIN. FP especializado en el calzado	
	CLIFE del Ayuntamiento.	
	Sindicatos (CC.OO. sobre todo)	
Observaciones	Área-sistema y medio innovador consolidado: amplia y completa red de agentes	
	Buena oferta de empleo, pero falta de mano de obra especializada (aparadoras)	
	Proyectos de envergadura en marcha: Centro Tecnológico del Calzado	
	Municipio más volcado hacia Levante que hacia la región	
	Competencia sectorial con el calzado valenciano (Valle del Vinalopó)	
	Gran esfuerzo formativo a nivel institucional (FP especializado, Centro de Formación FORDEIN, cursos promovidos por la Asociación y subvencionados por el INEM y FORCEM)	

Elaboración propia

Ficha resumen 4. La industria del calzado en Almansa

CAPÍTULO 14: LA FABRICACIÓN DE CALZADO EN FUENSALIDA

“En la actualidad, la industria del calzado y conexas forman un subsistema constituido por cerca de un centenar de empresas, que a comienzos de la década generaba unos dos mil puestos de trabajo directos, aunque la recesión de los tres últimos años ha reducido ambas cifras de forma importante, pues la casi totalidad de firmas entrevistadas reconoce haber padecido ajustes de plantilla a la baja”.

(Méndez y Gil Quindós: “Innovación y sistemas productivos locales: el caso de Fuensalida (Toledo)”, 1996, p. 31).

INTRODUCCIÓN: UN MUNICIPIO RURAL CON GRAN DINAMISMO DEMOGRÁFICO.

El municipio de Fuensalida se encuentra situado en la provincia de Toledo, a 59 km de Madrid y a 29 km de la capital provincial, entre dos vías importantes de comunicación por carretera (N-V y N-400). La relativa proximidad y accesibilidad de dos grandes centros urbanos lo convierten en un espacio rural de transición hacia los espacios periurbanos como La Sagra, si bien su industria se puede considerar en general de carácter endógeno ya que la buena conexión y escasa distancia a Madrid no han sido factores suficientes hasta el momento como para atraer iniciativas empresariales exógenas en busca de suelo barato o posibles subvenciones, ni tampoco ha despertado el interés de promotores de polígonos o parques industriales. No obstante, se trata de un municipio rural que, apoyado en una economía especializada en la fabricación de calzado desde finales del siglo XIX, ha experimentado un considerable crecimiento demográfico constante, habiendo ganado en los últimos veinte años más de 2.000 habitantes.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2001
Habs.	3.372	3.899	4.680	4.867	4.178	4.812	4.697	4.489	5.640	6.971	7.525	7.594	7.708

Fuente: INE

Tabla 19. Evolución demográfica de Fuensalida

El dinamismo del municipio y de su industria, que concentra el 80% de la fabricación de calzado en la provincia llegando al 100% si se suman las localidades limítrofes hacia las que ha desbordado la actividad (Portillo, Huecas, Santa Cruz de Retamar y Novés fundamentalmente), lo han convertido en varias ocasiones en objeto de estudio industrial por parte de los geógrafos. Por consiguiente, la investigación llevada a cabo en Fuensalida se apoyó en los trabajos llevados a cabo en el área, también basados

en técnicas cualitativas de investigación (encuestas y entrevistas), que sirvieron para poder analizar además de las características del sistema productivo local, su evolución en la última década. Así, las dos investigaciones de base fueron las siguientes:

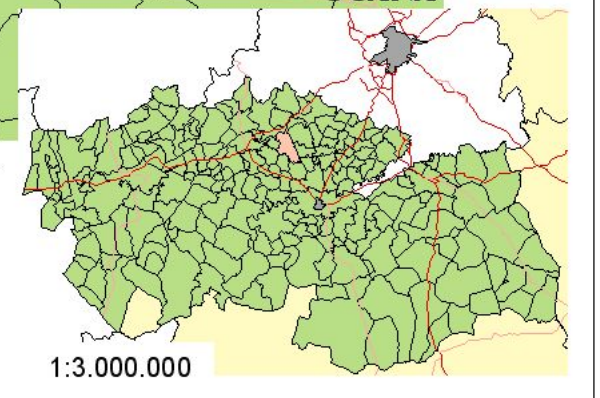
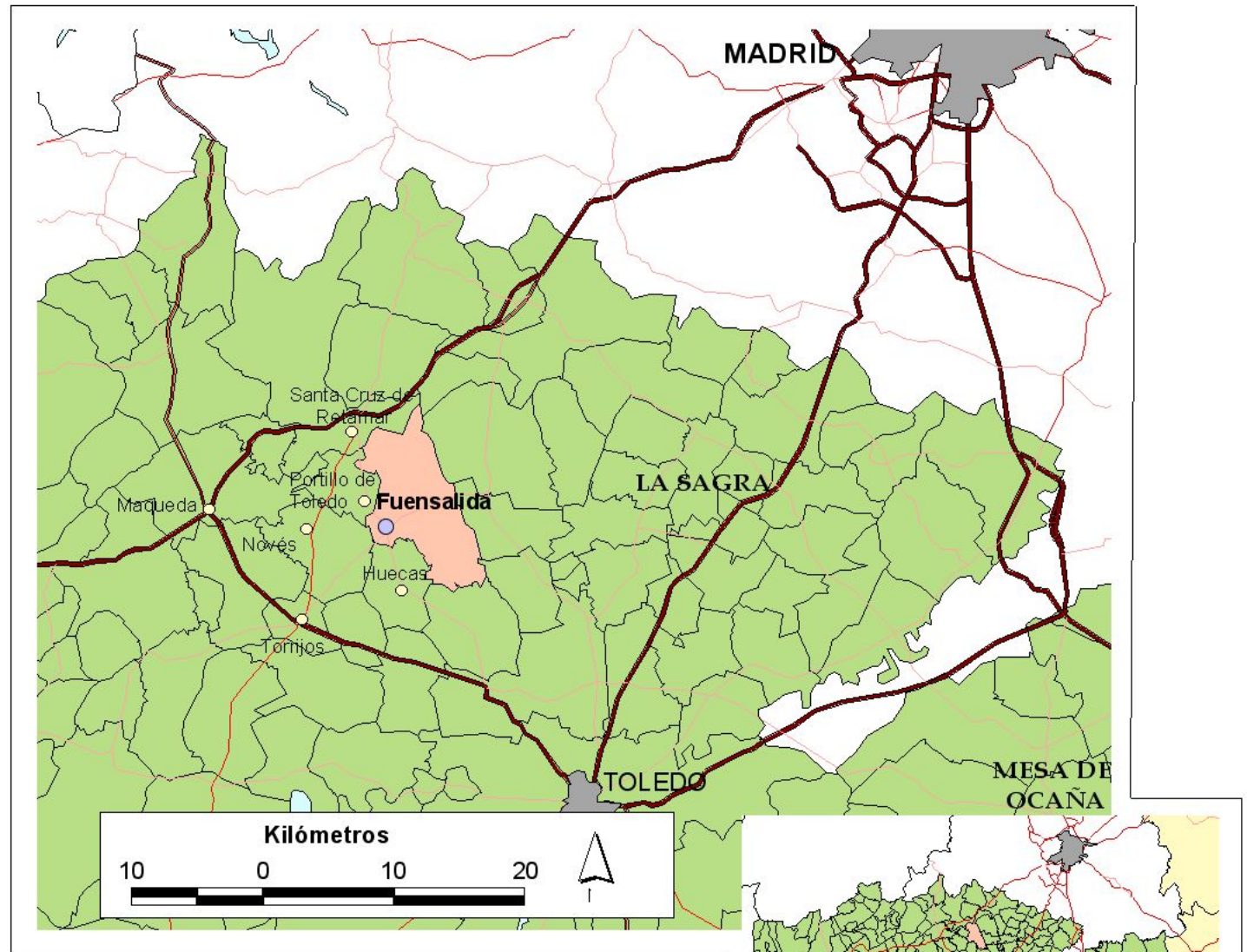
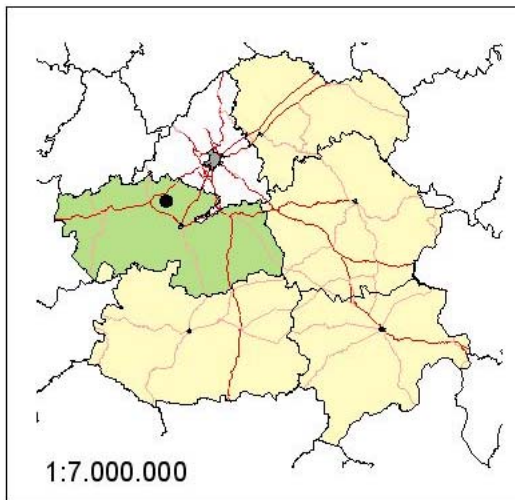
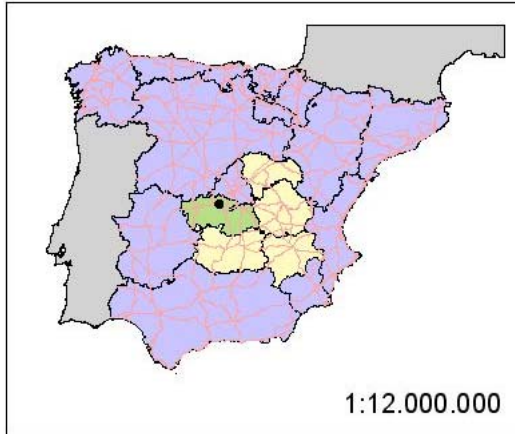
- Un proyecto de investigación sobre difusión metropolitana de la industria y competencia interregional (“efecto frontera”, integrado dentro del Plan Regional de Investigación de la Comunidad de Madrid y coordinado por Ricardo Méndez en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense (Celada y Méndez, 1994).
- Un estudio específico sobre la industria del municipio, realizado dentro de un proyecto europeo sobre innovación y desarrollo en áreas rurales españolas, publicado conjuntamente con otros estudios de caso nacionales y portugueses (Méndez y Gil Quindós, 1996).

La investigación llevada a cabo en el municipio partió del análisis de los resultados de los estudios anteriores, tanto en lo referente a las características empresariales como a los principales agentes promotores de la actividad y la innovación. Así, dada su relevancia como agente clave en las investigaciones anteriores, se decidió iniciar el estudio entrando en contacto con la asociación sectorial local. La entrevista con el gerente se centró fundamentalmente en los cambios experimentados en la actividad industrial y las instituciones locales implicadas en la fabricación de calzado. A partir de esta entrevista, y basándonos en los listados de empresas ofrecidos por la asociación, se seleccionó una muestra de empresas a partir de un sistema de cuotas basado en criterios como el tamaño de los establecimientos y la especialización productiva (zapatos de caballero, niño, sport), así como los diferentes tipos de empresas auxiliares (troqueles, suelas de caucho, foamizados, plantillas, etiquetas, cajas y bordados). Una vez aplicada la encuesta a las empresas seleccionadas, se concertó una entrevista con el centro tecnológico local, donde se visitaron sus instalaciones.

Por tanto, para esta investigación se realizaron 17 encuestas (9 de fabricantes de calzado y 8 de empresas auxiliares), y se realizaron 2 entrevistas con los dos agentes fundamentales que participan en la actividad industrial: la asociación sectorial (APICT) y el centro tecnológico local (ASIDCAT). Toda la información recogida se resume en la siguiente ficha de trabajo de campo.

1. ORIGEN Y RECONVERSIÓN DE LA FABRICACIÓN DE CALZADO EN EL MUNICIPIO.

Mapa SIG nº 10



ESTUDIO DE CASOS: FUENSALIDA

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: FUENSALIDA	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Investigaciones anteriores (Méndez, 1993; Méndez y Gil Quindós, 1996) Encuestas industriales realizadas en 1992 y 1994
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Toledo Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Directorio local del municipio editado por el Ayuntamiento	
	Contacto con la asociación sectorial local	
	Contacto con el laboratorio tecnológico local	
Encuestas	17	9 fabricantes de calzado: caballero, niño, señora, tiempo libre (botas)
		8 empresas auxiliares (troqueles, suelas, foamizados, cajas, bordados, etiquetas...)
Entrevistas	2	Asociación sectorial local (APICT)
		Laboratorio tecnológico local (ASIDCAT)
Fechas	Junio 1998: inicio de la investigación y encuestas	
	Octubre 1998: entrevistas y tratamiento de la información	
Observaciones	Polígono industrial mal urbanizado, ocupado sobre todo por microempresas auxiliares	
	Establecimientos muy dispersos dentro del municipio, tanto en el interior como en las vías de acceso al municipio. La actividad industrial del calzado desborda hacia municipios limítrofes (Portillo, Huecas,...)	
	Gran heterogeneidad empresarial, desde empresas grandes a microempresas	
	Asociación y centro tecnológico ocupan las mismas instalaciones	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 5. La investigación en Fuensalida

Según datos históricos y testimonios orales, la industria del calzado en Toledo se inició en Fuensalida a finales del siglo XIX de la mano de la familia Del Casar, con la elaboración de calzado rural (abarcas y borceguíes) que se comercializaba principalmente en la región a través de los mercados, y que pronto adquirió un cierto reconocimiento. Ya en el año 1916 existe constancia de que había varios pequeños talleres de fabricación de zapatos, que apoyados en la progresiva expansión del mercado interno, iniciaron un proceso de reconversión hacia formas de producción más mecanizadas y en serie.

Sin embargo, la consolidación de un área especializada en la fabricación de zapatos en sentido estricto en el municipio como base fundamental de la economía, tiene una antigüedad inferior a los cuarenta años, pues fue a partir de la década de los años sesenta cuando la apertura de nuevas fábricas y talleres empezó a ser constante, especializada en calzado barato clásico, deportivo y de tiempo libre. La mayoría de las iniciativas empresariales se correspondía con antiguos asalariados de otras fábricas que, aprovechando períodos expansivos, buscaban independizarse y crear su propia empresa.

El dinamismo y crecimiento de la industria, que pronto se convirtió en la base económica de gran parte de la comarca, llevó a la creación en 1977 en Fuensalida de la Asociación Provincial de Industriales del Calzado de Toledo (APICT), y a partir de entonces la evolución de la industria del calzado y conexas en la provincia ha apostado por mantener la tradición de su fabricación pero luchando cada vez más por la calidad y modernización del producto, adaptándose a las nuevas líneas de diseño y procesos productivos de vanguardia. Según datos del Registro Industrial, ya en 1990 existía cerca de un centenar de empresas del sector, que generaban en torno a 2.000 puestos de trabajo.

A principios de la década de los años noventa, el municipio se vio afectado por una fuerte recesión en el sector del calzado deportivo, como consecuencia de la entrada masiva de marcas extranjeras multinacionales que acapararon el mercado apoyadas en fuertes campañas publicitarias de ámbito nacional. Así, las encuestas realizadas en los estudios en los que se basó esta investigación reflejan que casi la totalidad de las empresas ajustaron sus plantillas a la baja en estos años, llevando a cabo una estrategia de descentralización de capacidad hacia pequeñas empresas subcontratadas o trabajo a domicilio (con el objetivo de reducir sus costes directos e incrementar su flexibilidad frente a las fluctuaciones de la demanda), así como una progresiva reconversión y diversificación del producto hacia un calzado de calidad media-alta de caballero sobre todo (zapato de señora de fabrica poco aunque de alta calidad), tanto clásico como de sport, un calzado joven muy actual y a precios muy competitivos que se integran dentro de lo que se denomina "pronto moda" (fundamentalmente botas de montaña y tiempo libre), y zapatos de niño, segmento éste último del calzado infantil en el que se ha convertido actualmente en uno de los líderes a escala nacional (con marcas muy consolidadas). Según los datos del Registro Industrial, en 1995 existían en Fuensalida 106 establecimientos del sector del calzado y 3 de caucho y plásticos, que empleaba a mas de 1.700 trabajadores, representando más del 80% de la estructura industrial del municipio. La fecha de creación de las empresas encuestadas se centran en las décadas de los años setenta y ochenta.

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	9	4,66	71	3,82
Industria química	6	3,11	18	0,39
Material elect. y electricidad	3	1,55	53	2,60
DEMANDA MEDIA	33	17,10	138	6,76
Alimentación y bebida	19	9,84	58	2,84
Papel y artes gráficas	5	2,59	20	0,97
Caucho y plástico	3	1,55	52	2,55
Construcción de maquinaria	6	3,11	8	0,39
Material de transporte	-	-	-	-
DEMANDA DÉBIL	151	78,24	1.832	89,76
Textil y confección	1	0,52	2	0,10
Cuero y calzado	106	54,92	1.686	82,61
Madera y mueble	26	13,47	77	3,77
Minerales no metálicos	4	2,07	30	1,47
Transformados metálicos	14	7,25	37	1,81
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	193	100,00	2.041	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 20. Estructura industrial de Fuensalida.

La coordinación institucional y buen funcionamiento de la asociación sectorial local ha sido fundamental en todo el proceso de reconversión y redinamización del sector. La búsqueda conjunta de los empresarios locales de calidad en el producto fabricado se materializó en 1996 con la creación en el propio municipio del Centro Tecnológico del Calzado y Afines de Toledo ((ASIDCAT), con el apoyo y respaldo del INESCOP. Desde entonces, el SPL del calzado de Fuensalida ha seguido creciendo, si bien la verdadera dimensión de su dinamismo se alcanza con la comparación con el caso del área-sistema de Almansa.

Por tanto, el estudio de caso de Fuensalida presenta dos peculiaridades en el contexto global de la investigación:

- ➔ La posibilidad de analizar la evolución de un SPL y su capacidad de adaptación a las coyunturas económicas, gracias a los trabajos realizados anteriormente, en los que se apoya la investigación.
- ➔ La posibilidad de comparación entre dos SPL especializados en el calzado dentro de la región, pudiendo observar las diferentes fases de consolidación de las relaciones interempresariales y de los medios de innovación.

2. CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES.

Partiendo de las semejanzas que se establecen entre los casos de Fuensalida y Almansa en el sentido del carácter endógeno e imagen de marca de la actividad industrial y de las empresas, las principales diferencias que se observan en el caso de Fuensalida con respecto al de Almansa además del menor volumen de empresas del SPL justificado por el considerablemente menor volumen demográfico, son las siguientes:

- *Una estructura empresarial de PYMES muy diversas.*

En cuanto a la dimensión de los establecimientos, se observa una fuerte disparidad, existiendo empresas desde los 300 a los 5 trabajadores, si bien es cierto que la concentración de microempresas se produce en las industrias auxiliares, y que la mayoría de los fabricantes de calzado se sitúan en el intervalo entre los 25 y 75 trabajadores.

El desequilibrio empresarial se refleja, como es lógico, en el volumen de facturación, que varía de los 10 a los 1.000 millones anuales, aunque también en este caso se observa una concentración en el intervalo entre 100-500 millones anuales, siendo menor en el caso de las empresas auxiliares.

- *Un SPL con microempresas auxiliares.*

Si bien la comparación con los estudios realizados hace algunos años permite constatar una mayor implantación de empresas auxiliares (a las más tradicionales empresas de troqueles y suelas de caucho, se han unido otras más recientes de fabricación de plantillas, foamizados y etiquetas, junto a almacenes de cajas), se trata en general de empresas muy pequeñas (de menos de 10 trabajadores de media).

Las peculiaridades de estas empresas fabricantes de productos semielaborados surgidas en torno a los fabricantes de calzado son las siguientes:

- Se localizan sobre todo en los polígonos industriales del municipio (bastante mal urbanizados) frente a la localización más dispersa de los fabricantes de calzado que se sitúan en las carreteras de acceso.
- Reflejan una cierta influencia del capital exógeno, al existir un alto porcentaje de empresarios y trabajadores que viven fuera del municipio e incluso de la comarca (en el área metropolitana de Madrid y en Torrijos fundamentalmente).
- Frente a la abundante mano de obra femenina de las empresas fabricantes de calzado (en tareas de aparado o cosido), presentan plantillas totalmente dominadas por hombres.

Se trata de empresas que venden prácticamente toda su producción (sin marca propia) a los fabricantes del SPL, teniendo incluso clientes preferentes entre las empresas de la comarca, para las que fabrican productos por encargo.

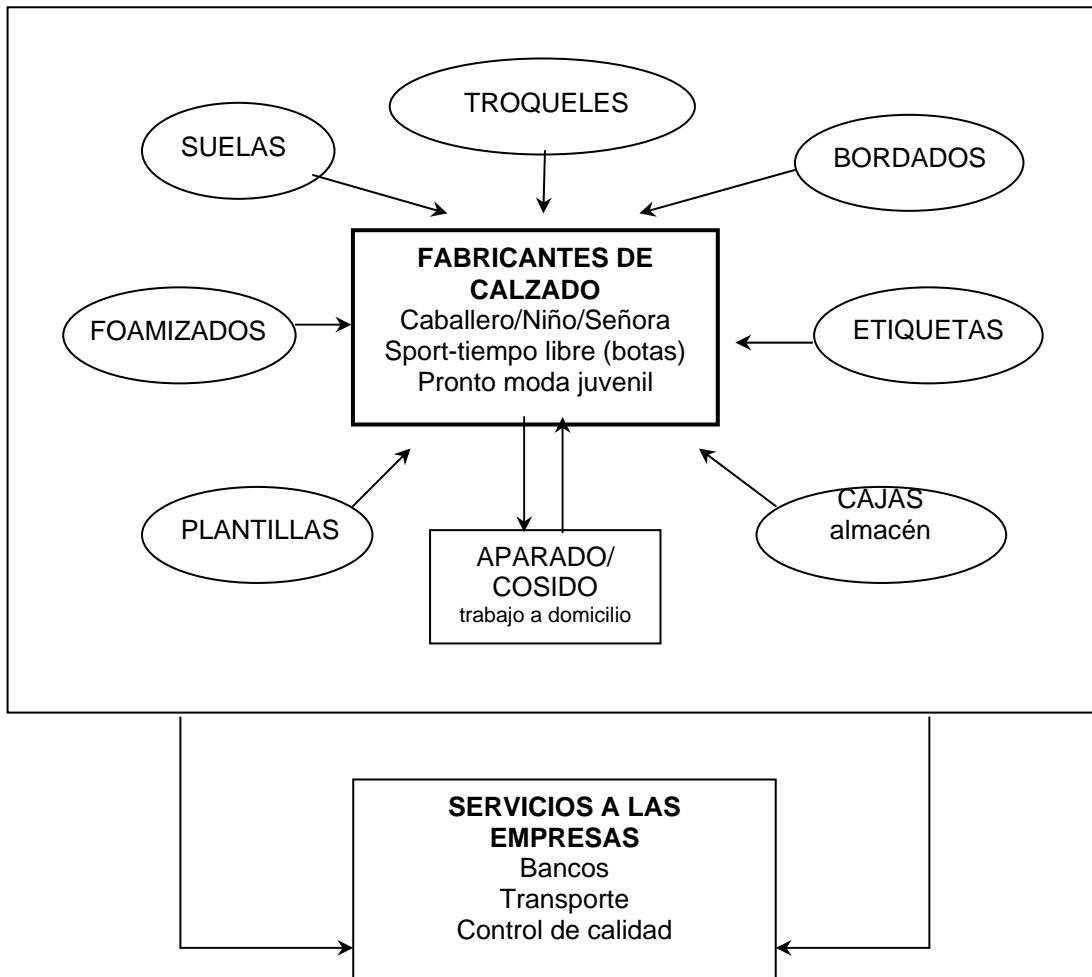


Diagrama 14. El SPL del calzado y auxiliares en Fuensalida.

- *La ausencia de empresas de servicios y de almacenes de proveedores.*

Frente al predominio de empresas industriales que obtienen un producto acabado, se observa un déficit de servicios auxiliares a las empresas fabricantes (asesorías, centros privados de formación, patronaje y diseño), así como de empresas proveedoras de materias primas (maquinaria, pieles). Si bien la asociación empresarial local intenta cubrir parte de los servicios de asesoría y formación, la relativa proximidad a Madrid y Toledo desplaza hacia estos espacios urbanos la búsqueda de servicios relacionados con la

publicidad y distribución de las empresas, mientras que en el plano técnico y de proveedores se mantienen vínculos con la Comunidad Valenciana.

- *La exportación como asignatura pendiente.*

Si bien en equipamiento, producción y calidad el calzado de Fuensalida es equiparable al de cualquier otra zona zapatera de España, en el capítulo de la exportación su volumen es muy bajo (no llega al 10% de la facturación total) en relación con el importante potencial de sus muestrarios y posibilidades. Quizás la causa pueda ser, como señalan los agentes locales, que las empresas han trabajado tradicionalmente para el mercado nacional, en el que sus marcas se encuentran muy bien asentadas. Al igual que en los demás estudios de caso analizados, son las empresas más grandes las que van aumentando progresivamente su presencia en los mercados exteriores, vendiendo fundamentalmente en Europa, países árabes y América Latina. La asociación sectorial local promueve actualmente iniciativas para superar las deficiencias en esta cuestión, consciente de la enorme dinamización que podría suponer la plena integración en el mercado global del sector.

- *Procesos de innovación para afrontar la reconversión.*

La crisis sufrida a principios de la década de los años noventa debido a la fuerte competencia de las marcas multinacionales de calzado deportivo, ha obligado a las empresas supervivientes a introducir innovaciones en los últimos años relativas a los siguientes ámbitos:

- ➔ La descentralización productiva del aparato o cosido hacia pequeños talleres subcontratados o trabajo a domicilio (realizado por mujeres), con el fin de reducir los costes productivos e incrementar su flexibilidad frente a las fluctuaciones de la demanda.
- ➔ La diversificación del producto hacia un calzado de calidad media-alta de caballero sobre todo, un calzado joven muy actual de “pronto moda” (botas de montaña y tiempo libre), y zapatos de niño (nicho de mercado en el que Fuensalida se ha convertido en uno de los líderes a escala nacional). Para ello las empresas han tenido que comprar nuevas máquinas e introducir importantes innovaciones de diseño, para lo que han contado con subvenciones de la Junta de Castilla-La Mancha.
- ➔ El control de calidad, con la creación de un centro tecnológico local integrado en la asociación sectorial.
- ➔ La apertura de mercados hacia el exterior, a través de la creación de un consorcio local para la exportación.

Finalmente, hay que señalar que frente a la amplia red de agentes sociales e institucionales de innovación detectada y analizada en el caso de Almansa, la investigación llevada a cabo en Fuensalida ha permitido constatar la relevancia casi

exclusiva de la actividad institucional de la asociación local de empresarios como agente fundamental de dinamización empresarial y de promoción de la innovación, que ha creado incluso su propio centro tecnológico local. Ambas instituciones constituyen los agentes locales principales funcionando de forma totalmente coordinada, y ocupando incluso las mismas instalaciones (oficinas, aulas y talleres). Se pueden considerar conjuntamente el centro de las relaciones interempresariales locales del sector, no pudiéndose hablar en este caso de la existencia de una amplia y compleja red de innovación como la de Almansa.

3. EL PROTAGONISMO DE LA ASOCIACIÓN SECTORIAL LOCAL COMO AGENTE CLAVE EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL.

La comprensión del proceso de concentración del protagonismo de la asociación empresarial local precisa el análisis de su evolución y de su participación en la actividad industrial del municipio.

- *La Asociación Provincial de Industriales del Calzado de Toledo (APICT).*

Se creó en 1977 dentro de la Asociación Provincial de Empresarios, con el objetivo de la defensa y representación de los intereses legítimos de sus asociados, el fomento de la formación y la cualificación profesional, y la realización de estudios, propuestas y recomendaciones sobre la mejor organización de las empresas del sector en la provincia. Si bien con anterioridad a la crisis llegó a agrupar a 86 empresas asociadas, en 1994 ya contaba con 70 socios, y en la actualidad el número se ha reducido hasta las 51 empresas, de las que la mayoría son fabricantes de calzado (13 empresas de calzado de caballero, 16 de calzado de tiempo libre, 9 de calzado infantil y 5 empresas fabricantes de zapato de señora), frente a una pequeña representación de industrias auxiliares (8). La asociación está a su vez integrada en la Federación de Industrias del Calzado de España (FICE), al igual que la asociación sectorial de Almansa (ASPROFA), que sirve como institución de ámbito nacional coordinadora de todas las asociaciones sectoriales existentes en España.

La principal fuente de financiación de la asociación sectorial local son las cuotas de los asociados aunque también busca apoyos y subvenciones a través de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, y en cuanto a los servicios que presta a las empresas en sus instalaciones se pueden agrupar en tres grandes apartados:

- Relaciones laborales.

Ofrece servicios de gestión (nóminas, seguros sociales, contratos,...) y asesoramiento fiscal y laboral, así como representación sectorial ante las instituciones públicas y privadas en determinadas negociaciones (transporte, seguros, proveedores,...).

- Formación.

Realiza periódicamente cursos para trabajadores y desempleados (diseño,

montaje, aparado, idiomas, informática,...), buscando la financiación de organismos diversos como el INEM, FORCEM, el Fondo Social Europeo, la Cámara de Comercio e Industria de Toledo o la propia Comunidad Autónoma.

- Apoyo técnico y difusión de información relacionada con el sector.

Destaca todo lo relacionado con la organización de la asistencia conjunta de las empresas a ferias y exposiciones, así como información sobre disposiciones legales (normativas) y ayudas públicas.

Con el objetivo de intentar superar la asignatura pendiente de las ventas en mercados exteriores, la asociación ha puesto en marcha recientemente una iniciativa para la creación de un consorcio para la exportación, "Tolexpo", integrado por ocho fabricantes de la zona.

Por otro lado, la importancia concedida por la asociación desde su creación al control de calidad de los productos llevó a presentar una solicitud al INESCOP para que creara una unidad técnica en la propia localidad, que finalmente entró en funcionamiento en 1989. Pero ante los elevados costes que suponían sus servicios para las empresas locales, un grupo de 25 miembros de la asociación (las empresas, más grandes y emprendedoras) decidió crear un centro tecnológico de ámbito provincial en el propio municipio con el respaldo y colaboración del INESCOP. Así nació ASIDCAT, con el objeto de proporcionar a precios razonables para las pequeñas empresas todo lo relacionado con ensayos y análisis de materiales y productos, con el fin último de lograr la mejora progresiva del calzado fabricado por las empresas del sector en la zona, haciéndolo competitivo en el mercado global.

- *El Centro Tecnológico del Calzado y Afines de Toledo (ASIDCAT).*

Entró en funcionamiento en 1996, y actualmente cuenta con 60 empresas asociadas de forma estable. Si bien mantiene plenas relaciones de colaboración y coordinación con la sede central del INESCOP en Elda, lleva a cabo proyectos propios subvencionados mediante ayudas públicas, entre los que se distinguen tres tipos:

- Estudios de valoración de la situación del sector, tanto en cuanto a mercados y ventas como sobre todo lo relacionado con el control de calidad.
- Investigaciones específicas sobre posibles mejoras en la calidad del producto, como por ejemplo sobre los sistemas de pegado, manteniendo relaciones con otras unidades técnicas del INESCOP.
- Diagnósticos sobre la organización del proceso productivo, con el fin de mejorar la productividad futura de las empresas.

Se trata, por tanto, de un híbrido entre la asociación sectorial local y el centro tecnológico principal del calzado a escala nacional, que mantiene relaciones de colaboración dentro de la región con el laboratorio de Almansa, y en la Comunidad Valenciana con INESCOP. El protagonismo de la estrecha relación APICT-ASIDCAT hace que no se pueda identificar ninguna red de agentes múltiples como la observada en el caso de Almansa.

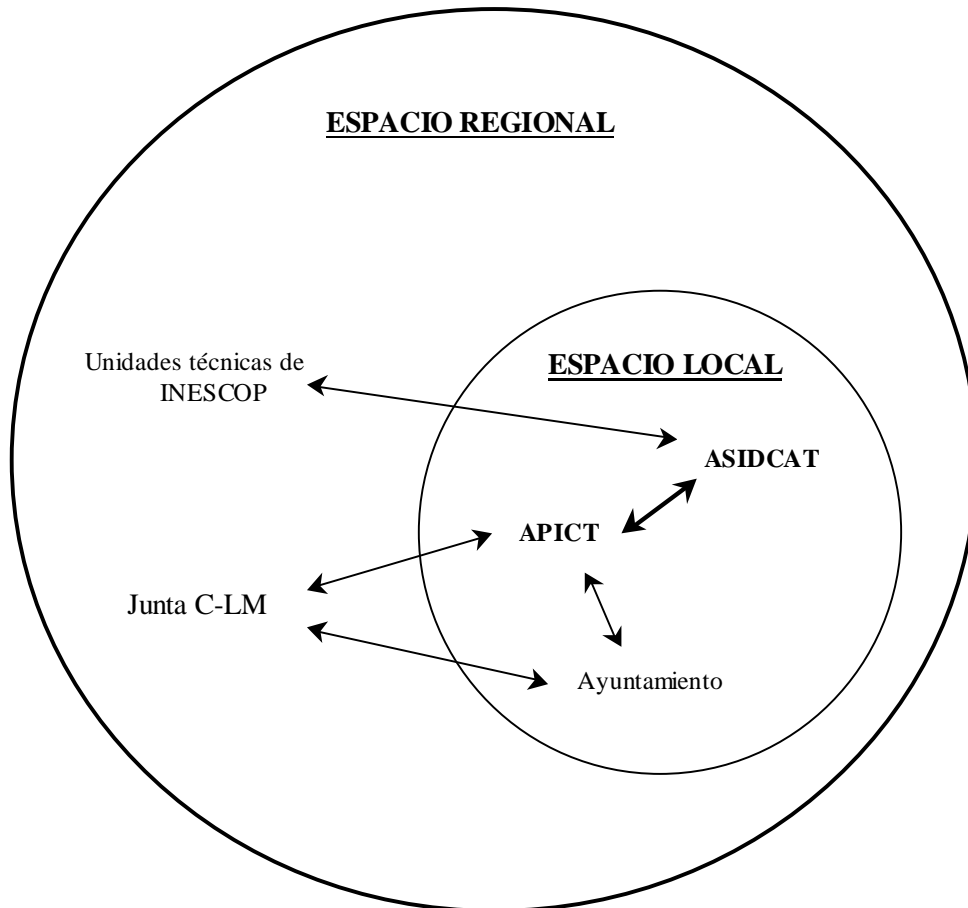


Diagrama 15. La red de la innovación de la industria del calzado en Fuensalida.

4. CONCLUSIONES.

La investigación llevada a cabo en el municipio de Fuensalida ha permitido observar la evolución y reconversión de un SPL tomando como punto de partida los trabajos anteriores, poniéndose de manifiesto la capacidad de adaptación y flexibilidad del sistema. Si bien se observan procesos de innovación importantes, no se puede hablar estrictamente de medio de innovación debido al protagonismo casi exclusivo del binomio APICT-ASIDCAT, que limita la participación de otros agentes sociales e institucionales,

así como la constitución de una amplia y compleja red de innovación como la detectada en Almansa. Las principales características de la actividad industrial en el municipio se resumen en el siguiente cuadro.

El diagnóstico llevado a cabo en el municipio nos permite establecer los siguientes puntos de cara a las posibilidades y limitaciones de la política de desarrollo:

- Puntos fuertes:

- Existencia de un saber hacer consolidado, con una cierta imagen de marca del territorio e incluso de las empresas (líderes en calzado de niño).
- Experiencia en un proceso de reconversión del producto, que pone de manifiesto su capacidad de adaptación a las coyunturas y la flexibilidad del sistema.
- Localización geográfica estratégica entre dos centros urbanos (Madrid y Toledo), con buenas comunicaciones de acceso.
- Fuerte crecimiento demográfico, que asegura la existencia de mano de obra.
- Eficacia y dinamismo en el funcionamiento de la asociación empresarial local, a la que pertenecen la mayoría de las empresas.
- Existencia de un centro tecnológico local que asegura el control de calidad específico del producto, ofreciendo servicios adaptados a las empresas locales y a precios accesibles.

- Puntos débiles:

- Fuerte competencia en el sector, tanto a escala nacional como internacional, tanto en imagen de marca como en costes laborales.
- Pervivencia de la economía sumergida (trabajo a domicilio), que implica una precarización laboral y repercute en la calidad de los productos.
- Excesivo protagonismo de la asociación como agente centralizador de las relaciones interempresariales y con el exterior, que limita la existencia de otros agentes que lleven a la creación de una red más amplia y compleja.
- Escasa exportación, a pesar de que el mercado exterior podría dinamizar más la actividad y la producción.
- Existencia de microempresas auxiliares que dependen totalmente de los fabricantes de calzado.

- Falta de servicios empresariales específicos como centros privados de formación o empresas de diseño y patronaje, e incluso falta de almacenes de proveedores.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: FUENSALIDA
Localización	Provincia de Toledo A 59 Km de Madrid y 29 Km de Toledo Entre N-V y N-400 Espacio rural de transición desde el espacio periurbano La actividad industrial desborda hacia la comarca (Portillo, Huecas, Santa Cruz de Retamar y Novés)
Población	% Crecimiento 1981-1998: 34,65 2001: 7.708 Gran crecimiento demográfico constante
Origen de la industrialización	Finales siglo XIX, familia Del Casar: fabricación de calzado rural Años 60: consolidación de la especialización local en zapato deportivo barato Principios años 90: crisis por competencia con marcas multinacionales que fabrican en países asiáticos Mediados años 90: reconversión a calzado clásico de calidad
Especialización sectorial	Fabricación de zapatos de calidad de caballero, señora y niño, tanto clásico como de sport (tiempo libre, botas de montañas) 100% de la producción provincial: 80% Fuensalida y 20% resto de la comarca Líderes en calzado infantil "Pronto-moda" a precios competitivos
Tamaño establecimientos	PYMES con gran heterogeneidad Desde microempresas a empresas de 300 trabajadores Microempresas auxiliares
Empleo	Aprox. 1.500 empleos directos en toda la comarca Mano de obra barata pero especializada, saber hacer consolidado Mano de obra femenina en tareas de aparato Trabajo femenino a domicilio
Procedencia de insumos (proveedores)	Empresas del propio municipio Arnedo, Alicante y Murcia para algunos productos semielaborados y pieles
Mercados	Marca propia todos los fabricantes Venta a mayoristas y grandes cadenas comerciales Toda España Poca exportación (10%), sobre todo a Europa, países árabes y América Latina
Servicios externos	Escasos en la comarca, faltan centros de formación, empresas de diseño y almacenes de proveedores Dependencia de Madrid en cuestiones de publicidad y transporte Relación con la Comunidad Valenciana para servicios técnicos y proveedores
Relaciones interempresariales	Comerciales estrechas con empresas auxiliares locales (producción por encargo) Proyectos de exportación conjunta entre las empresas más grandes Asociación empresarial local como centro coordinador de las relaciones
Innovaciones	Protagonismo de la asociación local como agente promotor de innovación Compra de maquinaria nueva, automatización de procesos. Subvenciones Constante renovación de modelos, adaptación a la moda La exportación como asignatura pendiente. Proyectos conjuntos en marcha
Agentes	Asociación Provincial de Industriales del Calzado de Toledo (APICT): ámbito provincial, pero en realidad es comarcal-local al concentrarse en el área el 100% de la producción Centro Tecnológico del Calzado y Afines de Toledo (ASIDCAT), antigua unidad técnica local del INESCOP
Observaciones	Incipiente SPL, con creciente número de empresas auxiliares pero muy pequeñas Incidencia del capital exógeno en las empresas auxiliares Superación de la crisis de especialización en calzado deportivo, éxito de la reconversión con calzado de más calidad de sport (tiempo libre y "pronto-moda") Protagonismo de APICT-ASIDCAT como agentes de innovación Ausencia de otros agentes para la organización de una red

Elaboración propia

CAPÍTULO 15:

EL MUEBLE EN EL ESPACIO PERIURBANO DE LA SAGRA

“En los espacios próximos a las áreas metropolitanas es donde la profunda reestructuración a la que está siendo sometido el mundo rural a partir de nuevas valoraciones desde la esfera del consumo o la producción quedan plasmados de forma paradójica: descentralización industrial y segundas residencias, desplazamientos laborales diarios en todas las direcciones, etc. Estos procesos ejercen una fuerte presión sobre el espacio, valorado ahora desde intereses contradictorios que definen nuevos marcos conflictuales. Los mercados de trabajo se diversifican. Se trata de un espacio crítico que relega la actividad agrícola a un carácter marginal”.

(OLIVA SERRANO, J: Mercado de trabajo y reestructuración rural. Una aproximación al caso castellano-manchego, 1995, p. 225)

INTRODUCCIÓN: UN ESPACIO RURAL PERIURBANO ATRACTIVO PARA LA INDUSTRIA.

La comarca de La Sagra se encuentra situada al norte de la provincia de Toledo, en el límite con la Comunidad de Madrid, con la que conecta a través de la carretera N-401 (Madrid-Toledo). La organización del espacio en torno a este eje de comunicación lo convierte en un continuo rural urbano, que parte de los municipios del área metropolitana del sur de Madrid (Getafe, Fuenlabrada, Parla) y enlaza con los municipios toledanos limítrofes de Illescas y Yuncos. Se trata, por tanto, de un espacio rural periurbano atractivo para la localización industrial, al estar estratégicamente situado en una importante vía de comunicación, que enlaza dos centros urbanos de gran importancia para la región: Madrid y Toledo.

En relación con la estructura y el dinamismo industrial de esta comarca, a lo largo de la década de los años noventa existen distintas publicaciones, que centraron su atención en los efectos provocados por los procesos de difusión espacial a partir de la aglomeración metropolitana madrileña (Celada y Méndez, 1994; Oliva, 1995). En este caso, nuestro objetivo ha sido muy distinto, tanto por el tipo de temática seleccionada, como por la limitación a un sector de actividad (la madera y el mueble), con el fin de homogeneizar este capítulo con algunos de los anteriores, facilitando al tiempo la posibilidad de comparar el diverso comportamiento de un mismo sector manufacturero en territorios muy próximos (La Sagra, los Montes de Toledo, Sonseca y Villacañas).

Así, dentro de la comarca decidimos centrar la investigación en Illescas y Yuncos, por tratarse de espacios industriales muy dinámicos y especializados fundamentalmente en la fabricación de muebles de madera. En estos municipios, la proximidad a Madrid y el denominado “efecto frontera” tienen su reflejo inmediato tanto en un crecimiento urbanístico y demográfico espectacular desde los años setenta, como en un dinamismo industrial de origen exógeno, dependiente de la capital. En cuanto al crecimiento demográfico, en la siguiente tabla se puede observar que en los últimos treinta años se ha duplicado la población, en incluso en el caso de Illescas, en los dos últimos años ha sobrepasado el umbral de municipio rural, situándose por encima de los 10.000 habitantes.

Estudios de caso: La Sagra

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2.001
Illescas	1.728	1.758	1.853	2.091	2.168	2.129	2.560	4.246	6.054	7.942	9.743	9.930	10.940
Yuncos	600	648	685	963	1.095	1.113	1.401	2.020	2.409	2.802	3.307	3.421	3.935

Fuente: INE

Tabla 21. Evolución demográfica de Illescas-Yuncos (La Sagra).

Y en cuanto al crecimiento industrial, la investigación de origen situó esta comarca como una de las zonas más dinámicas de Castilla-La Mancha, tanto desde el punto de vista de nuevas industrias, como de crecimiento del empleo y de la inversión. Según los datos del Registro Industrial, entre 1981 y 1995 se crearon en la comarca en torno a 500 nuevos establecimientos, que dieron empleo a más de 3.000 trabajadores. En este período se crearon los tres polígonos industriales que existen en Illescas, situados en las vías de acceso al municipio y de conexión con los pueblos circundantes hacia los que desborda la actividad industrial (Yuncos, Ugena y Yeles), mientras que recientemente se ha creado un nuevo polígono en Yuncos ante la demanda de suelo industrial a bajo precio.

