



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

I CONGRESO DE LA RED INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMPETITIVIDAD

ÁREA DEL CONOCIMIENTO:

Competitividad en Industrias Globales Dinámicas, Asociaciones de empresas:
un marco integrador

FACTORES QUE INCURREN PARA FORMAR ASOCIACIONES EN
PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN LA
ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Dra. Susana Acela Garduño Roman
Instituto Politécnico Nacional
sgarduno@ipn.mx

Dr. Zacarias Torres H.
Instituto Politécnico Nacional
ztorresh@gmail.com

Mtro. Gabriel Salvador Fregoso Jasso
Universidad de Guadalajara
gfredoso@cencar.udg.mx

FACTORES QUE INCURREN PARA FORMAR ASOCIACIONES EN PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Resumen

El Objetivo de la investigación fue determinar en que medida los factores de éxito aplicados en otras regiones nacionales e internacionales, incurren en la formación de asociaciones de pequeñas empresas del vestido en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). La estrategia metodológica inició con una investigación documental, primero se precisó la definición de asociaciones industriales y en segundo lugar se realizó un análisis comparativo de las diferentes experiencias nacionales e internacionales de asociaciones. Por último se entrevistó a expertos para contrastar con la investigación documental e identificar los factores que inciden en la formación de asociaciones de las pequeñas empresas del vestido en la ZMG.

Abstract

The research aim was to determine the suitability of success factors applied in other national and international regions, and the level they incur to form associations of small clothing enterprises at the Metropolitan Zone of Guadalajara (ZMG). The methodological strategy initiated with a documentary research. First, was needed to define the industrial associations. Secondly was realized a comparative analysis between the different national and international experiences of associations. Finally, the experts were interviewed to contrast his experiences with the documentary research, identifying the factors that affect the formation of associations of the small clothing enterprises at the ZMG.

FACTORES QUE INCURREN PARA FORMAR ASOCIACIONES EN PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Situación Problemática

En la gráfica 1 se aprecia el indicador del Producto Interno Bruto (PIB) de la industria manufacturera, en su división: textil, prendas de vestir e industria del calzado. La industria muestra un crecimiento del 100% entre 1997 al 2000. Posterior al 2000 enfrenta una

Gráfica 1 - PIB de la Industria Manufacturera



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

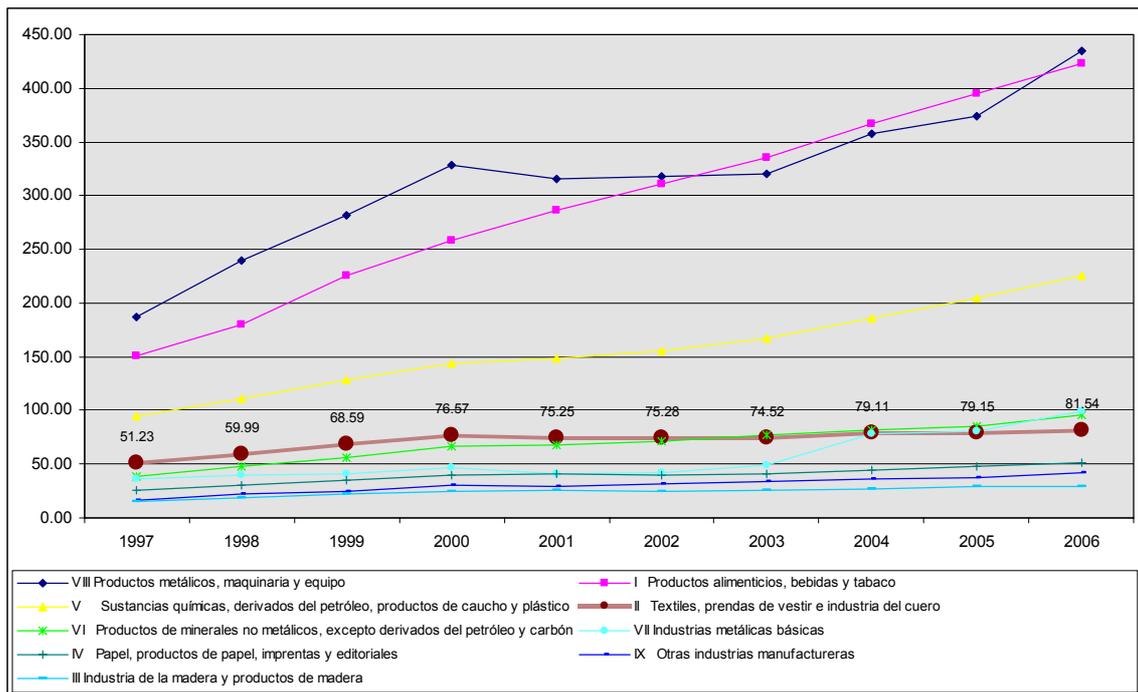
recesión que disminuye más del 22% en el PIB. Esta crisis impide el crecimiento y la tendencia positiva, que causó una disminución en su producción, exportación, empleo e inversión y por consecuencia el cierre de algunas empresas, perdiendo competitividad este sector.