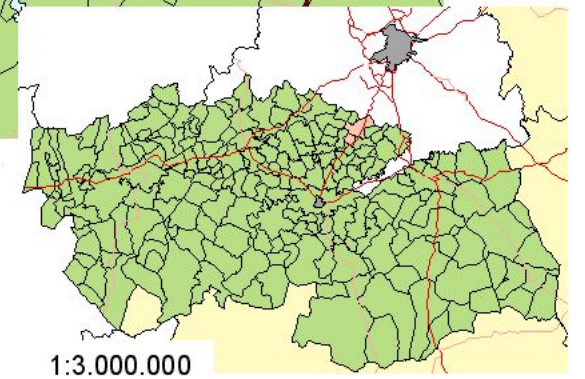
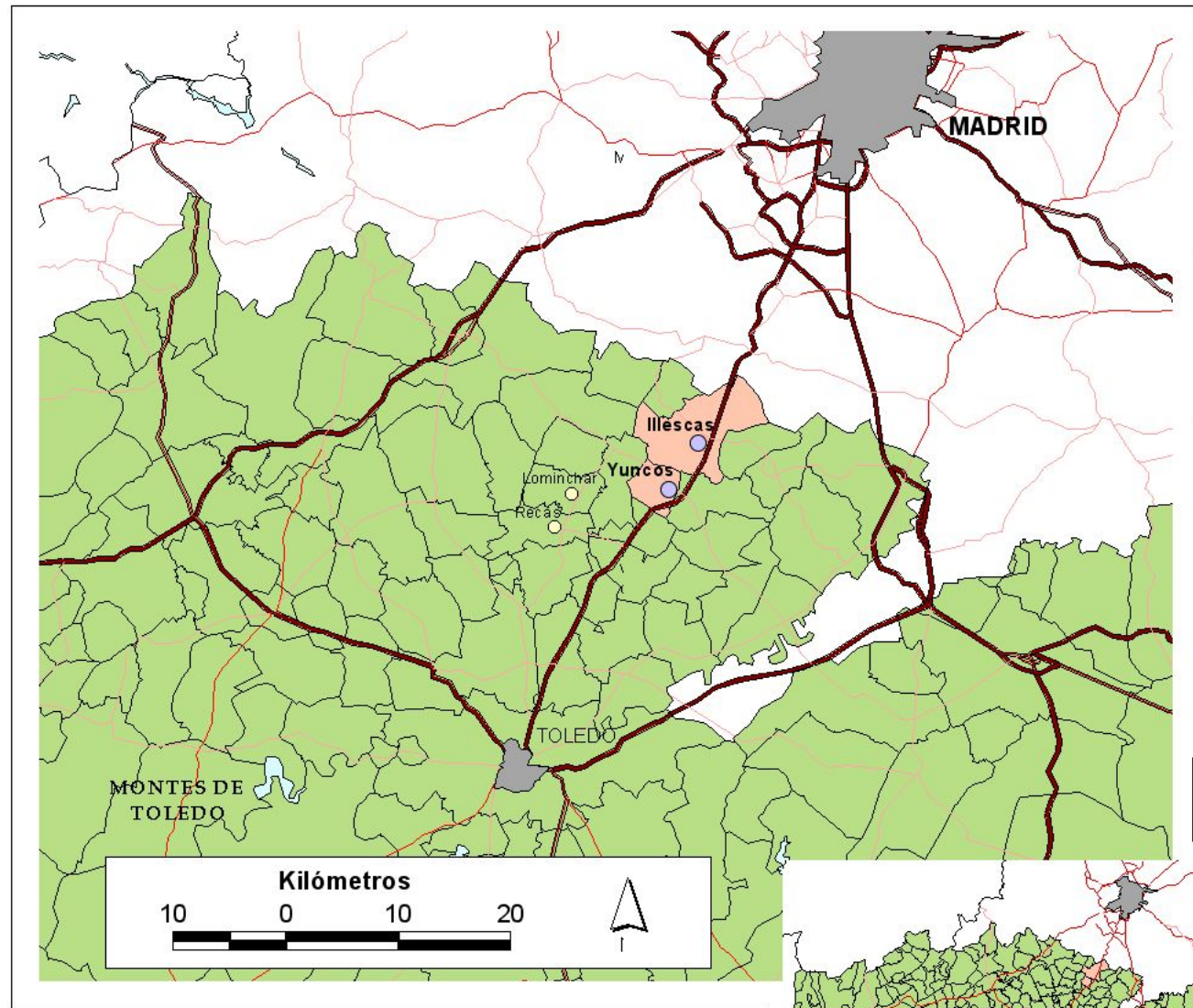
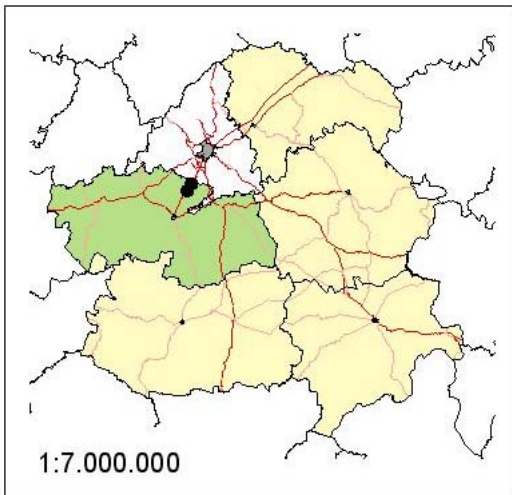
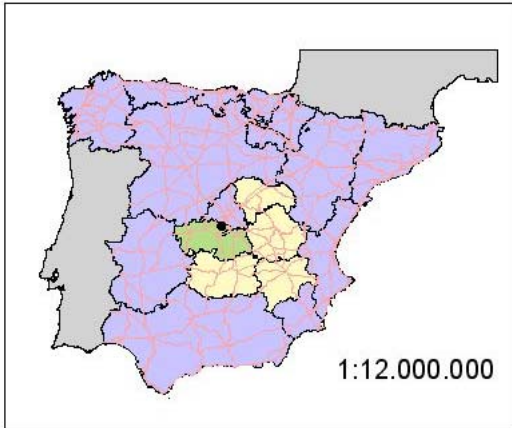
Si bien los datos del Registro Industrial muestran una estructura económica más equilibrada que en los demás casos de estudio entre los sectores de los diferentes tipos de demanda, se observa una cierta especialización en sectores de demanda débil, y sobre todo en el sector del mueble, que en 1995 concentraba más del 35% de la industria en el caso de Illescas (91 empresas), y cerca del 70% en Yuncos (41 empresas). La investigación realizada en esta zona nos permite comparar su situación con la ya analizada en el sector de la madera y el mueble en Sonseca y Villacañas, permitiendo comparar los diferentes tipos de procesos de industrialización, así como la distinta capacidad de los medios para generar innovaciones.

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	20	9,22	113	6,62
Industria química	15	6,91	96	5,63
Material elect. y electricidad	5	2,30	17	0,99
DEMANDA MEDIA	56	25,81	442	25,89
Alimentación y bebida	19	8,76	67	3,93
Papel y artes gráficas	5	2,30	54	3,16
Caucho y plástico	12	5,53	71	4,16
Construcción de maquinaria	14	6,45	177	10,37
Material de transporte	6	2,76	73	4,28
DEMANDA DÉBIL	141	64,98	1.152	67,49
Textil y confección	5	2,30	41	2,40
Cuero y calzado	-	-	-	-
Madera y mueble	91	41,94	602	35,27
Minerales no metálicos	18	8,29	293	17,16
Transformados metálicos	27	12,44	216	12,65
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	217	100,00	1.707	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 22. Estructura industrial de Illescas.

Mapa SIG nº 11



ESTUDIO DE CASOS: LA SAGRA

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: ILLESCAS-YUNCOS (La Sagra)	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI Registro Industrial Datos demográficos INE
	Bibliografía	Artículo sobre el sector del mueble (<i>Camisón y otros</i>) Estudios de CONFEMADERA y AIDIMA Estudios sobre el “efecto frontera” entre Madrid y Toledo (varios) Páginas web sobre el sector del mueble
	Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Toledo Base de datos digital (SIG)
Fuentes recorrido inicial	Catálogos publicitarios de empresas fabricantes Visita a establecimientos de exposición y venta de muebles Mapas de municipios de estudio Localización de polígonos industrial	
Encuestas	12	9 empresas de Illescas 3 empresas de Yuncos
Entrevistas	2 locales: Ayuntamientos 2 regionales: FECMES y Centro Tecnológico de la Madera	
Fechas	Octubre 1998: Inicio de investigación Noviembre 1998: Entrevistas a ayuntamientos y encuestas Diciembre 1998: Entrevistas regionales	
Observaciones	Continuo rural-urbano industrial desde municipios del área metropolitana de Madrid, gran desarrollo urbanístico de viviendas para neo-rurales Grandes naves de exposición y venta de muebles en la carretera de entrada a Illescas: imagen del territorio, dinamismo comercial. Tres polígonos industriales en Illescas (en las vías de comunicación), y un nuevo polígono industrial en Yuncos (en la carretera hacia Illescas). No existen asociaciones empresariales locales o comarcales	

Elaboración propia

Ficha del trabajo de campo 6. La investigación en Illescas-Yuncos (La Sagra)

Estudios de caso: La Sagra

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	3	4,41	23	3,31
Industria química	2	2,94	20	2,88
Material elect. y electricidad	1	1,47	3	0,43
DEMANDA MEDIA	8	11,76	20	2,88
Alimentación y bebida	3	4,41	12	1,73
Papel y artes gráficas	-	-	-	-
Caucho y plástico	2	2,94	6	0,86
Construcción de maquinaria	1	1,47	1	0,14
Material de transporte	2	2,94	1	0,14
DEMANDA DÉBIL	57	83,82	652	93,81
Textil y confección	2	2,94	49	7,05
Cuero y calzado	-	-	-	-
Madera y mueble	41	60,29	482	69,35
Minerales no metálicos	2	2,94	114	16,40
Transformados metálicos	12	17,65	7	1,01
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	68	100,00	695	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 23. Estructura industrial de Yuncos.

Partiendo de los datos estadísticos, la investigación llevada a cabo en Illescas-Yuncos se inició con un recorrido previo por las áreas de estudio, pudiéndose comprobar la continuidad visual del espacio industrial desde los municipios limítrofes del área metropolitana de Madrid, que penetra en Illescas a través de los polígonos industriales que se sitúan en torno a la carretera de acceso y de conexión entre los centros urbanos de Madrid y Toledo, donde existen grandes naves de exposición y venta de muebles que dan una cierta imagen de especialización del territorio. Y en cuanto al municipio de Yuncos, más alejado de la frontera con Madrid, se pudo constatar el desbordamiento de la actividad industrial a partir de Illescas, pudiéndose observar la creación más reciente de un minipolígono industrial con estructura de naves adosadas, de pequeño tamaño (adecuadas a las PYMES de sectores maduros), en el que se han instalado numerosos establecimientos industriales.

La comprobación de la fiabilidad de los datos aportados por el directorio industrial del IMPI, llevó a seleccionar la muestra de empresas a encuestar a partir de esta fuente estadística. En total se realizaron 12 encuestas, 9 en Illescas y 3 en Yuncos, que se complementaron con sendas entrevistas en los Ayuntamientos, y con la información recogida en las investigaciones de casos anteriores sobre el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo y FECMES. No se realizaron más entrevistas dada la escasez de agentes locales implicados en la actividad empresarial o en la innovación. Los resultados del trabajo de campo se resumen en el siguiente cuadro.

1. LA INFLUENCIA MADRILEÑA EN EL ORIGEN DE LA ESPECIALIZACIÓN SECTORIAL DE LA SAGRA.

La industria del mueble en la comarca es heredera del tradicional saber hacer en carpintería que históricamente ha caracterizado la provincia de Toledo, pero la verdadera especialización de la zona se inició en los años cuarenta y se consolidó en los años setenta gracias a una serie de factores favorables muy diferentes a los analizados en los casos anteriores (Sonseca y Villacañas). Hasta entonces Illescas y Yuncos eran municipios dedicados al cultivo del cereal, que contaban con pequeños talleres artesanales de carpintería (Oliva, 1995).

La estratégica localización geográfica de La Sagra con respecto a Madrid, junto a las buenas infraestructuras de accesibilidad, han transformado completamente el paisaje de este espacio rural en los últimos cincuenta años, al modificar completamente su estructura económica y ocupacional como consecuencia de los procesos de descentralización productiva y difusión de la industria desde los municipios del sur de Madrid, en busca de suelo y mano de obra baratos. Paralelamente al crecimiento de la industria, se ha ido produciendo un fuerte desarrollo urbanístico de viviendas para residente neo-rurales, acompañado de un espectacular crecimiento demográfico, lo que a su vez se ha convertido en un buen mercado local para las empresas de muebles orientados al consumo doméstico. Así, las empresas del mueble de esta zona están especializadas en tres tipos de productos: muebles auxiliares (sillas, mesas), muebles de cocina y baño, y muebles de hogar (salón-comedor, dormitorio, juvenil), todos ellos de calidad media-baja y a precios muy competitivos.

La crisis económica internacional de los años setenta supuso un fuerte retroceso de la dinámica expansiva del sector como consecuencia del incremento del precio de las materias primas y de la mano de obra, que hicieron perder competitividad al producto español. La coyuntura provocó el cierre de numerosas empresas, sobre todo en Yuncos, donde en los años sesenta había más empresas del mueble que en Illescas. Si bien a partir de 1985 se volvió a alcanzar una relativa prosperidad, no será hasta mediados de los años noventa cuando se observa una nueva dinámica de expansión del sector en la comarca, desarrollándose sobre todo en Illescas por ser el municipio más próximo a Madrid y donde se han construido más viviendas. Todas las empresas encuestadas declaran una tendencia de expansión y crecimiento actual del sector en la comarca.

2. CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES RELACIONADAS CON SU CARÁCTER PERIURBANO.

Las encuestas industriales realizadas en las firmas seleccionadas en esta zona nos han permitido detectar las siguientes características empresariales fundamentales, que marcan diferencias considerables con respecto a los casos del mismo sector anteriormente analizados (Sonseca y Villacañas):

- *Predominio de empresas pequeñas.*

Se trata en general de empresas de pequeñas dimensiones, monoplant, que en ningún caso superan los 100 trabajadores, y si bien el promedio se encuentra en torno a los 25-30 empleados, existen también microempresas de menos de 10 trabajadores. Son

empresas de escaso capital social, con niveles de facturación entre los 250-500 millones de pesetas anuales, que debido a su pequeño tamaño encuentran serias dificultades para conseguir financiación y poder acceder a las ayudas públicas.

- *Incidencia de procesos de industrialización exógena.*

Si bien la mayoría de las empresas encuestadas presentan un carácter endógeno y se instalan en el lugar de origen y residencia de los empresarios y de la mayoría de los trabajadores, es importante destacar que, a diferencia de otros estudios de caso analizados, en La Sagra son importantes los procesos de descentralización productiva y relocalización de empresas procedentes del sur de Madrid, que buscan en la zona suelo industrial a bajo precio y bien comunicado. Además, existen casos de empresarios y trabajadores que viven en municipios del área metropolitana de Madrid próxima a La Sagra.

- *Ausencia de empresas auxiliares y escasos servicios empresariales.*

Las empresas dedicadas a la industria del mueble en la zona son todas empresas fabricantes de muebles de madera, habiéndose detectado únicamente una empresa en Yuncos fabricante de tableros aglomerados. La ausencia de empresas auxiliares es causa y consecuencia de la dependencia del amplio mercado madrileño de productos, donde las empresas se abastecen de semielaborados como cristales, pinturas, telas, herrajes, etc.

En cuanto a los servicios empresariales, si bien Illescas acapara los servicios de asesoría y gestión, para el resto de los servicios las empresas acuden tanto a Madrid como a Toledo.

- *Relaciones interempresariales de subcontratación de bienes intermedios y productos acabados.*

Las empresas analizadas mantienen en todos los casos relaciones verticales con los proveedores de materias primas y productos semielaborados y, aunque se trata de empresas con una escasa desintegración productiva, en más de la mitad de los casos se subcontrata alguna fase de elaboración del producto como el torneado (fundamentalmente a artesanos de la comarca). Pero, a su vez, de cara a la comercialización, las empresas fabricantes de muebles de hogar (salón-comedor, dormitorio, juvenil) subcontratan a empresas de muebles auxiliares la fabricación de productos por encargo de sillas (de madera o tapizadas), cajones (a medida), mesas (a juego con los muebles), etc. Las empresas subcontratadas se localizan fundamentalmente en la comarca, aunque en algunos casos se trata de empresas instaladas en otros municipios de la región, en Madrid, o en la primera Comunidad Autónoma productora de muebles (Valencia). Las empresas subcontratadas comparten libremente el mercado intersectorial, vendiendo además sus productos fuera de la comarca.

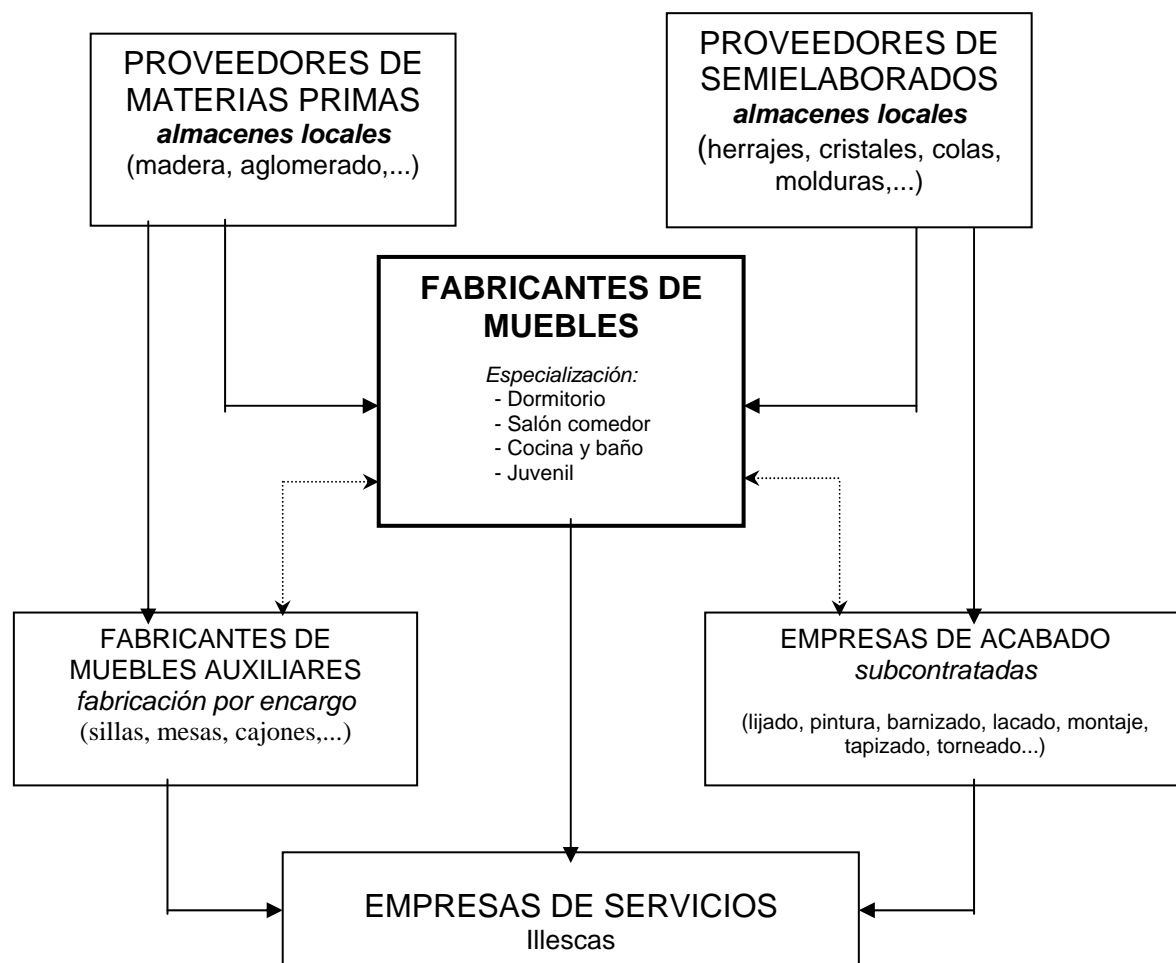


Diagrama 16. El SPL de la industria del mueble en Illescas-Yuncos (La Sagra).

- *Madrid como proveedor y mercado preferente.*

No sólo la dependencia con respecto a Madrid se establece en relación con los proveedores de productos semielaborados como ya se ha señalado, sino que además es el área metropolitana de la capital nacional hacia la que se destina la mayor parte de la producción, comercializada tanto a través de minoristas (e incluso detallistas independientes) como de mayoristas (cadenas comerciales y constructoras de viviendas).

- *La prácticamente nula exportación.*

La venta de la producción al mercado exterior de las empresas encuestadas es prácticamente nula, reduciéndose tan sólo a algún caso de empresa fabricante de muebles auxiliares (sillas), que realizan un 5% de las ventas en países europeos. No obstante, se ha detectado una cierta indagación en el mercado exterior por parte de algunos empresarios, que señalan estar iniciándose en esta cuestión conscientes de la dinamización empresarial que podría suponer para la zona.

- *Ausencia de relaciones de cooperación entre las empresas.*

La inexistencia en la comarca de una asociación empresarial o sectorial local, o de un centro tecnológico local, tiene como consecuencia la ausencia de relaciones de cooperación entre las empresas, que únicamente se relacionan a través de su integración (en general) en la Federación de Empresarios de Toledo (FEDETO), o por utilizar (sólo en algunos casos y de forma esporádica) los servicios del Centro Tecnológico de la Madera de Toledo (cursos de gestión empresarial y prevención de riesgos fundamentalmente).

3. LIMITADOS AGENTES Y PROCESOS DE INNOVACIÓN ANTE EL DINAMISMO EMPRESARIAL.

Actualmente el principal factor de localización empresarial en La Sagra es la proximidad a Madrid en un doble sentido: por un lado, como consecuencia de la oferta de suelo y naves industriales a bajo precio, y por otro gracias a la rentabilidad de un saber hacer cercano a un amplio mercado de venta. En este sentido, la dependencia de la actividad industrial con respecto a Madrid orienta los procesos de innovación.

En cuanto a las innovaciones de proceso, las principales inversiones (financiadas con ayudas públicas de la Junta de Castilla-La Mancha) se han orientado a la compra de nuevas máquinas que permitan la automatización de ciertas tareas con el fin de poder aumentar la producción de la empresa, así como la incorporación de tareas que suponen la adaptación a los modelos de moda (por ejemplo, máquinas para realizar el torneado de la madera, que algunas empresas subcontratan). Pero en lo relativo a las innovaciones en fases previas y posteriores a la fabricación, las preocupaciones son escasas, al primar la competitividad de los productos en precios frente a la calidad o el diseño, destacando sin embargo las considerables inversiones relativas realizadas en publicidad.

En cuanto a las innovaciones de producto, se observa una constante adaptación de los modelos de los catálogos a la moda urbana moderna en mobiliario para el hogar, tanto en muebles de salón-comedor y dormitorio, como en muebles de cocina y baño y auxiliares (sillas y mesas). Las empresas entran en contacto con las tendencias del gusto y las preferencias del consumidor urbano a través de la asistencia a ferias y la consulta de revistas sectoriales especializadas, diseñando mediante imitación de formas sus propios productos, que carecen de especificidad territorial.

Y finalmente, en cuanto a la cooperación social e institucional, la existencia de un amplio mercado de venta (el sur del área metropolitana de Madrid) unida al objetivo prioritario de ofrecer un mueble adaptado al gusto urbano y a precios competitivos, que ha dejado de lado la preocupación por la calidad de los productos, se pueden considerar la causa de la limitada presencia de agentes sociales e institucionales dinamizadores de los procesos de innovación social y de la ausencia de redes que pongan en marcha proyectos comunes de mejoras productivas, apertura de mercados o control de calidad. En definitiva, el dinamismo de las empresas de forma independiente no ha suscitado la necesidad de asociación empresarial local o comarcal, siendo incluso limitada la participación en asociaciones empresariales o sectoriales de ámbito provincial o regional (entre las que destaca FEDETO).

Por otro lado, el dinamismo de las empresas ha mantenido al margen de la actividad

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: ILLESCAS-YUNCOS (La Sagra)
Localización	Norte de la provincia de Toledo En el límite con la Comunidad de Madrid Continuo rural-urbano industrial desde el área metropolitana madrileña Espacio rural periurbano
Población	% Crecimiento (1981-1998): 64% Illescas, 42% Yuncos
	Espectacular crecimiento demográfico desde los años 60', población neo-rural
	2001: Illescas 10.940 (superación del umbral demográfico de municipio rural) Yuncos 3.935
Origen de la industrialización	Inicio en los años 40'-50' Consolidación en los años 70' Declive en los años 80' por la crisis económica internacional Redinamización y expansión en los años 90': incidencia del capital exógeno
Especialización sectorial	Muebles de calidad media-baja, a precios muy competitivos y adaptados a las preferencias y gustos de moda del consumidor urbano Cocina y baño Muebles auxiliares (sillas y mesas) Muebles de hogar (salón-comedor, dormitorio y juvenil)
Tamaño establecimientos	Pequeñas empresas, promedio de 25-30 trabajadores Existencia de microempresas
Empleo	Alto % de mano de obra de procedencia exógena (área metropolitana de Madrid) Predominio de hombres Ausencia de conflictividad laboral
Procedencia de insumos (proveedores)	Madrid en productos semielaborados Toda España en materias primas Toledo y Madrid en servicios empresariales
Mercados	Espectacular desarrollo urbanístico local de viviendas para neo-rurales Área metropolitana de Madrid como mercado preferente Minoristas (venta a través de detallistas) Mayoristas (constructoras y cadenas comerciales) Prácticamente nula exportación
Servicios externos	Madrid y Toledo Illescas acapara los servicios de asesoría y gestión
Relaciones interempresariales	Comerciales de subcontratación de bienes intermedios y productos acabados con empresas de muebles auxiliares de la comarca Nulas relaciones de cooperación entre las empresas Competencia de las empresas locales en el mercado de forma independiente
Innovaciones	Constantes en proceso y producto para incrementar la producción y adaptarse a los gustos del consumidor urbano. Prima la búsqueda de precios competitivos frente a la calidad Ausencia de centros o instituciones locales de promoción de la innovación
Agentes	FEDETO como único agente omnipresente
	Inexistencia de agentes sociales o institucionales locales o comarcales dinamizadores de la industria o la innovación
	Escasas relaciones con centros tecnológicos y asociaciones empresariales regionales o sectoriales
Observaciones	Área de especialización productiva muy dinámica desde el punto de vista industrial y demográfico por su proximidad a Madrid: "efecto frontera"
	Ausencia de empresas auxiliares y escasos servicios empresariales (falta de centro tecnológico y escasa preocupación por el control de calidad)
	FEDETO como único agente centralizados. Escasas relaciones con centros tecnológicos y con asociaciones empresariales regionales
	Fuerte dependencia del área metropolitana de Madrid (capital, proveedores, mano de obra y mercado principal).

Elaboración propia

Ficha resumen 6. La industria del mueble en Illescas-Yuncos (La Sagra)

industrial a las centrales sindicales a pesar de que uno de los factores de localización es el bajo precio de la mano de obra, y ha limitado la actuación de los ayuntamientos a aspectos urbanísticos como la construcción de polígonos industriales. Por tanto, en este caso no se ha creado una red de innovación como la representada en los anteriores estudios.

4. CONCLUSIONES.

En definitiva, la investigación llevada a cabo en los dos municipios periurbanos de la comarca de La Sagra ha permitido detectar en ellos un *área de especialización* dinámica tanto desde el punto de vista industrial como demográfica, centrada en la fabricación y venta de mobiliario de madera para el hogar y volcada hacia el mercado urbano madrileño, que fue su origen y del que además depende. El dinamismo empresarial y la proximidad de Madrid como centro de servicios y amplio mercado de venta se pueden considerar la causa combinada de la limitada presencia de instituciones dinamizadoras de la actividad industrial, así como de la ausencia de una red de agentes que ponga en marcha proyectos conjuntos de innovación. Las principales características de la actividad industrial del mueble en los municipios analizados se resumen en el siguiente cuadro.

El diagnóstico de la situación sectorial y empresarial de este estudio de caso de cara a la política de desarrollo permite destacar los siguientes puntos positivos y negativos de la actividad industrial:

- Puntos fuertes:

- Se trata de un espacio periurbano que se beneficia de las ventajas de la proximidad a Madrid como amplio centro de servicios y mercado de venta, así como de las ventajas del “efecto frontera” entre dos provincias con un gran desequilibrio en lo relativo a los precios del suelo industrial y de la mano de obra, ampliado además por la incidencia de las ayudas públicas a la actividad empresarial.
- Experimenta un espectacular crecimiento demográfico que ofrece mano de obra abundante para la industria.
- Existe un saber hacer consolidado y adaptado a las variaciones de los gustos y preferencias del consumidor urbano.

- Puntos débiles:

- Se detecta una excesiva dependencia con respecto a la evolución económica de Madrid, en lo relativo tanto al reducido ámbito geográfico del mercado de venta, como a la aportación de capital para la creación de nuevas empresas y la provisión de servicios y productos semielaborados (proveedores).
- Existe una muy escasa apertura y conocimiento del mercado exterior.

- Falta cooperación empresarial que permita a las empresas estar preparadas para poner en marcha proyectos conjuntos ante un posible cambio de coyuntura.
- No existen empresas auxiliares y los servicios empresariales en el ámbito comarcal son escasos, lo que lleva a depender totalmente de proveedores externos.
- Falta un centro tecnológico local o de un laboratorio o unidad técnica, que cree una cultura de la calidad y la especificidad del diseño, permitiendo a las empresas no competir únicamente en precios y no depender constantemente de las tendencias de la moda del mobiliario urbano moderno.

CAPÍTULO 16:

LA MADERA Y EL MUEBLE EN LOS MONTES DE TOLEDO

“El sector de la madera y el mueble en Castilla-La Mancha, salvo las excepciones de [...] Villacañas y Sonseca, se encuentra disperso en toda la región distribuido en pequeños talleres, enfocando sus actividades a dar servicio a sus convecinos con una gran gama de artículos realizados a medida. Son en su mayoría de carácter familiar, adoptando la forma de cooperativas o comunidad de bienes”.

FECMES: *Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el sector madera*, 1999, p. 123.

INTRODUCCIÓN: UN ESPACIO RURAL MARGINAL DE INDUSTRIALIZACIÓN RECIENTE.

La comarca de los Montes de Toledo se encuentra situada al sur de la capital provincial, en el límite con Ciudad Real. A pesar de su proximidad a Toledo, se trata de un espacio rural marginal alejado de las vías importantes de comunicación y de la influencia urbana, y muy recientemente industrializados, constituido por municipios pequeños con un escaso crecimiento demográfico global e incluso por pueblos que siguen perdiendo progresivamente población. La investigación llevada a cabo en esta zona se ha centrado en tres municipios próximos, que presentan un cierto dinamismo industrial, especializados en el mismo sector de actividad: Gálvez, Polán y Noez.

Años	1.900	1.910	1.920	1.930	1.940	1.950	1.960	1.970	1.981	1.991	1.996	1.998	2.001
Gálvez	3.377	3.830	4.419	4.959	4.403	4.626	3.828	3.198	3.097	3.043	3.115	3.086	3.111
Polán	2.403	2.746	2.586	2.979	2.615	2.719	2.606	2.545	2.800	3.083	3.246	3.294	3.349
Noez	784	902	1.025	1.174	1.041	1.279	1.216	1.049	852	977	902	818	823

Fuente: INE

Tabla 24. Evolución demográfica de Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo).

Desde el punto de vista económico, se trata de un espacio con una estructura industrial diversificada desde los años ochenta, especializada en el sector de la madera y el mueble, la confección y la alimentación, si bien es la rama de la madera donde la especialización es mayor. Según los datos del Registro Industrial de 1995, más del 30% de los establecimientos y cerca del 40% del empleo industrial se encuadran dentro del sector de la madera y el mueble en el municipios de Gálvez; el 46% de las industrias y el empleo en Polán; y más del 43% de las empresas y hasta el 76% del empleo en Noez. En estos municipios existen tanto fabricantes de muebles de salón-comedor y dormitorio (de estilo provenzal y castellano), como empresas de muebles auxiliares (sillas, mesas), pero a diferencia de La Sagra los fabricantes de muebles de cocina y baño se sustituyen por fabricantes de parquet y tarimas, que conectan la actividad industrial de la zona con la especialización sectorial existente en la zona de la Mesa de Ocaña.

Estudios de caso: Montes de Toledo

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	-	-	-	-
Industria química	-	-	-	-
Material elect. y electricidad	-	-	-	-
DEMANDA MEDIA	33	53,22	215	41,66
Alimentación y bebida	30	48,39	209	40,50
Papel y artes gráficas	1	1,61	1	0,19
Caucho y plástico	-	-	-	-
Construcción de maquinaria	2	3,22	5	0,97
Material de transporte	-	-	-	-
DEMANDA DÉBIL	29	46,77	301	58,33
Textil y confección	6	9,68	83	16,09
Cuero y calzado	1	1,61	1	0,19
Madera y mueble	19	30,65	203	39,34
Minerales no metálicos	-	-	-	-
Transformados metálicos	3	4,83	14	2,71
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	62	100,00	516	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 25. Estructura industrial de Galvez.

SECTORES	Nº establec.	% total	empleo	% total
DEMANDA FUERTE	-	-	-	-
Industria química	-	-	-	-
Material elect. y electricidad	-	-	-	-
DEMANDA MEDIA	19	38,00	50	19,76
Alimentación y bebida	17	34,00	46	18,18
Papel y artes gráficas	-	-	-	-
Caucho y plástico	1	2,00	3	1,18
Construcción de maquinaria	-	-	-	-
Material de transporte	1	2,00	1	0,40
DEMANDA DÉBIL	31	62,00	203	80,24
Textil y confección	5	10,00	80	31,62
Cuero y calzado	-	-	-	-
Madera y mueble	23	46,00	116	45,85
Minerales no metálicos	1	2,00	3	1,18
Transformados metálicos	2	4,00	4	1,58
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	50	100,00	253	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

Tabla 26. Estructura industrial de Polán.

SECTORES	Nº establec.	% total	Empleo	% total
----------	--------------	---------	--------	---------

Estudios de caso: Montes de Toledo

DEMANDA FUERTE	2	6,67		
Industria química	2	6,67		
Material elect. y electricidad	-	-		
DEMANDA MEDIA	9	30,00	17	7,00
Alimentación y bebida	9	30,00	17	7,00
Papel y artes gráficas	-	-	-	-
Caucho y plástico	-	-	-	-
Construcción de maquinaria	-	-	-	-
Material de transporte	-	-	-	-
DEMANDA DÉBIL	19	63,33	220	90,53
Textil y confección	2	6,67	20	8,25
Cuero y calzado	1	3,33	4	1,65
Madera y mueble	13	43,33	187	76,95
Minerales no metálicos	-	-	-	-
Transformados metálicos	3	10,00	9	3,70
Reciclaje	-	-	-	-
TOTAL	30	100,00	243	100,00

Fuente: Registro Industrial (1.995)

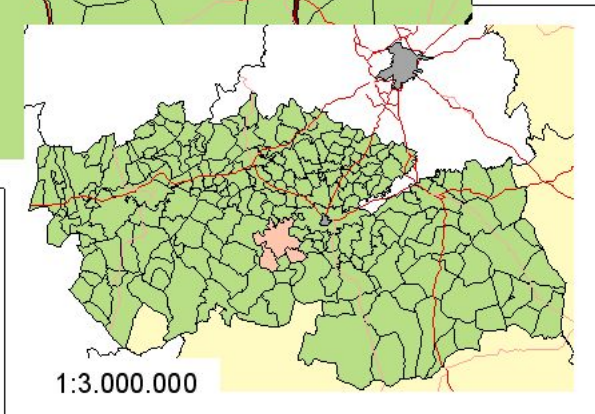
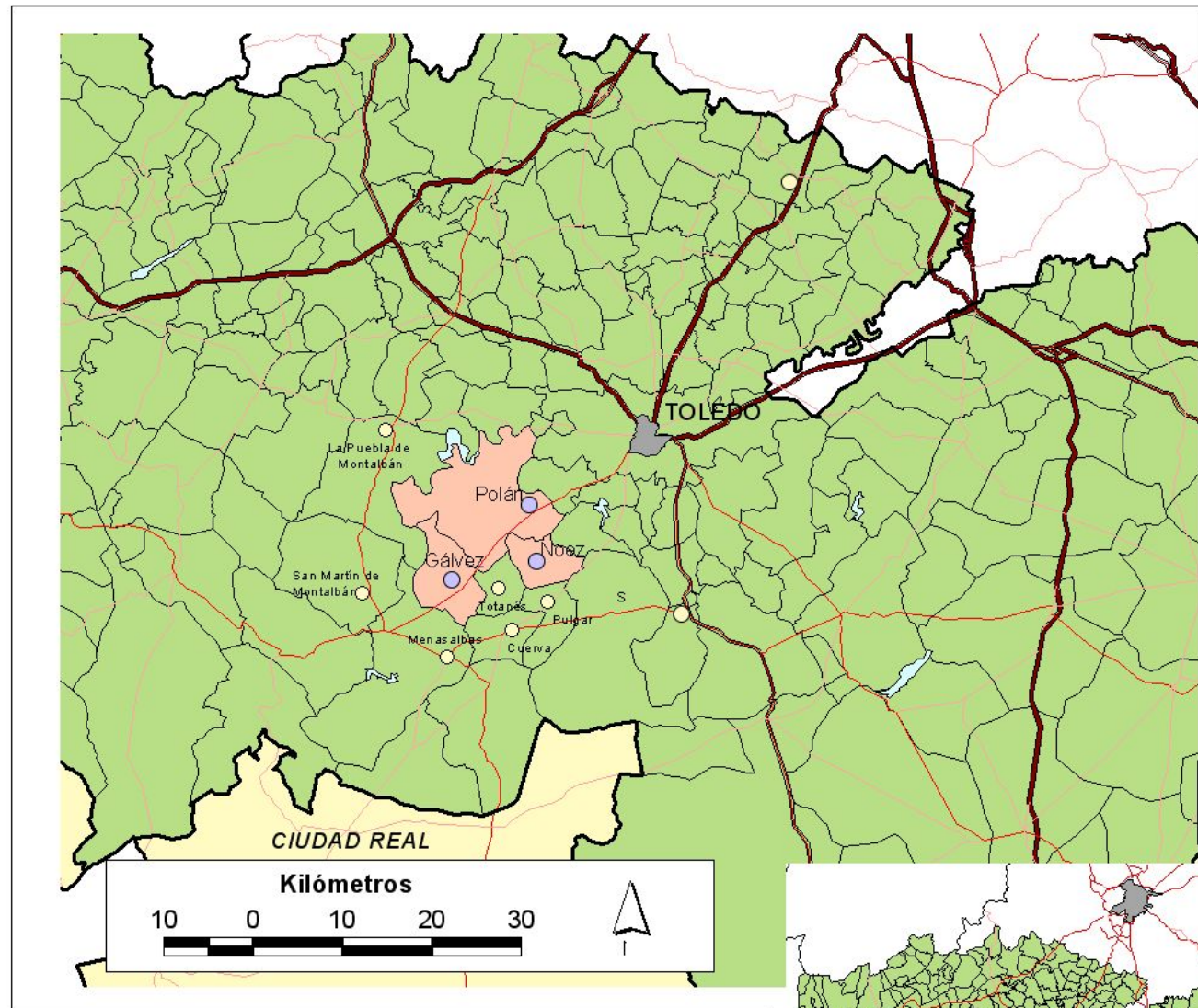
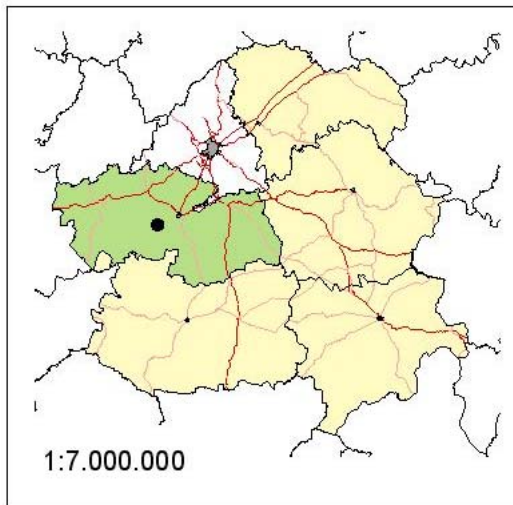
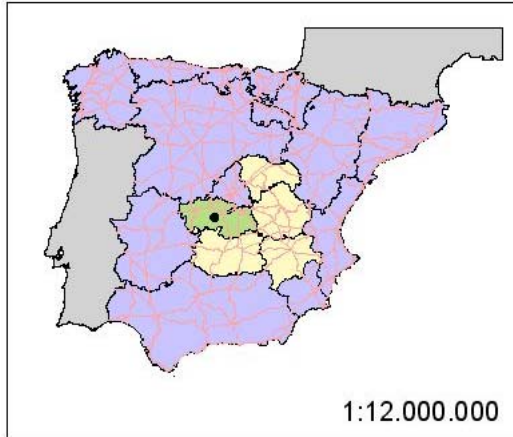
Tabla 27. Estructura industrial de Noez.

El recorrido inicial por las áreas de estudio permitió comprobar la ausencia de polígonos industriales en los tres municipios, localizándose las empresas fuera de los centros urbanos, en las carreteras de acceso a los municipios limítrofes. El reducido número de empresas, en comparación con los demás estudios de caso, llevó a intentar aplicar la encuesta a la totalidad de los establecimientos existentes sin realizar una selección previa, pero la falta de colaboración de los empresarios redujo finalmente la muestra total a 9 encuestas: 5 en Gálvez, 3 en Noez y 1 en Polán. La ausencia de agentes sociales o institucionales locales implicados en la actividad industrial redujo las entrevistas a los contactos con los Ayuntamientos, y a la información obtenida se sumó la recogida en investigaciones anteriores sobre el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo y FECMES. El resumen de los resultados del trabajo de campo llevado a cabo se presenta en el siguiente cuadro.

1. EL ORIGEN RECIENTE Y LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA EN LA COMARCA.

Los procesos de industrialización en los Montes de Toledo son muy recientes, pues se remontan a menos de veinte años. Hasta los años setenta, la economía de los municipios de la comarca estuvo basada en la agricultura y la ganadería, habiéndose producido un fuerte éxodo rural debido a la escasa rentabilidad de las actividades. Pero a partir de los años ochenta, la existencia de un cierto saber hacer de carpintería artesanal en la zona, unida a procesos de descentralización productiva y difusión de la industria hacia zonas de bajos costes salariales, provocó la progresiva apertura de empresas locales del sector de la madera y el mueble en la comarca allí donde existían carpinteros con experiencia, que han ido formando a sus propios trabajadores. Si bien el dinamismo industrial es mucho menor que en el resto de los casos analizados y la recuperación demográfica de la zona es muy lenta, en poco tiempo se ha generado en la comarca un área de especialización que ha conseguido que, por lo menos, los municipios ya no pierdan población.

Mapa SIG n° 12



ESTUDIO DE CASOS: MONTES DE TOLEDO

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: GÁLVEZ-POLÁN-NOEZ (Montes de Toledo)	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Artículos sobre el sector del mueble (<i>Camisón y otros</i> , Mesa de Ocaña) Estudios de CONFEMADERA y AIDIMA
Páginas web del sector del mueble		
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Toledo Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Catálogos de empresas Mapas de municipios Localización de áreas industriales	
Encuestas	9	5 en Gálvez
		3 en Noez
		1 en Polán
Entrevistas	5	3 locales: Ayuntamientos
		2 regionales: FECMES y Centro Tecnológico de la Madera.
Fechas	Octubre 1998: Inicio de la investigación	
	Noviembre 1998: Entrevistas a Ayuntamiento y encuestas	
	Diciembre 1998: Entrevistas regionales	
Observaciones	No existen polígonos industriales, empresas localizadas en vías de acceso	
	Escaso número de empresas	
	Inexistencia de asociaciones empresariales ni locales ni comarcales	
	Aspecto externo de las empresas precario, quejas de los empresarios por falta de dinamismo económico, pero ausencia de conflictividad laboral	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 7. La investigación en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)

Las principales características de las empresas analizadas en los municipios seleccionados de los Montes de Toledo, que ofrecen diferencias con respecto a los demás casos analizados en el sector de la madera y el mueble (Sonseca, Villacañas y La Sagra) son las siguientes:

- Al igual que en La Sagra, predominan las pequeñas empresas poco capitalizadas y con niveles de facturación muy bajos, existiendo incluso microempresas en torno a los 10 trabajadores, pero a diferencia de la comarca periurbana se trata en todos los casos de empresas endógenas, viviendo empresarios y empleados dentro de la comarca.
- En cuanto a la forma jurídica de las empresas, dominan las cooperativas de socios trabajadores, en muchos casos familiares, que responden a estrategias de supervivencia al encontrar serias dificultades para acceder a canales de financiación e incluso a ayudas públicas, y que son la causa de la baja conflictividad laboral en la zona.
- Al ser establecimientos con escasa plantilla laboral, el grado de desintegración productiva dentro de la empresa es mínimo, por lo que existen redes interempresariales basadas en relaciones comerciales de subcontratación de tareas muy específicas (torneado, realizado por artesanos locales) y de productos acabados auxiliares (sillas, mesas, camas, cajones,...) que se localizan dentro de la provincia fundamentalmente (y dentro de la comarca siempre que es posible).
- No existe ninguna empresa auxiliar y escasos servicios empresariales, y mientras que la relación con los proveedores de materias primas y productos semielaborados (madera, barnices, colas, telas, herrajes, cristales,...) se abre al ámbito nacional, Gálvez funciona como centro de los escasos servicios que se ofrecen dentro de la comarca, contratándose el resto en Madrid y Toledo fundamentalmente.
- En cuanto a los mercados de venta, los productos se venden en toda España a través de minoristas sobre todo, si bien destacan algunos casos aislados de empresas que han abierto el camino de la exportación y venden más de la mitad de su producción en el mercado exterior (en Francia principalmente).
- Finalmente, al igual que se detectó en La Sagra y a diferencia de lo que se produce en Sonseca y Villacañas, se observa una ausencia total de relaciones de cooperación entre las empresas, limitándose su relación a la integración en asociaciones provinciales, regionales y sectoriales entre las que destaca como agente omnipresente en la zona FEDETO, al no existir ninguna asociación empresarial local o comarcal.

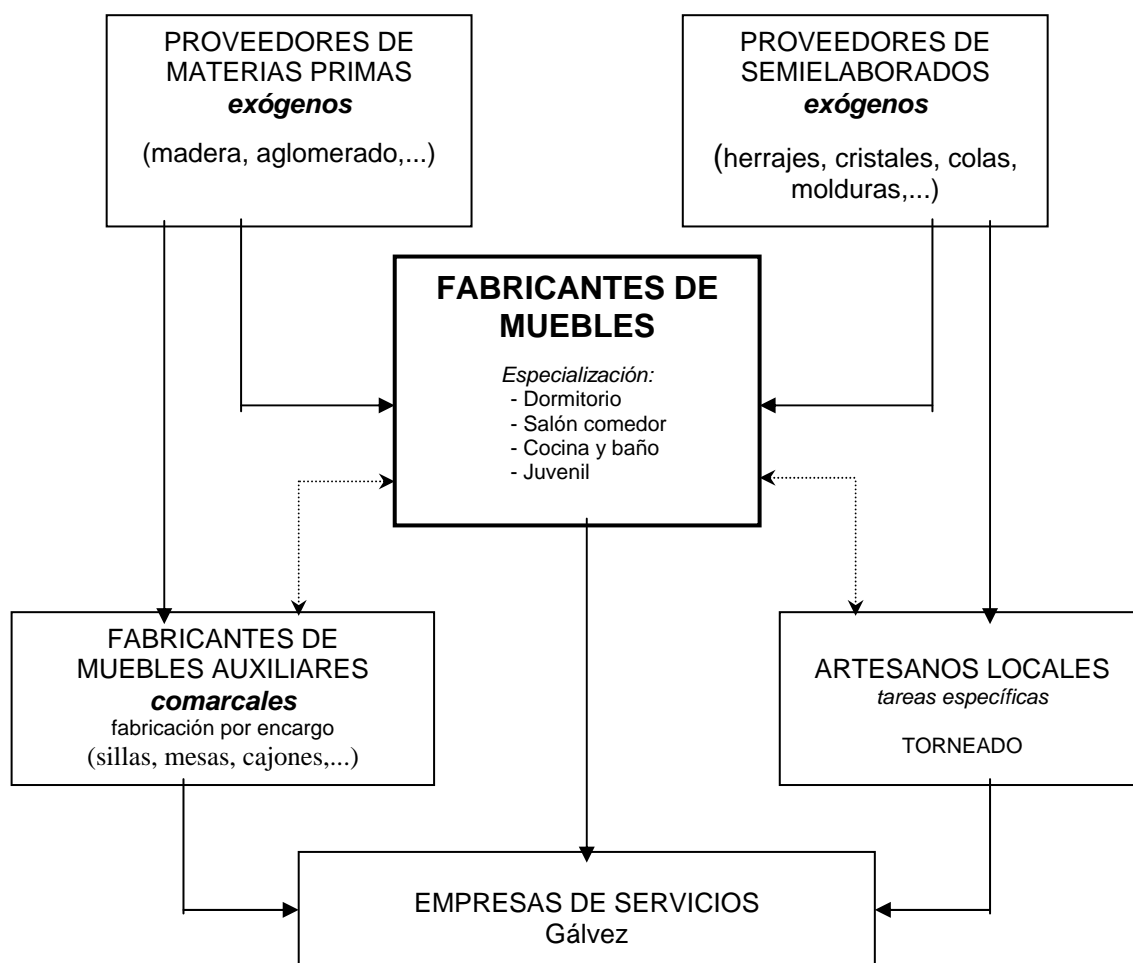


Diagrama 17. El SPL de la industria del mueble en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo).

2. LA FALTA DE CAPITALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS Y EL BAJO GRADO DE COOPERACIÓN E INNOVACIÓN.

De todos los casos analizados, nos encontramos en el de menor incidencia tanto de la cooperación empresarial e institucional, como de los procesos de innovación, lo cual se refleja en la falta de dinamismo industrial y demográfico de la zona.

- *Falta de cooperación interempresarial y de agentes sociales e institucionales locales que dinamicen la industria en la zona.*

A pesar del arraigo de la economía social como estrategia de supervivencia, no existe asociacionismo interempresarial que cumpla la función de coordinar los esfuerzos individuales con vistas a la consecución de ciertos objetivos comunes, tales como la modernización del sector o la imagen sectorial del territorio, compitiendo las empresas de forma individual en el mercado.

A diferencia de lo que ocurre en Sonseca y Villacañas, y al igual que sucede en La Sagra, no se ha creado una asociación empresarial local que permita la concertación entre empresas orientada a la obtención de beneficios colectivos. En las áreas analizadas son únicamente la Federación de Empresarios de Toledo (FEDETO) a nivel general y la Asociación de Empresarios de la Madera de Castilla-La Mancha (AEMCM) a nivel sectorial, los agentes que prestan servicios empresariales, entre los que pueden destacarse la difusión de información sobre novedades del sector (tendencia de la moda, nuevas tecnologías), la organización de cursos de formación, el asesoramiento fiscal y financiero, y la información y tramitación de ayudas y subvenciones públicas. La proximidad a la capital provincial permite a las empresas beneficiarse mejor de algunos de los servicios como la asistencia a cursos de formación.

Y en cuanto a la participación de otros agentes sociales e institucionales en la dinamización de la actividad industrial, es en general muy limitada. Los Ayuntamientos de los municipios analizados se han mantenido al margen tanto de la creación de suelo industrial como del fomento de la innovación, y tampoco se ha detectado la actuación de las Centrales Sindicales en las empresas y áreas analizadas, quizás debido a la baja conflictividad laboral que se suele asociar a las cooperativas de socios-trabajadores.

Por tanto, no se ha detectado ninguna red de agentes dinamizadores de la industria local, siendo incluso limitada la participación de agentes extralocales de dinamización empresarial.

- *Falta de capital y de inversión en procesos de innovación.*

El reducido tamaño y falta de capitalización de las empresas en la zona crea un círculo vicioso que obliga a los empresarios a poner en marcha estrategias defensivas de supervivencia que buscan la constante minimización de los costes dentro de la empresa. El objetivo principal es mejorar la productividad y reducir los costes productivos, por lo que el mayor esfuerzo de las empresas se dirige hacia la adquisición de tecnología incorporada en bienes de equipo. Sin embargo, la inversión en nuevos equipos se reduce en muchos casos a la renovación de la maquinaria obsoleta, y a la compra de ordenadores para la gestión empresarial y de vehículos de transporte, siempre con ayudas públicas regionales, quedando relegada a un segundo plano la innovación en el ámbito del proceso productivo y la automatización de tareas.

Con respecto a las innovaciones de producto, dentro de la especialización sectorial en la actualidad es creciente el auge de la fabricación de muebles de estilo provenzal y castellano, además de existir alguna empresa de tarimas y parquet que suponen una cierta innovación diferenciadora entre las áreas analizadas (y que conectan este estudio de caso con la actividad sectorial desarrollada en la zona de la Mesa de Ocaña como ya

se ha señalado). Todas las empresas realizan constantes variaciones en sus catálogos, pero hay que señalar que el diseño de los productos se suele realizar en la propia empresa mediante la imitación (con ligeras variaciones) de modelos vistos en ferias o revistas especializadas del sector. Así, aunque la mayoría de las empresas tienen marca propia, no existe un carácter de identidad específica del diseño de la zona que permita mostrar una imagen diferenciada del territorio. Como consecuencia, las empresas compiten en el mercado entre sí y con el resto de las empresas del sector de la región, sin contar con nichos de mercado específicos.

Y finalmente, las innovaciones previas y posteriores a la fabricación son prácticamente nulas, pues a la falta de innovaciones de diseño ya señalada, se une la escasa importancia prestada al control de calidad tanto de las materias primas como de los productos acabados. Aunque la competencia global está obligando en los últimos años a las empresas a solicitar certificaciones de calidad del producto, todavía es escasa la solicitud de los servicios del Centro Tecnológico de la Madera de Toledo.

3. CONCLUSIONES.

En definitiva, la investigación llevada a cabo en la zona nos ha permitido detectar un área de especialización en el sector de la madera y el mueble, caracterizada por su origen reciente y su falta de dinamismo tanto industrial como demográfico, como consecuencia de la falta de cooperación empresarial y el bajo índice de innovación (tanto tecnológica como social e institucional). Las principales características de la industria en la zona se resumen en el siguiente cuadro.

El diagnóstico de la situación empresarial y sectorial en la zona de cara a las propuestas para la política de desarrollo permite establecer las siguientes posibilidades y limitaciones:

- Puntos fuertes:

- Iniciativas locales industriales han frenado el declive de una comarca agraria deprimida.
- Fuerte arraigo de la economía social, especialmente de las cooperativas, que se refleja en la baja conflictividad laboral.
- Relativa proximidad a la capital provincial, que funciona como centro de servicios empresariales y donde se encuentra el Centro Tecnológico de la Madera y el Mueble, potencial agente de innovación tecnológica en la zona.
- Reconocimiento a escala global del saber hacer en el sector de la madera y el mueble en la provincia de Toledo, existiendo algunas empresas que han abierto el camino de la exportación.

- Puntos débiles:

- Industrialización muy reciente, que se refleja en la falta de experiencia empresarial y de consolidación generacional del saber hacer local.
- Falta de suelo industrial urbanizado y ausencia de polígonos industriales que permitan un crecimiento empresarial local o atraigan iniciativas exógenas.
- Falta de capitalización en las empresas, que lleva a estrategias de supervivencia e impide la puesta en marcha de iniciativas innovadoras, al tener dificultades para acceder a financiación e incluso a ayudas públicas.
- Falta de cooperación entre las empresas locales, que las lleva a competir de forma independiente en los mismos mercados.
- Ausencia de empresas auxiliares y escasez de servicios empresariales locales, que la hacen depender de proveedores externos con el consiguiente incremento de los costes de producción y del producto final.
- Falta de agentes sociales e institucionales que dinamicen la industria en el área:
 - Ausencia de una asociación empresarial local, que pueda poner en marcha proyectos conjuntos de innovación y apertura de mercados, y ofrezca servicios empresariales compartidos.
 - Falta de un centro tecnológico local, o de un laboratorio o unidad técnica del centro de Toledo, que cree una cultura empresarial que valore el control de calidad y ofrezca servicios a precios asequibles para las pequeñas empresas locales.
- Escaso crecimiento demográfico, que reduce el mercado local y las posibilidades de incrementar la mano de obra en las empresas, e incluso la aparición de nuevas iniciativas empresariales locales.

Se trata, en definitiva, de un área prototípica de industrialización periférica, donde las ventajas comparativas estáticas se asocian a bajos costes de producción y flexibilidad laboral, para producciones estandarizadas que aprovechan la mejora de la accesibilidad y formas de producción segmentada.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: GÁLVEZ-POLÁN-NOEZ (Montes de Toledo)
Localización	Sur de la provincia de Toledo y de la capital Alejados de las principales vías de comunicación Espacio rural marginal
Población	% Crecimiento 1981-1998: 17,64% Polán; -0,36% Gálvez; -3,99% Noez
	2001 (crecimiento positivo): 3.349 Polán, 3.111 Gálvez, 823 Noez
	Escaso crecimiento demográfico que limita la oferta de mano de obra
Origen de la industrialización	Tradicional saber hacer en carpintería, pero sobre una economía agraria Estructura económica industrial desde principios de los años 80'
Especialización sectorial	Madera y mueble: muebles de salón-comedor (estilo provenzal y castellano), dormitorio, auxiliares (sillas y mesas), y parquet y tarimas
Tamaño establecimientos	Pequeñas empresas, e incluso existencia de microempresas Escasa capitalización
Empleo	Escaso y precario, pero con nula conflictividad laboral por la existencia de numerosas cooperativas de socios-trabajadores Predominio de hombres
Procedencia de insumos (proveedores)	Comarca (productos acabados) Provincia (semielaborados) Por toda España
Mercados	España en general Venta a minoristas Alto porcentaje de exportación en algunas empresas (a Francia sobre todo)
Servicios externos	Gálvez funciona como centro comarcal para servicios de asesoría-gestoría Madrid y Toledo FEDETO
Relaciones interempresariales	Comerciales de subcontratación en la comarca y la provincia Nulas en cuestiones de cooperación
Innovaciones	Limitadas por falta de capitalización de las empresas y de agentes dinamizadores Ausencia de diseño local diferenciador (imitación de modelos) Escasa importancia otorgada al control de calidad Baja utilización de los servicios ofrecidos por el Centro Tecnológico de Toledo Ausencia total de innovación social e institucional
Agentes	FEDETO como único agente omnipresente
	Inexistencia de agentes sociales o institucionales locales o comarcales dinamizadores de la industria o la innovación
	Escasas relaciones con centros tecnológicos y asociaciones empresariales regionales o sectoriales
Observaciones	Simple área de especialización productiva, ausencia total de empresas auxiliares y escasos servicios empresariales (ausencia de centro tecnológico y escasa preocupación por el control de calidad)
	FEDETO como único agente centralizador. Escasas relaciones con centros tecnológicos y asociaciones empresariales regionales
	Muchas cooperativas, con falta de capitalización y problemas de acceso a financiación y ayudas
	Estrategias empresariales de supervivencia, escaso dinamismo industrial

Elaboración propia

Ficha resumen 7. El sector madera-mueble en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)

CAPÍTULO 17: LA CONFECCIÓN EN EL CAMPO DE MONTIEL

“Debido a la globalización que está experimentando la economía mundial, el sector de la confección en La Solana se está viendo muy afectado por la competencia de los países del Tercer Mundo, ya que tiene unos salarios muy bajos en relación con nuestro país. Para intentar paliar esta situación, las empresas de nuestra localidad deberían tender hacia una mejora de la calidad en la confección de las prendas [...], además de la utilización de las máquinas de última generación, donde se incrementa el número de prendas confeccionadas por trabajador, para intentar competir con las prendas de estos países”.

(Estudio sectorial sobre el textil editado por el Ayuntamiento de La Solana, 2001, p. 28.)

INTRODUCCIÓN: UN ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN DINÁMICA PERO EN DECLIVE DEMOGRÁFICO.

La comarca del Campo de Montiel se encuentra situada en el extremo suroccidental de la provincia de Ciudad Real, al este del Campo de Calatrava y en el límite con las provincias de Albacete y Jaén. El área se encuentra alejada de los grandes centros urbanos de la región y de las principales vías de comunicación, si bien limita en la zona más occidental con la carretera N-IV.

La comarca más aceptada actualmente¹ (que no coincide exactamente con la comarca agraria) está integrada por 22 municipios (21 en la provincia de Ciudad Real, a los que se une Ossa de Montiel en la provincia de Albacete), muy heterogéneos desde el punto de vista del volumen de población (desde aldeas a pequeñas ciudades), pero en general se trata de núcleos con una evolución demográfica negativa en las dos últimas décadas, a excepción de los municipios de La Solana y Membrilla, que son los de mayor volumen de población y los que han crecido de forma constante.

Pero a pesar del decrecimiento demográfico, desde el punto de vista industrial se trata de un área dinámica que según el Registro Industrial acaparó más de 500 millones de inversión industrial en el período 1981-1995, con más de 200 nuevas industrias y más de 1.800 nuevos empleos en dicho período, estando especializada fundamentalmente en el sector de la confección (83% del empleo). Teniendo en cuenta que se trata de un sector de actividad industrial en el que según la bibliografía existente (Rodríguez Moya y Méndez, 2000) presenta un volumen importante de economía sumergida y de empleo no declarado (fundamentalmente trabajo femenino a domicilio) que concede escasa fiabilidad a las estadísticas oficiales, se puede considerar un área industrial dinámica y muy especializada en la confección según las estadísticas disponibles.

Pero para completar y contrastar las cifras del Registro Industrial con datos más recientes (ante la alta tasa de natalidad y mortalidad empresarial que caracteriza este sector) y de otra fuente estadística oficial, solicitamos a la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real las cifras disponibles sobre el sector de la confección, que se presentan en las siguientes tablas. Los datos reflejan en un primer análisis que en el año 2000 más del 40% de las empresas del sector en la provincia se localizan en la comarca

¹ Fundamentalmente de cara a actuaciones de desarrollo de proyectos europeos.

Estudios de caso: Campo de Montiel

del Campo de Montiel, alcanzando la cifra de 150 establecimientos industriales en el área, repartidos entre prácticamente todos los municipios que integran la comarca.

MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS
La Solana	48
Montiel	22
Villanueva de los Infantes	11
Torrenueva	11
Albaladejo	9
Carrizosa	9
Villamanrique	8
Villanueva de la Fuente	7
Villahermosa	5
Castellar de Santiago	5
Puebla del Príncipe	3
San Carlos del Valle	3
Torre de Juan Abad	3
Alhambra	2
Almedina	2
Membrilla	1
Terrinches	1
TOTAL COMARCA	150
TOTAL PROVINCIAL	368

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real. Censo Público de Empresas 2000.

Tabla 29. La confección en el Campo de Montiel.

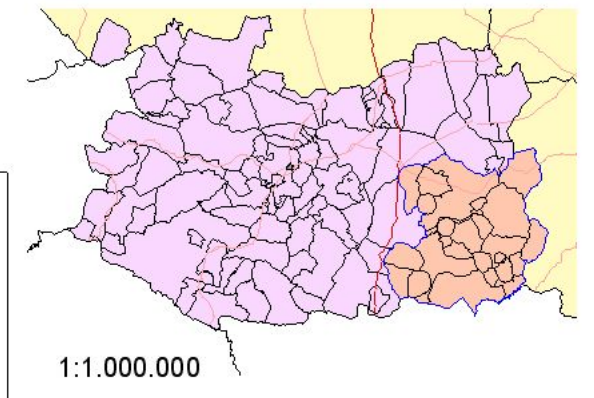
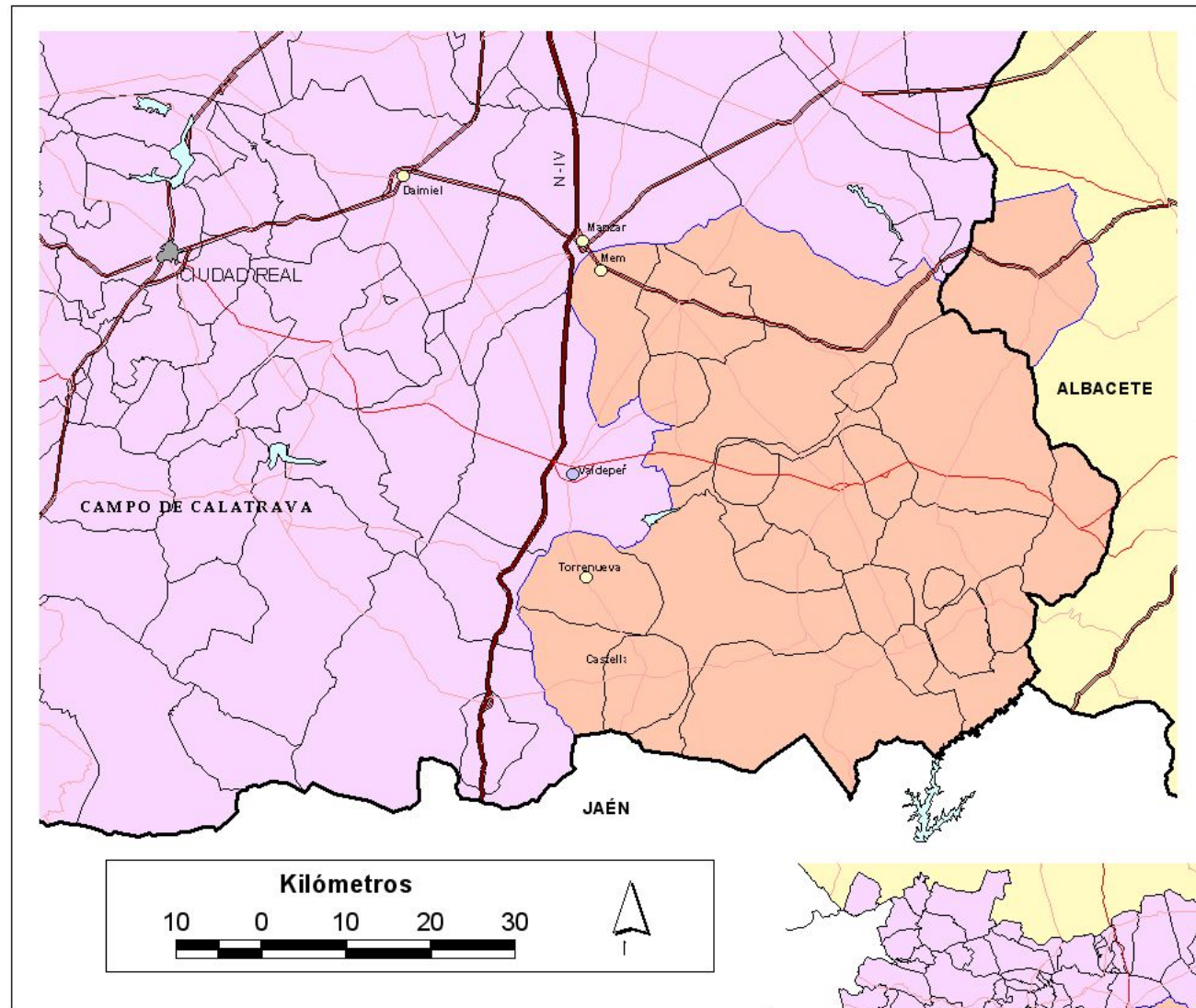
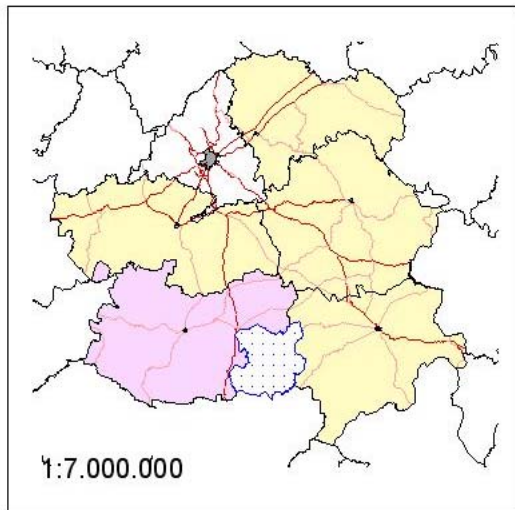
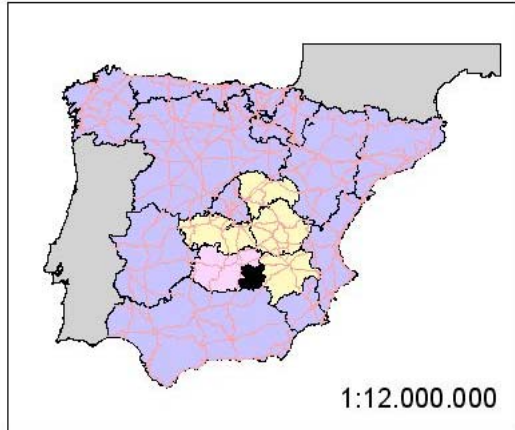
MUNICIPIOS	Nº DE EMPRESAS	% PROVINCIAL
Tomelloso	35	9,5
Valdepeñas	29	7,8
Alcázar de San Juan	22	5,9
Herencia	16	4,3
Daimiel	13	3,5
Campo de Criptana	11	2,9
Socuéllamos	11	2,9
Argamasilla de Alba	7	1,9
CAMPO DE MONTIEL	150	40,7
TOTAL	294	79,9

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real. Censo Público de Empresas 2000.

Tabla 30. El sector de la confección en los principales municipios de la provincia de Ciudad Real

Partiendo de los datos cuantitativos oficiales y asumiendo que la fiabilidad de las estadísticas estaba en duda debido a las características conocidas del sector (economía

Mapa SIG nº 13



ESTUDIO DE CASOS: CAMPO DE MONTIEL

"Sistemas productivos locales e industrialización rural en Castilla-La Mancha"
Rosa Mecha López. Universidad Complutense de Madrid.

MUNICIPIO	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	1996	1998	2001
Albaladejo	1.532	1.851	2.465	2.785	2.773	3.395	3.347	2.739	1.901	1.782	1.753	1.697	1.598
Alcubillas	1.098	1.533	1.858	2.114	2.088	2.134	1.910	1.329	965	730	714	722	673
Alhambra	1.996	2.250	2.528	2.887	3.150	3.269	2.926	1.889	1.445	1.418	1.341	1.298	1.245
Almedina	987	1.387	1.423	1.455	1.482	1.738	1.537	1.206	1.003	883	768	749	751
Carrizosa	1.507	1.821	2.021	2.302	2.745	2.871	3.026	2.202	2.001	1662	1.725	1.729	1.663
Castellar de Santiago	2.128	2.462	3.055	3.774	3.827	4.167	4.220	3.186	2.558	2.185	2.252	2.244	2.236
Cózar	2.152	2.312	2.780	2.812	2.938	3.249	2.763	2.033	1.776	1.492	1.373	1.348	1.275
Fuenllana	493	780	821	941	1.132	1.058	989	616	390	303	337	331	321
Membrilla	4.935	4.941	6.329	7.262	6.503	7.115	7.185	6.575	6.451	6.605	6.642	6.600	6.624
Montiel	1.903	2.423	2.488	2.739	2.738	3.009	2.859	2.172	1.851	1.781	1.768	1.721	1.666
Ossa de Montiel	1.306	1.819	2.089	2.696	2.855	3.545	3.561	2.802	2.665	2.594	2.876	2.790	2.755
Puebla del Príncipe	718	1.040	1.396	1.686	1.672	1.922	1.938	1.490	1.224	1.018	1.101	1.251	1.048
San Carlos del Valle	860	976	1.324	1.710	1.754	1.873	1.790	1.364	1.268	1.300	1.260	1.251	1.234
Solana, La	7.944	8.710	10.971	12.844	13.462	14.699	14.948	13.894	13.335	13.892	14.845	14.960	15.255
Sta. Cruz de los Cáñamos	817	836	742	912	1.001	1.055	1.046	895	778	668	687	677	666
Terrinches	1.065	1.156	1.509	1.827	1.770	1.898	2.016	1.650	1.295	1.060	994	972	947
Torre de Juan Abad	2.516	3.101	3.393	3.952	4.266	4.523	4.186	2.964	2.087	1.782	1.521	1.468	1.376
Torrenueva	3.431	4.154	4.507	5.062	5.067	4.948	5.041	4.091	3.410	3.187	3.231	3.252	3.238
Villahermosa	4.581	5.423	5.097	5.727	6.161	6.359	5.869	4.951	3.256	2.697	2.766	2.719	2.577
Villamanrique	2.065	2.365	2.575	2.902	3.361	3.695	3.552	2.549	2.014	1.712	1.707	1.695	1.630
Villanueva de la Fuente	3.370	3.581	3.848	4.418	4.489	5.083	5.044	3.645	3.004	2.829	2.791	2.748	2.657
Villanueva de los Infantes	8.095	8.242	8.547	9.883	9.953	10.386	9.909	8.154	6.013	5.664	5.792	5.801	5.800
TOTAL COMARCA	55.499	63.163	71.766	82.690	85.187	91.991	89.662	72.396	60.690	57.244	58.244	58.023	57.235

Fuente: INE.

Tabla 28. Evolución demográfica del Campo de Montiel

sumergida, elevada rotación empresarial, existencia de microempresas, trabajo a domicilio), el trabajo de campo se inició con un recorrido por algunos de los municipios de la comarca, pudiendo constatar desde un primer momento la enorme dificultad de localizar visualmente las empresas debido a que en su mayoría no se encuentran anunciadas o son talleres que se ubican en casas o edificios con aspecto de viviendas (generalmente en los garajes) más que de establecimientos industriales.

Ante la dificultad de localizar las empresas, se decidió iniciar la investigación contactando con los agentes implicados en el desarrollo de la comarca. En este sentido, a través de la asociación cultural de Amigos del Campo de Montiel se entró en contacto con la Agencia de Desarrollo Local de Villanueva de los Infantes, creada en junio del año 2000 con fondos europeos, en la que se realizó una entrevista con la gerente que a su vez sirvió para entrar en contacto con otro agente importante en la actividad: la Asociación de Empresarios Textiles del Campo de Montiel y Valdepeñas, con sede en Valdepeñas. La entrevista mantenida con el presidente de esta asociación recientemente creada, nos facilitó un listado con direcciones de todas las empresas asociadas (un total de 20, empresas que están con seguridad en actividad), y nos sirvió a su vez para conocer in situ la cadena de producción de un taller (descrita y explicada por el propio empresario), ya que la sede de la asociación se localiza en una empresa de la confección.

Con toda la información recogida hasta entonces, decidimos enviar la encuesta por correo a todas las empresas del listado de la asociación sectorial comarcal. Paralelamente, al considerar la importancia del papel de los sindicatos en un sector caracterizado por el trabajo precario (el principal factor de localización es la mano de obra barata), contactamos con Comisiones Obreras en Ciudad Real para fijar una entrevista. La charla mantenida con la responsable del sector textil-confección en esta institución sindical, aportó una gran cantidad de información fiable y totalmente actualizada, al tratarse de un informante clave que se encuentra en contacto diario con los problemas de las empresas del sector en la provincia.

Pero una vez analizada toda la información obtenida, se valoró que era insuficiente para caracterizar el sector en la comarca, y se decidió analizar en profundidad uno de los municipios que integran la comarca, La Solana, en el que se observa un crecimiento demográfico constante y en el que se concentra gran número de empresas de la confección. Así, entramos en contacto con el Ayuntamiento, que nos remitió directamente al CLIPE, en el que tras una entrevista con el gerente se nos entregó un estudio sectorial sobre el textil realizado recientemente con una metodología cualitativa muy parecida a la nuestra. A partir de esta valiosa y muy fiable información detallada sobre 41 de las 49 empresas de la confección localizadas actualmente en el municipio, decidimos seleccionar 5 (3 talleres pequeños y 2 empresas de mayor tamaño), con el fin de verificar y completar algunas ideas sobre las que se nos habían planteado dudas. La realización de las encuestas presenciales planteó serios problemas debido al temor de los empresarios a que se tratase de una inspección, lo que de entrada puso en evidencia la precariedad de la actividad.

Una vez superadas las especiales dificultades que plantea sistematizar la metodología de investigación en comarcas y sectores de estas características, en definitiva para esta investigación se realizaron 4 entrevistas a agentes sociales e institucionales, se enviaron 20 encuestas por correo de las que se recibieron 5 respuestas, y se realizaron 5 entrevistas presenciales. Y a toda la información obtenida se

añadió la obtenida sobre el Centro Tecnológico de la Confección de Talavera de la Reina a través de la memoria del centro (que nos fue enviada por correo) y de una conversación telefónica con la que se aclararon ciertas ideas sobre la innovación en el sector. Los resultados del trabajo de campo se resumen en el siguiente cuadro.

1. CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LA CONFECCIÓN EN LA COMARCA.

El tratamiento de la información contenida en las encuestas completada con la obtenida en las entrevistas nos lleva a señalar que las empresas del sector de la confección en el área de análisis presentan los siguientes rasgos fundamentales:

- Una especialización en prendas de vestir de señora y caballero, principalmente camisas y pantalones, así como en prendas vaqueras.
- Un origen muy reciente, con fechas de creación comprendidas dentro de la última década, e incluso concentradas sobre todo a partir de 1998. En el caso de La Solana, desde 1990 se han creado 31 nuevas empresas, 20 de ellas en los últimos cinco años.
- La mayoría de las empresas han sido creadas por empresarios o socios que anteriormente fueron trabajadores dentro del sector, y los empleados residen todos dentro de la propia comarca, y sobre todo en el propio municipio de implantación de la empresa.
- El tamaño del establecimiento (en general monoplantado) es variable, existiendo desde pequeños talleres de 20-25 trabajadores, a empresas medias con en torno a 100 empleados. En el caso de La Solana, la media es 20 trabajadores por empresa, pero en realidad existen unas 10 empresas de 35-40 empleados, y el resto son pequeños talleres de 3-4 trabajadores (que suelen trabajar para las de mayor tamaño).
- La mano de obra es fundamentalmente femenina y joven, y el tipo de contrato predominante es el temporal. En La Solana, el 82% de las plantillas laborales lo constituyen mujeres, de las que el 68% tiene menos de 30 años y alrededor del 80% son trabajadores con contrato temporal a tiempo completo.
- La producción es subcontratada al 100% por clientes mayoristas exógenos, en su mayoría con sede en Madrid, si bien destaca además el hecho de que algunas empresas están subcontratadas por las empresas de mayor tamaño de la propia comarca (de Montiel y Villanueva de la Fuente sobre todo), que a su vez venden toda su producción a grandes cadenas comerciales de ámbito nacional (El Corte Inglés, Cortefiel, Zara, Mirto,...). Es decir, se detecta una cierta jerarquía dentro de la propia comarca en relación con las relaciones de subcontratación. El trabajo sumergido a domicilio es importante en las tareas de rematar las prendas ya confeccionadas.

TRABAJO DE CAMPO	ESTUDIO DE CASO: CAMPO DE MONTIEL LA SOLANA	
Fuentes previas	Estadísticas	Directorio del IMPI
		Registro Industrial
		Cámara de Comercio de Ciudad Real
		Datos demográficos INE
	Bibliografía	Artículo Rodríguez Moya y Méndez (2000)
		Artículos sobre el sector de la confección en Galicia
		Boletín de la revista de la Asociación de Amigos del Campo de Montiel
		Estudio sectorial sobre el textil editado por el Ayto-CLIFE de La Solana
		Memoria anual del Centro Tecnológico de la Confección de Talavera
	Artículos de la revista "Al Bies" de ASINTEC	
Cartografía	1:200.000 IGN Provincia de Albacete Base de datos digital (SIG)	
Fuentes recorrido inicial	Mapas de C-LM con límites comarcales: 21 municipios de la comarca + Ossa de Montiel	
	Folletos turísticos de la comarca (mancomunidad)	
	Recortes de prensa sobre la actuación de CEDERCAM y la asociación empresarial, y sobre las reivindicaciones sindicales	
	Direcciones de contactos con la Agencia de Desarrollo de Villanueva de los Infantes, la asociación sectorial comarcal y los sindicatos (CC.OO.)	
Encuestas	20 enviadas por correo (5 repuestas)	
	5 en La Solana (3 talleres pequeños y 2 empresas de mayor tamaño)	
Entrevistas	5	Agente de Desarrollo Local de Villanueva de los Infantes
		Presidente de la asociación sectorial comarcal (sede en Valdepeñas), reciente
		Encargada del sector en la central sindical de CC.OO. en Ciudad Real
		CLIFE de La Solana
		Centro Tecnológico de la Confección (Talavera de la Reina)
Fechas	Junio 2001: inicio de la investigación, recorrido y contactos. Envío de cuestionarios	
	Julio 2001: entrevistas a agentes	
	Septiembre 2001: tratamiento de la información cualitativa	
	Mayo de 2002: investigación detallada en La Solana, entrevistas y encuestas	
Observaciones	Escasa respuesta a la encuesta por correo	
	Empresas difíciles de localizar visualmente por no presentar signos externos	
	La asociación incluye a las empresas de la confección de Valdepeñas	

Elaboración propia

Ficha de trabajo de campo 8. La investigación en la comarca de Campo de Montiel

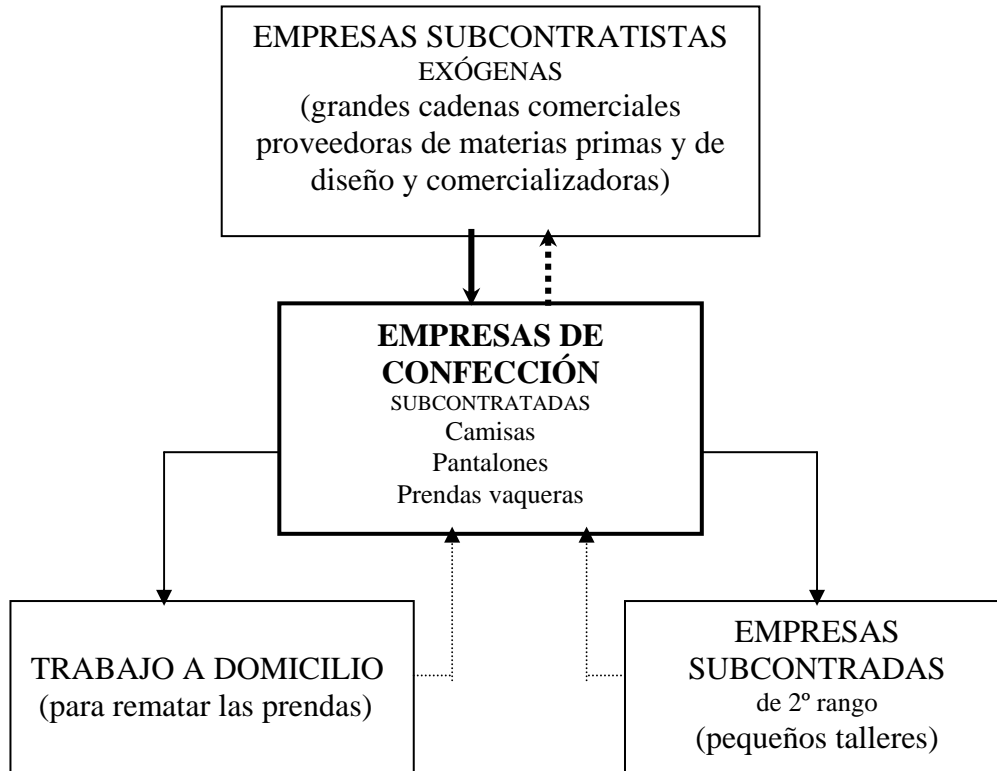


Diagrama 18. El SPL de la confección en el Campo de Montiel.

- ➔ La competencia entre las empresas se establece únicamente en costes laborales, y los salarios se fijan mediante acuerdos entre empresario y trabajador, lo que conlleva múltiples problemas laborales que hacen fundamental la presencia de los sindicatos para defender los derechos de los trabajadores. No obstante, en prácticamente ninguna de las empresas de La Solana existen representantes sindicales.
- ➔ Los procesos de innovación están limitados exclusivamente a la compra de maquinaria, financiada en todos los casos con ayudas de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Los diseños, modelos y materiales (telas, botones, cremalleras, hilos,...) son proporcionados por las empresas subcontratistas, y las empresas en general no tienen marca propia (el 70% de las empresas de La Solana venden sin marca sus productos). Únicamente en el caso de La Solana se han detectado incipientes contactos con el Centro Tecnológico de la Confección de Talavera de la Reina, que realiza jornadas técnicas a través de la Agencia de Desarrollo Local con el fin de concienciar a las empresas de las potencialidades de introducir innovaciones tecnológicas y de la importancia del control de calidad.
- ➔ Finalmente, se detecta la ausencia generalizada de relaciones interempresariales de colaboración y de actuaciones o proyectos conjuntos dentro de la comarca. Los únicos vínculos entre las empresas se establecen por su integración (variable y diversa) en asociaciones sectoriales como la Asociación de la Confección de la Confederación Provincial de Empresarios CEOE-CEPYME de Ciudad Real. La reciente formación de la Asociación de Empresarios Textiles de Campo de Montiel y Valdepeñas (que

actualmente cuenta sólo con 28 socios) podría convertirse en un agente de cooperación importante a escala comarcal, si bien todavía sus condiciones son muy precarias. En el caso de La Solana, la Agencia de Desarrollo Local está intentando crear una asociación sectorial local.

Por tanto, según las características empresariales del sector de la confección en la comarca del Campo de Montiel se puede señalar que nos encontramos ante un *área de especialización* en la que las relaciones interempresariales se limitan a relaciones verticales de subcontratación dentro de la propia comarca, por empresas que a su vez son subcontratadas por grandes cadenas comerciales de capital exógeno. Además, no existe ninguna empresa auxiliar. En definitiva, se trata de una industria rural que utiliza mano de obra barata local en las tareas productivas intensivas en trabajo, pero que depende en gran parte del capital exógeno en las fases anteriores (diseño e I+D) y posteriores (distribución, comercialización y marca) al proceso productivo. Las condiciones precarias de la mano de obra convierten el área de especialización en un ejemplo de lo que Castillo (1994) denominó "detrimento industrial".

Una situación aparte a destacar dentro de la comarca son los casos de dos empresas medias: *Artesanos Camiseros* y *Confecciones Marín*. En cuanto a la primera empresa, con sede en Villanueva de los Infantes hasta el año 2001, y con una plantilla de aproximadamente 150 trabajadores, sus peculiaridades con respecto a las demás empresas de la comarca son las siguientes:

- Aunque su tradición arranca desde 1850, sus instalaciones actuales se han construido íntegramente con capital exógeno, pues los dueños son de Madrid.
- Aplica un sistema productivo-comercial innovador, en el sentido de que las camisas (principal producto en el que está especializada la empresa) se realizan a medida, ofreciendo al cliente una amplia gama de telas y accesorios.
- Toda su producción se vende con marca propia y en tiendas de la empresa ubicadas en centros urbanos nacionales, habiendo iniciado la exportación hacia México. Existe una conexión en red entre tiendas, centros de producción y distribución, con el fin de acelerar el proceso de respuesta al cliente.
- Y en el año pasado llevó a cabo un proceso de relocalización trasladándose a unas nuevas instalaciones situadas en el polígono industrial del municipio de Manzanares, limítrofe por el norte con la comarca, en busca de suelo industrial (para ampliar las naves) y de mejores comunicaciones (junto a la carretera N-IV). Debido a que había formado a sus trabajadores, actualmente los traslada en un autobús desde el municipio de origen.

El caso de *Confecciones Marín* destaca como ejemplo de estrategia descentralizadora: fabrica todas las prendas en el extranjero, en la fábrica de Montiel realiza el planchado y en Valdepeñas lleva a cabo la comercialización. El proceso la sitúa como una de las empresas de mayor facturación de la zona.

En definitiva, los resultados de la investigación han puesto de manifiesto la

necesaria ampliación de las funciones y actuaciones de los agentes implicados en la actividad de la confección, de cara al desarrollo integral y duradero de la comarca.

2. EL IMPORTANTE PAPEL A DESARROLLAR POR LOS AGENTES SOCIALES E INSTITUCIONALES IMPLICADOS EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL.

La investigación llevada a cabo ha permitido detectar una serie de agentes sociales e institucionales que participan en mayor o menor medida en la actividad de la confección en la comarca, pero de una forma totalmente dispersa y variable con escasas relaciones entre sí. Destacan los incipientes procesos de desarrollo local iniciados en los años noventa. En ningún caso se puede hablar de la existencia de una red de agentes, pero de cara a la posible aportación para la puesta en marcha de una política de desarrollo comarcal es fundamental conocer sus características y funciones y, por tanto, su potencialidad:

- *La Asociación de empresarios de Campo de Montiel y Valdepeñas.*

Dentro de las actividades desarrolladas por la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Campo de Montiel y Valdepeñas (Grupo de Acción Local del Programa LEADER II), en el año 2000 se creó esta asociación con el objetivo de tener más fuerza como grupo de empresarios que individualmente, de cara a conseguir ayudas de la Comunidad Europea para el sector (en particular del Programa LEADER +), y para tener más fuerza para presionar ante el Estado como sector industrial en condiciones laborales precarias.

La asociación cuenta con empresas de un total de 8 municipios, siendo su presidente un empresario de Valdepeñas, en cuya empresa se sitúa la sede de la asociación. El número total de socios hasta el momento es de 28 (20 se corresponden con empresas de la comarca del Campo de Montiel y 8 de Valdepeñas), distribuidos en los municipios que abarca como se muestra en el siguiente cuadro (ninguna empresa de La Solana se encuentra asociada).

MUNICIPIO	Nº SOCIOS
Albadalejo	9
Montiel	8
Valdepeñas	8
Villanueva de la Fuente	2
Almedina	1
Villahermosa	1
Cózar	1
Infantes	1
TOTAL	28

Fuente: Presidente de la Asociación. Julio de 2001.

Tabla 31. Asociación de Empresarios Textiles del Campo de Montiel y Valdepeñas.

Entre los objetivos y proyectos iniciales que se ha propuesto la asociación destacan los siguientes:

- ➔ Representar al sector y a la comarca de cara a las administraciones públicas.
- ➔ Promover la colaboración y comunicación entre los asociados, elaborando proyectos comunes.
- ➔ Gestionar de forma conjunta todo tipo de ayudas y subvenciones.
- ➔ Crear un centro tecnológico comarcal subvencionado, cuyos servicios estén al alcance de las pequeñas empresas.
- ➔ Comercializar conjuntamente los productos a través de una red de tiendas acordadas por toda la geografía española.
- ➔ Presionar ante el Estado para frenar la marcha de las tareas productivas intensivas en trabajo hacia países de mano de obra más barata.