Después del 2004, se observa algunas variaciones durante el año, pero con una tendencia a largo plazo, estática y sin crecimiento. Como se aprecia en la gráfica 1, la industria detiene su

crecimiento en los últimos seis años y no crece a niveles que lo hizo entre los años del 1997 al 2000.

La industria textil, prendas de vestir e industria del calzado contribuye con el 6.83 por ciento del PIB Nacional en los últimos 10 años. Hasta 2004 era la cuarta industria más importante por su contribución al PIB, desde el 2005 pasó a ser la número seis, como se aprecia en la Gráfica 2.

Gráfica 2 – PIB de la Industria Textil, Prendas de Vestir e Industria del Calzado



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

Como el alcance del presente estudio es limitado al análisis de las empresas del vestido en la ZMG, se cuestiona ¿A que se debe esta situación en la industria del vestido particularmente?

Con frecuencia se escucha que es debido al incremento de la competencia internacional, derivado del ingreso de China a la OMC, otro argumento empleado es que los Estados Unidos otorgan preferencias unilaterales como reducción de impuestos y aranceles a países de la Cuenca del Caribe, África Subsahariana y los del Pacto Andino, así como a la recesión económica de Estados Unidos. En realidad las dificultades que desafían las empresas de la Industria del Vestido son complejas y la problemática se agrava en la competencia por los mercados, cuando los países que contienden no lo hacen con las mismas reglas laborales, ambientales, de capacidad y de apoyos gubernamentales.

En un reporte entregado por el presidente de la cámara del vestido a la Secretaría de Economía en 2003, señala que el 58 por ciento del mercado nacional se abastece de prendas de vestir por canales ilegales. Como ejemplo de lo anterior, se tiene el contrabando de mercancía en la frontera Sur por donde ingresan prendas de vestir provenientes de Centroamérica y el Caribe, porque las garitas funcionan más como oficinas de migración que de aduana, favoreciendo el ingreso de mercancía en pequeñas cantidades diarias y, a largo plazo, forma un volumen que afecta las ventas de pequeños empresarios, cuya producción no sobrepasa, en promedio, las mil 500 prendas producidas por semana. Este contrabando de mercancía se convierte en una competencia desleal al venderse por debajo del costo en comercios informales que, por su estructura, no pagan impuestos y otros gastos en los que incurren las empresas establecidas.

Por otra parte, la inseguridad de la que son víctimas las empresas de la Industria del Vestido al transportar su mercancía en las carreteras y ZMG, incidiendo en problemas financieros y la imposibilidad de competir a nivel de mercados internacionales dentro del territorio nacional, esto es, sin estar exportando, deben enfrentar la embestida de la competencia global dentro de su propio territorio. Se puede observar también, la necesidad de acciones para las empresas que soslayan el impacto de esta competencia.

Las empresas de la Industria del Vestido enfrentan también cambios en los hábitos del consumidor, modificados por el estilo de vida contemporáneo que favorece la disminución del consumo interno, entre otras causas, el establecimiento de cadenas de hipermercados (concentrados en nueve distribuidores: Wal-Mart, Gigante, Sears, Palacio de Hierro, Liverpool, Suburbia, C&A, Zara, entre otros) que, por el volumen de ventas que manejan, saturan los canales de distribución con prendas de vestir a precios por debajo de los productores locales. Estas cadenas de hipermercados satisfacen el 40 por ciento del consumo nacional, en exclusividad de tallas y colores de las prendas de vestir que busca el consumidor. Por otra parte, cuando el productor local logra vender su incipiente producción a estos hipermercados enfrenta otro problema: financiar al cliente con plazos de 90 a 120 días, que llevan a perder la liquidez de los empresarios.