A pesar de la supuesta potencialidad de esta asociación, la precariedad actual de sus instalaciones, así como la debilidad de los lazos de colaboración (más orientados al objetivo de conseguir fondos europeos que a la verdadera cooperación interempresarial), hacen dudar de la efectividad a medio o largo plazo de esta asociación como agente de innovación social en la actividad industrial.

- *Las Agencias de Desarrollo Local del Plan CEDERCAM.*

Estas instituciones han sido creadas en los últimos años al amparo de programas europeos de desarrollo rural (fundamentalmente el Programa LEADER II), y sus principales tareas son las siguientes:

- Asesoramiento e información a las empresas sobre subvenciones y ayudas de las diferentes administraciones, así como su tramitación.
- Información sobre cursos de formación tanto a trabajadores como a empresas.
- Asesoramiento laboral a desempleados, y gestión de una bolsa de empleo.
- Información sobre promoción de suelo industrial y sobre creación de empresas.

En la provincia existen 55 agencias, pero sus servicios todavía son poco conocidos por las empresas de la comarca. En el caso de La Solana, existe desde 1996 un Centro Local de Innovación y Promoción Económica (CLIFE), que a su vez está integrado en la Red de Centros de Asesoramiento Local de Castilla-La Mancha (INNOVARED, red

Nace la Asociación de Textil de Campo de Montiel y Valdepeñas

La Tribuna

Dentro de las actividades desarrolladas por la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Campo de Montiel y Valdepeñas, en días pasados se constituyó en la localidad de Albaladejo la "Asociación de Empresas Textiles de Campo de Montiel y Valdepeñas", que agrupa en una primera fase a una veintena de empresas textiles de ambas comarcas y que representan en su totalidad unos 730 puestos de trabajo.

Los fines de esta asociación son, entre otros, promover la colaboración y comunicación entre sus asociados, elaborar proyectos comunes, gestionar todo tipo de ayudas y subvenciones y representar al sector.

Empresarios de 10 pueblos

Actualmente, tal y como indica la citada asociación en nota



Representantes de la asociación, el día de su presentación.

de prensa, la "Asociación de Empresas Textiles de Campo de Montiel y Valdepeñas" cuenta con empresas de un total de 10 municipios, recayendo inicialmente la presidencia en el conocido empresario valdepeñero Daniel

Morales Serrano.

Adhesión del nuevo ente

En la citada asamblea también se solicitó por unanimidad la adhesión de esta nueva asocia-

ción a la Asociación para el Desarrollo Sostenible de Campo de Montiel y Valdepeñas.

Objetivos de este Grupo de Acción Local

Entre los objetivos de este Grupo de Acción Local figuran los de vertebrar el tejido productivo de las dos comarcas, así como aplicar todos los proyectos con un sentido participativo, siguiendo las demandas de vecinos y empresas y huyendo del trabajo exclusivo de los despachos. Tal y como agregan, "hasta el momento en las comarcas de Campo de Montiel y Valdepeñas las experiencias de desarrollo rural no han ido en este sentido y nos encontramos con que una inmensa mayoría de vecinos y empresas desconocen que en sus pueblos han sido beneficiarios de un Leader II en particular y de las posibilidades del desarrollo rural en general".

formada entre varios ayuntamientos de la región con el objetivo de la información, formación y asesoramiento en materia de innovación empresarial: Alcázar, Almadén, Almansa, Daimiel, Guadalajara, Manzanares, Tomelloso y La Solana; <http://www.innovared.net>), y que además de haber publicado recientemente un estudio sectorial sobre el textil en el municipio (2001), tiene varios proyectos en marcha en relación con esta actividad:

- La creación de una asociación sectorial local, para lo que previamente hay que ir creando una conciencia de colaboración entre las empresas del sector.
- La promoción de una imagen de marca del territorio, con el fin de reducir la dependencia con respecto a las grandes empresas comercializadoras.
- La introducción de innovaciones tecnológicas y de mayor calidad, a través de la organización de jornadas técnicas en colaboración con el Centro Tecnológico de la Confección de Talavera de la Reina.

- *El Centro Tecnológico de la Confección de Talavera de la Reina.*

En febrero de 1990 un grupo de seis empresarios de la confección de la comarca de Talavera de la Reina crearon ASINTEC (Asociación para la Incorporación de Nuevas Tecnologías en la Empresa), convencidos de la necesidad de actuar de forma conjunta y coordinada para poder superar los múltiples problemas del sector en la región. En la actualidad cuenta con más de 150 empresas usuarias de sus servicios.

Según el folleto informativo de la propia asociación, los objetivos que se pretenden cubrir con su creación son los siguientes:

- Crear un vínculo asociacionista del sector textil-confección para la activación de las relaciones interempresariales, básicas para la subsistencia de las pequeñas y medianas empresas.
- Llevar a cabo proyectos con el objetivo de potenciar el desarrollo tecnológico de las empresas de confección en la zona.
- Facilitar el acceso a las empresas de la zona (muy poco acostumbradas a acceder a ayudas públicas) a los programas de desarrollo, tanto de la Comunidad Autónoma como de la Comunidad Europea.
- Crear una entidad que esté en disposición de dar solución a los graves problemas estructurales del sector a través del asesoramiento, la formación, la prestación de servicios comunes, la incentivación de unión de empresas,...

Y para poder llevar a cabo todos estos objetivos, en 1992 se creó el Centro Tecnológico de la Confección, fruto de la colaboración entre la Consejería de Industria y

Turismo, el Ministerio de Industria y Energía, el Ayuntamiento de Talavera de la Reina (municipio en el que se encuentra localizado) y la propia ASINTEC, entidad propietaria y que lo gestiona de forma autónoma. El objetivo básico del centro es ofrecer a los empresarios del sector una serie de servicios que les permita mantener y mejorar su competitividad en el mercado, para lo que contarán con el apoyo de un cualificado equipo humano y unas sofisticadas instalaciones técnicas.

El centro pretende ser un punto de reunión, un foro donde se recojan las inquietudes y problemas de los industriales de la confección y desde donde se pueda encauzar su solución. Los departamentos y áreas de trabajo con los que cuenta el centro son los siguientes:

- Ingeniería de Producto y Laboratorio de Control de Calidad Textil: realización de pruebas y ensayos en el laboratorio, así como asesoramiento en la implantación de sistemas de control de calidad.
- Patronaje y Corte por Ordenador: equipos CAD/CAAM aplicados al diseño y corte de prendas.
- Información y Documentación: selección y actualización de la información relevante para el sector (publicaciones, bases de datos, biblioteca...).
- Marketing y Comunicación: apoyo en el desarrollo de productos acordes con las tendencias de la demanda y en el diseño de la estrategia comercial para venderlos.
- I+D: búsqueda de nuevas soluciones para todos los problemas derivados del proceso de la confección.
- Organización de la producción: determinación de todos los factores productivos para lograr el máximo ahorro en tiempo, maquinaria, energía, personal...
- Diseño Gráfico y Moda.
- Asesoría Legal y Comercio Exterior: información sobre la normativa de obligado cumplimiento, acceso a subvenciones, registro de marcas y comercio exterior.
- Formación: creación de un programa que abarca todos los departamentos de la empresa de confección, gerentes y operarios.

El centro es una entidad privada sin ánimo de lucro, el primero del país especializado en la confección. Mantiene un convenio de colaboración con la Federación Española de empresas de la Confección (FEDECON) para el desarrollo de proyectos por todo el país, cuenta con la calificación de CIT (Centro de Innovación Tecnológica) certificada por la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT), y es miembro fundador de la Federación Española de Entidades de Innovación Tecnológica (FEDIT). Por tanto, aunque en la actualidad muy pocas empresas de la comarca utilizan sus servicios al ser en su mayoría empresas subcontratadas por grandes cadenas comerciales que les

proporcionan todas las materias primas y los diseños, en un futuro podría convertirse en un agente de dinamización de la actividad.

En el caso de La Solana, el impulso de la innovación por parte del CLIPE ha llevado a iniciar contactos directos con este centro tecnológico, con el que se organizan desde hace unos meses jornadas técnicas mensuales para informar a las empresas de las posibilidades que ofrece la incorporación de mejoras tecnológicas y de la importancia del control de calidad.

- *La Asociación Sectorial Provincial, de la Confederación Provincial de Empresarios CEOE-CEPYME de Ciudad Real.*

La Confederación Provincial de Empresarios está integrada por 37 asociaciones sectoriales, entre las que se encuentra la del sector de la confección, que cuenta con 49 socios. La afiliación a esta red empresarial proporciona los siguientes servicios generales, a través de sus 9 departamentos (Fiscal-financiero, Jurídico-laboral, Técnico, Organización, Prensa y comunicación, Formación, Gabinete de calida, Departamento Euro y Fundación empresarial):

- Información empresarial.
- Asesoría fiscal, financiera, jurídica y laboral.
- Apoyo técnico y de calidad.
- Organización de cursos de formación.

- Certificación para acceder a préstamos u otros servicios.
- Tramitación y presentación de expedientes.
- Publicaciones empresariales.
- Relación directa con organizaciones empresariales y sectoriales de otras provincias.

Entre las empresas que forman parte de esta asociación sectorial se cuentan 21 empresas de la comarca del Campo de Montiel, 5 de ellas de La Solana.

- *Los sindicatos.*

Las pésimas condiciones laborales de este sector industrial se han convertido en una de las prioridades de las asociaciones sindicales de la provincia, destacando Comisiones Obreras, que tiene un departamento específico dedicado a la confección, además de participar en el Observatorio puesto en marcha para analizar el sector (que ha calculado en unos 8.500 empleos el volumen del sector en la provincia de Ciudad Real).

Entre las principales luchas y reivindicaciones sindicales en el sector de la confección, reflejadas de forma insistente en la prensa provincias y regional, destacan las siguientes:

- Las estrategias de las empresas para evitar pagar los costes de la Seguridad Social, como son las esporádicas desapariciones y cambios de nombre.
- La falta de categorías profesionales y la no conservación de la antigüedad en la empresa.
- La firma de contratos a media jornada, que se completan con horas extra pagadas a precios muy bajos.
- La no aplicación del convenio del sector, al establecerse acuerdos empresario-trabajador.
- La escasa participación y falta de clima de concertación por parte de los empresarios.
- La explotación de mano de obra muy joven.

En definitiva, la labor a desarrollar por los sindicatos es amplia y fundamental de cara al desarrollo sostenible y mejora de las condiciones laborales de la comarca, pues por el momento las relaciones conflicto superan a las de cooperación en proyectos comunes. Pero en esta labor es de suma importancia la coordinación y colaboración de los diferentes agentes sociales e institucionales que participan en la actividad industrial del área.

- *Las diferentes Administraciones públicas: Ayuntamientos y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.*

La colaboración de las instituciones pública a todas las escalas es patente en la actividad económica de la comarca en los últimos años, sobre todo a partir de la llegada de fondos de la Comunidad Europea. No obstante, si bien los Grupos de Acción Local LEADER y PRODER están llevado a cabo la dinamización comarcal favoreciendo iniciativas locales, su incidencia directa en la actividad industrial todavía es escasa.

Las principales funciones y actuaciones de las Administraciones públicas en la comarca son las siguientes:

- Ayudas económicas y subvenciones para crear empresas y realizar mejoras.
- Asesoramiento y tramitación de dichas ayudas.
- Organización de cursos de formación a través del INEM.
- Fomento de la cooperación empresarial, a través del apoyo a la creación de asociaciones y grupos de acción local.

Ya ha iniciado una campaña de información en los propios centros de trabajo

CCOO luchará contra el abuso empresarial en el sector textil

Luchar contra la economía sumergida y contra los flagrantes incumplimientos del Convenio Colectivo General del Textil es el objetivo de Fiteqa-Comisiones Obreras, sección representada por Fulgencio Ruiz, secretario Provincial, y Pilar Ramos, secretaria de Acción Sindical, quienes presentaron ayer en Valdepeñas la revisión salarial pactada en el Convenio para

los años 2000 y 2001, basada en las subidas del I.P.C., aspecto que fue calificado de "positivo" por velar por la mejora del poder adquisitivo de los trabajadores de un sector con unas tablas salariales relativamente bajas; también se presentó la campaña de información que desarrollará el sindicato en los propios talleres contra incumplimientos de convenio

Consoli VIVAR

FITEQA-Comisiones Obreras mostró ayer en Valdepeñas, a través de sus representantes, Fulgencio Ruiz y Pilar Ramos, su claro propósito de mejorar la situación laboral en la que viven los trabajadores del sector textil en la provincia de Ciudad Real, en el que se contabilizan un total de 16.000 trabajadores, de los que sólo 8461 (8000 de ellos mujeres) se beneficiaron de un contrato en regla en el 2000.

La secretaria de Acción Sindical de FITEQA-CCOO, Pilar Sánchez Ramos, explicó ayer en rueda de prensa los contenidos básicos de la revisión salarial del Convenio General del Textil, de aplicación en el ámbito nacional. Esta revisión, dotada de carácter retroactivo, contempla una subida salarial del 2.5 por ciento, correspondiente al I.P.C. previsto para el año 2000, aumentado en otros dos puntos por haberse rebasado esta tasa de previsión hasta situarse en el 4 por ciento. Igualmente, para el año 2001, se ha aplicado la subida del 2.5 previsto más medio punto de mejora. El resultado de la revisión fue calificado de "positivo" por los agentes sociales pues se "insiste en la mejora del poder adquisitivo de unos de los convenios más bajos".

En este sentido, Pilar Ramos, informó de que la aplicación de la subida, con carácter retroactiva, deberá ser efectiva a partir del 30 de abril, según lo establecido en el Acta de Negociación, independientemente de su publicación en el B.O.E. Caso de que el empresario incumpla esta medida, deberá abonar un 10 por ciento de recargo por mora en el pago de salarios.

Campaña informativa

Fulgencio Ruiz explicó las dos líneas básicas de acción de FITEQA-Comisiones Obreras: erradicar la economía sumergida favoreciendo a los empresarios las herramientas legales precisas y acabar con los incumplimientos del Convenio General, para lo cual ya se ha empezado con una campaña informativa en los propios talleres



Fulgencio Ruiz, Demetrio Muñoz y Pilar Ramos, de Comisiones Obreras.

M.C.V.A.

El salario mínimo que debe cobrar un trabajador de la confección con categoría de auxiliar queda establecido en 94.685 pesetas, más tres pagas extras y 1808 horas anuales en jornada partida. La revisión salarial tiene carácter retroactivo por lo que estos trabajadores tendrán que percibir en concepto de atrasos un total de 26.624 pesetas correspondiente a la revisión del 2001 y del 2000, pues el I.P.C. previsto (referencia de la subida salarial) fue rebasado en un punto y medio

res de confección, a los que el sindicato tiene permitido el acceso sin restricciones, por convenio. Ruiz se refirió, en este sentido, a las grandes posibilidades que se abren ahora para los empresarios, en base al III Acuerdo Regional por el Empleo, con medidas de carácter temporal tan importantes como la subvención de 700.000 pesetas para contratos indefinidos a mujeres desempleadas. El secretario Provincial de FITEQA-CCOO mostró su esperanza de "que los buenos empresarios sean la mayoría", y que se acabe la discriminación, especialmente en el sector del textil "porque la mayoría de sus trabajadores son mujeres y son jóvenes".

Por último, el sindicato mostró su rotundo rechazo a las peticiones de ciertas empresas y de asociaciones empresariales para crear Convenios sectoriales, que piden incluso el apoyo de la administración local para enfocarlos hacia los inmigrantes, buscando bajadas salariales.

Todavía es escasa la presencia de los Ayuntamientos en tareas de promoción de la industria, y las diferentes administraciones tienen una amplia labor a desarrollar como intermediarias y puntos de relación entre los diferentes agentes industriales.

Las relaciones entre todos estos tipos de agentes en el caso de La Solana dibujan la siguiente red, coordinada e impulsada recientemente por el CLIPE, con el objetivo tanto del desarrollo territorial como de la actividad industrial. Las incipientes relaciones con el Centro Tecnológico de la Confección de Talavera de la Reina abren el camino de la innovación tecnológica y del control de calidad, para lo que se precisan tanto las subvenciones de la Junta de Castilla-La Mancha como de la formación de empresarios y trabajadores organizada por el Ayuntamiento a través del INEM. Las asociaciones sectoriales y los sindicatos desempeñan la función de defensa de los intereses de las empresas y de los trabajadores en el mercado global.

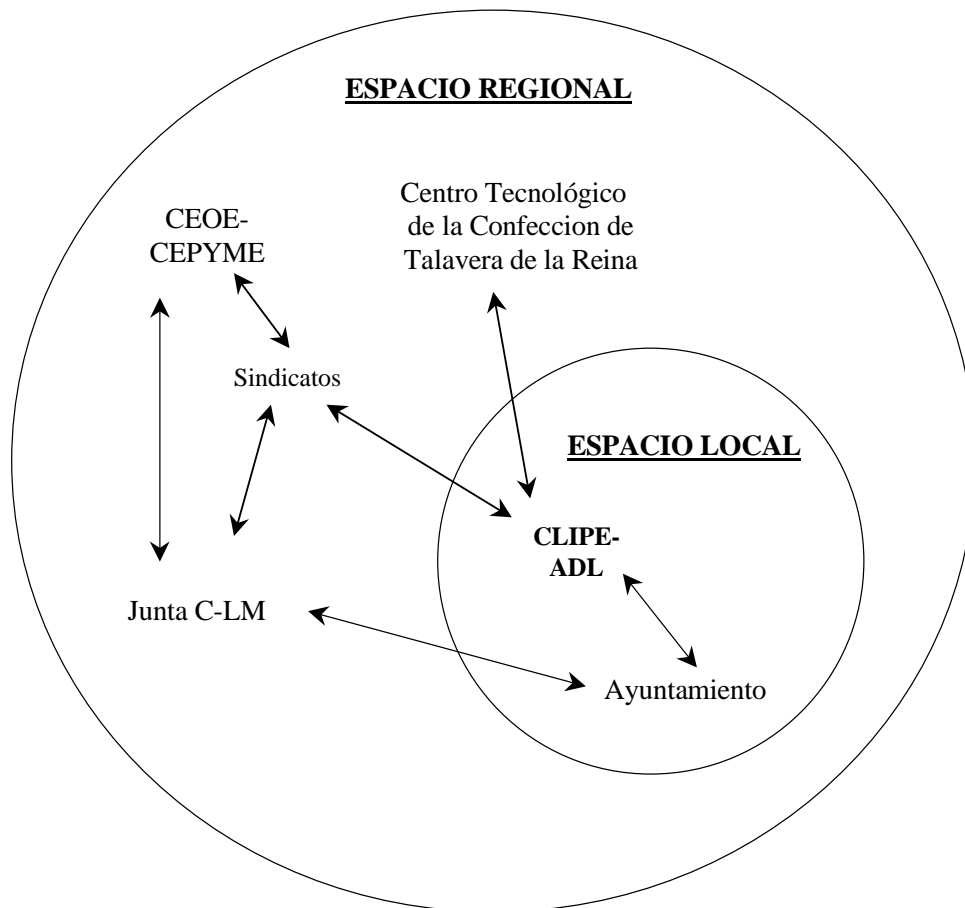


Diagrama 19. La red de la incipiente innovación en el sector de la confección de La Solana.

3. CONCLUSIONES.

Desde la segunda mitad de la década de los años noventa, el sector de la confección en la comarca experimenta un período de expansión, habiéndose convertido en la base industrial del territorio junto a los sectores agroalimentarios tradicionales. La ausencia de relaciones interempresariales llevan a considerar a la zona como un simple área de especialización, y la precariedad de las condiciones laborales permiten aplicar el término de “detrimento industrial”. Las características fundamentales de la actividad industrial detectadas a través de la investigación se resumen en el siguiente cuadro.

Finalmente, el diagnóstico de las posibilidades y limitaciones del área nos permiten señalar los siguientes puntos de interés de cara a la política de desarrollo territorial:

- Puntos fuertes:
 - Abundante mano de obra especializada y barata, que puede ser competitiva en el mercado global.
 - Un saber hacer arraigado entre la población joven, que se transmite entre las familias dentro de la propia empresa.
 - Integración en programas europeos de desarrollo, que fomentan la cooperación entre territorios, empresas y agentes sociales e institucionales.
 - Mejora de la accesibilidad comarcal respecto a distribuidores y mercados.

- Puntos débiles:
 - Fuerte competencia en costes laborales con países de mano de obra más barata (Sudeste Asiático, Europa del Este y Magreb fundamentalmente).
 - Condiciones laborales precarias, que comprometen la calidad de los productos y la sostenibilidad a largo plazo de la actividad, y que se basan en la falta de alternativas de trabajo femenino en el área y en el hábito empresarial de competir en bajos salarios, precariedad e informalidad frente a la innovación: necesidad de un cambio cultural.
 - Dependencia del capital exógeno, que monopoliza la distribución y comercialización de los productos, que se venden a los clientes mayoristas sin marca propia.
 - Dificultad para implantar estrategias de innovación a medio plazo cuando la dependencia externa (compra por distribuidores, aparición de nuevos competidores mas baratos...) es casi total, ante la falta de identidad/calidad para

sus productos y el aprovechamiento casi exclusivo hasta el momento de recursos genéricos.

- Dura y exigente relación de subcontratación, controlada por empresas exógenas, que son las que imponen las precarias condiciones salariales.
- Ausencia de imagen de marca del territorio en relación con la actividad, que impide el despegue de la zona de forma independiente en el mercado global.
- Ausencia total de empresas auxiliares, que hacen depender totalmente del exterior para completar la cadena productiva.

CARACTERÍSTICAS	ESTUDIO DE CASO: CAMPO DE MONTIEL
Localización	Provincia de Ciudad Real, en el límite con Albacete
	Al este del Campo de Calatrava
	Lejos de los centros urbanos y de las vías de comunicación principales
	N-IV es la carretera más próxima
	Comarca integrada por 21 municipios de Ciudad Real + Ossa de Montiel
Población	Progresiva pérdida de población en la mayoría de los municipios % Decrecimiento comarcal (1981-1998): - 4,4% 2001: 57.235 La Solana: 15.255
	Municipios muy heterogéneos en volumen demográfico
Origen de la industrialización	Actividad tradicional a domicilio, pero reciente en talleres y fábricas subcontratados, fruto de la descentralización productiva de tareas intensivas en mano de obra por iniciativa del capital exógeno
Especialización sectorial	Confección de prendas de vestir (camisas y pantalones, sobre todo) 150 empresas en la comarca, 40,7% del total provincial del sector Ausencia de empresas auxiliares
Tamaño establecimientos	De pequeños talleres de trabajo a domicilio, a grandes fábricas (Artesanos Camiseros, Confecciones Marín)
Empleo	Precario, mano de obra muy barata. Conflictos laborales.
	Trabajo a destajo, pago por prenda terminada
	Alta tasa de mano de obra femenina joven
Procedencia de insumos (proveedores)	Las empresas subcontratistas aportan diseños, telas, hilos y accesorios (botones, cremalleras, etiquetas,...) Los empresarios ponen los locales, las máquinas de coser, las planchas y la mano de obra
Mercados	Grandes cadenas comerciales subcontratistas (clientes mayoristas) que venden en toda España, pero con sede fundamentalmente en Madrid
Servicios externos	Prácticamente nulos, ofrecidos por las propias empresas subcontratistas.
Relaciones interempresariales	Relaciones de subcontratación con los clientes (grandes cadenas comerciales) Incipientes relaciones entre las empresas de la zona a través de la reciente asociación sectorial comarcal
Innovaciones	Se limitan a compra de nueva maquinaria, subvenciones Destaca la innovadora forma de venta a medida de Artesanos Camiseros, y el proceso de descentralización de tareas de Confecciones Marín
Agentes	Agencias de Desarrollo Rural, CLIPE de La Solana
	Asociación de Empresarios Textiles de Campo de Montiel y Valdepeñas (sede en Valdepeñas)
	Centro Tecnológico de la Confección (Talavera de la Reina)
	Asociaciones sindicales (CC.OO., Sección Confección y Observatorio)
Observaciones	Comarca de industrialización muy difusa, establecimientos repartidos por casi todos los municipios de la comarca
	Simple "área de especialización", con relaciones interempresariales muy incipientes a través de la reciente asociación sectorial comarcal.
	Precariedad de la mano de obra: ejemplo de "detrimento industrial", competencia en costes laborales, economía sumergida, trabajo a domicilio, bajos salarios
	Fuerte presencia sindical, constantes reivindicaciones en la prensa regional
	Fuerte competencia de los países del Sudeste Asiático, Europa del Este y el Magreb, por tener mano de obra más barata y cierto saber hacer en el sector

Elaboración propia

Ficha resumen 8. La confección en el Campo de Montiel

QUINTA PARTE:

RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- INTRODUCCIÓN.
- LA INTEGRACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO EN EL CONTEXTO TEÓRICO.
- CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN PARA EL DEBATE TEÓRICO Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

INTRODUCCIÓN

SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES E INDUSTRIALIZACIÓN RURAL EN CASTILLA-LA MANCHA

La investigación empírica llevada a cabo en los casos seleccionados de la región castellano-manchega ha servido para ver reflejadas en la realidad todas las ideas expuestas en el contexto teórico. En este sentido, se puede considerar que los resultados son múltiples, por lo que su análisis deberá realizarse de forma ordenada para desglosarlos en los aspectos referentes a cada una de las tres temáticas de la intersección que define el contexto teórico planteado.

En primer lugar, los casos de estudio presentados describen espacios rurales muy diferentes, que reflejan la diversidad del mundo rural actual. Si bien la investigación se centra en los aspectos económicos, y más en particular industriales, la diversidad se pone de manifiesto en el tamaño de las poblaciones (desde aldeas a ciudades pequeñas), en su situación respecto al mundo urbano (desde espacios rurales periurbanos y plurifuncionales, a espacios marginales de base agraria) o en la diversificación sectorial (mueble, calzado, confección, vino,...).

En segundo lugar, los diferentes tipos de espacios rurales industrializados analizados se reflejan en la variedad de sistemas productivos locales encontrados, desde simples áreas de especialización, a áreas-sistema consolidadas, pasando por organizaciones horizontales y verticales con ausencia o presencia de relaciones entre empresas, o con carácter endógeno o exógeno. La variedad de estrategias y procesos de industrialización rural analizados en los sistemas productivos locales de Castilla-La Mancha tienen como denominador común la especialización en sectores maduros, de demanda débil, y el predominio de las PYMES.

Y en tercer lugar, el análisis del papel de la innovación en el dinamismo de estos espacios de industrialización rural nos ha llevado a observar una gradación de medios, desde aquellos territorios en los que no se ha conseguido crear un contexto socioeconómico y cultural que se convierta en el propio motor de la innovación, a aquellos casos en los que las especificidades territoriales han creado una densa red de agentes sociales e institucionales de la que emanan las iniciativas de innovación, y que es la que pone en marcha y gestiona los proyectos innovadores. La variedad de situaciones entre ambos polos extremos queda reflejada en los estudios de caso presentados, existiendo una correlación entre las fases más desarrolladas (medio innovador consolidado) con los sistemas productivos locales más dinámicos, mejor integrados en la economía global y con perspectivas de futuro más positivas. En los casos de sistemas productivos locales en estado incipiente o embrionario hacia convertirse en medios innovadores, lo interesante es aportar propuestas para completar su desarrollo.

Las características de todos los estudios de caso analizados se resumen en el

siguiente cuadro, que permite una rápida comparación entre los diferentes espacios y actividades.

A partir de este cuadro-resumen, en las páginas siguientes presentaremos el análisis e interpretación detallados de los resultados de la investigación empírica, desglosados en dos capítulos. En el primero se analizan los resultados por áreas temáticas, es decir, se integra cada caso en la tipología de espacios rurales analizados y de procesos de industrialización detectados, en la clasificación de sistemas productivos locales y finalmente se establece una gradación en detalle de medios innovadores. En segundo lugar, se realiza la comprobación de las hipótesis de investigación planteadas, partiendo del diagnóstico final del grado de dinamismo de los casos analizados.

ESTUDIO DE CASO	Sectores de especialización	Procesos de industrialización	Encuestas	Entrevistas	Tipo de SPL	Grado de MI	Agentes clave
Sonseca	Mueble Género de punto Turrón-Mazapán	Endógenos Tradición y modernidad Mueble reciente, años 50'	22	Ayuntamiento Asociación mueble FECMES C. Tec. Madera (Toledo)	SPL plurisectorial	En desarrollo	AEMSYC FECMES
Villacañas	Puertas de madera	Endógenos Recientes, años 60'	8	Ayuntamiento Oficina local SEPES Asociación empresarial FECMES C. Tec. Madera (Toledo)	SPL monoespecializado	En desarrollo	AFAP FECMES
Valdepeñas	Vino con D.O.	Endógenos Tradición muy antigua 1.932 D.O.	6	Ayuntamiento C.R.D.O. Estación Enológica Agencia de Desarrollo Museo del Vino	SPL monoespecializado	Consolidado	C.R.D.O. Estación Enológica Agencia de Desarrollo Museo del Vino
Almansa	Calzado	Endógenos Tradición, finales s. XIX	17	Ayuntamiento CLIFE Asociación empresarial Centro tecnológico Sindicato (CC.OO.) Centro de Formación Fordein	Área-sistema	Consolidado	ASPROFA INESCOP Ayuntamiento-CLIFE
Fuensalida	Calzado	Endógenos Tradición, finales s. XIX Años 60' calzado deportivo Años 90' reconversión	17	Ayuntamiento Asociación empresarial Laboratorio Tecnológico	SPL unisectorial	En desarrollo	APICT ASIDCAT
La Sagra	Mueble	Exógenos/endógenos Recientes, años 40'-50'	12	Ayuntamiento C. Tec. Madera (Toledo) FECMES	Área de especialización	Inexistente	FEDETO
Montes de Toledo	Mueble	Endógenos Muy reciente, pp. años 80'	9	Ayuntamiento C. Tec. Madera (Toledo) FECMES	Área de especialización	Inexistente	FEDETO
Campo de Montiel	Confección	Exógenos/endógenos Recientes	10	Ayuntamiento CLIFE-ADL Asociación empresarial Sindicato (CC.OO.) C. Tec. Confec. (Talavera)	Área de especialización	Embrionario	CLIFE-ADL Sindicatos

Elaboración propia

Ficha resumen 9. Trabajo de campo y características de todos los estudios de caso.

CAPÍTULO 18:

LA INTEGRACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO EN EL CONTEXTO TEÓRICO

Una vez analizados de forma monográfica todos los estudios de caso de la investigación empírica, su análisis e interpretación se forma global se basa en la integración de los resultados obtenidos en el contexto teórico planteado, es decir, en todos los aspectos y tipologías presentados que nos permitan su comparación entre sí, para llegar a valorar su grado de dinamismo y llegar finalmente a poder comprobar las hipótesis de investigación planteadas.

1. TIPOS DE ESPACIOS RURALES.

Los casos analizados se integran en diferentes tipos de espacios rurales, en función de los diversos criterios presentados en el contexto teórico: los umbrales demográficos y los factores económicos predominantes.

1.1. Los umbrales demográficos.

La aplicación de la clasificación de los territorios analizados en función del volumen de población de los municipios nos lleva a establecer los siguientes grupos por categorías:

- En primer lugar, algunos estudios se han desarrollado en pequeños pueblos o aldeas: son los casos de Noez (Montes de Toledo I) y la mayor parte de los municipios de la comarca del Campo de Montiel (I), que no superan los 2.000 habitantes.
- En segundo lugar, la mayoría de los estudios de caso se corresponden con municipios rurales menores de 10.000 habitantes: Sonseca, Villacañas, Fuensalida, Yuncos (La Sagra I), Polán, Gálvez (Montes de Toledo II) y parte del Campo de Montiel (II)
- Y por último, los casos de Valdepeñas, Almansa y La Solana (Campo de Montiel III) se inscriben en la categoría de pequeñas ciudades que funcionan como centros rurales comarcales, es decir, como centros de servicios y cuencas de empleo para el espacio rural de su entorno próximo, mientras que Illescas (La Sagra II) es un espacio rural periurbano que ha experimentado un crecimiento demográfico espectacular debido a su proximidad a Madrid, habiendo superado en los dos últimos años el umbral de los 10.000 habitantes.

Resultados de la investigación: integración en el contexto teórico

Categoría	Umbrales demográficos (hab.)	Casos
Pueblos y aldeas	Menos de 2.000	Noez (MTS. TOLEDO I) CAMPO DE MONTIEL (I)
Pueblos intermedios	2.001-10.000	Sonseca Villacañas Fuensalida Illescas Yuncos (LA SAGRA I) Polán, Gálvez (MTES. TOLEDO II) CAMPO DE MONTIEL(II)
Pueblos grandes	10.001-20.000	La Solana (CAMPO DE MONTIEL III) Illescas (LA SAGRA II)
Ciudades pequeñas, centros comarcales	20.001-30.000	Valdepeñas Almansa

Elaboración propia, a partir de los datos demográficos del INE (2001)

Cuadro 27. Umbrales demográficos y estudios de caso.

1.2. La tipología de espacios económicos.

En cuanto a los factores económicos predominantes en los espacios rurales analizados, podemos establecer la siguiente tipología de casos:

- Un conjunto de espacios periurbanos, próximos y dependiente del área metropolitana de Madrid, en los que está presente de forma densa la industria exógena y cuya evolución demográfica ha sido muy positiva: los casos de los municipios de La Sagra (Illescas y Yuncos).
- Un espacio rural agrario, base de una industria agroalimentaria de calidad: es el caso de las bodegas de Valdepeñas.
- Una mayoría de municipios que basan lo esencial de su economía en una industria endógena especializada y concentrada, muy dinámica, a la que se unen algunos servicios a la población y las empresa: Almansa, Fuensalida, Sonseca y Villacañas.
- Un espacio rural marginal, con una agricultura extensiva tradicional a la que ahora se suma una industria difusa y precaria, basada en la existencia de mano

Resultados de la investigación: integración en el contexto teórico

de obra barata y especializada, que se corresponde con municipios de crecimiento demográfico escaso o negativo: es el caso de la confección de la comarca del Campo de Montiel y el mueble en los Montes de Toledo.

En el siguiente cuadro se puede observar cómo se integran los casos analizados en la tipología económica de espacios rurales establecida en el contexto teórico.

SITUACIÓN GEOGRÁFICA	DOTACIÓN EN SUELO O FACTORES DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA	DOTACIÓN EN FUERZA DE TRABAJO O FACTORES DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL	
Próximos a centros urbanos	RURAL PERIURBANO <i>La Sagra</i>		
	Agricultura de calidad Producción agroalimentaria <i>Valdepeñas</i>	Residencial e industrial con influencia metropolitana <i>Illescas Yuncos</i>	
A cierta distancia pero bien dotados de servicios		Recreativo Turismo-ocio 2ª residencia Agricultura parcial	Industria endógena especializada <i>Almansa Villacañas Fuensalida Sonseca</i>
Alejados o de difícil acceso	Agricultura extensiva	RURAL PROFUNDO	Industria difusa <i>Campo de Montiel Montes de Toledo</i>

Elaboración propia, basado en Cavailhes y Jayet (1996, p. 196), y en Molinero y Alario (1994, pp. 75 y s.)

Cuadro 28. Tipología económica de espacios rurales y estudios de caso.

1.3. Los diversos procesos de industrialización y su origen.

Dentro de los espacios económicos analizados, se pueden distinguir los diferentes tipos de procesos de industrialización presentados en el contexto teórico:

- Por un lado, encontramos procesos de industrialización de carácter exógeno, basados en iniciativas y capital llegados de fuera del medio rural analizado, si bien este tipo de procesos son los más minoritarios entre los casos analizados. Se encuentran casi exclusivamente en los espacios rurales periurbanos de la comarca de La Sagra (Illescas y Yuncos), aunque también se reflejan en la confección del Campo de Montiel relacionada con capital procedente de Madrid que llega incluso a relocalizarse dentro de la propia provincia. En general son procesos basados en la descentralización productiva y difusión industrial de la industria madrileña, que busca mano de obra barata y suelo abundante y a bajo coste.
- Por otro lado, en la mayoría de los casos hemos observado procesos de industrialización de carácter endógeno, apoyados en la existencia de un saber hacer local, de mano de obra cualificada disponible, y de iniciativas y capital con origen en el propio municipio.

En cuanto al origen de los procesos de industrialización, podemos distinguir tres grandes grupos de espacios:

- Áreas de gran tradición del sector secundario (I Revolución Industrial), en las que el saber hacer local se ha transmitido de generación en generación: son los casos de las bodegas de Valdepeñas, del calzado de Almansa y de los géneros de punto y mazapanes de Sonseca (I).
- Áreas cuya industrialización está asociada a la fase económica expansiva en el desarrollismo (II Revolución Industrial): son los casos del mueble de La Sagra y de Sonseca (II), de la fabricación de puertas en Villacañas, y del calzado de Fuensalida.
- Áreas de industrialización más reciente, vinculadas al proceso de descentralización productiva y desconcentración espacial (III Revolución Industrial): son los casos del mueble de los Montes de Toledo y de la confección en el Campo de Montiel.

Resultados de la investigación: integración en el contexto teórico

CARÁCTER	PROCESOS	
Exógeno	Descentralización productiva y relocalización, reciente La Sagra Campo de Montiel	
Endógeno	Industrialización difusa, tradicional Valdepeñas Almansa Sonseca (I)	Industrialización espontánea, ± reciente Sonseca (II) Villacañas Fuensalida Montes de Toledo

Elaboración propia

Cuadro 29. Tipología de procesos de industrialización en áreas rurales y estudios de caso.

1.4. Los diferentes grupos socio-laborales en la actividad industrial.

Como es lógico, estas tipologías de espacios rurales desde el punto de vista económico y en relación con los procesos de industrialización predominantes, tienen su reflejo en los diversos grupos de población activa que podemos encontrar en estos territorios. En este sentido, podemos distinguir los siguientes grupos sociolaborales:

- En el caso de Valdepeñas, único municipio de base agroindustrial, encontramos tanto agricultores residentes que constituyen una población rural tradicional, como mano de obra temporal que acude al municipio durante la vendimia, empresarios y trabajadores locales que se encargan de las bodegas y técnicos enólogos especializados y muy cualificados.
- En los casos de industria periurbana exógena (Illescas, Yuncos) encontramos empresarios neo-rurales procedentes del mundo urbano, o incluso empresarios y trabajadores que trabajan en el espacio rural y siguen viviendo en la ciudad, realizando diariamente desplazamientos pendulares, junto a los residentes locales.
- En las áreas de industria endógena especializada destacan los empresarios locales, que cuentan con una mano de obra tradicional basada en un saber hacer a veces artesanal: son los casos de la fabricación de calzado en Almansa (donde se han incorporado técnicos especializados para la puesta en marcha del centro tecnológico) o Fuensalida, el mueble en Sonseca (II) y los Montes de Toledo, o la producción de puertas en Villacañas. En el caso de la fabricación de turrone y mazapanes en Sonseca (II), hay que destacar la llegada de capital exógeno y la mano de obra estacional procedente de fuera del municipio

que llega en los meses previos a la Navidad.

- Por último, es importante destacar el papel de los inmigrantes como abundante mano de obra neo-rural, que desempeñan una función relevante en el género de punto de Sonseca (III).

En todos los casos se puede observar la presencia de técnicos cualificados que ofrecen servicios temporales o puntuales a las empresas, y que tienen su sede fuera del municipio o entorno local. Y además, en general el mayor número de empleos industriales parece asociado a jóvenes con escasa formación inicial que se cualifican con rapidez en las propias empresas para trabajar en tareas simples, con costes moderados y, en algunos casos, cierta precariedad.

En el siguiente cuadro se reflejan los tipos de grupos socio-económicos encontrados en los casos analizados.

	Población residente	Población temporal
Población rural Tradicional	Campesinos Valdepeñas Artesanos Trabajadores industriales Empresarios locales Almansa Fuensalida Villacañas Sonseca (I) Valdepeñas La Sagra Mtes. de Toledo	Agricultores eventuales Valdepeñas Mano de obra manufacturera Sonseca (II)
Neo-rurales	Empresarios exógenos La Sagra Empleados de servicios Profesionales liberales Inmigrantes Sonseca (III)	Técnicos de servicios Almansa Valdepeñas

Elaboración propia

Cuadro 30. Tipología de grupos socio-laborales en la industria rural y estudios de casos.

2. TIPOS DE SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES.

Los sistemas productivos locales analizados se pueden clasificar en función de varios criterios, que llevan a establecer tipologías desde varios puntos de vista.

2.1. Diferentes ámbitos geográficos.

En cuanto a la dimensión de los territorios analizados, podemos distinguir tres tipos de situaciones:

- En primer lugar, la mayoría de los casos se corresponden con SPL localizados en un sólo municipio, es decir, que la mayoría de las empresas que lo integran se encuentran emplazadas dentro de su área municipal, si bien reciben mano de obra del entorno comarcal (núcleos próximos dependientes) o establecen redes de agentes que traspasan el ámbito local: son los casos de Sonseca, Almansa, Villacañas y Fuensalida.
- En segundo lugar, se han desarrollado estudios en grupos de municipios vecinos cuya actividad empresarial está tan relacionada que la definición del sistema productivo local solo tiene sentido si se analizan conjuntamente: son los casos de Illescas-Yuncos, y de Polán-Gálvez-Noez.
- Y finalmente, se ha aplicado el término de sistema productivo local en sentido más amplio al aplicarlo a comarcas enteras, integradas por un gran número de municipios próximos, cuya actividad industrial está especializada en el mismo sector e incluso centralizada en alguno de ellos: son los casos de la confección en la comarca del Campo de Montiel, y las bodegas de la Denominación de Origen Valdepeñas (la mayoría de las bodegas de la D.O. se encuentran en el municipio de Valdepeñas, pero también existen algunas dispersas por todo el territorio sobre el que se extienden las viñas).

2.2. Diversificación sectorial.

En cuanto a la especialización sectorial, todos los casos están integrados por una concentración de empresas especializadas en sectores industriales maduros, pero se distinguen dos tipos de situaciones:

- Por un lado, la mayoría de los casos se basan en una producción mono-especializada en un único sector de actividad base (o incluso un solo producto), en torno al cual giran las empresas fabricantes del producto básico y las empresas auxiliares: son los casos de Almansa y Fuensalida en torno al calzado, de Villacañas en torno a la fabricación de puertas, de las bodegas de vino de Valdepeñas, el mueble en Illescas-Yuncos y en Polán-Gálvez-Noez, y la confección en La Solana.
- Por otro lado, el caso de Sonseca es el de un SPL diversificado, integrado por 3 sub-sistemas relacionados con sectores de actividad industrial diferentes: los géneros de punto, el mueble, y la fabricación de turrónes y mazapanes. Cada uno de los sub-sistemas presenta unas características y unas estrategias diferentes, que los hacen integrarse en categorías diferentes de SPL.

2.3. Hegemonía de PYMES locales.

Un elemento común de todos los SPL analizados es el predominio casi absoluto de PYMES (desde microempresas a empresas medianas) de origen local, con empresarios que con frecuencia son antiguos trabajadores de otras empresas o que continúan la tradición familiar, y con trabajadores locales o de la comarca. El perfil característico de la empresa en estas áreas podría ser el siguiente:

- Empresa monoplantia, que realiza su actividad en un único centro de trabajo.
- Propiedad familiar, con forma jurídica integrada dentro de la economía social (con menor incidencia de las cooperativas), y en todos los casos escaso capital social.
- Predominio absoluto del empleo directo ligado a tareas de fabricación, mientras que el indirecto (administración, gestión,...) es mínimo.

Pero a partir de estos rasgos comunes, es necesario destacar tanto el éxito de algunas empresas que han experimentado un crecimiento importante que dispara sus cifras de facturación anual, de inversión realizada en los últimos años y de empleo, como la incidencia del capital exógeno en la creación de algunas empresas del espacio rural periurbano, que a su vez se refleja en un fuerte crecimiento del empleo. Por tanto, las áreas investigadas no se pueden considerar un simple refugio de microempresas poco capitalizadas, sino que existen numerosos ejemplos de trayectorias muy dinámicas y un estrato de empresas medias que tiende a consolidarse.

2.4. Variadas estructuras de relaciones interempresariales en el territorio.

Tomando como referencia la tipología de SPL que establecen Maillat y Kebir (1998), centrada en la estructura de las relaciones entre las empresas y con el entorno, podemos incluir los estudios realizados en 3 de los tipos de casos posibles que ya analizamos en el contexto teórico, y que ordenados de menor a mayor complejidad y relaciones locales de intercambio son los siguientes:

- El sector del mueble en La Sagra y los Montes de Toledo, la confección en el Campo de Montiel y la fabricación de géneros de punto y de turrone-mazapanes en Sonseca (I) responden a una estrategia empresarial basada en relaciones entre empresas que compiten de forma independiente vinculadas a un espacio urbano próximo o a un mercado muy específico.
- Las bodegas de Valdepeñas, el mueble de Sonseca y la fabricación de puertas en Villacañas responden a una estrategia de organización coordinada de las relaciones entre las empresas competidoras y entre los agentes del entorno local y regional.
- En el caso de Almansa, la existencia de abundantes empresas auxiliares en torno a la fabricación de calzado establece relaciones interempresariales

Resultados de la investigación: integración en el contexto teórico

horizontales en la zona, que también se observan en Fuensalida aunque en menor grado.

RELACIONES ENTRE EMPRESAS	Existencia de relaciones de intercambio en la zona	Ausencia de relaciones de intercambio en la zona
ESTRUCTURA DE LAS RELACIONES		
Organización horizontal	Almansa Fuensalida ↑	
Organización vertical	Sonseca (mueble) Villacañas Valdepeñas	← La Sagra Montes de Toledo Campo de Montiel Sonseca (textil-mazapán)

Elaboración propia, basado en Maillat y Kebir (1998).

Cuadro 31. Tipos de relaciones interempresariales y estudios de caso.

2.5. Diferentes tipos de SPL.

La combinación de todas las características anteriores lleva a poder señalar que los sistemas productivos locales analizados presentan diferentes características específicas que permiten integrarlos en una de las tipologías principales (la más difundida en la bibliografía consultada) de categorías de espacios presentadas en el contexto teórico, que se basa fundamentalmente en la intensidad de las relaciones de cooperación entre las empresas y los agentes locales. Los casos analizados se integran en cada uno de los 3 tipos de categorías establecida por Garofoli (1983b):

TIPOLOGÍA	Área de especialización productiva	Sistema productivo local	Área sistema
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	La Sagra Montes de Toledo Campo de Montiel	Sonseca Valdepeñas Villacañas Fuensalida	Almansa
	Empresas que compitan con débil	Integración intrasectorial	Integración intra e inter-

Resultados de la investigación: integración en el contexto teórico

<i>Grado de integración productiva</i>	interdependencia Ausencia de empresas auxiliares Empresas pequeñas	(horizontal) Existencia de auxiliares	sectorial (horizontal/vertical) Numerosas empresas auxiliares
<i>Origen de los empresarios</i>	Exógeno/endógeno (descentralización productiva)	Endógeno	Endógeno
<i>Historia</i>	Formación reciente	Tradición y modernidad	Tradición
<i>Factores de localización</i>	Bajo coste de la mano de obra ("detrimento industrial") Suelo barato Relación con centro urbano	Imagen del territorio Flexibilidad Bajo coste de la mano de obra Profesionalidad	Profesionalidad Sistema de relaciones interempresariales
<i>Tipo de desarrollo</i>	Extensivo (crecimiento del empleo)	Extensivo (crecimiento del empleo)	Intensivo (automatización, tecnológica)
<i>Relaciones entre el sistema productivo y la formación social local</i>	Débiles No existe red de agentes	Fuertes Red de agentes importante	Muy fuertes Red de agentes muy densa y consolidada

Fuente: adaptado de Garofoli (1983b).

Cuadro 32. Tipos de SPL y estudios de caso.

- La Sagra, los Montes de Toledo y el Campo de Montiel son simples áreas de especialización de formación más o menos reciente, en las que existen escasas o incluso nulas relaciones interempresariales, y no se han formado redes de agentes locales al ser muy dependientes del espacio urbano. En el caso de la confección en el Campo de Montiel y el mueble de los Montes de Toledo, la precariedad de las condiciones laborales llevan a integrarlo en la categoría de "detrimentos industriales".
- Sonseca, Valdepeñas, Villacañas y Fuensalida son sistemas productivos locales en sentido estricto, basados en un saber-hacer endógeno más o menos tradicional y en los que existe una extendida cooperación entre las empresas y los agentes sociales e institucionales, pero en los que todavía faltan empresas auxiliares de apoyo implantadas en el propio municipio.
- El caso de Almansa es el más desarrollado: las intensas relaciones interempresariales, la existencia de abundantes empresas auxiliares y la amplia red de innovación creada por agentes sociales e institucionales, privados y públicos, lo convierten en un ejemplo de espacio al que se pueden aplicar las características de área-sistema, basada en un saber hacer endógeno

tradicional.

Las características más comunes de cada una de estas tipologías se resumen en el cuadro, ya analizado en el contexto teórico.

3. TIPOS DE MEDIOS INNOVADORES.

Finalmente, en cuanto a los tipos de espacios innovadores presentados en el contexto teórico, está claro que ninguno de los casos analizados se corresponde con un parque tecnológico o científico. La tipología de espacios que interesa distinguir en nuestro caso se refiere al diferente grado de desarrollo del medio de innovación, en el sentido de la existencia o no de una red de innovación y, en caso de que exista, será determinante la intensidad de las relaciones entre los agentes sociales e institucionales integrados y los tipos de innovación.

3.1. Procesos actuales de innovación.

Las principales ideas generales que se desprenden de la investigación sobre los procesos actuales de la innovación en las áreas analizadas son las siguientes:

- *El predominio de las innovaciones de proceso.*

La concentración de innovaciones en los procesos de fabricación es característica de los sectores maduros, que ponen en marcha estrategias defensivas inducidas por la creciente competencia en los mercados, y cuyo objetivo prioritario es mejorar la productividad y reducir costes.

El mayor esfuerzo de las empresas analizadas se dirige hacia la adquisición de tecnología incorporada en bienes de equipo, a través de la compra de maquinaria nueva, de equipos informáticos (para administración, almacén, diseño o fabricación) y de máquinas de control numérico para lograr la automatización máxima del proceso de fabricación (corte de la madera, embotellado). La compra de estos equipos representa la mayor parte de las inversiones declaradas por las empresas, y cuenta con ayudas del gobierno regional. Se trata de innovaciones con escasas exigencias de entorno, que dependen esencialmente de los recursos propios de la empresa, los créditos conseguidos y las subvenciones recibidas, por lo que las diferencias entre las microempresas y las empresas medias pueden ser considerables.

- *La creciente incorporación de innovaciones en los productos.*

La importancia de las innovaciones en los productos ha crecido de forma selectiva en los últimos años ligada a la necesaria adaptación a los cambios en la moda, que obliga a la renovación constante de los diseños y catálogos, y a la progresiva especialización en gamas de productos para nichos de mercado específicos (zapatos de moda, confección de prendas según temporadas y tendencias, muebles de gusto urbano, puertas resistentes al fuego, vinos con certificación de calidad). La tradicional dependencia de

diseñadores, modelistas y patronistas externos se reduce con la incorporación de departamentos de diseño en las empresas más grandes, o con la contratación de servicios en el área (donde proliferan los cursos de formación) o en la región.

La mejora esencial es la incorporación de marca propia (mueble de Sonseca), que permite un mayor control sobre la distribución, así como la generación de un mayor valor añadido, si bien este tipo de innovación todavía tiene un largo camino por recorrer (como en el caso de la confección en el Campo de Montiel).

- *La innovación estratégica en funciones previas y posteriores a la fabricación.*

Las innovaciones anteriores y posteriores a las tareas productivas representan algunas de las innovaciones recientes de mayor importancia en la dinamización del tejido industrial de estas áreas, y están muy relacionadas con la presencia de instituciones locales/regionales de apoyo, así como con la presencia de redes de cooperación capaces de facilitar su incorporación:

- Las principales innovaciones en funciones previas a la producción son el control de calidad de los materiales o materias primas, y el diseño asistido por ordenador (puertas de Villacañas, calzado de Almansa).
- Las principales innovaciones en funciones posteriores a la producción son la ampliación de los mercados de venta (con creciente recurso a la exportación), la coordinación para asistir a ferias nacionales o internacionales y la promoción de ferias locales (mueble de Sonseca, vino de Valdepeñas), el creciente esfuerzo en publicidad y promoción colectivas (imagen de marca), el control de calidad de los productos acabados y la informatización de funciones logísticas y de almacenamiento.

- *Las escasas mejoras en la gestión y organización empresarial.*

La modernización de la gestión y de las actividades de apoyo a la producción constituye actualmente una de las principales limitaciones de las empresas debido a los siguientes aspectos:

- La falta de formación como gestores de gran parte de los empresarios, que tienen gran experiencia de trabajo en la actividad, pero no en administración de empresas. En general, se trata de empresas familiares con gestión poco profesionalizada.
- La resistencia al cambio o la tendencia a la inercia de una parte del empresariado, acostumbrado a competir en costes y a actuar de forma individualista, con cierta desconfianza frente a los competidores potenciales.
- La escasez de recursos humanos cualificados en las pequeñas empresas, que

limita la comprensión de algunas posibilidades de mejora asociadas a las innovaciones técnicas disponibles.

- La tradicional escasez de servicios empresariales de apoyo en el entorno (asesoramiento técnico, estudios de mercado, publicidad,...) y débil demanda industrial al carecer de información e incentivos o ayudas.
- La lenta superación que supone la experiencia industrial adquirida.
- La competencia en sectores con demanda cíclica y elevado número de competidores, que aumenta el riesgo de las inversiones e innovación con resultados a medio plazo.

Los avances en este sentido se producen cuando se realiza un traspaso de la dirección administrativa de la empresa a la siguiente generación, con un nivel formativo generalmente superior, e incluso a veces sobre dirección de empresas.

- *El limitado impacto de la innovación sobre el empleo.*

Las características tradicionales de los mercados de trabajo en estas áreas aluden a problemas de escasa cualificación, desempleo y subempleo o incluso formas de trabajo precario e informal, asociados a las actividades agrarias e industriales dominantes. Pero en la últimas décadas se ha producido un crecimiento de la actividad (debido a la creciente incorporación de la mujer al empleo remunerado, si bien con acusadas diferencias según sector y tareas) y de la ocupación (por la diversificación de la base productiva y la expansión de las actividades industriales).

Sin embargo, los impactos asociados a la innovación resultan bastante menos evidentes por el momento, pues muy pocas empresas señalan que las innovaciones introducidas exigieron aumentar el empleo con operarios para las nuevas máquinas, y en términos cualitativos no se aprecia una demanda mayor de cualificación, manteniéndose la importancia concedida a la formación de los trabajadores en la propia empresa.

En cuanto a la formación de empresarios y trabajadores en relación a la introducción de nuevos equipos tanto productivos como de gestión y administración, en general es llevada a cabo a través de cursos de formación organizados e impartidos por el INEM, FORCEM o por las asociaciones y federaciones empresariales.

- *La correspondencia entre los casos más dinámicos y la innovación social e institucional.*

La existencia de redes sociales e institucionales que superen las simples relaciones de mercado se puede considerar como el rasgo de diferenciación de las áreas más dinámicas, que las coloca en un grado superior en la categoría de medios innovadores

(Almansa, Valdepeñas, Sonseca, Villacañas). Su mayor o menor densidad de agentes integrantes y flujos de relaciones, y la intensidad de su funcionamiento es lo que define el nivel de consolidación del medio.

3.2. Grado de desarrollo del medio empresarial y tipos de innovación.

Podemos establecer una gradación de medios innovadores entre los estudios realizados desde los inexistentes a los consolidados, en función de los tipos de innovación que se detectan:

- Los SPL de las comarcas de La Sagra, los Montes de Toledo y el Campo de Montiel se apoyan en medios que no pueden ser considerados como innovadores, debido a la ausencia total o muy leve existencia (embrionaria) de relaciones de cooperación entre agentes o instituciones que puedan poner en marcha iniciativas de innovación en sentido amplio. En estos casos, los tipos de innovación observada se limitan a la compra de maquinaria nueva y a la oferta de nuevos productos (nuevas colecciones).
- Los casos de Sonseca, Villacañas, Fuensalida y Valdepeñas representan medios innovadores intermedios o en pleno desarrollo, al existir redes de innovación integradas por agentes sociales e institucionales que ponen en marcha iniciativas y proyectos innovadores tanto tecnológicos como organizativos. En estas situaciones, junto a la compra de nuevos equipos más modernos y a la diversificación y variedad de productos ofertados, se observan innovaciones de carácter gerencial y estrategias de apertura de mercados de forma coordinada, basadas en la cooperación entre empresas y entre agentes implicados en la actividad.
- Por último, destaca el caso de Almansa como medio innovador consolidado, apoyado en una amplia red de empresas (básicas y auxiliares), y en una sólida red de agentes e instituciones públicas y privadas volcada en la innovación y el control de calidad, que funciona de forma muy dinámica poniendo en marcha proyectos innovadores de gran envergadura y repercusión en el medio local y en la actividad en la que se encuentra especializado.

TIPO DE INNOVACIÓN	Producto	Proceso	Organizativa	Social e Institucional
GRADACIÓN DE M.I.				
Inexistente o embrionario	La Sagra Mtes. de Toledo Campo de Montiel	La Sagra Mtes. de Toledo		
En desarrollo	Sonseca Villacañas Valdepeñas Fuensalida	Sonseca Villacañas Valdepeñas Fuensalida	Sonseca Villacañas Valdepeñas Fuensalida	Sonseca Villacañas Valdepeñas
Consolidado	Almansa	Almansa	Almansa	Almansa

Elaboración propia

Cuadro 33. Gradación de medios innovadores y estudios de caso.

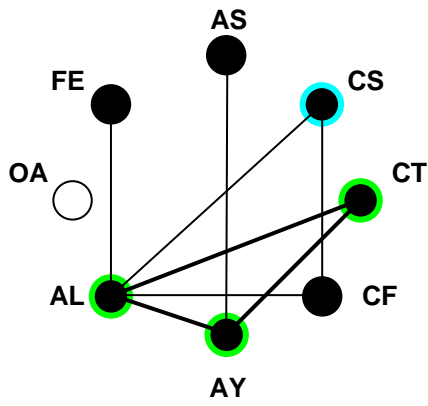
3.3. Los agentes promotores de la innovación.

Entre los agentes que intervienen en la actividad productiva en los casos analizados se pueden distinguir varias categorías en función de distintos criterios:

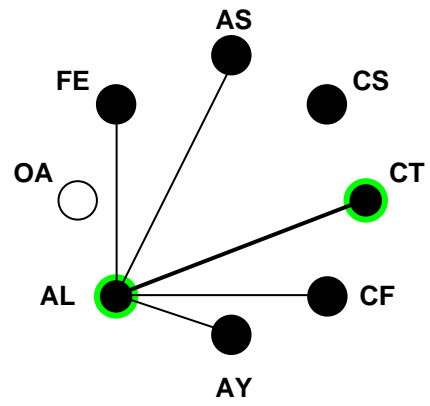
- Agentes públicos/privados.
- Agentes sociales /institucionales.
- Agentes locales/supralocales.
- Agentes políticos/económicos.

Los principales agentes promotores de la innovación detectados en los estudios de caso analizados en Castilla-La Mancha son los siguientes:

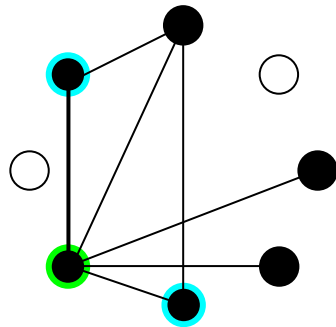
- Las administraciones públicas supralocales: Unión Europea (Programas LEADER y PRODER), el Gobierno Central, SEPES y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (PRICAMAN).
- Los Ayuntamientos: CLIPES y Agencias de Desarrollo Local (ADL).
- Las centrales sindicales: CC.OO. y UGT.
- Los centros tecnológicos: C.T. de la Madera y el Mueble (Toledo), C.T. de la Confección (Talavera de la Reina), Estación Enológica de Valdepeñas (vino), INESCOP (calzado, sede en Elda, Alicante).
- Las asociaciones empresariales locales o comarcales: ASPROFA-APICT (calzado), AEMSYC (mueble), AFAP (puertas), Consejo Regulador (vino), Asociación de Empresarios Textiles (confección).
- Federaciones empresariales supralocales: FECMES, FEDETO.
- Centros de Formación, públicos y privados: FORDEIN, Formación Profesional, INEM, FORCEM.
- Otras asociaciones/instituciones: SEPES, Museo del Vino, asociaciones culturales (Amigos del Campo de Montiel, Amigos del Vino,...).



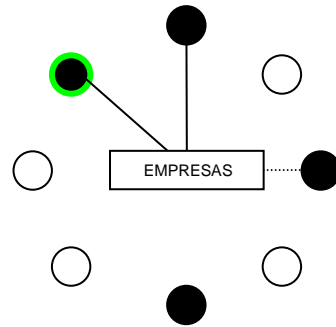
ALMANSA



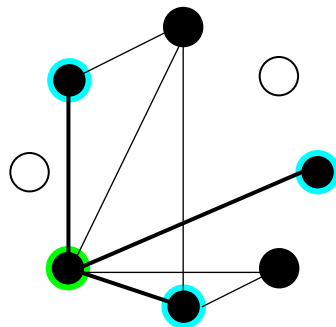
FUENSALIDA



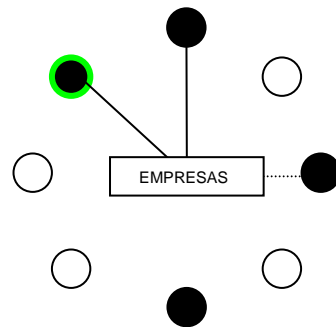
SONSECA



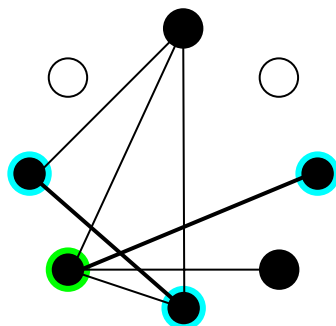
LA SAGRA



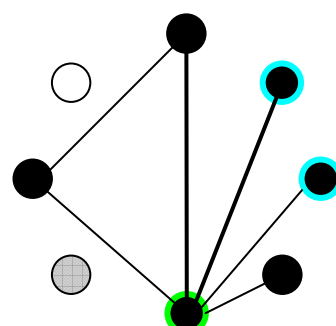
VILLACAÑAS



MONTES DE TOLEDO

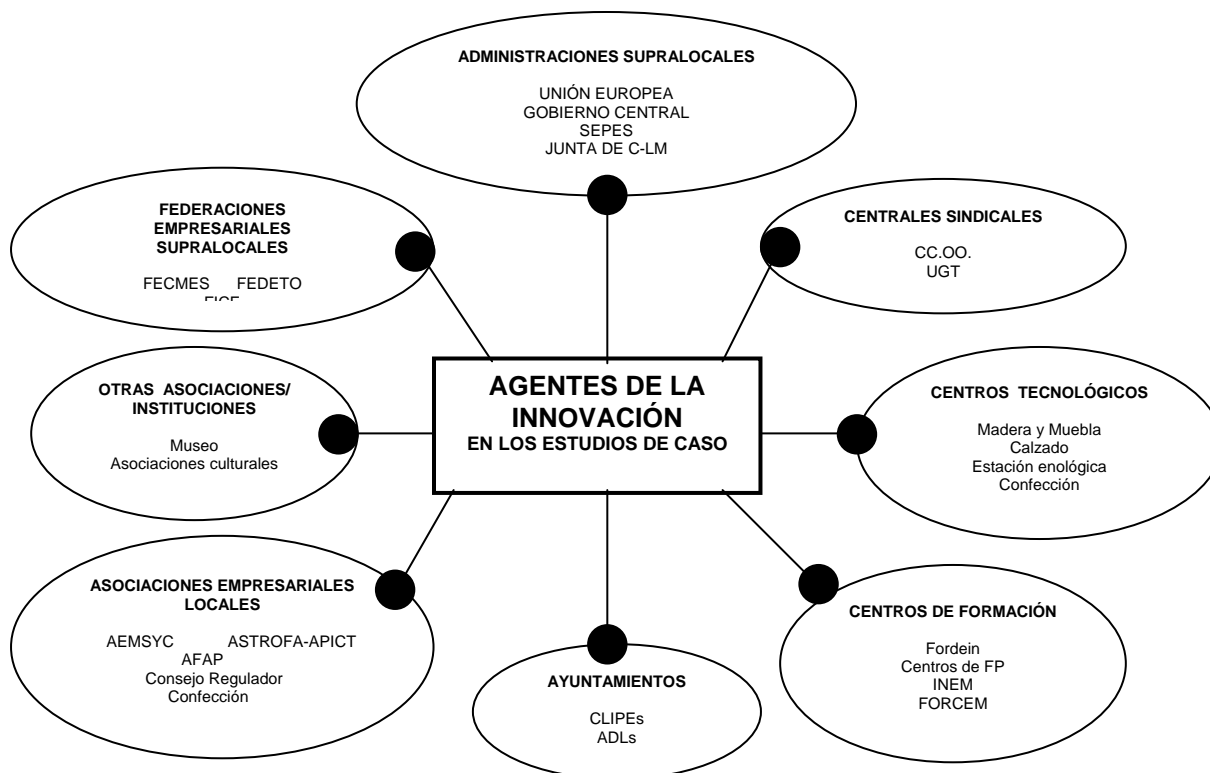


VALDEPEÑAS



CAMPO DE MONTIEL

Grafo 2. Modelos de la red de innovación de los estudios de caso



Elaboración propia

Diagrama 20. Tipos de agentes promotores de la innovación en los estudios de caso.

3.4. Modelos de redes de la innovación.

En cuanto a las relaciones entre los diferentes agentes institucionales que promueven la innovación, se pueden distinguir varios tipos de redes en función del número de participantes, del tipo de agentes (sociales, institucionales, privados, públicos), de la densidad de flujos de relaciones y del agente/s clave/s (en color verde) o agentes influyentes (color azul) que mantienen el mayor número de conexiones o destacan por su influencia. Para el análisis de estas diferencias aplicamos el modelo de la red de agentes presentado en el contexto teórico a todos los casos (los vértices se corresponde con los agentes de la figura anterior).

Las conclusiones globales de estos modelos los podemos analizar diferenciando dos aspectos fundamentales:

➔ La densidad de las relaciones.

En cuanto al número de conexiones entre los diferentes agentes, se observa claramente la diferencia entre los casos de la columna de la izquierda (Almansa, Sonseca, Villacañas y Valdepeñas), y de la derecha (Fuensalida, La Sagra, Montes de

Toledo y Campo de Montiel). En el primer bloque existen por lo menos dos agentes que presentan dos o más conexiones, mientras que en la columna de la derecha el número de agentes participantes es reducido y las relaciones entre ellos de menor complejidad.

→ Los diferentes agentes centrales de las conexiones.

El principal agente de todas las redes es la asociación empresarial sectorial local, que es la institución que está presente en prácticamente todos los modelos y la que mantiene el mayor número de conexiones con los demás agentes, pudiéndose considerar el agente clave de todas las redes de innovación en los casos analizados. Y junto a las asociaciones locales, destaca el papel de los centros tecnológicos (madera y mueble, y calzado), con quien siempre mantienen relaciones de cara a los proyectos de innovación y control de calidad. Por último, hay que destacar el papel desempeñado por FECMES en varios de los casos más dinámicos (Sonseca, Villacañas, Almansa), que como asociación regional intersectorial se puede considerar como un agente clave en la promoción de la innovación en la industria a escala regional.

3.5. Características y funciones de los agentes clave.

Los rasgos que definen los agentes clave (en color verde) que influyen en la actividad industrial de los estudios de caso analizados son los siguientes:

- *Las asociaciones empresariales de ámbito local.*

Se trata de instituciones surgidas en las dos últimas décadas por iniciativa de líderes locales, y presentan en general estas características:

- Tienen un carácter sectorial, y se integran en organizaciones supralocales (federaciones empresariales).
- Sus fuentes de financiación son las cuotas de los afiliados, el cobro de los servicios prestados y las ayudas públicas (Junta de Comunidades y Programas Europeos), pero disponen de medios materiales y humanos muy limitados para realizar sus actividades.
- Los principales servicios y actividades que llevan a cabo son los siguientes:
 - El asesoramiento a las PYMES (tramitación de ayudas, asesoría fiscal y financiera,...).
 - La difusión de información sobre novedades del sector, tendencias de la moda, nuevas tecnologías, legislación,...

- La gestión para asistencia conjunta a ferias nacionales e internacionales.
- La organización de cursos de formación para empresarios y trabajadores.
- La coordinación de la cooperación con otras instituciones (ayuntamientos, Junta de Comunidades, asociaciones supralocales, centros tecnológicos,...)

Su ausencia en La Sagra y los Montes de Toledo, y la precariedad de la reciente asociación del Campo de Montiel, se puede considerar la causa fundamental de la inexistencia de un medio innovador.

- *Los Centros Tecnológicos.*

Se encuentran en las primeras fases de su ciclo de vida (surgieron en los años ochenta), y en general presentan las siguientes características:

- Tienen un carácter sectorial muy específico.
- Son de ámbito regional, aunque tienden a tener sucursales en las zonas de mayor actividad (destacando el caso del sector del calzado).
- Mantienen relaciones directamente con las empresas, o bien a través de las asociaciones empresariales, pero no están presentes en todas las redes de innovación ni son utilizados por todas las empresas.
- Las principales actividades que llevan a cabo son las siguientes:
 - El control de calidad de las materias primas y los productos acabados, otorgando certificaciones de calidad.
 - La organización de cursos de formación.
 - Informar sobre nuevas tecnologías.
 - Realizar estudios sobre la situación del sector o sobre procesos técnicos.

Las limitaciones en su actuación son el escaso personal técnico y recursos materiales, la escasa demanda de controles sistemáticos (predominio de pruebas para solventar reclamaciones), la falta de adaptación de los precios de los servicios a las empresas pequeñas y la desigual vinculación con el entorno. En el caso de los sectores del mueble y la confección su influencia es escasa, debido a la distancia y al déficit de demanda empresarial.

- *Los ayuntamientos.*

Suelen reducir su vinculación con las empresas a actuaciones urbanísticas (promoción de suelo industrial, creación de polígonos, licencias de instalación), si bien en algunos casos realizan un apoyo indirecto a la industria a través de campañas de imagen del territorio o la promoción de cursos de formación a través del INEM o FORCEM (Almansa, Sonseca, Valdepeñas, Villacañas). La reciente creación de CLIPes y ADLs dentro de muchos ayuntamientos de la región, financiados con fondos europeos, da un nuevo impulso a las instituciones públicas locales como agentes de innovación y desarrollo.

- *Las Centrales Sindicales.*

Tienen una presencia limitada en las PYMES analizadas, aunque sí ejercen una cierta influencia a través de la firma de convenios sectoriales y de su participación en los Pactos Industrial y de Empleo. Sus funciones varían en relación con la densidad del tejido social y empresarial, pasando de la simple defensa de los intereses y reivindicaciones de los trabajadores frente a condiciones de trabajo precarias, a una presencia más activa de promoción y participación en la red de agentes en las áreas más dinámicas y articuladas. En general, su principal labor actual es la organización de cursos de formación apoyados en recursos del Fondo Social Europeo. Su actuación es relevante en los sectores del calzado, las puertas y la confección, destacando el papel desempeñado por Comisiones Obreras.

4. EL DIAGNÓSTICO FINAL DEL GRADO DE DINAMISMO DE LOS CASOS.

Una vez integrados los estudios de caso en cada una de las temáticas planteadas en el contexto teórico, de cara a la comprobación de las hipótesis de la investigación y al planteamiento de propuestas para las políticas públicas, es necesario realizar un diagnóstico de la situación de cada una de las áreas y actividades analizadas.

Así, el diagnóstico del grado de dinamismo actual de los casos investigados se basa en la búsqueda y valoración de los ejes principales del sistema industrial, que son los que definen las potencialidades y limitaciones de desarrollo y crecimiento de los espacios.

4.1. Los ejes del sistema.

A partir del análisis de la situación presente y pasada llevado a cabo en todos los estudios de caso, los principales temas prioritarios y ejes de la investigación de cara a la puesta en marcha de actuaciones de dinamización económica y desarrollo, son los siguientes:

- ➔ El papel de la cooperación de empresas y agentes.
- ➔ La interacción entre la economía local y la global.
- ➔ La combinación del saber hacer y la innovación.

ESTUDIOS DE CASO	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Almansa	Falta de mano de obra cualificada (aparado) Mayor relación con la Comunidad Valenciana que con C-LM	Densa red de la innovación y buenas conexiones Amplia cooperación entre agentes Abundantes empresas auxiliares Polígono industrial bien acondicionado Laboratorio de control de calidad Reciente gran Centro Tecnológico
	Fuerte competencia sectorial con Levante Competencia internacional en precios	Imagen consolidada de calidad Amplio mercado de venta
Sonseca	Falta de empresas auxiliares en general Falta de cooperación en algunos sectores Condiciones laborales precarias (textil) Falta de suelo industrial y centro tecnológico local	Diversificación sectorial Red de cooperación e innovación eficaz (mueble)
	Dependencia de distribuidores y comercializadores (mueble y género de punto)	Conexión con redes regionales (mueble) Iniciativas y proyectos de imagen y marca (mueble) Gran tradición e imagen histórica (textil-mazapán)
Valdepeñas	Tradicional imagen de baja calidad Falta de empresas auxiliares Dependencia de mano de obra estacional	Organismos consolidados de control de calidad Fuerte apuesta por la innovación de instalaciones y la promoción exterior
	Fuerte competencia en el sector a escala nacional e internacional	Larga tradición e imagen del territorio Creación de nuevas instituciones de apoyo
Villacañas	Excesiva monoespecialización (único producto) Falta de empresas auxiliares y servicios	Fuerte espíritu de cooperación empresarial local Agentes sociales con buenas iniciativas Abundante suelo (polígono) para crecer Asociación sectorial local muy sólida
	Ciertos conflictos laborales	Gran mercado de venta sin apenas competidores
Fuensalida	Excesivo protagonismo de los asociación Escasa exportación Microempresas auxiliares Falta de servicios empresariales	Experiencia en reconversión de producto Centro tecnológico local Buen funcionamiento de la asociación
	Fuerte competencia en el sector	Saber-hacer consolidado, imagen de marca Abundante mano de obra
La Sagra	Falta de cooperación empresarial Ausencia de empresas auxiliares Escasos servicios empresariales Ausencia de asociación empresarial local Inexistencia de centro tecnológico local	Abundante mano de obra Saber hacer consolidado
	Dependencia de Madrid (capital, empleo, proveedores)	Espacio periurbano Ventajas del "efecto frontera"
Montes de Toledo	Industrialización muy reciente Ausencia de polígonos industriales Falta de capitalización en las empresas Falta de cooperación empresarial Ausencia de empresas auxiliares Escasos servicios empresariales Ausencia de asociación empresarial local Inexistencia de centro tecnológico local	Fuerte arraigo de la economía social (cooperativas) Nula conflictividad laboral
	Fuerte competencia Escaso crecimiento demográfico (mano de obra)	Relativa proximidad a capital provincial
Campo de Montiel	Precarización de las condiciones laborales Dura y exigente subcontratación	Mano de obra abundante y barata Saber hacer consolidado en la población joven Asociación sectorial comarcal reciente
	Dependencia del capital exógeno Competencia en costes con otros países de mano de obra más barata: SE asiático, Europa del Este y Magreb Fuertes conflictos laborales Escaso crecimiento demográfico	Apoyo de programas europeos

Elaboración propia

Cuadro 34. Diagnóstico DAFO aplicado a los estudios de caso.

En este sentido, el diagnóstico se basa en la valoración de estos temas prioritarios conjuntos y de los puntos fuertes y débiles de cada caso, y se realiza a través de la aplicación del método D.A.F.O. presentado en la exposición de la metodología.

4.2. El diagnóstico DAFO: debilidades-amenazas, fortalezas-oportunidades.

El análisis de todos los estudios de caso y su integración en las diferentes tipologías de espacios se completa con la detección de los puntos positivos y negativos de cada medio de cara a la aplicación de medidas basadas en las *fortalezas* y *oportunidades*, con el fin de prevenir las *amenazas* y superar las *debilidades*. En el siguiente cuadro se exponen de forma esquemática todos estos elementos de diagnóstico final de cada caso.

En un primer análisis de partida, se pueden establecer dos grupos de casos, diferenciando entre los que tienen más fortalezas y oportunidades (Sonseca, Villacañas, Valdepeñas y Almansa) y los que presentan mayores debilidades y amenazas (Las Sagra, los Montes de Toledo y el Campo de Montiel), quedando Fuensalida en una situación intermedia.

El análisis detallado de estos elementos son la base para la selección de criterios de actuación y para la puesta en marcha de medidas de corrección o fomento de la innovación de cara al mayor desarrollo de cada territorio analizado. Las aportaciones para la política las analizaremos en el capítulo de conclusiones.

5. LA COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

El tratamiento e interpretación de los resultados de la investigación empírica llevada a cabo en los casos seleccionados, han servido para verificar las hipótesis planteadas al final del contexto teórico.

La comprobación de las hipótesis de la investigación se organiza partiendo de la hipótesis central, que a su vez se divide en una serie de subhipótesis referentes a cada una de las tres temáticas del contexto teórico. Así, partiendo de la reflexión en torno a los contenidos teóricos y de la constatación de que la globalización ha originado nuevas formas de organización y nuevas estrategias en el diverso y heterogéneo espacio rural actual, los resultados de la investigación empírica han verificado la siguiente idea:

Los sistemas productivos locales de las áreas rurales que se comportan como medios de innovación (incipientes o consolidados) son espacios dinámicos (generación de empleo, inversiones y establecimientos), que se pueden presentar como buenas alternativas de desarrollo rural, y como ejemplos explicativos (no como modelos) para las políticas de desarrollo rural basadas en la promoción de la industria a través del apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), del fomento de la cooperación local y de la formación de redes de innovación entre empresas y agentes (sociales e institucionales, públicos y privados, locales y supralocales) implicados en la actividad.

El problema será siempre la dificultad de reproducir estos espacios de éxito en otras áreas, debido al papel fundamental que desempeña el contexto socio-económico e histórico-cultural específico de cada territorio, en el que se combinan tanto aspectos materiales como intangibles. Además, se ha observado una correspondencia entre la mayor consolidación del medio innovador y un mayor dinamismo económico del espacio rural en el que se asienta.

Y dentro de esta tesis central, se integran tres subhipótesis referentes a cada una de las tres temáticas que hemos analizado:

- *La diversidad de procesos de industrialización existente en el mundo rural puede convertirse en un importante motor de desarrollo en los espacios no metropolitanos si se saben aprovechar las ventajas comparativas de la ruralidad y las peculiaridades específicas de cada territorio.*

Frente al olvido de la industria (a favor del turismo) de las principales iniciativas y programas de desarrollo rural de los últimos años, se ha verificado la importancia de la industria como actividad alternativa en el espacio rural, y por otro la relevancia de la industrialización endógena en el espacio rural, e incluso la correspondencia entre las áreas más dinámicas y las que se basan en capital, mano de obra y saber-hacer local fruto de un contexto territorial histórico, cultural, social y económico específico (el denominado “capital territorial”).

- *La cooperación local entre PYMES y agentes sociales e institucionales en el medio rural es una estrategia imprescindible para alcanzar el éxito en la actividad económica de los espacios rurales frente a la competencia mundial. La globalización está impulsando el desarrollo de redes de empresas y organizaciones como estrategia de supervivencia.*

Se ha podido observar que la cooperación entre empresas (sobre todo si son PYMES) es fundamental para poder ser competitivos y poder estar presentes en un mercado global de productos. Aquellos casos en los que existen acuerdos formales de cooperación (generalmente a través de las asociaciones empresariales o sectoriales), se corresponden con las empresas más integradas en la economía global (las que más exportan) y las más innovadoras.

- *La influencia del entorno local (de sus características materiales e inmateriales acumuladas a lo largo del tiempo) es determinante en la promoción y difusión de la innovación entre PYMES. Y a su vez la innovación en sentido amplio es un factor fundamental de competencia territorial para la economía rural en un contexto global.*

Los medios rurales analizados en los que existen redes de agentes sociales e institucionales consolidados en el territorio y conectadas con otras redes supralocales, y que ponen en marcha iniciativas de mejora de la imagen del territorio y de los productos que se fabrican, se corresponden con las áreas que acogen las empresas más dinámicas e innovadoras y en las que existen proyectos de innovación de gran envergadura. En todos estos casos, el territorio no es un simple escenario de la

actividad industrial, sino que ayuda a entender los procesos de industrialización y es la base para actuar.

Por tanto, si bien los estudios de caso presentados no se pueden considerar como modelos de cara a la política industrial y de desarrollo rural debido a la importancia de las características específicas de cada territorio, es evidente que sirven para explicar factores de éxito y para mostrar la importancia de fomentar los factores extra-económicos si se quiere dinamizar de forma sostenible y duradera el desarrollo territorial. En el siguiente capítulo sintetizaremos y analizaremos las enseñanzas que se pueden extraer como aportaciones para las políticas encargadas del desarrollo de los espacios rurales.

CAPÍTULO 19:

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN PARA EL DEBATE Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Una vez realizada la integración de los estudios de caso en el contexto teórico y de la haber llevado a cabo la comprobación de las hipótesis planteadas, podemos establecer las conclusiones de la investigación en cuatro ámbitos diferentes: el cumplimiento de los objetivos de partida, las aportaciones al debate teórico y los métodos de investigación, el establecimiento de propuestas de actuación de cara a la política industrial y de desarrollo territorial, y finalmente las líneas de trabajo abiertas para futuras investigaciones.

1. EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación teórica y empírica llevada a cabo ha permitido cumplir satisfactoriamente los objetivos planteados en un principio, agrupados en tres categorías: objetivos teóricos, metodológicos y aplicados o de utilidad.

En cuanto a los *objetivos teóricos*, se pueden dividir a su vez en tres bloques que se corresponden con la triple temática de la investigación:

- En el contexto del mundo rural, el objetivo cumplido ha sido doble: por un lado se ha delimitado la definición actual de espacio rural, y por otro se ha mostrado la importancia y revitalización de la industria rural como temática emergente en las políticas de desarrollo territorial y de desarrollo rural integrado.
- En el ámbito de la economía rural, se ha contribuido al avance de la revitalización actual de la teoría marshalliana de los distritos industriales en las políticas de desarrollo.
- Y en cuanto al desarrollo rural basado en la cooperación empresarial y la innovación, el objetivo ha sido la aplicación del concepto francés de medio innovador a la realidad española, y la verificación de la correspondencia entre medios de innovación consolidados con espacios dinámicos de éxito.

En cuanto a los *objetivos metodológicos*, se ha cumplido el objetivo de crear y aplicar una metodología de trabajo para el análisis de sistemas productivos locales y medios de innovación en el espacio rural. El método de trabajo ha integrado tanto el proceso de recogida de la información como su tratamiento e interpretación a través de modelos de representación de relaciones interempresariales y entre agentes, de forma que se ha podido llevar a cabo el análisis comparativo de los diferentes estudios de caso, y a su vez aportar la información necesaria para poder aplicar el modelo comparativo a otros estudios futuros o ya realizados en otras regiones.

Y finalmente, en cuanto a los *objetivos aplicados*, la aspiración máxima en todos

los análisis e interpretaciones ha sido aportar reflexiones para mejorar el futuro de la población rural. Se ha intentado contribuir al estudio de las claves que impulsan el desarrollo territorial en ciertos lugares (los nuevos espacios emergentes o ganadores en el contexto de capitalismo global) a través de la cooperación interempresarial y la formación de redes de innovación, así como al estudio de los principales obstáculos que frenan su difusión en otros, de cara a las políticas de desarrollo rural basadas en el fomento de la industria. En definitiva, el objetivo ha sido extraer enseñanzas para la política industrial y de desarrollo territorial en el espacio rural.

2. APORTACIONES AL DEBATE TEÓRICO Y LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Las principales conclusiones que se pueden extraer de esta investigación para el debate se organizan en cinco apartados, relacionados tanto con aspectos metodológicos como conceptuales y de utilidad, de cara a las aportaciones para la política industrial y de desarrollo territorial, y para las futuras investigaciones en torno a esta temática.

- **La importancia de la metodología cualitativa y el estudio de casos para el análisis de sistemas productivos locales y medios innovadores.**

La investigación llevada a cabo pone de manifiesto que los simples datos estadísticos sobre el dinamismo industrial de los territorios enmascaran situaciones muy diversas, con significados a veces contrapuestos desde la perspectiva del desarrollo local, que solamente se descubren cuando se analizan con técnicas cualitativas los flujos de información y las redes de empresas y de agentes sociales e institucionales detectados, implicados en la actividad industrial:

- A veces el crecimiento o dinamismo responde al trasvase de actividades maduras e intensivas en trabajo/energía hacia espacios periféricos, en busca de menores costes (laborales o de precio del suelo), surgiendo empresas locales o procedentes del exterior que compiten en precios y generan un empleo precario, sin que se haya formado un medio innovador.
- En otros casos, se constata el desarrollo de sistemas locales de empresas, que mantienen estrechas relaciones de mercado (clientes/proveedores) dentro de una organización productiva descentralizada y flexible, pero sin avanzar de forma significativa por el camino de la innovación y la cooperación.
- Únicamente en unos pocos casos, la existencia de un sistema productivo local se apoya en una red consolidada de agentes e informaciones, que constituyen un medio innovador.

Por otro lado, la investigación realizada confirma la importancia del estudio de casos como único medio de aproximarse a la comprensión de las razones que subyacen a la innovación en la empresa y en el territorio, coincidiendo totalmente con los criterios

utilizados en la *Guía Metodológica para el Análisis de las Necesidades Locales de Innovación* (propuesta por el grupo de trabajo *Rural Europe*, financiado por la Comisión Europea), a la vez que se cuestiona la validez de los resultados de los estudios generalizadores o de aquellos que se han basado únicamente en estadísticas y encuestas a las empresas, ignorando el contexto social e institucional. La incorporación de otras dimensiones poco exploradas en esta investigación (asociacionismo, cultura local, imagen del territorio, cohesión social,...) por alejarse demasiado de los objetivos geográficos, podrían ampliar la complejidad del análisis, vinculándolo a otras áreas de estudio extrageográficas (antropología, sociología, etc).

Sin embargo, de cara a las políticas industriales y de desarrollo local, es necesario apuntar que los estudios de caso con éxito no se pueden considerar como modelos puesto que, como la mayor parte de la bibliografía coincide en señalar, no son traspasables (es decir, que no se pueden injertar en otros territorios) debido al papel fundamental que desempeña en el proceso el contexto social, económico y cultural específico desde una perspectiva histórica.

- **La relativa relevancia de la tradición industrial para el dinamismo económico.**

Es evidente que el patrimonio acumulado en el territorio a lo largo de la Historia favorece la dinamización industrial porque conlleva unos recursos humanos que cuentan con un saber hacer técnico especializado (una cultura industrial), y se apoya en la experiencia a la hora de incorporar novedades, difundir ideas o reconvertir los productos fabricados. Pero la excesiva insistencia en este factor supone un cierto determinismo histórico que no se ha visto confirmado por la realidad observada:

- La tradición manufacturera no impidió la crisis de numerosas actividades y áreas productivas en esta región, cuando no fueron capaces de adaptarse al nuevo contexto inherente a cada una de las revoluciones industriales. Se ha observado rupturas en la trayectoria industrial seguidas del desarrollo de nuevas actividades que invalidan el significado del pasado artesanal.
- El éxito y la capacidad innovadora de las empresas no dependen en muchos casos de la mayor o menor antigüedad del proceso, sino que parece existir mayor relación con la formación de redes empresariales e institucionales de apoyo.
- En un período de 30 años la existencia de iniciativas puede generar suficientes externalidades como para propiciar ya un crecimiento acumulativo.

No obstante, en todos los casos investigados se ha podido comprobar que la industrialización surge y se consolida cuando convergen 4 tipos de condiciones favorables que requieren una cierta evolución temporal:

- Un contexto global marcado por una coyuntura expansiva, que suponga la ampliación de los mercados, reduzca las barreras de entrada y abra nuevas oportunidades.
- Suficientes recursos humanos y de capital en el área que puedan movilizarse.
- Iniciativas locales (individuales o colectivas) para materializar y poner en valor el potencial de recursos.
- Un movimiento progresivo de imitación y aprendizaje, con particular incidencia de los efectos multiplicadores de tipo *spin-off*, por los que trabajadores de empresas pioneras fundan las suyas propias.

- **Las variadas oportunidades y múltiples riesgos que genera la globalización para la industria rural.**

En todos los casos estudiados la industrialización tiene origen y características endógenas, vinculada a iniciativas empresariales y trabajadores locales, con una presencia muy escasa de empresas procedentes del exterior que operan en el área, o de empresas adquiridas por iniciativas y capital exógenos.

Sin embargo, una total comprensión de la evolución, tendencias y problemas actuales que experimenta esa industria local, exige un recurso constante a procesos estructurales y agentes externos, situación que se acentúa con la actual globalización económica:

- Como ya se ha señalado, el nacimiento de la industria se situó siempre en períodos de coyuntura expansiva y demanda creciente, o como resultado de la descentralización productiva llevada a cabo por las grandes empresas, que abandonan segmentos productivos de escaso valor.
- Su evolución ha estado sometida a oscilaciones relacionadas con las sucesivas fases de los ciclos económicos: el crecimiento del empleo en los últimos años se corresponde con una fase expansiva.
- La creciente competencia de los nuevos países industriales (sobre todo asiáticos) en el mercado interno (calzado y confección sobre todo) ha forzado una estrategia exportadora como respuesta: la necesidad de operar en mercados cada vez más abiertos modifica el contexto espacial de la PYME.
- La creciente dependencia de las grandes cadenas de distribución nacionales e internacionales (El Corte Inglés, Continente, Alcampo,...) es visible en todos los sectores y en la mayoría de las áreas. Los principales beneficios derivados de la vinculación a grandes firmas mayoristas son: el crecimiento rápido de las ventas y la seguridad en el cobro; la relativa estabilización de la demanda que permite la planificación/inversión a medio plazo; y la inducción de innovaciones en el control de calidad (exigencia de certificación).