Otro problema es la falta de competitividad de las empresas, causada entre otros aspectos, por la falta de un sistema productivo con tecnología de vanguardia como apoyo a la optimización de los recursos dentro de los procesos, como el empleo de software especializado para el corte de telas, la logística en la distribución de las prendas hacia los puntos de venta, falta de acceso a insumos para la confección (tales como: avíos, telas, hilos, maquinaria, etc.) pertinentes en tiempo y precio.

Agregando a lo anterior que, en general, los directivos de las empresas no cuentan con información del mercado o la competencia que apoyen el establecimiento de estrategias oportunas en las

tendencias de moda para buscar diseños que satisfagan las necesidades del comprador con los nuevos hábitos de consumo y coadyuvar en la proyección de ventas futuras.

Con tal situación podemos preguntar ¿Qué estrategias siguen las empresas en otros países bajo situaciones similares? Una estrategia recurrente es la asociación de empresas lleva a la formación cluster y posteriormente redes, originando polos de desarrollo regional. Pero ¿Cómo se conceptualiza la asociación?; ¿Qué experiencias pueden aportar las agrupaciones realizadas en otras regiones del país o del mundo?

El interés por investigar las variables de competitividad en las empresas exportadoras o que mantienen su posición en el mercado local es más recurrente en las últimas dos décadas (Zou y Stan, 1998). Se destaca la importancia de crear asociaciones para competir en los mercados internacionales o en su propio territorio con las empresas que ingresan. El interés del estudio tiene su punto de inflexión a partir del éxito que tuvieron las asociaciones empresariales en las industrias europeas. Sin embargo las investigaciones posteriores en los países en desarrollo, revelaron experiencias muy desiguales que incluían ejemplos de inserción de pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales. Las explicaciones a estos ejemplos exitosos en términos económicos han enfatizado, en particular, la importancia de la cooperación entre las empresas que se agrupan en una industria. (Schmitz, 2000).

El alcance del presente estudio es limitado al análisis de las empresas del vestido en la ZMG, por lo que se cuestiona ¿En que medida las variables de éxito aplicadas en otras regiones inciden en la formación de asociaciones de pequeñas empresas del vestido en la ZMG?

Asociación Industrial, evolución del Concepto

Para que una Asociación Industrial se convierta en un sujeto legítimo de análisis debe ser definido claramente y observar el concepto a través de su evolución. No existe un consenso absoluto sobre las definiciones manejadas de la Asociación Industrial, sin embargo se usan diferentes palabras para denominar el concepto, tales como: Agrupamiento Empresarial, Aglomeración Económica, Distritos Industriales, o Cluster, entre otros. Con las anteriores denominaciones es posible encontrar un concepto que defina sus ventajas y las variables que intervienen para su formación.

Los distritos industriales por ejemplo pueden tomar una variedad de formas (Markusen, 1996). La mayoría de la literatura sobre clusters industriales se enfoca en la definición básica, un cluster industrial es:

“concentración geográfica de industrias que obtienen una ventaja en su desempeño mediante las empresas situadas en una misma localidad”

(Doeringer y Terkla, 1995)

Por su parte Schmitz (1992) define clusters como:

“... un grupo de productores que hacen lo mismo o cosas similares en vecindad cerca uno del otro”

Sin embargo, más allá de la definición básica, existe un pequeño consenso sobre como definir una Agrupación Industrial. Por su parte, algunos autores contemplan en sus definiciones de manera similar a la aglomeración económica, refiriendo de manera análoga a los distritos industriales como las aglomeraciones económicas.