Pero la excesiva dependencia externa presenta una serie de costes y riesgos para las empresas y los territorios:

- ➔ La venta de productos sin marca propia reduce el valor añadido de los productivos y obliga a competir en costes.
- ➔ Se produce una imposición frecuente de las materias primas, los componentes y las empresas de transporte.
- ➔ Cualquier cambio en la estrategia de los grandes distribuidores puede provocar la crisis y la necesidad de reconvertir segmentos enteros de producción.

- **El protagonismo de los agentes y la importancia de la cooperación local.**

La totalidad de los casos de cierto éxito se corresponden con historias industriales que tienen como origen empresarios pioneros o agentes promotores que, en su momento, posibilitaron el despegue industrial. Pero la consolidación actual del proceso exige un creciente esfuerzo de innovación que muchas PYMES no pueden afrontar de forma aislada, y de ahí la importancia que adquiere la cooperación de los agentes locales promotores de la innovación que generan un entorno favorable.

La inexistencia de tradición asociativa y de un tejido social articulado en las áreas estudiadas dificulta la colaboración directa entre empresas y otorga un protagonismo especial a las asociaciones e instituciones que realizan esa labor de intermediación, si bien su origen y funcionamiento es bastante reciente (posterior a 1970), salvo en el caso de los ayuntamientos, por lo que se encuentran en una fase de juventud. Las principales características que fundamentan su protagonismo son las siguientes:

- La variedad de tipos de agentes, tanto públicos y privados, como de ámbito local o supralocal, entre los que se establecen flujos de información y conexiones.
- Su presencia o ausencia es un buen indicador del desarrollo local, pues se comprueba que en los núcleos más dinámicos y consolidados con empresas estables su presencia es máxima, mientras que en las áreas más periféricas, con mayor presencia de microempresas y condiciones de precariedad, su presencia es mínima.
- Existen proyectos actuales de crear nuevas instituciones, apoyados por los criterios y la financiación de los proyectos europeos.

En definitiva, el máximo nivel de desarrollo supone la existencia de redes de cooperación entre algunos de estos agentes en proyectos comunes, más allá de la

actuación específica desarrollada por cada uno. El óptimo teórico supondría la presencia e interconexión de todos esos agentes, y el valor metodológico del modelo comparativo creado (modelo del diamante) es poder utilizarlo como herramienta para constatar las principales deficiencias y limitaciones locales para promover la innovación y articular el tejido empresarial y social. Si bien se pueden detectar vínculos tangibles entre instituciones y agentes, es más difícil detectar relaciones intangibles, por lo que como ya se ha señalado son fundamentales en este tipo de investigaciones las técnicas cualitativas de trabajo.

La cooperación favorece un sentimiento de identidad, un cierto orgullo local y una mayor capacidad de concertación, frente al simple individualismo competitivo. La investigación ha constado la creciente importancia concedida a los agentes locales para crear una imagen de marca de su territorio y de sus productos, que refuerce sus señas de identidad y su presencia activa en un contexto cada vez más globalizado. No obstante, la relevancia de ciertos agentes locales concretos (es el caso de algunas asociaciones empresariales) suscita el riesgo de crear instituciones colectivas por imitación, pero sin dotarlas de contenidos y recursos suficientes en algunos casos.

- La relevancia de la creación de redes institucionales para la superación de los obstáculos a la innovación.

Las PYMES, los sectores maduros, las regiones periféricas y las pequeñas ciudades o áreas rurales se enfrentan a especiales dificultades para la innovación, hasta el punto de haber sido marginadas en buena parte de los estudios realizados sobre las cuestiones relacionadas con la innovación, caracterizados por dar prioridad a las grandes empresas, a los sectores de alta tecnología y a las regiones metropolitanas.

La investigación realizada en pequeñas ciudades y núcleos rurales de Castilla-La Mancha ha permitido identificar algunos de los obstáculos principales a la formación de sistemas locales de empresas propicios a desarrollar innovaciones, relacionados con tres tipos de factores:

- En cuanto a los *factores de oferta*, relacionados con la estructura empresarial, se observan los siguientes obstáculos:
 - ➔ La escasa capitalización de numerosas empresas, que no encuentran canales de financiación adecuados y tienen dificultad para acceder a las ayudas públicas (escasa información, complejidad de la tramitación, retraso en el pago de la subvención,...).
 - ➔ La escasa formación de numerosos empresarios, con amplios conocimientos técnicos sobre el sector pero con una gestión poco profesionalizada, junto a una presencia limitada de cuadros técnicos, capaces de optimizar el rendimiento de la tecnología disponible. La necesidad de sumar las horas dedicadas a cursos a la larga jornada laboral en las fábricas, o cierto escepticismo sobre su utilidad inmediata, limitan el esfuerzo de formación.
-

- En relación con los *factores de demanda*, asociados a la situación de los mercados, se distinguen dos tipos de obstáculos:
 - ➔ La tradicional competencia en precios y la posibilidad de recurrir a trabajo precario/sumergido desincentiva el esfuerzo inversor y el riesgo asociados a la innovación.
 - ➔ El escaso control de los canales de distribución, monopolizados en ocasiones por grandes mayoristas que suelen incentivar la competencia en costes, o por pequeños distribuidores con frecuentes problemas de morosidad en los pagos.
- Y finalmente en cuanto a los *factores del entorno territorial*, se observan dos tipos de obstáculos a la innovación:
 - ➔ La limitación de las ayudas y subvenciones para la compra de maquinaria o asistencia a ferias allí donde no existen instituciones encargadas de ofrecer servicios empresariales de apoyo, muy importantes actualmente para fomentar la innovación en este tipo de territorios con déficits seculares de equipamientos públicos y privados.
 - ➔ La inhibición de algunos ayuntamientos que optan por no interferir en el funcionamiento de una economía de libre empresa, o que limitan esa intervención al plano urbanístico.

La investigación ha permitido constatar que la única forma de superar estos obstáculos es a través de la cooperación y la construcción de redes entre empresas y agentes sociales e institucionales, y que es precisamente la superación de estas limitaciones la clave para iniciar el camino del éxito.

- **La aparición de un nuevo contexto para las políticas de desarrollo.**

En definitiva, el estudio realizado ha puesto de manifiesto la aparición de un nuevo contexto para las políticas de desarrollo territorial basadas en la industria, cuyas ideas clave son las siguientes:

- *La importancia del territorio como factor de desarrollo.*

El territorio ya no puede ser considerado como un simple soporte estático de recursos genéricos, sino que debe presentarse como un generador activo de recursos estratégicos y de carácter específico.

- *La necesidad de generar ventajas competitivas frente al exterior.*

Como consecuencia de la globalización, el desarrollo como simple crecimiento económico ha dado paso a una idea de desarrollo basada en la generación de ventajas competitivas y sostenibles de cara al mercado global.

- *La relevancia de la innovación y la cooperación como motores de desarrollo.*

La necesaria incorporación constante de nuevas tecnologías en la industria, exige prestar una atención creciente a las cuestiones relacionadas con la difusión de la información y la creación de redes de flujos entre empresas e instituciones que faciliten la transferencia de conocimientos.

- *La necesidad de impulsar el desarrollo desde abajo.*

El mayor protagonismo a las administraciones locales y regionales permite un conocimiento más directo de la realidad socioeconómica y de las características endógenas, de los principales problemas de cada territorio, y de los recursos potenciales disponibles, y a su vez evita la duplicidad y contradicción en la aplicación de las actuaciones.

- *La importancia de los factores extraeconómicos para el dinamismo de la economía.*

La constatación de este hecho coloca a la idea de desarrollo integrado como único tipo de desarrollo que puede garantizar el éxito económico a largo plazo, al basarse en un contexto socio-cultural arraigado en el territorio.

- *La necesidad de concertación entre agentes públicos y privados.*

Finalmente, es fundamental conseguir crear un contexto social, cultural e institucional permeable a la innovación y proclive a la cooperación para lograr el éxito de las actuaciones públicas, creando previamente para ello una conciencia de identidad territorial, local y de actuación colectiva.

3. ALGUNAS PROPUESTAS PARA LAS POLÍTICAS INDUSTRIAL Y DE DESARROLLO.

Como hemos visto, el desarrollo y dinamismo de los espacios rurales industriales actuales pasa necesariamente por la cooperación interempresarial y por la formación de redes de innovación entre múltiples agentes sociales e institucionales arraigados en el entorno territorial. Como consecuencia, las nuevas políticas de desarrollo rural integrado

puestas en marcha se mueven en esta línea, y la investigación llevada a cabo permite aportar las siguientes propuestas generales y específica para la política industrial y territorial en el espacio rural de la región:

- **La ampliación territorial de las estrategias económicas de actuación general en la región.**

El estudio llevado a cabo ha permitido afirmar la idoneidad de ciertas medidas y acciones puestas ya en práctica en la región, si bien se ha detectado que su aplicación no es homogénea desde el punto de vista territorial ni empresarial.

- Las Agencias de Desarrollo Local (ADLs) y los Centros Locales de Innovación y Promoción Económica (CLIPES), integradas en redes como CEDERCAM o INNOVARED con el objetivo del desarrollo integral del territorio, se han convertido, en aquellos municipios en los que existen y tienen una función activa (Almansa, Sonseca, La Solana), en agentes intermediarios importantes entre las empresas, los trabajadores y las administraciones locales y regionales. La creación y el fomento de estas instituciones se presenta como una medida relevante de cara al desarrollo territorial.
- Los Centros Tecnológicos cumplen una función estratégica fundamental de cara a la innovación empresarial en aquellos ámbitos en los que se ha conseguido crear una cierta conciencia de mejora constante de la calidad (Almansa, Villacañas, Fuensalida, Sonseca). Sin embargo, se han detectado dos problemas o necesidades de gran importancia:
 - ➔ La necesidad de crear unidades técnicas o laboratorios locales en todos los municipios en los que existe una cierta concentración o especialización industrial, con el fin de crear en el entorno una cultura de la innovación. Se ha podido observar que algunos de los casos más dinámicos (Almansa, Fuensalida) basan precisamente su dinamismo en la creación de sus propios centros tecnológicos locales.
 - ➔ La necesidad de adaptar los precios de los servicios ofrecidos a las pequeñas empresas, subvencionando incluso totalmente en un principio su utilización hasta generar una cierta “cultura del control de calidad”.
- Los Pactos Locales de Empleo, basados en la concertación entre agentes sociales para promover proyectos generadores de puestos de trabajo a través de la colaboración con el INEM y FORCEM, muestran una gran difusión y utilidad entre las empresas. En la mayoría de los casos analizados, tanto empresarios como trabajadores han realizado cursos gratuitos de formación tanto para conseguir un empleo como para mejorar la efectividad de las tareas realizadas, que en general

han sido organizados y gestionados por las asociaciones empresariales. Su progresiva especialización sectorial sería una buena orientación a seguir.

- El fomento y creación de módulos educativos locales de Formación Profesional y Empleo especializado adaptados a la actividad industrial predominante en la zona (enología en Valdepeñas y calzado en Almansa), es una medida de gran importancia de cara a la falta de mano de obra especializada mencionada en muchos de los casos analizados.
- El apoyo a los proyectos empresariales innovadores (Centro Tecnológico del Calzado de Almansa, central térmica de aprovechamiento del serrín en Villacañas, etiqueta de marca del mueble de Sonseca, creación de una asociación sectorial de la confección en La Solana,...) mediante la creación de redes de cooperación y la financiación de iniciativas, es fundamental tanto para el desarrollo industrial como territorial. El fomento de proyectos supone tanto una innovación tecnológica como social, al reforzar la cooperación y colaboración entre diferentes agentes sociales e institucionales además de las infraestructuras tecnológicas y de gestión empresarial.
- Finalmente, el relevante papel desempeñado por las asociaciones sectoriales locales existentes (AEMSYC, AFAP, ASPROFA,...) como agentes de cooperación e innovación, pone de manifiesto la absoluta necesidad de apoyarlas y consolidarlas, y de fomentar su creación como una medida prioritaria en aquellos ámbitos en los que no existen (La Sagra, Montes de Toledo, La Solana). Asimismo, la importante tarea desempeñada por las federaciones empresariales de ámbito provincial o regional (FECMES, FEDETO,...) refleja igualmente la necesidad de apoyar su protagonismo en todos los ámbitos.

Pero estas consideraciones generales siempre deben ser completadas con propuestas específicas adaptadas a cada caso, basadas en la investigación empírica llevada a cabo y el diagnóstico final presentado.

- **La aplicación de medidas específicas de actuación en cada territorio.**

Los resultados y el diagnóstico final de los estudios de caso analizados permiten concretar las medidas de las políticas industrial y de desarrollo rural ya puestas en marcha con algunas propuestas más específicas en función de cada caso, dentro de un planteamiento general que insiste en la necesidad de llevar a cabo una ayuda conjunta a las empresas y a su entorno territorial. Las propuestas se dividen en dos grandes bloques: actuaciones de apoyo a la iniciativa empresarial y al desarrollo de la PYME industrial, y actuaciones de apoyo a la creación de redes y el fomento de la cooperación.

→ *Propuestas de apoyo a la iniciativa empresarial y al desarrollo de la PYME industrial:*

Conclusiones: debate teórico y aportaciones para las políticas

- La financiación selectiva de proyectos, facilitando avales o concierto con entidades financieras para subsidiar intereses.
- La formación técnica y empresarial de empresarios y trabajadores, con mayor atención a las demandas locales específicas frente a cursos genéricos.
- La creación de redes de información y asesoramiento sobre mercados, competidores, tecnologías disponibles o ayudas públicas.
- La creación de ventanillas locales para la tramitación administrativa de las ayudas y subvenciones disponibles.
- La creación de suelo industrial bien acondicionado, así como la construcción de incubadoras o viveros de empresas en áreas industriales de cierto dinamismo, con posibilidades de que surjan nuevas iniciativas.
- La apertura de mercados de exportación, incluyendo tanto la formación del empresario en comercio exterior como el apoyo y asesoramiento financiero y humano.
- El fomento a la creación de empresas auxiliares a las actividades industriales especializadas de cada ámbito, con el fin de reducir la dependencia externa y de fomentar la formación de distritos industriales.

→ *Propuestas de apoyo a la creación de redes y el fomento de la cooperación entre empresas y agentes locales:*

- La realización de estudios para identificar recursos y necesidades locales de innovación. Creación de observatorios locales sobre economía, empleo e innovación en los principales centros comarcales.
- El apoyo al asociacionismo en sus diversas manifestaciones, con especial atención a la creación y desarrollo de asociaciones empresariales, financiando proyectos que fomenten la cooperación y permitan abrir nuevas vías para la distribución: compras comunes a proveedores, asistencia a ferias y exposiciones, realización de ferias locales, publicidad conjunta, promoción exterior, estudios de mercado, creación de marcas y denominaciones de origen, encuentros empresariales, etc.
- El estímulo a las actividades de los Centros Tecnológicos existentes, potenciando la demanda de las empresas y las investigaciones específicas de cada producto.
- La promoción de las ciudades medias, cabeceras comarcales y sistemas locales dinámicos, donde exista un umbral mínimo de demanda para concentrar

servicios empresariales, afrontando así la debilidad estructural del sistema urbano regional.

- La mejora de la conexión de las empresas castellano-manchegas a programas de innovación promovidos por la Administración Central o la Unión Europea, tanto de innovación sectorial como transversal.

Adaptando el cuadro presentado en el contexto teórico sobre actuaciones prioritarias para la promoción de la industria según tipos de áreas, elaborado por Ferrão (1992), a continuación se presentan como ejemplos de medidas específicas de actuación las propuestas para los casos estudiados (en el cuadro se ha eliminado las áreas de industrialización escasa o nula por no ajustarse a ninguno de los casos analizados).

En definitiva, los estudios sobre sistemas productivos locales de pequeña empresa y su mayor o menor capacidad para comportarse como medios innovadores, estructurados por redes tangibles e intangibles de cooperación, pueden resultar una línea de investigación de interés teórico y operativo en los próximos años, particularmente en aquellos territorios que se enfrentan al reto de tener que buscar estrategias activas para promover el desarrollo regional y local.

Pero además, a continuación presentamos una serie de líneas de investigación colaterales abiertas a partir del presente estudio llevado a cabo, cuyo objetivo es indicar los caminos a seguir y ampliar para poder ajustar lo más posible las propuestas de actuación, reduciendo al mínimo las incertidumbres creadas a torno a la aplicación de medidas y actuaciones de desarrollo basadas únicamente en ideas teóricas y generales.

4. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ABIERTAS.

Como conclusión final podemos añadir que el estudio llevado a cabo a través de un muestreo de SPL y MI ha permitido detectar una serie de líneas de trabajo que se abren a partir de la temática analizada, y que pueden marcar el rumbo de las investigaciones futuras en este campo centradas en otros territorios.

- El papel de los agentes sociales e institucionales en el dinamismo económico.

En todos los casos analizados se ha destacado el papel de los agentes sociales e institucionales, tanto privados como públicos, en la dinamización de la economía en general, y de la actividad industrial en particular. Por tanto, la investigación en torno a su función y al proceso a través del cual se convierten en factores clave de la innovación parece ser una línea de trabajo que requiere ser ampliada desde una aproximación tanto geográfica (diferencias regionales) como política y sociológica (tipos de agentes, sociales o institucionales, privados o públicos).

Tipo de áreas según proceso de industrialización y grado del medio innovador		Actuaciones prioritarias	Valorizar		Apoyar	
			oferta	demanda	empresas	medio
Industrialización media no integrada <i>Ausencia de redes</i>	Sin intervención exógena <i>Montes de Toledo</i>	Innovación transversal Mejora en gestión empresarial Tecnologías y servicios de apoyo poco especializados (difusión de información, consultoría)	X	X	Capitalización Créditos Suelo industrial	Fomentar la cooperación Creación de una asociación empresarial local
	Con influencia exógena <i>La Sagra Campo de Montiel</i>	Reducción de la dependencia respecto a Madrid	X	X	Búsqueda de nuevos mercados	Implantar un laboratorio tecnológico local Servicios empresariales locales
Industrialización densa e integrada (economías de escala) <i>Existencia de redes</i>	Diversificación sectorial <i>Sonseca</i>	Innovación vertical Servicios estratégicos	X	X	Fomento a la creación de empresas auxiliares	Fomentar imagen marca mueble Creación de asociaciones locales del textil y el mazapán Laboratorios Tecnológicos locales
	Especialización productiva <i>Villacañas Fuensalida</i>	Exportación		X		Apoyo a la apertura de mercados exteriores
Industria integrada en aglomeración media, (especialización productiva, centralidad) <i>Redes consolidadas</i>	<i>Almansa Valdepeñas</i>	I+D		X	Apoyo a los proyectos innovadores de tecnología y control de calidad	

Fuente: adaptado de Ferrão, 1992, p. 41.

Cuadro 35. Propuesta de actuaciones específicas prioritarias en los casos de estudio.

- **La función de las asociaciones sectoriales y empresariales.**

El papel de las asociaciones de empresarios e industrias, tanto a escala local como regional o nacional, convertidas en agentes fundamentales de la generación, promoción y difusión de iniciativas e innovaciones, precisa investigaciones detalladas a escala sectorial o regional, que permitan comparaciones de cara a propuestas de actuación en este sentido.

- **La importancia del fomento de los centros tecnológicos como instrumentos de apoyo a la innovación.**

La desigual aportación detectada de los centros tecnológicos analizados requiere un estudio detallado de su importancia tanto a escala sectorial como regional y nacional, con el objetivo de subsanar las deficiencias y de mejorar su rendimiento y apoyo a la innovación en las PYMES que no se pueden permitir tener departamentos propios de I+D. Es necesaria tanto la promoción de la oferta tecnológica como de la demanda empresarial.

- **Las Agencias de Desarrollo Local y la industria.**

La reciente puesta en funcionamiento de agencias de desarrollo financiadas con fondos europeos abre una importante línea de investigación en torno a sus funciones, evolución e impacto territorial, con vistas a poder aportar información sobre su eficacia y poder trasladar la experiencia a otros espacios.

- **El proceso de formación de las redes de cooperación.**

La importancia de las redes de agentes y empresas en la dinamización económica las convierte en un elemento clave de las políticas de desarrollo, sobre el que parece fundamental indagar en torno a su génesis, los factores que impulsan su creación, las claves de la confianza entre sus miembros integrantes, los procesos de materialización de iniciativas y proyectos, etc.

- **El proceso de aplicación de innovaciones en la actividad industrial y empresarial.**

La relevancia de la introducción de innovaciones en la industria como estrategia actual necesaria de supervivencia, hace imprescindible llevar a cabo investigaciones en torno a todas las fases del proceso innovador, desde el contexto en el que surgen las ideas, su difusión, seguimiento, aplicación y posibles consecuencias. El éxito o fracaso de la

aplicación de una innovación para rentabilizar la economía depende de un contexto socio-cultural cuyo análisis está más próximo a la sociología que a la economía. Es necesario diseñar y aplicar políticas regionales de innovación con respuestas más flexibles a la realidad de estos territorios.

- **Las relaciones entre las diferentes instituciones implicadas en la actividad industrial.**

La coordinación entre las diferentes instituciones que influyen en la actividad industrial dentro de un territorio es tan fundamental para que las actuaciones y medidas de apoyo tengan éxito, que el análisis de las relaciones y competencias se convierte actualmente en un tema de investigación ineludible. La superposición de programas y las medidas a veces contradictorias puestas en marcha tiene con frecuencia consecuencias catastróficas difíciles de subsanar.

- **La necesidad de realizar estudios sectoriales sobre esta temática.**

Paralelamente a la necesaria continuación de la investigación en estudios de caso, parece interesante llevar a cabo estudios sectoriales que analicen las peculiaridades y problemas concretos de cada rama de actividad industrial en relación con su dinamismo y con la existencia de redes de innovación, redes de agentes, instituciones específicas de apoyo, etc. Cada sector industrial presenta unas características propias que precisan medidas específicas de apoyo.

En definitiva, la temática de la investigación llevada a cabo permite ampliaciones en múltiples direcciones, implicando no solamente a la disciplina geográfica, sino también a otras disciplinas relacionadas como son la Sociología, la Economía, la Política, la Psicología, la Antropología, etc. Nos encontramos, por tanto, ante un ejemplo claro de investigación que se presta a la multidisciplinariedad, y es precisamente en este ámbito en el que deben elaborarse las políticas de desarrollo territorial. La función del geógrafo en este contexto es la de coordinador e integrador de resultados parciales (económicos, sociológicos, culturales, etc.), alcanzando una interpretación global e integral del territorio analizado, como se ha pretendido conseguir con la investigación que aquí hemos presentado.

BIBLIOGRAFÍA

- Orden alfabético de autores
- Temática
- Regional
- Específica de los estudios de caso
- Direcciones de Internet

BIBLIOGRAFÍA POR ORDEN ALFABÉTICO DE AUTORES

Incluye toda la bibliografía consultada y citada, organizada alfabéticamente por autores:

A

AIDIMA (1991): Estudio del nivel técnico-económico del sector del mueble en España, Valencia.

AMIN, A. Y ROBINS, K. (1991): "Distritos industriales y desarrollo regional", en *Sociología del Trabajo*, Madrid.

AMIN, A. y THRIFT, N. (1992): "Neo-marshallian nodes in global networks", en *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 16, nº 4, diciembre, pp. 571-587.

AMIN, A. y THRIFT N. (1996): Globalization, institutions and regional development in Europe, Oxford University Press.

ALONSO, J.L. y MÉNDEZ, R. coords. (2000): Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España, Cívitas, Madrid.

ASÍN VERGARA, coord. (1999): El nacimiento de una región. Castilla-La Mancha 1975-1995, Celeste, Biblioteca Añil, Madrid.

AYDALOT, P. (1986): Milieux innovateurs en Europe, GREMI I, París.

B

BAGNASCO, A. y SABEL, Ch. (1994): PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte.

BAGNASCO, A.: "Introduction. Un retour inattendu et controversé", en BAGNASCO, A. y SABEL, Ch. (1994): PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte, pp. 9-19.

BALLESTEROS PECES, M. (1994): Memorias y curiosidades de la Historia de Sonseca, Diputación de Toledo y Ayuntamiento de Sonseca.

BEAUD, M. (1994): L'art de la thèse, Editions La Découverte, París.

BECATTINI, G. (1987): Mercato e forze locali: il distretto industriale, Il Mulino, Bolonia.

Bibliografía utilizada en la investigación

- BECATTINI, G. (1994): "El distrito marshalliano: una noción socioeconómica", en BENKO, G. y LIPIETZ, A. coords. : Las regiones que ganan, Alfonso el Magnánimo, Valencia, pp. 39-58.
- BENKO, G. y LIPIETZ, A., eds. (1994): Las regiones que ganan. Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica, Ediciones Alfonso el Magnánimo, Valencia.
- BERGER, A. y ROUZIER, J. (1995): "L'espace rural élargissement conceptuel et orientation méthodologique", en *Economie Rurale*, nº 229, París, pp. 3-10.
- BES, M.P. (1993): "Du partage des informations au sein des systèmes locaux d'innovation", en *RERU*, nº 3, pp. 565-577.
- BLANC, M. (1997): "La ruralité: diversité des approches", en *Economie Rurale*, nº 242, noviembre-diciembre 1997, pp. 5-12.
- BONTRON, J.C. y CABANIS, S. (1993): Essai de typologie socio-économique des cantons français, SEGESA, DATAR, París.
- BOSQUE MAUREL, J. y MÉNDEZ, R. (1995): Cambio industrial y desarrollo regional en España, Oikos-Tau, Barcelona.
- BRISOT, P., dir. (1993): "Les entreprises en zones rurales", en HERVIEU, B.: L'aménagement de l'espace rural, tomo II, La Documentation française, pp. 593-666.
- BRYDEN, J. (1998): "Nuevas perspectivas para la Europa rural: Tendencias globales y respuestas locales", en *Magazine en Internet del Observatorio Europeo*, nº 18, AEIDL.
- BRYDEN, J. (2000): "Declive? ¿Qué declive?: El renacimiento demográfico ya se percibe en muchos territorios rurales", en *Magazine en Internet del Observatorio Europeo*, nº 22, AEIDL..
- BRUN, A. (1989): "Industrie et milieu rural" y "Les espaces ruraux français", en Le Grand Atlas de la France rurale, INRA, SCEES, Editions Jean-Pierre de Monza, pp. 70-71, 450-451.
- BRUSCO, S.: "La leçon des districts et la nouvelle politique industrielle des régions", en BAGNASCO, A. y SABEL, Ch. (1994): PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte, pp. 69-86.

C

- CALATRAVA, A. y MELERO, A. (1999): "La Política de Desarrollo Rural Integrado en la Unión Europea: viejos enfoques y nuevas tendencias", en *Estudios Geográficos*, tomo LX, nº 237, oct.-dic.
- CAMISÓN, C., GIL, M.T. Y MARTÍNEZ, M.T. (1997): "La empresa española del mueble: internalización y definición de ámbito estratégico", en *Información Comercial Española*, nº 761, pp. 81-99.
- CANTO, C. (2000): "Nuevos conceptos y nuevos indicadores de competitividad territorial para las áreas rurales", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 20, pp. 69-84.
- CANTO, C., CARRERA, M.C., GARCÍA, J.A. y GIL QUINDÓS, J.-M^a. (1996): "Innovación tecnológica en la industria de la confección en la comarca de Talavera de la Reina (Toledo)" en CANTO y CASABIANCA, coords.: Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid, pp. 45-77.
- CANTO, C. y CASABIANCA, F. (1996): Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid.
- CARAVACA, I. (1998): "Los nuevos espacios emergentes", en *Revista de Estudios Regionales*, nº 50, pp. 39-80.

Bibliografía utilizada en la investigación

CARAVACA, I, et al (2000): Metodología para la diagnosos y el análisis de los sistemas productivos locales y medios innovadores en Andalucía, Sevilla, Instituto de Estadística de Andalucía.

CARAVACA, I. (2001): "Los nuevos espacios emergentes", en *Actas del XV Congreso de Geógrafos Españoles*, celebrado en Santiago de Compostela en 1997, pp. 293-326.

CARMAGNANI, M. y GORDILLO DE ANDA, G. coords. (2000): Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo, Fideicomiso Historia de las Américas, Serie Ensayos, Fondo de Cultura Económica, México.

CARRERA SÁNCHEZ, M.C. (1995): "Dinamismo reciente de una región periférica en el sistema industrial español: Castilla- La Mancha" en MENDEZ, R y BOSQUE, J., edits.: Cambio industrial y desarrollo regional en España, Barcelona. Oikos-Tau, pp. 477-503.

CASTELLS, M. (1997): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red, Alianza, Madrid.

CASTILLO, J.J. (1994): "Distritos y detritos industriales. La nueva organización productiva en España", en *Revista EURE*, vol. XX, nº 60, pp. 25-42, Santiago de Chile.

CASTILLO, J.J. (1994): "Entre l'Etat dérégulateur et les réseaux régionaux: districts industriels en Espagne", en BAGNASCO, A. y SABEL, Ch., coords.: PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte, pp. 87-97.

CAVAILHES, J. y JAYET, H. (1996): "Analyser les espaces ruraux: trois clés de lecture", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces Ruraux", pp. 187-198.

CEAM (1987): Áreas rurales españolas con capacidad de industrialización endógena, ITUR, Madrid.

CELADA, F. y MÉNDEZ, R. (1994): "Difusión metropolitana de la industria y efecto frontera en la Comunidad de Madrid", en *Economía y Sociedad*, nº 11, pp. 197-218.

CEÑA DELGADO, F. (1992): "Transformaciones del mundo rural y políticas agrarias", en *Revista de Estudios Agrosociales*, nº 162, pp. 11-35.

CEÑA DELGADO, F. (1994): "Planteamientos económicos del desarrollo rural: perspectiva histórica", en *Revista de Estudios Agrosociales*, nº 169.

CLIMENT, E. (1997): "Sistemas productivos locales y distritos industriales: el caso de España", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 24, pp. 91-106.

CNRS (1988): "Les études rurals sont-elles en crise?", en *Bulletin de l'ARF*, nº especial.

COLLETIS, G., COURLET, C., PECQUEUR, B. y WINTERHALTER, F. (1990): Les systèmes industriels localisés en Europe, IREPD, Grenoble. [Annexe: Monographies nationales: L'exemple français, L'exemple italien, L'exemple allemand].

COLLETIS, G., y PECQUEUR, B.(1993): "Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes: vers de nouvelles rencontres productives ?", en *RERU*, nº 3, especial "Economie de proximités", pp. 489-508.

CONFEMADERA (1997): Situación económica del sector de la madera. [Inédito].

CORNISH, S.L. (1997): "Product innovation and the spatial dynamics of market intelligence: Does proximity it markets matter?", en *Economic Geography*, vol. 73, pp. 143-165.

COSTA CAMPÍ, M.T., dir (1992): Cooperación entre empresas y sistemas productivos locales en España, Ministerio de Industria, Madrid.

Bibliografía utilizada en la investigación

COSTA CAMPÍ, M.T. y VILADECANS-MARSAL, E. (1999): "The district effect and the competitiveness of manufacturing companies in local productive systems", en *Urban Studies*, vol. 36, nº 12, pp. 2085-2098.

COURLET, C. (1994): "Les systèmes productifs localisés. De quoi parle-t-on?", en COURLET, C. y SOULAGE: Industrie, territoires et politiques publiques, Éditions l'Harmattan, Paris.

COURLET, C. (2001): "Les systèmes productifs locaux: de la définition au modèle", en DATAR: Réseaux d'entreprises et territoires, La Documentation Française, pp. 17-61.

COURLET, C. y GAROFOLI, G. (1999): "Les districts industriels face à la mondialisation. Le cas français et italien", en SAILLARD, Y., coord.: Globalisation, spécificités et autonomie. Approches économiques, Octares Éditions, Toulouse, pp. 135-148.

COURLET, C. y PECQUEUR, B. (1991): "Systèmes locaux d'entreprises et externalités: un essai de typologie", en *RERU*, nº 3/4, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation", pp. 391-406.

COURLET, C. y PECQUEUR, B. (1994): "Sistemas industriales locales en Francia: un modelo de desarrollo", en BENKO y LIPIETZ: Las regiones que ganan, pp. 81-101.

CUADRADO ROURA, J.-R. y MANCHA, T. (1993): "Réseaux d'innovation dans un espace complexe et ouvert: le cas de Madrid", en MAILLAT, D., QUEVIT, M. y SENN, L., edits.: Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III, EDES, Neuchâtel, pp. 305-322.

D

DATAR (2001): Réseaux d'entreprises et territoires. Regards sur les systèmes productifs locaux, La Documentation Française, Paris.

DE BANDT, J., dir. (1985): Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica.

DE BANDT, J. (1985): "Introduction. Les politiques industrielles en question", en DE BANDT, J., dir.: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 7-25.

DE BERNARDY, M. y THIVIN, S. (1993): "Coopérations dans les milieux innovateurs: du réseau étoile au sociogramme préférentiel", en MAILLAT, D., QUEVIT, M. y SENN, L., edits.: Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III, EDES, Neuchâtel, pp. 73-100.

DEL CANTO, C. (2000): "Nuevos conceptos y nuevos indicadores de competitividad territorial para las áreas rurales", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 20, pp. 69-84.

DEL CANTO, C., CARRERA, M.C., GARCÍA, J.A. y GIL QUINDÓS, J.M. (1996): "Innovación tecnológica en la industria de la confección en la comarca de Talavera de la Reina (Toledo)" en DEL CANTO y CASABIANCA, coords.: Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid, pp. 45-77.

DEL CANTO, C. y CASABIANCA, F. (1996): Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid.

DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J., coords. (1995): Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Síntesis, Madrid.

DI MEO, G. (1992): Système industriel localisé et développement économique, CRISSA, IRSAM, UPPA.

E

EDGINGTON, D.W. (1999): "Firms, governments and innovation in the Chukyo region of Japan", en *Urban Studies*, vol. 36, nº 2, pp. 305-339.

ESTÉBANEZ, J. (1988): "Los espacios rurales" en PUYOL, ESTÉBANEZ y MÉNDEZ: Geografía Humana, Cátedra, Madrid.

EXCEL (1993): Cooperación entre empresas y sistemas productivos locales, Ministerio de Industria, Madrid.

F

FECMES (1998): "Muebles con denominación de origen", en *Revista Esencia*, nº 5, pp. 20-21.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Madera.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Puertas.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Textil.

FECMES (1999): "Kilovatios de serrín", en *Revista Esencia*, nº 13, sept.-oct., pp. 16-17.

FERRÃO, J. (1992): Serviços e inovação. Novos caminhos para o desenvolvimento regional, Oeiras, Celta Editora.

FERRER, M. y CALVO, J.J. (1994): Declive demográfico, cambio urbano y crisis rural, EUNSA, Pamplona.

FORAY, D. y GARROUSTE, P. (1985): "Concept d'industrie et critères de politique industrie", en DE BANDT, J., dir.: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 51-65.

FURIÓ, E. (1996): "Desarrollo territorial y procesos de innovación: los 'milieux innovateurs' ", en *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, vol. XXVIII, nº 110, pp. 639-649.

G

GANNE, B. (1991): "Les approches du local et des systèmes industriels locaux", en *Sociologie du Travail*, nº 4, pp. 545-565.

GANNE, B. (1992): "Pour une économie politique des systèmes industriels locaux: réflexions à partir du cas français", en Industrie et territoire: les systèmes productifs localisés, Grenoble, 21-22 octobre.

GANNE, B. (1993): "L'industrialisation et la reprise des PME", en KAYSER, B.: Naissance de nouvelles campagnes, Editions de l'Aube, pp. 105-118.

GANNE, B. (1994): "Les PME dans le système français: heurts et malheurs et mode de gouvernance", en BAGNASCO, A. y SABEL, Ch.: PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte, pp. 137-158.

GANNE, B. y BERTRAND, N. (1996): "PME et milieu rural: changer les problématiques", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces ruraux", pp. 283-306.

GARCÍA BALLESTEROS, A., coord. (1998): Métodos y técnicas cualitativas en geografía social. Oikos-Tau, Barcelona.

Bibliografía utilizada en la investigación

GARCÍA FERRANDO, M. (1986): "La encuesta" en GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. Y ALVIRA, F.: El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación, Alianza Universidad.

GARCÍA MARTÍNEZ, C. y ROMERO SÁNCHEZ, C. (1996). Las transformaciones de la industria en la provincia de Albacete dentro del contexto de la reestructuración económica española, Instituto de Estudios Albacetenses de la Excma. Diputación de Albacete, serie I, Estudios, nº 90, Albacete.

GARCÍA MARTÍNEZ, F.J. (1990): "La industria del calzado en Almansa: de los orígenes a la economía sumergida", en *Cuadernos de Estudios Locales*, nº 9.

GARCÍA SANZ, B.(1996): La sociedad rural ante el siglo XXI, MAPA, Serie Estudios nº 125.

GAROFOLI, G. (1986): "Áreas de especialización productiva y pequeña empresa en Europa", en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, nº 8-9, pp. 143-172.

GAROFOLI, G. (1994): "Los sistemas de pequeñas empresas: un caso paradigmático de desarrollo endógeno" en BENKO, G. y LIPIETZ, A.: Las regiones que ganan, Ediciones Alfonso el Magnánimo, Valencia, pp. 59-80.

GIL QUINDÓS et al (1994): "Los procesos de industrialización en áreas rurales: La Mesa de Ocaña (Toledo)", en *Ciudad y Territorio. Estudios Territorios*, nº 102.

GILLY, J.P. y GROSSETTI, M. (1993): "Organisation, individus et territoires. Le cas des systèmes locaux d'innovation", en *RERU*, nº 3, pp.449-468.

GONZÁLEZ ROMERO, G. (2001): "Sistemas productivos locales y política de innovación en Andalucía", en *Actas de las VIII Jornadas de Geografía Industrial*, Zaragoza, 17-19 de septiembre de 2001, Universidad de Zaragoza.

GONZÁLEZ, M.J. y GARCÍA PALOMARES, J.C. (1998): "Fuentes documentales sobre Desarrollo Local", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 337-353.

GREFFE, X. (1996): "Politiques d'aménagement du territoire et espaces ruraux", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces ruraux", pp. 397-406.

GUILHON, B. (1985): "Problématique de la politique industrielle: quelques réflexions", en DE BANDT, J., dir.: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 135-146.

GUMUCHIAN, H. y MAROIS, C. (2000): Initiation à la recherche en géographie, Anthropos, Ed. Economica, Montreal.

H

HARRISON, B., KELLEY, M.R. y GANT, J. (1996): "Innovative firm behavior and local milieu: exploring the intersection of agglomeration, firm effects and technological change", en *Economic Geography*, vol. 72, Clark University, pp. 233-258.

HENRY, N. (1992): "The new industrial spaces: locational logic of a new production era?", en *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 16, nº 3, septiembre, Blackwell Publishers, pp. 375-396.

HERRERO PRIETO, L.C. y PEDROSA SANZ, R. (1997): "Localización industrial y sistema de ciudades en las regiones interiores de España", en *Información Comercial Española*, nº 762, mayo, Ministerio de Economía y Hacienda.

HOUSSEL, J.P. (1985): De la industria rural a la economía sumergida, Institución Alfonso el Magnánimo, Valencia.

Bibliografía utilizada en la investigación

HOUSSEL, J.P. (1990): "L'innovation industrielle dans les milieux ruraux", en *Paysans*, nº 198, especial "Redéploiement industriel et réaménagement rural", pp. 16-38.

HSAINI, A. (2000): "Le dépassement des économies d'agglomération comme seules sources explicatives de l'efficacité des systèmes de production territorialisés", en *RERU*, nº 2, pp. 215-242.

I

IMPI (1991): Directorio Industrial de Castilla-La Mancha, Barcelona.

IMPI (1993): Experiencias de cooperación a escala local (EXCEL). Cooperación entre empresas y sistemas productivos locales, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

INRA (1994): Villes et campagnes, vers de nouveaux équilibres, Sciences Sociales, nº 2-3.

ITUR (1987): Áreas rurales con capacidad de desarrollo endógeno, Madrid.

J

JOHNSTON, R.J. (2000): Diccionario de Geografía Humana, Madrid, Akal.

K

KAYSER, B. (1987): "Le regard des géographes sur l'espace rural: les sociétés rurales", en *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tomo 58, nº 4, Toulouse, pp. 303-314.

KAYSER, B. (1989): Les Sciences Sociales face au Monde Rural, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.

KAYSER, B. (1990a): La renaissance rurale, Armand Colin, París.

KAYSER, B. (1990b): "Le nouveau système des relations villes-campagnes", en Geographie, entre espace et développement, Preses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 51-57.

KAYSER, B. (1990c): "L'espace non métropolisé du territoire français", en Geographie, entre espace et développement, Preses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 45-50.

KAYSER, B. (1990d): "Possibilités et limites de l'enquête sur le terrain dans l'expérience géographique", en Géographie, entre espace et développement, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 235-242.

KAYSER, B. (1993): "Quinze millions de ruraux", en *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tomo 63, nº 3-4, Toulouse, pp. 375-381.

KAYSER, B. (1994): Pour une ruralité choisie, Editions de l'Aube.

KAYSER, B., BRUN, A., CAVAILHÈS, J., LACOMBRE, P. (1994): Pour une ruralité choisie, Editions de l'Aube.

KIRAT, T. (1993): "Innovation technologique et apprentissage institutionnel: institutions et proximité dans la dynamique des systèmes d'innovation territorialisés", en *RERU*, nº 3, pp.547-563.

L

LABORIE, J.P. y RENARD, J. (1997): Bourgs et petites villes, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.

LABORIE, J.P. (1997): "Les petites villes et la métropolisation", en LABORIE, J.P. y RENARD, J. (1997): Bourgs et petites villes, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 21-48.

LAGANIER, J. (1985): "Représentation du système productif et politique industrielle", en DE BANDT, J., dir.: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 66-80.

LAINÉ, F. (2001): "Agglomérations spécialisées d'établissements et systèmes localisés de production: une approche statistique" en DATAR: Réseaux d'entreprises et territoires, La Documentation Française, Paris.

LECOQ, B. (1991): "Organisation industrielle, organisation territoriale: une approche intégrée fondée sur le concept de réseau", en *RERU*, nº 3-4, pp. 321-341.

LECOQ, B. (1993): "Proximité et rationalité économique", en *RERU*, nº 3, especial "Economie de proximités", pp. 469-486.

LÓPEZ PINTOR, R. (1986): Sociología Industrial, Alianza Universidad Textos, 2ª ed. rev. y act. de 1993

LL

LLAMBÍ, L. (1997): "Reestructuraciones rurales y globalización. El debate entre economía política y postmodernismo en la sociología rural", en *Revista Agricultura y Sociedad*, nº 84, set-dic, p.342.

M

MACE, G. (1993): Guide d'élaboration d'un projet de recherche, De Boeck-Wesmael, Bruselas.

MAILLAT, D. (1995): "Les milieux innovateurs", en *Sciences Humaines*, nº 8, pp. 41-42.

MAILLAT, D. (1996): "Du district industriel au milieu innovateur: contribution à une analyse des organisations productives territorialisées", en *Working Paper IREER*, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

MAILLAT, D., CREVOISIER, O. y LECOQ, B. (1991): "Réseaux d'innovation et dynamique territoriale. Un essai de typologie", en *RERU*, nº 3-4, pp.407-432.

MAILLAT, D., CREVOISIER, O. y LECOQ, B. (1993): "Réseaux d'innovation et dynamique territoriale: le cas de l'Arc jurassien", en MAILLAT, D., QUEVIT, M. y SENN, L., eds.: Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III, EDES, Neuchâtel, pp. 17-50.

MAILLAT, D. QUÉVIT, M. y SENN, L., eds. (1993): Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III-EDES, Neuchâtel.

MAILLAT, D. y KEBIR, L. (1998): "Learning region et systèmes territoriaux de production", en *Working Paper IREER*, nº 9802a, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

MAILLAT, D. y KEBIR, L. (1999): "Globalisation et systèmes territoriaux de production", en *Working Paper IREER*, nº 9906a, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

MAILLAT, D. y PERRIN, J.C., eds. (1992): Entreprises innovatrices et développement territorial, GREMI-EDES, Neuchâtel.

Bibliografía utilizada en la investigación

- MAPA (1992): El futuro del mundo rural, Documento 7957/88, Comunicación de la Comisión de las CC.EE. al Consejo y al Parlamento (agosto de 1988), Madrid.
- MARRÓN GAITE, M.J. (2001): "La difusión de innovaciones desde una perspectiva geográfica. Principales tendencias", en *Estudios Geográficos*, LXII, 245, pp. 675-703.
- MARSHALL, A. (1898): Principios de Economía, Aguilar, Madrid, traducción de 1963.
- MAS, F. (1999): "Structures d'appui aux entreprises: le modèle de la région de Valence", en OCDE : Réseaux d'entreprises et Développement Local.
- MECHA, R. (2001): "Fuentes cualitativas de información para la geografía industrial en el espacio rural", en *Actas de las VII Jornadas de Geografía Industrial*, Zaragoza 17-19 de septiembre, pp. 195-207.
- MECHA, R., MELGUIZO, I. y HOZ, A.F. (1993): "Ocaña: un ejemplo de la dinámica y las perspectivas de la industrialización en áreas rurales", en *Actas del XIII Congreso Nacional de Geografía*, Sevilla.
- MEHAIGNERIE, P. (1992): "Sept conditions-clés pour le développement rural", en *Paysans*, nº 210, pp. 40-53.
- MÉNDEZ, R. (1990): "Procesos de industrialización en áreas rurales" en MOLINERO, F., coord.: Los espacios rurales. Agricultura y sociedad en el mundo, Ariel Geografía, Barcelona.
- MÉNDEZ, R. (1993): "Las políticas regionales de innovación en la promoción del desarrollo", en *Revista EURE*, nº 58, pp. 29-47.
- MÉNDEZ, R., coord. (1993): Difusión metropolitana de la industria y competencia interregional: impactos económico-territoriales para la Comunidad de Madrid, Comunidad de Madrid, Madrid.
- MÉNDEZ, R. (1994a): "Descentralización económica y nuevas localizaciones industriales", en Integración y revitalización regional. Asociación Castellano-Leonesa de Ciencia Regional, Salamanca, pp. 51-76.
- MÉNDEZ, R. (1994b): "Sistemas productivos locales y políticas de desarrollo rural", en *Revista de Estudios Regionales*, nº 39, pp. 93-112.
- MÉNDEZ, R. (1994c): "Descentralización industrial, sistemas productivos locales y desarrollo rural", en *Revista EURE*, nº 61, pp. 57-75.
- MÉNDEZ, R. (1997): Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global, Ariel Geografía, Barcelona.
- MÉNDEZ, R. (1998): "Innovación tecnológica y reorganización del espacio industrial" : una propuesta metodológica", en *Revista EURE*, nº 73, pp. 31-54.
- MÉNDEZ, R. (2000): "Procesos de innovación tecnológica y reorganización del espacio industrial", ponencia de las *Actas de las VI Jornadas de Geografía Industrial*, celebradas en Granada en junio de 1997, Asociación de Geógrafos Españoles, grupo de Geografía Industrial.
- MÉNDEZ, R. (2001): "El uso de entrevistas semiestructuradas en los estudios sobre sistemas productivos locales y medios de innovación", en *Actas de las VIII Jornadas de Geografía Industrial*, Zaragoza 17-19 de septiembre, pp. 209-220.
- MÉNDEZ, R. y ALONSO, J.L. edits. (2002): Sistemas locales de empresas y redes de innovación en Castilla-La Mancha y Castilla y León, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca.
- MÉNDEZ, R. y GIL QUINDÓS, J.M. (1996): "Innovación en la pequeña empresa y sistemas productivos locales: el caso de Fuensalida (Toledo)", en CANTO y CASABIANCA, coords.: Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, pp. 19-44.

Bibliografía utilizada en la investigación

- MÉNDEZ, R. y CARAVACA, I. (1996): Organización industrial y territorio, Síntesis, Madrid.
- MÉNDEZ, R. y MECHA, R. (2001): "Transformaciones de la industria española en el contexto de la globalización", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 21, pp. 183-202.
- MÉNDEZ, R. y RAZQUIN, J. (1997): "Nouvelles tendances de localisation industrielle en Espagne", en *Méditerranée*, nº 3-4, pp. 55-62.
- MÉNDEZ, R. y RODRÍGUEZ MOYA, J. (1998): "Procesos de industrialización periférica y espacios emergentes en Castilla-La Mancha", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 177-204.
- MÉNDEZ, R., RODRÍGUEZ MOYA, J. y MECHA, R. (1999). "Medios de innovación y desarrollo local en Castilla-La Mancha", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 19, 141-167.
- MÉNDEZ, R. (2001): "El uso de entrevistas semiestructuradas en los estudios sobre sistemas productivos locales y medios de innovación", en Actas de las VIII Jornadas de Geografía Industrial, Zaragoza 17-19 de septiembre, pp. 209-220.
- MOLINERO, F. y ALARIO, M. (1994): "La dimensión geográfica del desarrollo rural: una perspectiva histórica", en *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº 169, julio-set, p. 83.
- MORVAN, Y. (1985): "Synthèse. Faut-il une politique industrielle?", en DE BANDT, J., dir: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 165-174.

O

- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1996): Guía metodológica para el análisis de las necesidades locales de innovación, AEIDL.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Organizar la cooperación local, cuaderno nº 2, AEIDL.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Acciones innovadoras de desarrollo rural, AEIDL.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Innovación y desarrollo rural, Serie Informes, nº 2, AEIDL.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1999): Innovación en el medio rural, cuaderno nº 6, AEIDL.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2001): La competitividad de los territorios rurales a escala global, Cuaderno de la Innovación nº 6, fascículo 5, AEIDL.
- OCDE (1996): Réseaux d'entreprises et développement local, París.
- OLIVA, J. (1995): Mercados de trabajo y reestructuración rural: una aproximación al caso castellano-manchego, Madrid, MAPA, Serie Estudios.

P

- PACIONE, M., ed. (1984): Progress in Rural Geography, Croom-Helm, Londres.
- PANADERO, M. y PILLET, F. (1999): "Castilla-La Mancha", en GARCÍA ALVARADO, J.M. y SOTELO, J.A.: La España de las autonomías, Madrid, Síntesis, pp. 291-330.

Bibliografía utilizada en la investigación

PARDO, M.R. (1996): La industria de Castilla-La Mancha en el período de recuperación (1985-1991), Madrid, Cívitas, Colección Economía.

PECQUEUR, B. (1987): "Tissu économique local et systèmes industriels résiliants", en *RERU*, nº 3, especial "Milieux industriels et développement économique", pp. 369-378.

PECQUEUR, B. (1992): Le développement local, Syros, Alternatives, París.

PECQUEUR, B., THIVIN, S. y ZAMPA, Ch. (1996): "La diversité des formes de coopération inter-entreprises: le cas des PME du Sillon Apin", en Mutations économiques et territoire, IREPD, Grenoble, pp. 179-199.

PERRIN, J.C. (1991): "Réseaux d'innovation-milieux innovateurs. Développement territorial", en *RERU*, nº 3-4, pp.343-374.

PILLET, F. (2001): La Mancha. Transformaciones de un espacio rural, Celeste, Biblioteca Añil, Madrid.

PILLET, F. y PLAZA, J. (2001): Lecciones de Desarrollo Rural. Una aproximación formativa desde y para Castilla-La Mancha, Ciudad Real, Universidad de Castilla-La Mancha, CEDERCAM.

PIORE, M. y SABEL, C. (1990): La segunda ruptura industrial, Alianza, Madrid.

PLANQUE, B. (1991): "Note sur la notion de réseau d'innovation. Réseaux contractuels et réseaux 'conventionnels' ", en *RERU*, nº 3-4, pp. 295-320.

PONCE HERRERO, G. (1988). "La industrialización de un área periférica: el corredor de Almansa", en *Estudios Geográficos*, nº 192, Madrid, pp. 399-420.

PUJADAS RÚBIES, R. (1998): Ordenación y planificación territorial, Síntesis, Serie Espacios y Sociedades, Madrid.

PYKE, F. , BECATTINI, G. y SENGENBERGER, W., edits (1991): Los distritos industriales y las pequeñas empresas, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2 vol., Madrid.

PYKE, F. y SENGENBERGER, W.(1991): "Les districts industriels et la régénération de l'économie locales: thèmes de recherche et d'action", en *Travail et Société*, nº 16, pp. 1-25.

Q

QUEVIT, M. (1986): Le pari de l'industrialisation rurale, Editions Régionales Européennes S.A.

QUEVIT, M. (1986): "Les modes d'industrialisation et la capacité d'entreprendre", en Le pari de l'industrialisation rurale, Editions Régionales Européennes S.A., pp. 61-76.

QUEVIT, M. (1986): "Les politiques de développement rural et la décision publique face aux capacités d'entreprendre en régions rurales", en Le pari de l'industrialisation rural, Editions Régionales Européennes S.A., pp. 77-88.

QUEVIT, M. (1993): "Réseaux de partenariats technologiques et milieux innovateurs", en MAILLAT, D., QUEVIT, M. y SENN, L., edits: Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III, EDES, Neuchâtel, pp. 119-148.

R

RACO, M. (1999): "Competition, collaboration and the new industrial districts: examining the institutional turn in local economic development", en *Urban Studies*, vol. 36, nº 5-6, pp. 951-968.

RALLET, A. (1993): "Choix de proximité et processus d'innovation technologique", en *RERU*, nº 3, pp.365-385.

RAMA, R. y CALATRAVA, A. (2000): "La ruralización de la industria española. Un análisis regional", en *Actas del II Congresos de Ciencia Regional de Andalucía*, Huelva, diciembre.

RAVEYRE, M.F. y SAGLIO, J. (1984): "Les systèmes industriels localisés: éléments pour une analyse sociologique des ensembles de PME industriels", en *Sociologie du Travail*, nº 2, pp. 157-176.

RAVIX, J.L. y TORRE, A. (1991): "Eléments pour une analyse industrielle des systèmes localisés de production", en *RERU*, nº 3-4, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation", pp. 375-390.

RENARD, J. (1997): "Les bourgs ruraux", en LABORIE, J.-P. y RENARD, J. (1997): Bourgs et petites villes, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 13-20.

RERU. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, nº 3-4, 1991, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation".

RERU. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, nº 3, 1993, especial "Economie de proximités".

RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, F., edit. (1999): Manual de Desarrollo Local, Gijón, Ediciones Trea S.L.

RODRÍGUEZ MOYA, J. y MÉNDEZ, R. (2000): "Espacios rurales emergentes: nuevas tendencias en la localización de la industria de la confección en Castilla-La Mancha", en Lecturas Geográficas. Homenaje a José Estébanez Álvarez, vol. I, Ed. Complutense, pp. 863-874.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (1996): Metodología de la investigación cualitativa. Deusto, Universidad.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. e ISPIZUA, M.A. (1989): La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa, Deusto, Universidad.

S

SABEL, Ch. (1994): "Un virage à négociier pour les districts industriels", en BAGNASCO, A. y SABEL, Ch.: PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte, pp. 159-188.

SAGLIO, J. (1991): "Echange social et identité collective dans les systèmes industriels", en *Sociologie du Travail*, nº 4, pp. 529-544.

SAGLIO, J. (1993): "Les ressources de la culture locale", en GLOBOKAR, T.: Entreprise, société, communauté, Editions Autrement, Ministère de la Recherche et de l'Espace, pp. 87-106.

SAINSAULIEU, R. (1993): "Culture d'entreprise et modernisation de la production", en GLOBOKAR, T.: Entreprise, société, communauté, Editions Autrement, Ministère de la Recherche et de l'Espace, pp: 130-158.

SALOM, J. (1997): "Política industrial de apoyo a la innovación en áreas de desarrollo endógeno: el caso de la Comunidad Valenciana a la luz de las experiencias europeas recientes", *Cuadernos de Geografía*, nº 61, pp. 145-157.

Bibliografía utilizada en la investigación

SALOM, J. y ALBERTOS, J.M. (1995): "La industria en la Comunidad Valenciana", en BOSQUE MAUREL, J. y MÉNDEZ, R.: Cambio industrial y desarrollo regional en España, Barcelona, Oikos Tau, pp. 303-336.

SALOM, J. y ALBERTOS, J.M. (2000): "Procesos de innovación industrial en la Comunidad Valenciana en los años noventa" en ALONSO, J.L. y MÉNDEZ, R.: Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España, Madrid. Cívitas, pp. 143-162.

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ J.L. (1998): El eje Irún-Aveiro. Geografía de un eje de desarrollo. Caja Duero, Obra Social y Cultural, Salamanca.

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (1999): "Sistemas productivos locales en la Península Ibérica: cinco temas de debate", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 19, pp. 215-235.

SANTACANA, F. et al. (1987): Áreas rurales con capacidad de desarrollo endógeno, Madrid, ITUR.

SANTOS, M. (2000): La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción, Ariel Geografía, Barcelona.

SCHMITT, B. y GOFFETTE-NAGOT, F. (2000): "Définir l'espace rural?. De la difficulté d'une définition conceptuelle à la nécessité d'une délimitation statistique", en *Économie Rural*, nº 257, mayo-junio, pp. 42-55.

SEGESA (1993): Typologie socio-économique des cantons français, DATAR, París.

SILVA, M. (1985): "Quelques questions concernant les conceptions de base de la politique industrielle", en DE BANDT, J., dir.: Les politiques industrielles, ADEFI-GRECO, Economica, pp. 147-152.

SOLE PARELLADA, F. y BARCELO ROCA, M. (1993): "Evolution et restrictions de la configuration réticulaire du milieu: le cas de Barcelone", en MAILLAT, D., QUEVIT, M. y SENN, L., edits.: Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III, EDES, Neuchâtel, pp: 277-304.

T

TAYLOR, S.J. y BOGDAN, R. (1996): Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós, Barcelona, 2ª ed.

TERRAL, L. (1997): Systèmes productifs et territoires industriels en mutation, memoire de DEA, Option Villes et Réseaux, UFR Géographie-Aménagement, Université Toulouse-Le Mirail, CIEU.

THOMAS, J.N. (1987): "Innovation et territoire", en *RERU*, nº 3, especial "Milieux Industriels Localisés et développement économique", pp. 379-419.

THUDEROZ, C. (1997): "L'usine et le petit pot. Pour une sociologie de l'innovation industrielle", en *Sociologie du Travail*, nº 3, pp. 347-369.

V

VALLÉS M.S.(1997): Técnicas cualitativas de investigación. Síntesis, Madrid.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1988): Desarrollo local, Una estrategia de creación de empleo, Pirámide, Madrid.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): Desarrollo, redes e innovación, Pirámide, Madrid.

VELTZ, P. (1995): "A quoi sert la proximité dans l'économie?", en SAVY, M. y VELTZ: Économie globale et réinvention du local, La Tour d'aigües, DATAT/Éditions de l'Aube, Marsella, pp. 107-117.

VELTZ, P. (1999): Mundialización, ciudades y territorio, Ariel Geografía, Barcelona, trad. de la ed. de 1996.

W

WHITAKER, J.K. (1975): "The early economic writings of Alfred Marshall, 1867-1890", The MacMillan Press LTD, vol.2, Londres.

BIBLIOGRAFÍA TEMÁTICA

Incluye la bibliografía principal de cada una de las temáticas de la investigación, ordenada, a su vez, alfabéticamente.

- **Metodología cualitativa de investigación**

DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J., coords. (1995): Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales, Síntesis, Madrid.

GARCÍA BALLESTEROS, A., coord. (1998): Métodos y técnicas cualitativas en geografía social, Oikos-Tau, Barcelona.

GARCÍA FERRANDO, M. (1986): "La encuesta", en GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F.: El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación, Alianza Universidad.

KAYSER, B. (1987): "Le regard des géographes sur l'espace rural: les sociétés rurales", en *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tomo 58, nº 4, Toulouse, pp. 303-314.

KAYSER, B. (1989): Les Sciences Sociales face au Monde Rural, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.

KAYSER, B. (1990): "Possibilités et limites de l'enquête sur le terrain dans l'expérience géographique", en Géographie, entre espace et développement, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 235-242.

LÓPEZ PINTOR, R. (1986): Sociología Industrial, Alianza Universidad Textos, 2ª ed. rev. y act. de 1993.

MECHA, R. (2001): "Fuentes cualitativas de información para la geografía industrial en el espacio rural", en *Actas de las VIII Jornadas de Geografía Industrial*, Zaragoza, 17-19 de septiembre, pp. 195-207.

MÉNDEZ, R. (2001): "El uso de entrevistas semiestructuradas en los estudios sobre sistemas productivos locales y medios de innovación", en *Actas de las VIII Jornadas de Geografía Industrial*, Zaragoza, 17-19 de septiembre, pp. 209-220.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (1996): Metodología de la investigación cualitativa, Deusto, Universidad.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. e ISPIZUA, Mª A. (1989): La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa, Deusto, Universidad.

Bibliografía utilizada en la investigación

TAYLOR, S.J. y BOGDAN, R. (1996): Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Paidós, Barcelona, 2ª ed.

VALLÉS, M.S. (1997): Técnicas cualitativas de investigación. Síntesis, Madrid.

- **Mundo rural, industria rural**

BERGER, A. y ROUZIER, J. (1995): "L'espace rural, élargissement conceptuel et orientation méthodologique", en *Économie Rurale*, nº 229, set-oct, p.3-10.

BERGER, A. y ROUZIER, J. (1995): "L'espace rural élargissement conceptuel et orientation méthodologique", en *Économie Rurale*, nº 229, pp. 3-10.

BLANC, M.: "La ruralité: diversité des approches", en *Économie Rurale*, nº 242, nov.-dic. 1997, pp. 5-12.

BONTRON, J-C. y CABANIS, S. (1993): Essai de typologie socio-économique des cantons français, SEGESA, DATAR, París.

BRISOT, P., dir (1993): "Les entreprises en zones rurales", en HERVIEU, B.: L'aménagement de l'espace rural, tomo II, La Documentation française, pp. 593-666.

BRUN, A. (1989): "Industrie et milieu rural" y "Les espaces ruraux français", en Le Grand Atlas de la France rurale, INRA, SCEES, Editions Jean-Pierre de Monza, pp. 70-71, 450-451.

BRYDEN, J. (1998): "Nuevas perspectivas para la Europa rural: Tendencias globales y respuestas locales", en *Magazine en Internet del Observatorio Europeo*, nº 18, AEIDL.

BRYDEN, J. (2000): "¿Declive? ¿Qué declive?: El renacimiento demográfico ya se percibe en muchos territorios rurales", en *Magazine en Internet del Observatorio Europeo*, nº 22, AEIDL..

CAVAILHES, J. y JAYET, H. (1996): "Analyser les espaces ruraux: trois clés de lecture", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces Ruraux", pp. 187-198.

CNRS (1988): "Les études rurales sont-elles en crise?", en *Bulletin de l'ARF*, nº especial.

GANNE, B. (1993): "L'industrialisation et la reprise des PME", en KAYSER, B.: Naissance de nouvelles campagnes, Editions de l'Aube, pp. 105-118.

GANNE, B. y BERTRAND, N. (1996): "PME et milieu rural: changer les problématiques", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces ruraux", pp. 283-306.

GARCÍA SANZ, B.(1996): La sociedad rural ante el siglo XXI, MAPA, Serie Estudios nº 125.

GREFFE, X. (1996): "Politiques d'aménagement du territoire et espaces ruraux", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces ruraux", pp. 397-406.

HOUSSEL, J.P. (1985): "De la industria rural a la economía sumergida", Institución Alfonso el Magnánimo, Valencia.

I.N.R.A. (1994): Villes et campagnes, vers de nouveaux équilibres, en *Sciences Sociales*, nº 2-3.

KAYSER, B. (1987): "Le regard des géographes sur l'espace rural: les sociétés rurales", en *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tomo 58, nº 4, Toulouse, pp. 303-314.

KAYSER, B. (1990a): La renaissance rurale, Armand Colin, París.

Bibliografía utilizada en la investigación

KAYSER, B. (1990b): "Le nouveau système des relations villes-campagnes", en Geographie, entre espace et développement, Preses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 51-57.

KAYSER, B. (1990c): "L'espace non métropolisé du territoire français", en Geographie, entre espace et développement, Preses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 45-50.

KAYSER, B. (1993): "Quinze millions de ruraux", en *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tomo 63, nº 3-4, Toulouse, pp. 375-381.

KAYSER, B. (1994): "Un choix de société", en Pour une ruralité choisie, Editions de l'Aube, pp. 9-29.

KAYSER, B. (1994): "L'analyse structurelle du système", en Pour une ruralité choisie, Editions de l'Aube, pp. 89-107.

LLAMBÍ, L. (1997): "Reestructuraciones rurales y globalización. El debate entre economía política y postmodernismo en la sociología rural", en *Revista Agricultura y Sociedad*, nº 84, set-dic-, p.342

MAPA (1992): El futuro del mundo rural, Documento 7957/88, Comunicación de la Comisión de las CC.EE. al Consejo y al Parlamento, agosto de 1988, Madrid.

MEHAIGNERIE, P. (1992): "Sept conditions-clés pour le développement rural", en *Paysans*, nº 210, pp. 40-53.

MÉNDEZ, R. (1990): "Procesos de industrialización en áreas rurales" en MOLINERO, F., coord.: Los espacios rurales. Agricultura y sociedad en el mundo, Ariel Geografía, Barcelona.

MÉNDEZ, R. (1994): "Sistemas productivos locales y políticas de desarrollo rural", en *Estudios Regionales*, nº 39, pp. 93-112.

MOLINERO, F. y ALARIO, M. (1994): "La dimensión geográfica del desarrollo rural: una perspectiva histórica", en *Revista de Estudios Agrosociales*, nº 169, jul.-set, p. 83.

PECQUEUR, B., THIVIN, S. y ZAMPA, Ch. (1996): "La diversité des formes de coopération inter-entreprises: le cas des PME du Sillon Apin", en Mutations économiques et territoire, IREPD, Grenoble, pp. 179-199.

QUEVIT, M. (1986): "Les modes d'industrialisation et la capacité d'entreprendre", en Le pari de l'industrialisation rurale, Editions Régionales Européennes S.A., pp. 61-76.

QUEVIT, M. (1986): "Les politiques de développement rural et la décision publique face aux capacités d'entreprendre en régions rurales", en Le pari de l'industrialisation rurale, Editions Régionales Européennes S.A., pp. 77-88.

SCHMITT, B. y GOFFETTE-NAGOT, F. (2000): "Définir l'espace rural?. De la difficulté d'une définition conceptuelle à la nécessité d'une délimitación statistique", en *Économie Rural*, nº 257, may-jun, pp. 42-55.

- **Sistemas productivos locales, cooperación local.**

BAGNASCO, A. y SABEL, Ch. (1994): PME et développement économique en Europe, Editions La Découverte.

BECATTINI, G. (1994): "El distrito marshalliano: una noción socioeconómica", en BENKO, G. Y LIPIETZ, A. coords. : Las regiones que ganan, Alfonso el Magnánimo, Valencia, pp. 39-58.

CASTILLO, J.J. (1994): "Distritos y detritos industriales. La nueva organización productiva en España", en *Revista EURE*, vol. XX, nº 60, pp. 25-42.

Bibliografía utilizada en la investigación

CLIMENT, E. (1997): "Sistemas productivos locales y distritos industriales: el caso de España", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 24, pp. 91-106.

COLLETIS, G., COURLET, C., PECQUEUR, B. y WINTERHALTER, F. (1990): Les systèmes industriels localisés en Europe, IREPD, Grenoble. [Annexe: Monographies nationales: L'exemple français, L'exemple italien, L'exemple allemand].

COURLET, C. (2001): "Les systèmes productifs locaux: de la définition au modèle", en DATAR: Réseaux d'entreprises et territoires, La Documentation Française, pp. 17-61.

COURLET, C. y PECQUEUR, B. (1991): "Systèmes locaux d'entreprises et externalités: un essai de typologie", en *RERU*, nº 3-4, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation", pp. 391-406.

DATAR (2001): Réseaux d'entreprises et territoires. Regards sur les systèmes productifs locaux, La Documentation Française, París.

DI MEO, G. (1993): Système industriel localisé et développement économique, en *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, nº 3, especial "Economie de proximités":

GANNE, B. (1991): "Les approches du local et des systèmes industriels locaux", en *Sociologie du Travail*, nº 4, pp. 545-565.

GANNE, B. (1992): "Pour une économie politique des systèmes industriels locaux: réflexions à partir du cas français", en Industrie et territoire: les systèmes productifs localisés, Grenoble, 21-22 oct.

HSAINI, A. (2000): "Le dépassement des économies d'agglomération comme seules sources explicatives de l'efficacité des systèmes de production territorialisés", en *RERU*, nº 2.

LABORIE, J.P. y RENARD, J. (1997): Bourgs et petites villes, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.

LAINÉ, F. (2001): "Agglomérations spécialisées d'établissements et systèmes localisés de production: une approche statistique" en DATAR: Réseaux d'entreprises et territoires, La Documentation Française, París.

MARSHALL, A. (1898): Principios de Economía, Aguilar, Madrid. trad. de la obra en 1963.

OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Organizar la cooperación local, cuaderno nº 2, AEIDL.

PECQUEUR, B. (1987): "Tissu économique local et systèmes industriels résiliants", en *RERU*, nº 3, especial "Milieux industriels et développement économique", pp. 369-378.

PECQUEUR, B. (1992): Le développement local, Syros, Alternatives, París.

PYKE, F., BECATTINI, G. y SENGENBERGER, W., edits (1991): Los distritos industriales y las pequeñas empresas, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2 vol., Madrid.

RAVEYRE, M.F. y SAGLIO, J. (1984): "Les systèmes industriels localisés: éléments pour une analyse sociologique des ensembles de PME industriels", en *Sociologie du Travail*, nº 2, pp. 157-176.

RAVIX, J.L. y TORRE, A. (1991): "Eléments pour une analyse industrielle des systèmes localisés de production", en *RERU*, nº 3-4, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation", pp. 375-390.

SAGLIO, J. (1991): "Echange social et identité collective dans les systèmes industriels", en *Sociologie du Travail*, nº 4, pp. 529-544.

SAGLIO, J. (1993): "Les ressources de la culture locale", en GLOBOKAR, T.: Entreprise, société, communauté, Editions Autrement, Ministère de la Recherche et de l'Espace, pp. 87-106.

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (1999): "Sistemas productivos locales en la Península Ibérica: cinco temas de debate", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 19, pp. 215-235.

TERRAL, L. (1997): Systèmes productifs et territoires industriels en mutation, memoire de DEA, Option Villes et Réseaux, UFR Géographie-Aménagement, Université Toulouse-Le Mirail, CIEU.

- **Medios innovadores, innovación, redes de innovación, redes de agentes.**

AYDALOT, P. (1986): Milieux innovateurs en Europe, GREMI I, París.

FURIÓ, E. (1996): "Desarrollo territorial y procesos de innovación: los milieux innovateurs", en *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, vol. XXVIII, nº 110, pp. 639-649.

HOUSSEL, J.P.. (1990): "L'innovation industrielle dans les milieux ruraux", en *Paysans*, nº 198, especial "Redéploiement industriel et réaménagement rural", pp. 16-38.

MAILLAT, D. (1996): "Du district industriel au milieu innovateur: contribution à une analyse des organisations productives territorialisées", en *Working Paper IREER*, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

MAILLAT, D. QUÉVIT, M. y SENN, L., edits. (1993): Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional, GREMI III-EDES, Neuchâtel.

MAS, F. (1999): "Structures d'appui aux entreprises: le modèle de la région de Valence", en OCDE : Réseaux d'entreprises et Développement Local.

OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1996): Guía metodológica para el análisis de las necesidades locales de innovación, AEIDL.

OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Innovación y desarrollo rural, Serie Informes, nº 2, AEIDL.

SAINSAULIEU, R. (1993): "Culture d'entreprise et modernisation de la production", en GLOBOKAR, T.: Entreprise, société, communauté, Editions Autrement, Ministère de la Recherche et de l'Espace, pp: 130-158.

THOMAS, J.N. (1987): "Innovation et territoire", en *RERU*, nº 3, especial "Milieux Industriels Localisés et développement économique", pp. 379-419.

THUDEROZ, C. (1997): "L'usine et le petit pot. Pour une sociologie de l'innovation industrielle", en *Sociologie du Travail*, nº 3, pp. 347-369.

Números especiales de *RERU (Revue d'Economie Régionale et Urbaine)*:

- *RERU*, nº 3-4, 1991, especial "Milieux innovateurs: réseaux d'innovation":
 - PLANQUE, B.: "Note sur la notion de réseau d'innovation. Réseaux contractuels et réseaux 'conventionnels' ", pp. 295-320.
 - LECOQ, B.: "Organisation industrielle, organisation territoriale: une approche intégrée fondée sur le concept de réseau", pp. 321-341
 - PERRIN, J.C.: "Réseaux d'innovation-milieux innovateurs. Développement territorial", pp.343-374.
 - MAILLAT, D., CREVOISIER, O. y LECOQ, B.: "Réseaux d'innovation et dynamique territoriale. Un essai de typologie", pp.407-432.

- *RERU*, nº 3, 1993, especial "Economie de proximités":
 - RALLET, A.: "Choix de proximité et processus d'innovation technologique", pp.365-385
 - KIRAT, T.: "Innovation technologique et apprentissage institutionnel: institutions et proximité dans la dynamique des systèmes d'innovation territorialisés", pp.547-563.
 - BES, M.P.: "Du partage des informations au sein des systèmes locaux d'innovation", pp. 565-577.
 - GILLY, J.P. y GROSSETTI, M.: "Organisation, individus et territoires. Le cas des systèmes locaux d'innovation", pp.449-468.

- **Desarrollo rural, desarrollo local.**

CALATRAVA, A. y MELERO, A. (1999): "La Política de Desarrollo Rural Integado en la Unión Europea: viejos enfoques y nuevas tendencias", en *Estudios Geográficos*, Tomo LX, nº 237, oct.-dic.

GONZÁLEZ, M.J. y GARCÍA PALOMARES, J.C. (1998): "Fuentes documentales sobre Desarrollo Local", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 337-353.

GREFFE, X. (1996): "Politiques d'aménagement du territoire et espaces ruraux", en *RERU*, nº 2, especial "Espaces ruraux", pp. 397-406.

MEHAIGNERIE, P. (1992): "Sept conditions-clés pour le développement rural", en *Paysans*, nº 210, pp. 40-53.

OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Acciones innovadoras de desarrollo rural, AEIDL.

OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1997): Innovación y desarrollo rural, Serie Informes, nº 2, AEIDL.

PUJADAS RÚBIES, R. (1998): Ordenación y planificación territorial, Síntesis, Serie Espacios y Sociedades, Madrid.

QUEVIT, M. (1986): "Les politiques de développement rural et la décision publique face aux capacités d'entreprendre en régions rurales", en Le pari de l'industrialisation rural, Editions Régionales Européennes S.A., pp. 77-88.

RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, F., edit. (1999): Manual de Desarrollo Local, Gijón, Ediciones Trea S.L.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): Desarrollo, redes e innovación, Pirámide, Madrid.

BIBLIOGRAFÍA REGIONAL

Recopila la principal bibliografía recogida específicamente de Castilla-La Mancha, por orden alfabético:

ASÍN VERGARA, coord. (1999): El nacimiento de una región. Castilla-La Mancha 1975-1995, Celeste, Biblioteca Añil, Madrid.

CANTO, C., CARRERA, M.C., GARCÍA, J.A. y GIL QUINDÓS, J.-Mª. (1996): "Innovación tecnológica en la industria de la confección en la comarca de Talavera de la Reina (Toledo)" en CANTO y CASABIANCA, coords.: Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid, pp. 45-77.

Bibliografía utilizada en la investigación

CARRERA SÁNCHEZ, M.C. (1995): "Dinamismo reciente de una región periférica en el sistema industrial español: Castilla- La Mancha" en MENDEZ, R y BOSQUE, J., edits.: Cambio industrial y desarrollo regional en España, Barcelona. Oikos-Tau, pp. 477-503.

MÉNDEZ, R. y GIL QUINDÓS, J.M. (1996): "Innovación en la pequeña empresa y sistemas productivos locales: el caso de Fuensalida (Toledo)" en CANTO y CASABIANCA, coords. : Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, pp. 19-44.

MÉNDEZ, R. y RODRÍGUEZ MOYA, J. (1998): "Procesos de industrialización periférica y espacios emergentes en Castilla-La Mancha", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 177-204.

MÉNDEZ, R., RODRÍGUEZ MOYA, J. y MECHA, R. (1999). "Medios de innovación y desarrollo local en Castilla-La Mancha", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 19, 141-167.

OLIVA, J. (1995): Mercados de trabajo y reestructuración rural: una aproximación al caso castellano-manchego, MAPA, Madrid.

PANADERO, M. y PILLET, F. (1999): "Castilla-La Mancha", en GARCÍA ALVARADO, J.M. y SOTELO, J.A.: La España de las autonomías, Madrid, Síntesis, pp. 291.330.

PARDO, M.R. (1996): La industria de Castilla-La Mancha en el período de recuperación (1985-1991), Cívitas, Colección Economía, Madrid

PILLET, F. (2001): La Mancha. Transformaciones de un espacio rural, Celeste, Biblioteca Añil, Madrid.

RODRÍGUEZ MOYA, J. y MÉNDEZ, R. (2000): "Espacios rurales emergentes: nuevas tendencias en la localización de la industria de la confección en Castilla-La Mancha", en Lecturas Geográficas. Homenaje a José Estébanez Álvarez, vol. I, Ed. Complutense, Madrid, pp. 863-874.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES ESPECÍFICAS DE LOS ESTUDIOS DE CASO

Recoge la bibliografía correspondiente a cada uno de los estudios de caso analizados, incluyendo tanto artículos y estudios como toda la documentación turística, estadística, publicitaria o informativa utilizada en la investigación, aportada en los municipios o instituciones, o conseguida en páginas de Internet:

- *Almansa*

GARCÍA MARTÍNEZ, C. y ROMERO SÁNCHEZ, C. (1996): Las transformaciones de la industria en la provincia de Albacete dentro del contexto de la reestructuración económica española, Instituto de Estudios Albacetenses de la Excma. Diputación de Albacete, serie I Estudios, nº 90, Albacete.

GARCÍA MARTÍNEZ, F.J. (1990): "La industria del calzado en Almansa: de los orígenes a la economía sumergida", en *Cuadernos de Estudios Locales*, nº 9, Ayuntamiento de Almansa- Asociación "Torre Grande".

PONCE HERRERO, G. (1988). "La industrialización de un área periférica: el corredor de Almansa", en *Estudios Geográficos*, nº 192, pp. 399-420.

Convenio General de la Industria del Calzado, 1997-1999, FITEQA-CC.OO

Listado de asociados de ASPROFA, 1998.

Listado de empresas del calzado y auxiliares de la Cámara de Comercio e Industria, 1998.

Página web de la Federación de Industrias del Calzado Español:

<http://www.fice.es>

Página web del Ayuntamiento:

<http://www.almansa.com>

Página web del Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas:

<http://www.inescop.es>

- Campo de Montiel

AYUNTAMIENTO DE LA SOLANA (2001): Estudio sectorial sobre el textil.

CANTO, C., CARRERA, M.C., GARCÍA, J.A. y GIL QUINDÓS, J.M. (1996): "Innovación tecnológica en la industria de la confección en la comarca de Talavera de la Reina (Toledo)" en CANTO y CASABIANCA, coords.: Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, Madrid, pp. 45-77.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Textil.

RODRÍGUEZ MOYA, J. y MÉNDEZ, R. (2000): "Espacios rurales emergentes: nuevas tendencias en la localización de la industria de la confección en Castilla-La Mancha", en Lecturas Geográficas. Homenaje a José Estébanez Álvarez, vol. I, Ed. Complutense, pp. 863-874.

Artículos de prensa del periódico *La Tribuna*:

- "Nace la Asociación de Textil de Campo de Montiel y Valdepeñas", 29 de junio de 2000.
- "CC.OO. luchará contra el abuso empresarial en el sector textil", el 20 de marzo de 2001.

Folleto del Centro Tecnológico de la Confección – ASINTEC.

Listado de empresas del sector de la confección de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ciudad Real, 2001.

Listado de integrantes de la Asociación de Empresarios Textiles del Campo de Montiel y Valdepeñas.

Página web de la Asociación de Amigos del Campo de Montiel:

<http://www.accindes.org>

Página web de la Federación Española de Empresas de la Confección:

<http://www.fedecon.es>

- Fuensalida

MÉNDEZ, R. y GIL QUINDÓS, J.M. (1996): "Innovación en la pequeña empresa y sistemas productivos locales: el caso de Fuensalida (Toledo)" en CANTO y CASABIANCA, coords. : Innovación y desarrollo en áreas rurales, MAPA, pp. 19-44.

Bibliografía utilizada en la investigación

Convenio General de la Industria del Calzado, 1997-99, FITEQA – CC.OO.

Memoria anual de Fuensalida, 1997, Ayuntamiento.

Página web de la Federación de Industrias del Calzado Español:

<http://www.fice.es>

Página web del Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas

<http://www.inescop.es>

- La Sagra y Montes de Toledo

AIDIMA (1991): Estudio del nivel técnico-económico del sector del mueble en España, Valencia.

CAMISÓN, C., GIL, M.T. y MARTÍNEZ, M.T. (1997): “La empresa española del mueble: internalización y definición de ámbito estratégico”, en *Información Comercial Española*, nº 761, pp. 81-99.

CONFEMADERA (1997): Situación económica del sector de la madera. [Inédito].

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Madera.

Catálogos de varias empresas

Página web de la Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social:

<http://www.fecmes.es>

Página web de la Federación Empresarial Toledana:

<http://www.fedeto.es>

- Sonseca

AIDIMA (1991): Estudio del nivel técnico-económico del sector del mueble en España, Valencia.

BALLESTEROS PECES, M. (1994): Memorias y curiosidades de la Historia de Sonseca, Diputación de Toledo, Ayuntamiento de Sonseca, Sonseca.

CAMISÓN, C., GIL, M.T. Y MARTÍNEZ, M.T. (1997): “La empresa española del mueble: internacionalización y definición de ámbito estratégico”, en *Información Comercial Española*, nº 761, pp. 81-99.

CONFEMADERA (1997): Situación económica del sector de la madera. [Inédito].

FECMES (1998): “Muebles con denominación de origen”, en *Revista Esencia*, nº 5, pp. 20-21.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Madera.

Catálogos de varias empresas.

El Eco. Revista de Interés Comarcal, año I, nº2, Sonseca-Mora.

Folleto turístico-informativo: “Sonseca, villa industrial: mueble, textil y mazapán”, Ayuntamiento de Sonseca.

Bibliografía utilizada en la investigación

Folletos explicativos y publicitarios del proyecto de imagen, Asociación de Fabricantes de Muebles de Sonseca y Comarca.

Folletos publicitarios y descripción de servicios de FECMES.

Listado del Ayuntamiento de empresas dispuestas a trasladarse al futuro nuevo polígono industrial.

Relación de industrias del mueble, textiles y de mazapán del Ayuntamiento.

Página web de la Asociación Española de Fabricantes de Turrónes y Mazapanes:

<http://www.fead.es/TUMA>

Página web de la empresa de turrónes y mazapanes Delaviuda:

<http://www.delaviuda.com>

Página web de la Federación de Empresarios de Economía Social:

<http://www.fecmes.es>

Página web de la Federación Empresarial Toledana:

<http://www.fedeto.es>

- Valdepeñas:

PILLET, F. (2001): "La Mancha: del estancamiento agrario a la innovación", capítulo 2 de La Mancha. Transformaciones de un espacio rural, Celeste, Biblioteca Añil, Madrid, pp. 25-106.

Datos estadísticos de producción y exportaciones de la D.O.

Folleto de la Agencia de Desarrollo Local de Valdepeñas, Área de Promoción Económica del Ayuntamiento.

Folleto del Museo del Vino

Folletos de bodegas y vinos del C.R.D.O. Valdepeñas "Vinos llenos de vida"

Folletos publicitarios de varias bodegas.

Folletos turísticos del municipio "Ciudad del Vino", Ayuntamiento de Valdepeñas, Concejalía de Turismo

Reglamento de la Denominación de Origen Valdepeñas, C.R.D.O.

Relación de bodegas acogidas a la D.O., integrantes del C.R.D.O. Valdepeñas.

"Valdepeñas", nº 7 de la colección *Crónicas de Cien Pueblos*, Crónicas de la Mancha, S.L.

Páginas web de la Denominación de Origen:

<http://www.dovaldepeñas.es>

<http://www.elvino.centrisa.com/valdepeñas>

- Villacañas

FECMES (1999): "Kilovatios de serrín", en *Revista Esencia*, nº 13, set.-oct., pp. 16-17.

FECMES (1999): Adaptación de los recursos humanos a las nuevas tecnologías en el Sector Puertas.

Bibliografía utilizada en la investigación

Artículos de prensa del periódico *El Día*:

- “CC.OO. denuncia las condiciones laborales en el sector de puertas”, 10 de junio de 1999.
- “El sector goza de buena salud y de una tranquilidad notable”, 11 de junio de 1999.

Avance de las Normas Subsidiarias, marzo de 1998.

Catálogos de varias empresas.

CD-Rom de la AFAP. [Se puede acceder a la información a través de la página web de FECMES].

Folleto del Centro Tecnológico de la Madera, A.I.M.C.M.

Folleto publicitario y carpeta de petición de parcelas de SEPES sobre el polígono industrial “Las Cabezas”

Informe de gestión del Ayuntamiento, 1995-1999.

Listado de asociados de AFAP, 1999.

Listado de licencias de apertura por epígrafes del Ayuntamiento, 1999.

Página web de la Federación de Empresarios de Castilla-La Mancha de Economía Social, con un acceso a las empresas de AFAP:

<http://www.fecmes.es>

Página web de la Federación Española de Industrias de la Madera (FEIM), con acceso a AFAP:

<http://www.feim.org/feim/afap>

Página web del Ayuntamiento. [En Construcción]

PRINCIPALES DIRECCIONES DE INTERNET

Recopilación de todas las direcciones utilizadas y/o citadas, por orden alfabético:

Asociación Española de Fabricantes de Turrónes y Mazapanes (TUMA):

<http://www.fead.es/TUMA>

Denominación de Origen Valdepeñas:

<http://www.dovaldepeñas.es>

<http://www.elvino.centrisa.com/valdepeñas>

Federación de Industrias del Calzado Español (FICE):

<http://www.fice.es>

Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social (FECMES), con acceso a la página de la Asociación de Fabricantes de Puertas y Afines de Castilla-La Mancha (AFAP):

<http://www.fecmes.es>

Bibliografía utilizada en la investigación

Federación Española de Empresas de la Confección:

<http://www.fedecon.es>

Federación Española de Industrias de la Madera:

<http://www.feim.org>

Federación Empresarial Toledana (FEDETO):

<http://www.fedeto.es>

Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP):

<http://www.inescop.es>

IRER Universidad de Neuchâtel:

<http://www.unine.ch/irer>

Manual de la Innovación de la Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local de Castilla-La Mancha:

<http://www.innovared.net/manual.htm>

Observatorio Europeo LEADER:

<http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio>

Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN):

<http://www.jccm.es/industri/pricaman>

<http://www.innovared.net/pricaman.htm>

Red de Centros de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha (CEDERCAM):

<http://www.redr.es/grupos/CEDERCAM.htm>

Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local de Castilla-La Mancha (INNOVARED):

<http://www.innovared.net>

Red Española de Desarrollo Rural (REDR):

<http://www.redr.es>

RELACIÓN DE CUADROS, FIGURAS, TABLAS , MAPAS Y FOTOGRAFÍAS.