Una concepción de distritos industriales proviene del trabajo de Marshall (1920), donde el autor argumenta que la dinámica de concentración geográfica de las firmas conduce al crecimiento y progreso organizacional permitiendo a las firmas cosechar economías de escala externas. Sin embargo, también se han desarrollado modelos socio-económicos de los distritos industriales que relacionan el negocio con las estructuras sociales e institucionales desarrolladas (Beccattini, 1989; 1990; Pyke et al., 1990; Sengenberger y Pyke, 1991). Los distritos industriales son, por lo tanto, una agrupación de empresas en una industria particular que han construido redes locales con las organizaciones que soportan la industria, así como, con la comunidad local.

Rosenfeld (1997) comenta que no existe un criterio para definir efectivamente el cluster, y que existen tantas definiciones como tipos de organizaciones utilicen el término, citando ejemplos de agencias gubernamentales e investigadores.

Por su parte, Porter (1998), define el Cluster o Distrito Industrial de la siguiente manera:

“es una concentración geográfica de compañías que cooperan y compiten, proveedores, prestadores de servicio, e instituciones asociadas”

y en su libro “La ventaja competitiva de las naciones” (Porter, 1990), basado en el estudio de las industrias de 10 naciones, establece el “Diamante de la Ventaja” (Figura 1), el cual consta de cuatro factores que él determina crearán una ventaja competitiva para las organizaciones.

Las cuatro esquinas están formadas por las condiciones de factores, las condiciones de demanda, las estrategias y rivalidad industrial, y las industrias relacionadas y de soporte. Porter emplea este diamante para determinar cual organización o industria tiene ventaja competitiva, enfatizando la importancia de como se estimula el interés por la asociación de empresas en industrias relacionadas y de soporte. Cuando aplica su tesis a las naciones como un todo, Porter reconoce que la mayoría de las actividades económicas tiene lugar a nivel regional. Por lo que estas ideas son aplicadas a ciudades y regiones.

DIAMANTE DE MICHAEL PORTER

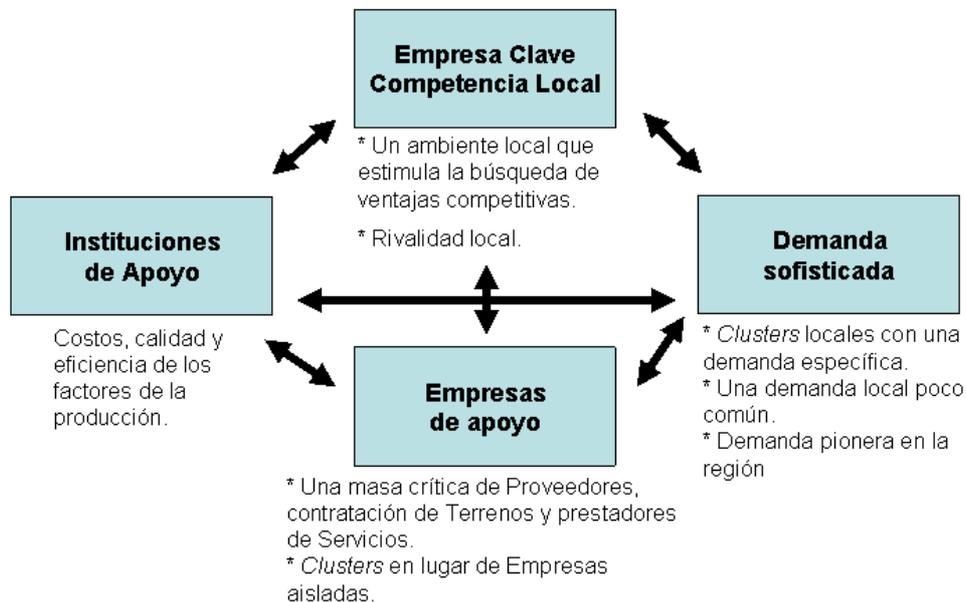


Figura 1 – Diamante de Michael Porter

Porter lleva su tesis a determinar la ventaja competitiva de la concentración geográfica para las Industrias (Asociación Industrial). Además define dos tipos de relación en las asociaciones: Verticales y Horizontales. La Asociación Vertical esta formado por industrias enlazadas en una relación de compra-venta. La Asociación Horizontal incluye industrias que pueden compartir un mercado común para un producto, empleando una tecnología o habilidades de la fuerza laboral en común, o requieren recursos naturales similares (Ibíd).