Cuadros:

1. Tipos de definiciones y significados clásicos de “lo rural”	14
2. La teoría del continuo rural-urbano	16
3. La diversidad de definiciones del concepto de mundo rural	17
4. La diversidad de definiciones estadísticas del espacio rural	25
5. Tipología económica de espacios rurales	26
6. Lo rural como forma de cultura y de relación	27
7. Tipología de grupos sociales rurales	30
8. La amplitud conceptual de la ruralidad	33
9. Retos y dimensiones de la competitividad del espacio rural en el contexto de la globalización	38
10. Tipos de procesos de industrialización en áreas rurales según su origen	46
11. Tipos de procesos de industrialización en áreas rurales según su carácter predominante	48
12. Tipificación de áreas rurales según el grado de industrialización	50
13. La evolución de la definición de distrito industrial y SPL	66
14. Tipos de relaciones interempresariales	70
15. Tipos de SPL según Garofoli	76
16. Tipos de SPL según Maillat y Kebir	78
17. Tipos de innovación	96-97
18. La innovación y las PYMES: Manual de la Innovación para PYMES	98-99
19. Programa de desarrollo rural de la Declaración de Cork	120
20. Actuaciones prioritarias en la industria rural según el grado y los procesos de industrialización predominantes	126
21. La variedad de servicios empresariales ofrecidos por los Centros Tecnológicos	129
22. Modelos de innovación en la industria rural	132
23. Decálogo del investigador cualitativo	147
24. Técnica de diagnóstico DAFO	165
25. Objetivos del Plan Regional de Innovación de Castilla-La Mancha (PRICAMAN)	212
26. Características de la bodegas de Valdepeñas	266-267
27. Umbrales demográficos y estudios de caso	348
28. Tipologías económica de espacios rurales y estudios de caso	349
29. Tipologías de procesos de industrialización en áreas rurales y estudios de caso	351
30. Tipologías de grupos socio-laborales en la industria rural y estudios de caso	352
31. Tipos de relaciones interempresariales y estudios de caso	355
32. Tipos de SPL y estudios de caso	356
33. Gradación de medios innovadores y estudios de caso	361
34. Diagnóstico DAFO aplicado a los estudios de caso	366-367
35. Propuesta de actuaciones específicas prioritarias en los casos de estudio	380-381

Figuras:

1. Fases del método deductivo de investigación aplicado en la tesis	4-5
2. El marco teórico de la investigación	9
3. La Geografía Rural como disciplina ecléctica	32-33
4. La heterogeneidad y diversidad del mundo rural actual	34-35
5. Los agentes potenciales de la cooperación	100-101
6. Evolución del contexto de la política de desarrollo rural	114-115
7. Administraciones implicadas en la ordenación del espacio rural actual	116
8. Tipos de políticas de desarrollo rural	118-119
9. Lógicas de innovación de los territorios rurales en función de los tipos de contexto	134-135
10. La multiplicidad de fuentes de información de la investigación	143
11. La toma de decisiones en el diseño de una investigación cualitativa	150
12. a. Fases de una investigación cualitativa	152-153
12. b. Fases de la investigación empírica de la tesis	168-169
13. El contexto de la entrevista	158

Tablas:

1. Los umbrales demográficos del mundo rural	23
2. Evolución demográfica de Castilla-La Mancha	181
3. Distribución provincial de la población en Castilla-La Mancha 2001	182
4. Evolución del empleo industrial en Castilla-La Mancha 1980-1999	189
5. Especialización industrial de Castilla-La Mancha	191
6. Principales sectores de Castilla-La Mancha según volumen de ventas (2000)	195
7. a. Espacios industriales dinámicos en Castilla-La Mancha	206-207
7. b. Diagnóstico industrial previo de las áreas de estudio: relación de nuevas industrias 1981-1995	220-221
8. Evolución demográfica de los estudios de caso	222-223
9. Evolución demográfica de Sonseca	223
10. Estructura industrial de Sonseca	224
11. Evolución demográfica de Villacañas	251
12. Evolución demográfica de Valdepeñas	263
13. Las cifras de la elaboración de vino de D.O. Valdepeñas	266
14. Vino amparado por la D.O. Valdepeñas	272
15. Comercialización del vino de la D.O. Valdepeñas (litros)	272
16. Exportación de vino de la D.O. Valdepeñas (litros)	272
17. Evolución demográfica de Almansa	283
18. Estructura industrial de Almansa	285
19. Evolución demográfica de Fuensalida	299
20. Estructural industrial de Fuensalida	302
21. Evolución demográfica de Illescas-Yuncos (La Sagra)	312
22. Estructura industrial de Illescas	312
23. Estructura industrial de Yuncos	313
24. Evolución demográfica de Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)	321
25. Estructura industria del Gálvez	322
26. Estructura industria de Polán	322
27. Estructura industrial de Noez	323
28. Evolución demográfica del Campo de Montiel	330-331
29. La confección en el Campo de Montiel	330
30. El sector de la confección en los principales municipios de la provincia de Ciudad Real	330
31. Asociación de Empresarios Textiles del Campo de Montiel y Valdepeñas	336

Diagramas:

1. Relaciones interempresariales verticales en un SPL	82
2. Relaciones interempresariales horizontales en un SPL	82
3. El ámbito de las relaciones en un medio innovador	109
4. El SPL de la industria del mueble y auxiliares en Sonseca	232
5. La red de la innovación en el sector del mueble de Sonseca	245
6. El SPL de puertas y auxiliares en Villacañas	255
7. La red de la innovación en el sector de las puertas de Villacañas	260
8. El SPL del vino de Valdepeñas	268
9. Agentes sociales e institucionales en la actividad vitivinícola de Valdepeñas	277
10. Las relaciones institucionales del C.R.D.O. de Valdepeñas	280
11. La red de la innovación del vino de Valdepeñas	281
12. El SPL del calzado y auxiliares de Almansa	287
13. La red de la innovación de la industria del calzado en Almansa	297
14. El SPL del calzado y auxiliares en Fuensalida	304
15. La red de la innovación de la industria del calzado en Fuensalida	308
16. El SPL de la industria del mueble en Illescas-Yuncos (La Sagra)	316
17. El SPL de la industria del mueble en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)	325
18. El SPL de la confección en el Campo de Montiel	333
19. La red de la incipiente innovación en el sector de la confección de La Solana	342
20. Tipos de agentes promotores de la innovación en los estudios de caso	362

Mapas:

1. Nuevas industrias creadas entre 1981-1995 en municipios rurales	58-59
2. Los SPL en Europa	84-85
3. Los SPL en Francia	84-85
4. Los SPL en España (I)	84-85
5. Los SPL en España (II)	84-85
6. Propuesta de comarcalización de Castilla-La Mancha	184-185
7. Empleo e inversión en Castilla-La Mancha, 1981-1995	206-207
8. Programas europeos en Castilla-La Mancha	216-217

Mapas SIG:

1. Población de España 1998: densidad y población total	24-25
2. Distribución de la población total en Castilla-La Mancha 1998	208-209
3. Densidad de población en Castilla-La Mancha 1998	208-209
4. Evolución de la población en Castilla-La Mancha, 1981-1998	208-209
5. Estudios de caso	220-221
6. Estudio de casos: Sonseca	224-225
7. Estudio de casos: Villacañas	252-253
8. Estudio de casos: Valdepeñas	264-265
9. Estudio de casos: Almansa	284-285
10. Estudio de casos: Fuensalida	300-301
11. Estudio de casos: La Sagra	312-313
12. Estudio de casos: Montes de Toledo	324-325
13. Estudio de casos: Campo de Montiel	330-331

Planos:

1. Localización de las bodegas de Valdepeñas	264-265
--	---------

Grafos:

1. Modelo del diamante de la red de innovación	108
2. Modelos de la red de innovación de los estudios de caso	362-363

Fotografías:

1. Cartel de entrada al centro urbano de Sonseca	224-225
2. Folleto turístico de Sonseca	224-225
3. Escudo de Sonseca	224-225
4. Etiqueta y logotipo del proyecto del mueble de Sonseca	246-247
5. Logotipo y eslogan del mapa de las Normas Subsidiarias de Villacañas	252-253
6. Folleto de publicidad del nuevo polígono industrial de Villacañas	252-253
7. Interior del Museo del Vino de Valdepeñas	264-265
8. Folleto del C.R.D.O. Valdepeñas	264-265
9. El escudo de Valdepeñas	264-265
10. Logotipo y reglamento de la D.O. Valdepeñas	264-265
11. El territorio de la D.O. Valdepeñas	270-271

Fichas de trabajo de campo:

1. La investigación en Sonseca	224-225
2. La investigación en Villacañas	252-253
3. La investigación en Valdepeñas	266-267
4. La investigación en Almansa	284-285
5. La investigación en Fuensalida	300-301
6. La investigación en Illescas-Yuncos (La Sagra)	312-313
7. La investigación en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)	324-325
8. La investigación en el Campo de Montiel	332-333

Fichas resumen:

1. El sector del mueble en Sonseca	248-249
2. La fabricación de puertas en Villacañas	262-263
3. El SPL de las bodegas de Valdepeñas	282-283
4. La industria del calzado en Almansa	298-299
5. La industria del calzado en Fuensalida	310-311
6. La industria del mueble en Illescas-Yuncos (La Sagra)	318-319
7. El sector madera-mueble en Gálvez-Polán-Noez (Montes de Toledo)	328-329
8. La confección en el Campo de Montiel	342-343
9. Trabajo de campo y características de todos los estudios de caso	346-347

Artículos de prensa:

1. La conflictividad laboral en el sector de la puertas en Villacañas (I)	254-255
2. La conflictividad laboral en el sector de la puertas en Villacañas (II)	254-255
3. Nacimiento de la Asociación de Textil de Campo de Montiel y Valdepeñas	336-337
4. La conflictividad laboral en el sector de la confección en el Campo de Montiel	340-341

ANEXOS

- Encuesta empresarial
- Modelos de guiones de entrevistas a diferentes agentes
- Ejemplo de entrevistas a un estudio de caso

Documentos elaborados y utilizados en el proyecto de investigación “Política de promoción industrial, innovación y sistemas productivos locales en Castilla-La Mancha”, dirigido por Ricardo Méndez.

ENCUESTA A LAS PYMEs INDUSTRIALES DE CASTILLA-LA MANCHA.

DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE: _____

DOMICILIO: _____

MUNICIPIO: _____ PROVINCIA: _____ TF: _____

AÑO DE CREACIÓN: _____ AÑO DE INSTALACIÓN EN ESTE MUNICIPIO: _____

EMPLAZAMIENTO: Casco urbano
Vía de comunicación
Polígono industrial
Otros _____

FORMA JURÍDICA: Empresario individual
Sociedad Anónima
Sociedad Limitada
Cooperativa
S.A.Laboral

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS: _____

LOCALIZACIÓN EN ESPAÑA: _____

PROCESO PRODUCTIVO

1. Sector de actividad: _____
CNAE: _____

2. Tareas que se realizan en establecimiento:

-Producción
-Almacenamiento
-Administración
-Comercialización
-I + D/Diseño
-Otras (especificar) _____

3. Principales productos elaborados (porcentajes):

a.- _____
b.- _____
c.- _____
d.- _____
e.- _____

4. Principales materias primas (% aprox.):

a.- _____
b.- _____
c.- _____
d.- _____
e.- _____

5. Procedencia de las materias primas (%):

Provincia: _____
Región: _____
España: _____
Otros países: _____

6. ¿En el proceso productivo incorpora bienes elaborados/semielaborados por otra empresa?:

-Sí
-No

7. Localización de los principales proveedores:

a.- _____
b.- _____
c.- _____
d.- _____

8. ¿Subcontrata alguna fase de la elaboración?

-No
-Sí
-¿Cuál/es? _____

Localización de empresas subcontratadas:

9. ¿Es subcontratado por otra empresa?

-No -Sí
-Habitualmente
-Esporádicamente

Localización de empresas subcontratistas:

10. El producto final, ¿se vende con marca propia?:

Sí No

10. Tipo de transporte utilizado para los productos (% aprox.):

a.-ferrocarril
carretera
otros
b.-propio
contratado

MERCADOS

11. ¿Cuáles son sus principales mercados?:

Venta a mayoristas Minoristas
Venta a otras industrias
Cliente preferente (> 50%)

12. ¿Dónde se localizan? (% aprox.):

Región (C-LM): _____ Madrid: _____
U.E.: _____ Otro país.: _____
Otras regiones: _____

13. ¿Qué proporción aproximada corresponde a exportaciones?: _____

14. Facturación media anual de la empresa en millones de pesetas (cifra o intervalo):

	1995	1996	1997
< de 50			
50 a 100			
100 a 250			
250 a 500			
500 a 1000			
> de 1000			

GESTIÓN

15. ¿En qué municipio reside el empresario?:

16. ¿Tuvo otro trabajo con anterioridad?:

Sí No
En caso afirmativo, ¿cuál?:

17. ¿Qué estudios cursó?:

Primarios Medios
Formación profesional _____
Carrera técnica grado medio _____
Universitarios _____
Otros _____

18. ¿Participa el empresario, de forma directa, en el proceso de producción?:

Sí No
Eventualmente

19. ¿Tienen informatizado el proceso de gestión y administración de la empresa?:

Sí
No

20. ¿Contrata su empresa servicios externos?:

No
Sí

21. En caso afirmativo, de qué tipo:

¿Dónde?

Publicidad _____
Contabilidad _____
Asesoría laboral-fiscal _____
Comercialización _____
Estudios de mercado _____
Estudios de viabilidad _____
Diseño de productos _____
Laboratorios de control _____
Aplicación de tecnología _____
Formación del personal _____

Asesoramiento técnico _____
Mantenimiento maquin. _____
Transporte mercancías _____

22. ¿Ha recibido ayudas para la contratación de servicios?

Ministerio de Industria
Otros ministerios
Comunidad Autónoma
Ayuntamiento-Diputación
Comunidad Europea
Instituto Tecnológico
Organización empresarial
Otras instituciones

¿Considera que necesita algún servicio que no encuentra en el entorno?. ¿Cuál?

INNOVACIÓN

23. Realizó en los últimos años (3) algún tipo de innovación en (describir en pág. aparte):

Diseño
Proceso fabricación
Productos
Control de calidad
Almacén/Inventario
Comercialización
Promoción exterior
Organización interna
Otros (especificar):

24. En caso afirmativo, ¿por qué?:

25. ¿Qué inversión aprox. destinó a estas innovaciones en 3 últimos años?: _____

26. ¿Cómo se financió?: % aprox.

Autofinanciación _____
Créditos bancarios _____
Ayudas públicas _____
Otros recursos _____

26. En caso de recibir ayudas públicas:

Organismos: _____

27. En caso negativo:

Solicitud denegada No solicitó

28. ¿Han contratado nuevos trabajadores en relación con esas innovaciones?:

No Sí
Puestos(especificar): _____

29. ¿Realizó el empresario alguna actividad de formación (cursos, seminarios...) en 3 últimos años?:

Sí No

Describir: _____

30. ¿La realizaron los trabajadores?:

Sí No

Describir: _____

31. ¿Tienen demandas insatisfechas de formación?:

Sí No

Cuáles (especificar): _____

32. ¿Está integrado en alguna asociación empresarial?:

Sí No

¿Qué servicios le presta (describir)?:

33. ¿Tiene relaciones de colaboración con otras empresas del municipio? ¿Con qué fin?:

Sí No

	Nº empresas
Financiar innovación	
Tareas de formación	
Comercializar productos	
Contratar serv. comunes	
Otros	

34. ¿Qué equipos informáticos tiene?:

¿Para qué funciones se utiliza?:

Administración Almacén

Producción Diseño

Conexión a redes (Internet...)

Otras _____

35. ¿Qué medidas de apoyo público a la innovación considera más necesarias y útiles?

LOCALIZACIÓN

36. ¿Estuvo la empresa instalada en otro municipio?

Sí No

Dónde _____

37. En caso de traslado, ¿a qué se debió?:

38. De los siguientes aspectos, señale los que más han influido en su localización actual:

Vinculación personal

Proximidad a

-mercado final

-materias primas

-mano de obra cualificada

-mano de obra más barata

-buenas comunicaciones

-polígono industrial

-cercanía proveedor/cliente

-ayudas públicas

-precio del suelo/naves

-otros(especificar): _____

39. ¿Considera adecuada esa localización?:

Sí No

¿Qué mejoraría?:

DATOS DE CAPITAL

40. Capital social : _____ (millones)

41. Propiedad mayoritaria (> 50% acciones):

Familiar

Socios nacionales

Capital extranjero

Banco

Trabajadores

Otros

42. ¿Se han producido cambios importantes en la propiedad en los últimos años?:

Sí No

Especificar: _____

43. Inversión aproximada de capital en los 3 últimos años: _____

Destino principal (aprox.):

Instalaciones/terrenos: _____

Maquinaria para producción: _____

Vehículos: _____

Comercialización/publicidad _____

Innovación tecnológica _____

Recursos humanos _____

OBSERVACIONES:

EMPLEO

43. Total de empleados actuales:

	Hombres	Mujeres	TOTAL
Contrato fijo			
Contr. temporal			
Contr. aprendizaje			
Otros			
TOTAL			

44. Tendencia en últimos 3 años:

Aumento Disminución Estabilidad

45. Distribución por ocupaciones:

	% aprox.	
Directivos y gerentes		
Personal técnico		
Administrativos		
Operarios (producción)		
Otros		

46. Cómo adquieren la cualificación los trabajadores:

- contrata profesionales cualificados
- mediante el trabajo en la empresa
- a través de cursos
- otros (especificar): _____

47. La organización de tareas en el trabajo responde a que:

- Cada trabajador se especializa en una/varias tareas
- Se fomenta la flexibilidad del trabajador
- Depende de la tarea

48. Los salarios se acuerdan por:

- convenio del sector
- acuerdo empresa/trabajador
- combinación de anteriores
- trabajo realizado
- otros criterios

49. Lugar de residencia de los trabajadores de la empresa (% aprox.):

- propio municipio: _____
- la comarca: _____
- Madrid: _____
- otros (especificar): _____

50. ¿Cree conveniente alguna reforma en el mercado de trabajo:

FECHA DE LA ENCUESTA:

PERSONA ENCUESTADA Y CARGO:

APÉNDICE A LA ENCUESTA EMPRESARIAL DE CASTILLA-LA MANCHA

47. ¿Cuáles de las siguientes operaciones se realizan en la empresa y quiénes las realizan?

47. ¿Cuáles son las tareas que se realizan en la empresa y quiénes las realizan?

Tarea (ej. lijado, barnizado, oficina,....)	Hombres	Mujeres	Total
.....
.....
.....
.....

CALZADO

Tarea	Hombres	Mujeres	TOTAL
Diseño			
Corta			
Cóncavo			
Aparado			
Pegado			
Empaquetado			
Transporte			

ENTREVISTA A AYUNTAMIENTOS:

APÉNDICE A ENCUESTA EMPRESARIAL EN CASTILLA-LA MANCHA.

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA LOCALIDAD / LA INSTITUCIÓN.

47. ¿Cuáles de las siguientes operaciones se realizan en la empresa y quiénes las realizan?

CONFECCIÓN

Tareas	Hombres	Mujeres	TOTAL
Diseño y patronaje			
Corte			
Cosido/montaje			
Remallado			
Etiquetado			
Planchado			
Empaquetado			
Transporte			

CALZADO

Tareas	Hombres	Mujeres	TOTAL
Diseño			
Corte			
Cosido			
Aparado			
Pegado			
Empaquetado			
Transporte			

REDES DE COLABORACIÓN.

- ¿Colaboran con otras instituciones locales en el fomento de la innovación y la formación? ¿Con cuáles? ¿En qué tipo de actividades?
- ¿Colaboran con otras instituciones locales en tareas de promoción exterior de la industria local? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades?
- ¿Colabora con otras instituciones públicas de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Qué problemas?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

- ¿Cómo se valora el clima sociolaboral en la localidad? ¿Cuál es el grado de concertación entre instituciones públicas y privadas? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto? ¿Han cambiado en los últimos años?
- ¿Qué medidas en materia de política industrial y de innovación considera más eficaces para afrontar con éxito el reto de la competitividad?
- ¿Se han planteado la elaboración de un Plan Estratégico con participación de los diversos agentes sociales de la localidad? ¿Otras actuaciones de este tipo?
- Otras consideraciones que estimen de interés.

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA A AYUNTAMIENTOS:

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA LOCALIDAD / LA INSTITUCIÓN.

1. ¿Cuál ha sido la evolución de la industria en el municipio durante los últimos años? ¿Cuál es la situación actual? ¿Qué importancia tiene la industria?
2. ¿Se ha producido un elevado movimiento industrial o se mantienen las mismas empresas?
 - creación y desaparición de empresas endógenas (rotación)
 - llegada/salida de empresas del municipio (difusión)
 - relocalización dentro del mismo municipio
3. ¿Qué actuaciones urbanísticas realiza el Ayuntamiento en materia industrial?
 - promoción de suelo/polígonos y parques industriales // rehabilitación
 - promoción de centros de servicios/parques empresariales
 - restricciones a la instalación (ordenanzas municipales)
 - restricciones medioambientales // gestión de residuos // agua
4. ¿Desarrolla el Ayuntamiento alguna actuación de promoción industrial? ¿Y de promoción del empleo en general? ¿De qué tipo? ¿Con qué recursos? ¿Cuenta con agentes de desarrollo local? ¿Cómo se financian?
5. ¿Lleva a cabo alguna actuación en materia de formación e innovación?
 - a. Realización de cursos para desempleados/reciclaje
 - b. Promoción de ferias/exposiciones en el municipio
 - c. Ayudas a la tramitación de subvenciones, certificaciones y marcas
 - d. Otros servicios de asistencia (especificar)

REDES DE COLABORACIÓN.

6. ¿Colaboran con otras instituciones locales en el fomento de la innovación y la formación? ¿Con cuáles? ¿En qué tipo de actividades?
7. ¿Colaboran con otras instituciones locales en tareas de promoción exterior de la industria local? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades?
8. ¿Colabora con otras instituciones públicas de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Qué problemas?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

9. ¿Cómo se valora el clima sociolaboral en la localidad? ¿Cuál es el grado de concertación entre instituciones públicas y privadas? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto? ¿Han cambiado en los últimos años?
10. ¿Qué medidas en materia de política industrial y de innovación considera más eficaces para afrontar con éxito el reto de la competitividad?
11. ¿Se han planteado la elaboración de un Plan Estratégico con participación de los diversos agentes sociales de la localidad? ¿Otras actuaciones de este tipo?
12. Otras consideraciones que estimen de interés.

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA A ASOCIACIONES EMPRESARIALES:

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

1. ¿En qué año se creó la Asociación y quiénes la promovieron? ¿Por qué razones?
2. ¿Cuál es el número actual de socios y su evolución en los últimos años? ¿Qué proporción representan del total? ¿Qué tipo de empresas participan? ¿Son todas del municipio o existen de otros? ¿Cuáles?
3. ¿Cuál es su organización interna? ¿Y sus fuentes de financiación?
4. ¿Qué número de personas trabajan en plantilla? ¿Con qué titulación? ¿Se contrata eventualmente para realizar ciertas actividades?
5. ¿Qué tipo de actividades habituales realiza la Asociación para promover la industria? ¿Dónde?
 - a. Difusión de información sobre innovaciones tecnológicas y diseño
 - b. Difusión de información sobre mercados y asistencia a ferias
 - c. Asesoramiento fiscal, financiero, legal / Tramitación de subvenciones
 - d. Formación técnica (especificar) para empresarios/trabajadores
 - e. Gestión de certificaciones y marcas
 - f. Otros servicios de asistencia (especificar)
6. ¿Cuáles son los principales beneficios de esas actividades para sus asociados? ¿Cuáles han sido las principales limitaciones? ¿A qué se deben?

REDES DE COLABORACIÓN.

7. ¿Colaboran con otras instituciones locales en el fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico? ¿Con cuáles? ¿En qué tipo de actividades?
8. ¿Colaboran con otras instituciones locales en tareas de formación u otras? ¿Con cuáles?
9. ¿Colabora con otras instituciones de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Desde cuándo? ¿Qué problemas?
10. ¿Participan en las actividades de otras asociaciones empresariales de su mismo sector? ¿En cuáles?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

11. ¿Cuál ha sido la evolución industrial del municipio/comarca durante los últimos años? ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades actuales a que se enfrenta el sector y el territorio?
12. ¿Cómo se valora el clima local de colaboración? ¿Ha cambiado en los últimos años? ¿Y las relaciones extralocales?
13. ¿Qué medidas en materia de política industrial y de innovación considera más eficaces para afrontar con éxito el reto de la competitividad?
14. ¿Existen proyectos de futuro para ampliar la actividad y funciones de la Asoc?
15. Otras consideraciones que estimen de interés.

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA A CENTROS TECNOLÓGICOS:

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

1. ¿En qué año se instaló el C.T./Laboratorio y quiénes lo promovieron? ¿Por qué razones?
2. ¿Cuál es el número actual de socios y su evolución en los últimos años? ¿Qué proporción representan del total? ¿Qué tipo de empresas participan? ¿Son todas del municipio o existen de otros? ¿Cuáles?
3. ¿Cuál es su organización interna? ¿Y sus fuentes de financiación?
4. ¿Qué número de personas trabajan en plantilla? ¿Con qué titulación? ¿Se contrata eventualmente para realizar ciertas actividades?
5. ¿Qué tipo de actividades habituales realiza el C.T. para promover la industria?
 - Difusión de información sobre innovaciones tecnológicas y diseño
 - Difusión de información sobre mercados y ferias
 - Formación técnica (especificar) para empresarios/trabajadores
 - Ensayos y pruebas de laboratorio
 - Control calidad sobre materias primas/productos. Otras certificaciones
 - Otros servicios de asistencia técnica
6. ¿Cuáles son los principales beneficios que esas actividades pueden reportar a sus asociados? ¿Cuáles han sido hasta el momento las principales limitaciones a su actividad? ¿A qué se deben?

REDES DE COLABORACIÓN.

7. ¿Colaboran con otras instituciones locales en el fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico? ¿Con cuáles?
8. ¿Colaboran con otras instituciones locales en tareas de formación u otras? ¿Con cuáles?
9. ¿Colabora con otras instituciones de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Desde cuándo? ¿Qué problemas?
10. ¿Participan en las actividades de otros Centros Tecnológicos de su mismo sector? ¿En cuáles?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

11. ¿Cuál ha sido la evolución industrial del municipio/comarca durante los últimos años? ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades actuales a que se enfrenta el sector y el territorio?
12. ¿Cómo se valora el clima local de colaboración? ¿Ha cambiado en los últimos años? ¿Y las relaciones extralocales?
13. ¿Qué medidas en materia de políticas de innovación considera más eficaces para afrontar con éxito el reto de la competitividad?
14. ¿Existen proyectos de futuro para ampliar la actividad y funciones del C.T.?
15. Otras consideraciones que estimen de interés.

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA A SINDICATOS:

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA LOCALIDAD / LA INSTITUCIÓN.

1. ¿Cuál ha sido la evolución de la industria en el municipio durante los últimos años? ¿Cuál es la situación actual? ¿Qué importancia tiene la industria?
2. ¿Se ha producido un elevado movimiento industrial o se mantienen las mismas empresas?
 - creación y desaparición de empresas endógenas (rotación)
 - llegada/salida de empresas del municipio (difusión)
 - relocalización dentro del mismo municipio
3. ¿Cómo ha evolucionado el empleo industrial en los últimos años?
 - volumen absoluto y desempleo
 - cualificación y estructura ocupacional / relaciones de género
 - relaciones laborales: tipos de contratación, autoempleo, horario laboral
 - presencia de economía sumergida (actividades específicas)
4. ¿Trabajan aquí trabajadores industriales de otros municipios? ¿Cuáles?
5. ¿Cuál es el sistema habitual de contratación? ¿Influyen las relaciones familiares?
6. ¿Funciona o ha funcionado el cooperativismo en la industria? ¿Por qué?
7. ¿Existen dificultades de inserción laboral de los jóvenes? ¿Nuevas actividades?
8. ¿Es elevada la presencia sindical en las empresas (afiliación, comités, negociación)? ¿Cómo evoluciona? ¿Qué problemas?

REDES DE COLABORACIÓN.

9. ¿Existe pacto local por el empleo en el municipio? ¿Otras formas de concertación con empresarios y poderes públicos? ¿Actuaciones concretas?
10. ¿Colaboran con otras instituciones locales en tareas de formación e innovación?
11. ¿Colabora con instituciones regionales, nacionales o de la UE? ¿En qué actividad?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

12. ¿Cómo se valora el clima sociolaboral de la localidad? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto? ¿Han cambiado en los últimos años?
13. ¿Se observan esfuerzos de innovación en las empresas? ¿En qué aspectos? ¿Cuáles son sus obstáculos? ¿Cómo afectan al empleo? ¿Y al medio ambiente?
14. ¿Existen déficits de formación? ¿En qué profesiones? ¿Qué se hace?
15. ¿Qué medidas en materia de políticas (industrial, de empleo, de innovación) se consideran prioritarias? ¿Qué aspectos de las políticas actuales se consideran más negativos? 16.
16. Otras consideraciones que se estimen de interés

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA A EMPRESARIOS:

CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA.

1. ¿Origen de la empresa? ¿Cuándo se instaló en el municipio y por qué?
¿Tiene otros establecimientos y dónde?
2. ¿Qué tipo de actividad realiza en el municipio? ¿Qué organización interna?
3. ¿Origen profesional del empresario? ¿Formación? ¿Dónde trabajó y reside?
4. ¿Cual es el volumen actual de ventas y hacia qué mercados? ¿Tendencias?
¿Cómo evoluciona la capacidad exportadora? ¿Principales dificultades?
5. ¿Dónde están los principales proveedores? ¿Es importante la proximidad?
6. ¿Dónde se localizan los principales servicios (transporte, banco, limpieza, mantenimiento, asesoría, ingeniería, patentes y marcas...)? ¿Necesidades?
7. ¿Se han introducido algún tipo de innovaciones en los últimos años?
 - proceso de fabricación y almacén
 - características/diferenciación de los productos o nuevos productos
 - comercialización y promoción/publicidad
 - gestión y organización interna de la empresa
 - formación de empresarios y trabajadores / otras innovaciones
8. ¿Por qué se acometieron? ¿Qué inversiones se destinaron? ¿Se contó con ayudas externas? ¿Se recurrió a técnicos o asesores externos?
9. ¿Cual es el número de trabajadores? ¿Estructura ocupacional? ¿Relaciones de género? ¿Evolución reciente del empleo? ¿Nuevas demandas formación?
10. ¿Que proyectos de futuro tiene la empresa?

REDES DE COLABORACIÓN.

11. ¿Colabora con otras empresas en actividades conjuntas? ¿De qué tipo?
¿Desde cuándo? ¿Qué resultados?
12. ¿Participa en asociaciones empresariales? ¿Qué le ofrecen? ¿Valoración?
13. ¿Colaboran con otras instituciones locales (ayuntamiento, centro tecnológico, sindicatos...) en el fomento de la innovación, la formación o la promoción exterior? ¿Con cuáles? ¿En qué tipo de actividades?
14. ¿Ha recibido ayudas oficiales en los últimos años? ¿Para qué? ¿Quién?
¿Cómo valora las políticas públicas de promoción industrial?

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENTORNO.

15. ¿Cuáles son las principales fortalezas/debilidades del sector y la localidad?
16. ¿Cómo se valora el clima sociolaboral en la localidad? ¿Cuál es el grado de concertación entre instituciones públicas y privadas? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto? ¿Han cambiado en los últimos años?
17. ¿Qué medidas en materia de política industrial y de innovación considera más eficaces para afrontar con éxito el reto de la competitividad?
18. Otras consideraciones que estimen de interés.

PERSONA ENTREVISTADA:

CARGO:

FECHA:

ENTREVISTA AL RESPONSABLE DE INDUSTRIA EN EL AYUNTAMIENTO DE ALMANSA.

1. ¿Cuál ha sido la evolución del sector industrial en el municipio durante los últimos años?
2. ¿Se ha producido un elevado movimiento industrial o se mantienen aproximadamente las mismas empresas?
 - Creación y desaparición de empresas (rotación)
 - Llegada/salida de empresas del municipio (difusión)
 - Relocalización dentro del municipio (urbanismo)
3. ¿Qué medidas urbanísticas establece el Ayuntamiento en materia industrial?
 - Promoción de suelo/polígonos
 - Promoción de centros de servicios
 - Restricciones urbanísticas y ambientales en ordenanzas
4. ¿Desarrolla el Ayuntamiento alguna política de promoción industrial? ¿Y respecto a otras actividades? ¿Y en materia de empleo?
5. ¿Realiza o tiene previsto realizar alguna actuación destinada al fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico? ¿Cuál/es?
6. ¿Se participa en alguna actividad de formación relacionada con la industria?
7. ¿Se colabora en la promoción exterior del calzado?
8. ¿Existen acuerdos o proyectos conjuntos con empresarios y sindicatos para el fomento de la industria y el empleo en el municipio?
9. ¿Inciden algunas políticas realizadas por la Junta de Comunidades sobre la industria de Almansa?
10. ¿Cómo se valora el clima sociolaboral en la ciudad? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto en esta materia?
11. ¿Se ha planteado la necesidad de un Plan Estratégico con participación de los diferentes agentes sociales existentes en la ciudad?
12. Otras consideraciones que estimen de interés.

ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DEL CALZADO EN ALMANSA

1. ¿En qué año se fundó la Asociación y qué razones la impulsaron? ¿Quiénes?
2. ¿Cuál es el número actual de socios y su evolución en los últimos años? ¿Qué proporción representan del total? ¿Qué tipo de empresas participan en mayor medida? ¿Son todas del municipio o existen de otros? ¿Cuáles?
3. ¿Cuál es su organización interna? ¿Y sus fuentes de financiación?
4. ¿Qué número de personas trabajan para la asociación? ¿En qué tareas?
5. ¿Qué tipo de actividades habituales realiza la Asociación para promover la industria del calzado en el municipio?
 - Asesoramiento fiscal/legal a las empresas
 - Servicios de asistencia técnica
 - Difusión de información sobre innovaciones tecnológicas
 - Difusión de información sobre mercados y ferias
 - Formación técnica y otras
 - Gestión de certificaciones y marcas
 - Tramitación de ayudas públicas
 - Control de calidad (materias primas y productos)
 - Promoción de reuniones y exposiciones
 - Otras
6. ¿Cuáles son las principales ventajas que estas actividades pueden reportar a sus asociados? ¿Cuáles han sido hasta el momento las principales limitaciones a su actividad?
7. ¿Colaboran con otras instituciones en el fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico dentro del municipio? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Cómo se valora el clima de colaboración?
8. ¿Y con otras instituciones de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades?
9. ¿Cuál ha sido la evolución industrial en el municipio durante los últimos años? ¿Cuáles son los problemas principales a que se enfrenta el sector?
10. ¿Qué medidas de política industrial sería más eficaces para enfrentar con éxito el reto de la competitividad?
11. ¿Existen proyectos de futuro para ampliar la actividad y las funciones de la asociación? ¿En qué consisten? ¿Exigen algún tipo de cooperación?
12. Otras consideraciones que estimen de interés.

ENTREVISTA AL LABORATORIO DEL INESCOP EN ALMANSA

1. ¿En qué año se instaló el Laboratorio y qué razones lo impulsaron? ¿Quiénes?
2. ¿Cuál es el número actual de socios y su evolución en los últimos años? ¿Qué proporción representan del total? ¿Qué tipo de empresas participan en mayor medida? ¿Son todas del municipio o existen de otros? ¿Cuáles?
3. ¿Cuál es su organización interna? ¿Y sus fuentes de financiación?
4. ¿Qué número de personas trabajan en plantilla? ¿Con qué titulación?
5. ¿Qué tipo de actividades habituales realiza el Laboratorio para promover la industria del calzado en el municipio?
 - Difusión de información sobre innovaciones tecnológicas
 - Difusión de información sobre mercados y ferias
 - Formación técnica (especificar)
 - Control de calidad (materias primas y productos)
 - Otros servicios de asistencia técnica
6. ¿Cuáles son las principales ventajas que estas actividades pueden reportar a sus asociados? ¿Cuáles han sido hasta el momento las principales limitaciones a su actividad?
7. ¿Colaboran con otras instituciones en el fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico dentro del municipio? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades? ¿Cómo se valora el clima de colaboración?
8. ¿Y con otras instituciones de ámbito regional, nacional o internacional? ¿Con cuáles? ¿En qué actividades?
9. ¿Participan en actividades del INESCOP a nivel nacional? ¿En cuáles?
10. ¿Cuál ha sido la evolución industrial en el municipio durante los últimos años? ¿Cuáles son los problemas principales a que se enfrenta el sector?
11. ¿Qué medidas de política en materia de innovación sería más eficaces para enfrentar con éxito el reto de la competitividad?
12. ¿Existen proyectos de futuro para ampliar la actividad y las funciones de la asociación? ¿En qué consisten? ¿Exigen algún tipo de cooperación?
13. Otras consideraciones que estimen de interés.

ENTREVISTA A LAS CENTRALES SINDICALES EN ALMANSA

1. ¿Cuál ha sido la evolución del sector industrial en el municipio durante los últimos años?
2. ¿Se ha producido un elevado movimiento industrial, o se mantienen aproximadamente las mismas empresas?
 - Creación y desaparición de empresas (rotación)
 - Llegada/salida de empresas del municipio (difusión)
 - Relocalización dentro del municipio (urbanismo)
3. ¿Cómo ha evolucionado el empleo en la industria del calzado en los últimos años? ¿Y en otros sectores industriales?
4. ¿Qué proporción aproximada de hombres/mujeres y qué tareas realizan?
5. ¿Es elevado el grado de precariedad laboral en el sector? ¿Cómo se manifiesta? ¿Se ha modificado en los últimos años? ¿Por qué? ¿Afecta de forma diferente a hombres y mujeres?
6. ¿Cuál es el sistema habitual de contratación? ¿Influyen las relaciones familiares?
7. ¿Existe economía sumergida en el municipio? ¿Con qué actividades se relaciona? ¿Aumenta o disminuye en los últimos años?
8. ¿Existen dificultades de inserción laboral de los jóvenes? ¿Existen déficits de formación? ¿En qué profesiones?
9. ¿Es elevada la presencia sindical en las empresas (afiliación, comités...)?
10. ¿Cómo se valora el clima sociolaboral en el municipio? ¿Cuáles son los principales motivos de conflicto en esta materia? ¿Y reivindicaciones?
11. ¿Existen acuerdos con empresarios y Ayuntamiento para el fomento de la industria y el empleo?
12. ¿Se participa desde el sindicato en actividades de formación o relacionadas con la innovación tecnológica?
13. ¿Se nota un esfuerzo de innovación tecnológica en las empresas? ¿En qué aspectos? ¿Cómo está afectando al empleo?
14. ¿Funciona o ha funcionado el cooperativismo en el calzado? ¿Valoración?
15. ¿Trabajan aquí personas de otros municipios? ¿Cuáles? ¿Se trasladan trabajadores industriales a otros del entorno? ¿Dónde?

EPÍLOGO

No podemos terminar la redacción de esta tesis doctoral sin mencionar dos ideas importantes. En primer lugar, *la necesidad de llevar a cabo nuevas investigaciones coordinadas de este tipo a escala nacional*, con el fin de poder comparar los casos por sectores, regiones, tipos de sistemas productivos locales o por su mayor o menor dinamismo. El objetivo final sería poder desembocar en la creación de una política específica de sistemas productivos locales como la que se ha puesto en marcha en Francia, y que dio origen en el año 2001 al primer congreso mundial sobre el tema celebrado en París, al que tuve el gusto de asistir (repetido en el 2002 debido a su gran aceptación, reflejo de la actualidad y repercusión de la temática). En el camino hacia este reto podemos señalar dos propuestas importantes que ya están puestas en marcha, y en las que tengo el orgullo de poder participar.

Por un lado, el proyecto coordinado concedido al equipo del Grupo de Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles centrado en esta temática, financiado por el Programa Sectorial de Promoción General del Conocimiento del Ministerio de Ciencia y Tecnología para el período 2000-2003, con el título de *"Cambios organizativos y tecnológicos en los sistemas productivos locales de España"*, y en el que participan equipos de investigación regionales de las universidades de Andalucía, Castilla-León, Aragón, País Vasco, Galicia y Valencia. En el caso del subequipo del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid en el que me integro, y que seguirá trabajando en Castilla-La

Mancha, se analizará el sector de mueble en toda la región así como el papel de los centros tecnológicos . En la parte de trabajo de campo se analizará como nuevo estudio de caso la fabricación de puertas en Valera de Abajo (Cuenca), que supone una prolongación de la trayectoria investigadora que aquí se ha presentado.

Y por otro lado, el proyecto de investigación-acción titulado "Saber-hacer local e innovación", financiado por la Comunidad Europea, y en el que dentro de España en el período 2002-2004 se analizarán *filières* como la fabricación de navajas en Albacete, la cerámica de Talavera, el aceite en los Montes de Toledo o el vino de Ribera de Duero, cuyos resultados se compararán con los de 17 países de la cuenca mediterránea.

Y en segundo lugar, no podemos cerrar esta tesis doctoral sin mencionar no sólo el agradecimiento a todos aquellos que han sido la fuente de información de la metodología cualitativa aplicada, sino además *la deuda que contrae la investigadora con todos y cada uno de los encuestados y entrevistados*. Como señala Bernard Kayser (1990) en un interesante artículo sobre las posibilidades y limitaciones de la encuesta sobre el terreno en la experiencia geográfica, "el encuestador siempre se encuentra en una posición de deudor" (p. 242). En este sentido, nos vemos en la obligación de poner los resultados de la investigación a disposición de los que han aportado la información necesaria para su realización, y nos comprometemos a hacer todo lo posible para que el estudio realizado sea por lo menos un granito de arena en la lucha por el desarrollo y el bienestar de la región analizada.

AGRADECIMIENTOS

Poner los agradecimientos en un trabajo de investigación de envergadura y que se ha realizado a lo largo de un período de tiempo importante en la vida del investigador, es sumamente complejo debido a la gran cantidad de personas e instituciones que han contribuido de alguna u otra manera a materializar los resultados. Por buscar algún orden que garantice la igualdad en la relevancia de los agradecimientos, se realizan siguiendo una jerarquía institucional. Así:

- Mi absoluta gratitud a la *Universidad Complutense de Madrid* por haber financiado durante 4 años de beca (1997-2000) tanto la investigación de la tesis doctoral, como mi formación en universidades extranjeras (*Universidad Toulouse-Le Mirail* y *Universidad de Durham*) y mi experiencia docente en los cursos académicos de 1999 y 2000 gracias a la concesión de la "venia docendi". Y descendiendo en la jerarquía académica, mi enorme agradecimiento al *Departamento de Geografía Humana de la Facultad de Geografía e Historia* por haberme acogido durante todo el proceso de realización de la tesis, poniendo a mi disposición tanto todos los medios materiales disponibles como un gran apoyo intelectual. En particular, deseo expresar mi gratitud además de a mi *director de tesis Ricardo Méndez*, cuya ayuda ha sido inestimable, a *Consuelo del Canto* por su apoyo e intercambio de ideas en las cuestiones relacionadas con el mundo rural y las políticas europeas de desarrollo rural, y a *Juana Rodríguez Moya* por su aportación de información en los temas referentes a la población rural. Pero además, no puedo olvidar el gran apoyo y ánimo que he recibido de otros profesores del Departamento como *Isabel del Río*, *M^a Carmen Pérez Sierra* y *Javier Gutiérrez Puebla*, y a ellos dirijo mi más sincero agradecimiento, al igual que hacia *Magaly Gómez*, secretaria del Departamento, por su apoyo personal y su gran eficacia en la asistencia y tramitación burocrática de toda la documentación que mueve una tesis doctoral. Y

tras mi paso por las universidades extranjeras, mi más sincero agradecimiento a los profesores *Jean Paul Laborie* y *François Taulelle* por su enorme aportación tanto en cuestiones teóricas como metodológicas durante mi estancia como investigadora invitada en el Centro Interdisciplinar de Estudios Urbanos, así como por seguir manteniendo la red académica que se ha establecido; y a *Ash Amin*, profesor de la Facultad de Geografía de la Universidad de Durham, por orientarme en mis aventuras intelectuales al otro lado del Canal de La Mancha.

- Y siguiendo en el ámbito académico pero de regreso a nuestro país, mi enorme gratitud a los integrantes del *Grupo de Geografía Industrial de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.)* que han participado en los seminarios, celebrados desde 1998 en Salamanca, sobre Medios Innovadores en la Península Ibérica, por haber preparado un excelente caldo de cultivo en el que se ha ido alimentado y ha ido creciendo la tesis doctoral. En particular, mi más sincero agradecimiento a *Inmaculada Caravaca*, al equipo *Vettonia* (*José Luis Sánchez, José Luis Alonso y Javier Aparicio*) y a *Eugenio Climent*, por su saber hacer y por nutrir mi gusto por la investigación y mis conocimientos, a través de excelentes artículos y ponencias. El intercambio de ideas con investigadores centrados en la misma temática de estudio pero en otros contextos regionales, ha sido fundamental y mi gratitud a este grupo de investigación es inmensa.
- En cuanto a otras instituciones fuera del ámbito académico, mi agradecimiento a todas las *instituciones públicas regionales y municipales* que han aportado datos, documentación e información imprescindibles para la realización de la tesis. Mi especial gratitud a los *alcaldes y concejales* de todos los pueblos analizados, así como a los *empresarios y presidentes de las asociaciones sectoriales* que tan amablemente me han dedicado su tiempo y me han transmitido sus opiniones y reflexiones. Y de forma generalizada, mi agradecimiento a todos aquellos

habitantes de las áreas de estudio que de una forma u otra han contribuido a que el camino de la investigación haya llegado finalmente a su meta.

- Y en cuanto a todas las personas que han colaborado tanto en mi formación como investigadora como en la elaboración de la tesis, en primer lugar mi recuerdo para mis *compañeros de curso de Geografía Industrial (Jose M^a Gil Quindós, Jose Ramón Palacios, Ana Fe de la Hoz e Isabel Melguizo)*, con los que realicé el estudio sobre la Mesa de Ocaña y con los que compartí el entusiasmo de mis primeros años como investigadora. En segundo lugar, mi más sincero agradecimiento a *Antonio Gómez Colomo, Simón Sánchez Moral y M^a del Mar Alonso* por ayudarme en la realización del trabajo de campo brindándome lo mejor de su formación como geógrafos, y a *Juan Carlos García Palomares* por su enorme ayuda en la realización de la cartografía. Y en tercer lugar, tras mi aventura por las universidades extranjeras debo mi especial gratitud a *Pascal Cinyeri*, por haber sido durante largo tiempo mi vigilante bibliográfico en Francia.
- Por último, mi agradecimiento a todas la personas de *mi entorno familiar y de amistades*, por haber aguantado en muchas ocasiones mi "deformación profesional" de la vida cotidiana, y por haberme permitido reflexionar con ellos sobre todos aquellos aspectos de la investigación que me han suscitado dudas o inquietud. Las buenas interpretaciones de los procesos se originan con el intercambio de ideas y opiniones.