Jacobs y DeMan (1996) y Rosenfeld (1996, 1997) discuten diferentes definiciones de las asociaciones industriales, sin embargo estos autores también emplean las definiciones de Asociación Vertical y Horizontal como fundamento de su definición. Jacobs y DeMan (1996) exponen:

“No existe una definición correcta del concepto de cluster... se interesan por dimensiones diferentes”

Ellos parten de la definición de Asociación Horizontal y Vertical para identificar las dimensiones clave que pueden son utilizadas en la definición de Asociación Industrial. Esto incluye la concentración geográfica o espacial de la actividad económica, la relación horizontal y vertical entre las industrias del sector, uso de la tecnología común, la presencia de un actor central (tales como grandes empresas, centros de desarrollo, etc.), y la calidad de la cadena Industrial, o la

cooperación entre empresas (Ibíd).

En adición a la relación vertical y horizontal, Rosenfeld (1997) incluye para definir una asociación industrial con los siguientes criterios: el tamaño de la industria, la importancia económica o estratégica de la industria, el rango de productos producidos o servicios usados, y el uso de de suministros comunes. Rosenfeld no fomenta definir la asociación exclusivamente por el tamaño de la industria o la escala de empleo, resalta que muchas asociaciones efectivas están localizadas en pequeñas industrias interrelacionadas las cuales no cuentan necesariamente con una concentración pronunciada del empleo. De acuerdo a Rosenfeld, una asociación industrial es:

“Una concentración geográfica de negocios similares, relacionados o complementarios; con un canal activo de transacciones de negocio, comunicación y diálogo; que comparten una infraestructura especializada, mercado de labor y servicios; además de que experimentan oportunidades y amenazas comunes”.

La definición de Rosenfel enfatiza en la importancia que hace sobre la interacción del rol social y la cooperación de las empresas para determinar la naturaleza de un cluster.

Mientras que, Consentino (1996) define la asociación industrial como:

“Una aglomeración de cientos y a veces miles de empresas de tamaño pequeñas y/o medianas orientadas al mismo sector industrial y concentradas en la misma área. Típicamente, se incluyen dentro del distrito varias etapas del proceso productivo así como servicios a los productores”

En resumen, en todas las definiciones revisadas, existe la presencia de una serie de elementos que pueden ser utilizados para caracterizar a una asociación industrial:

- Agrupaciones de empresas principalmente en pequeña y mediana dimensión, concentradas geográficamente y especializadas sectorialmente.
- Un conjunto de vínculos hacia adelante y hacia atrás de la cadena productiva, basados en relaciones de mercado y más allá del mercado, para el intercambio de bienes, información y recursos humanos.
- Un entorno cultural y social común que vincula a los agentes económicos y permite la creación de códigos de comportamiento comunes, tanto explícitos como implícitos.
- Una red de instituciones públicas y privadas locales, apoyando a los agentes económicos.

Por más amplia y completa que pueda resultar una definición de asociaciones empresariales, no incluiría una explicación de la complejidad en las relaciones entre empresas de una industria o sector particular y la competencia entre las mismas. Por tal motivo y con el objeto de ser más precisos en el logro del objetivo, a continuación se expone la relación entre el concepto teórico y su aproximación para determinar las variables identificadas como factores de éxito en las distintas

experiencias de asociaciones empresariales puntualizadas por varios autores.

Experiencias Documentadas de Asociaciones Industriales en el Mundo, sus Características y Factores Determinantes

La investigación en materia de asociaciones industriales creció con rapidez durante la década de los noventa, revelando que las asociaciones de empresas en una industria particular existen en un rango muy amplio de países y sectores. Algunos autores de esta década, denotan que la creciente ola de interés fue debido al éxito exportador de los distritos industriales italianos (Schmitz, 2000), formadas en su mayoría por la asociación de pequeñas empresas. Otros autores puntualizan que el creciente interés por el objeto de estudio, se basa en reconocer que la asociación industrial ayuda a la empresa a crecer, a competir en mercados distantes y enfrentar la investida de empresas en su propio territorio (Rabelloti, 1998).

Uno de los primeros libros en esta década dedicado enteramente al tema, lleva como título: “Los Distritos Industriales y la Cooperación Internacional en Italia” (Pyke, Becattini y Sengenberger, 1990).

Las definiciones analizadas previamente identifican a las asociaciones como poseedoras de tres características que lo definen:

- Concentración geográfica. Las condiciones que fomentan la formación de clusters en un área geográfica particular no se entienden completamente. Sin embargo, tres factores pueden ser identificados fuertemente relacionados con el desarrollo de clusters:
 - Los Factores Geográficos (Krugman, 1991; 1995; Porter, 1990; Swann, 1993).
 - Los antecedentes Históricos (Saxenian, 1985; Antonelli, 1997; Porter, 1990).
 - El esquema Institucional (North, 1990)
- Especialización sectorial; y
- Cooperación interempresarial

Los estudios sobre asociaciones empresariales enfatizan en la cooperación, pero no implica la ausencia de competencia entre las empresas agrupadas. Al contrario, los primeros estudios sobre la experiencia italiana destacan particularmente que la competencia dentro de los mercados de productos y la cooperación para superar obstáculos comunes, no se excluyen entre ellas. Por el contrario, insisten en que es más probable que surja la cooperación entre empresas cuyas producciones se complementan, que entre las que ofrecen productos casi idénticos (Pyke et al., 1990; Piore y Sabel, 1984). La cooperación, entendida en estos términos, constituyó un tema importante en la primera ola de literatura sobre asociaciones industriales, la cual se interesó en particular en la aparición y crecimiento de estos últimos entre los años setenta y ochenta.

Aunque no es frecuente un análisis de la conexión entre crecimiento y cooperación, se han reportado numerosas instancias de cooperación para el caso específico de Italia y otros países europeos. En general, los escritos revelan que si se ignora la cooperación, se corre el riesgo de no entender un elemento importante en la historia de las agrupaciones industriales.

Enfocándose en los estudios realizados durante los años noventa, se obtienen algunas evidencias al examinar una agrupación dedicada a la fabricación de losetas de cerámica en Santa Catarina, Brasil (Schmitz, 2000). Expone como logro superar una fuerte crisis a principios de los años noventa, y concluye que un incremento en la cooperación entre empresas constituyó el factor clave. Lo anterior se llevó a cabo de diversas maneras, desde un intercambio de información significativa, aunque de manera informal, hasta una política de no agresión entre las empresas locales, llevando lo anterior a la renovación de las asociaciones empresariales.

Una conclusión similar sobre la cooperación se deriva de estudios realizados a las agrupaciones de Los Ángeles y Bangkok dedicados a piedras preciosas y joyería (Scout, 1994). Donde se atribuye el mayor dinamismo de la asociación tailandés, al notable activismo colectivo que movilizaron recursos sustanciales para crear una infraestructura de servicios de apoyo, que incluyen desde programas de entrenamiento y capacitación, hasta el marketing internacional y la participación de agencias proveedores de información. El mismo estudio enfatiza de manera especial el papel de la asociación de comercio, que contando con el apoyo de las agencias gubernamentales intenta situar al sector sobre una línea de desarrollo caracterizado por una mayor capacidad técnica y calidad del producto. El estudio contrasta con la actividad colectiva que experimentó la agrupación americana, cuyo comportamiento fue menos dinámico.

En los estudios en general se identifican varios aspectos. Que las industrias situadas en localidades que cuentan con asociaciones suficientemente desarrolladas y con grupos de interés capaces de aglutinar los intereses particulares, de actuar como mediadores en los conflictos industriales, así como de difundir información, se adaptaron con mayor facilidad a los cambios en los mercados mundiales (Locke, 1995). Se destaca el papel fundamental de ayuda a los productores locales para competir en unos mercados internacionales cada vez más exigentes, y en un impulso para mejorar la deficiente infraestructura local (Swaminathan et al., 1996). Sugieren que para superar una aguda crisis registrada a principios de los años noventa, los fabricantes decidieron establecer nexos más estrechos en la cadena productiva, hacia atrás con los proveedores locales de insumos y, hacia delante, con los distribuidores. (Tewari, 1999; Dei Ottati, 1996 a; 1996b).

La adopción exitosa de estrategias de diversificación del producto y de mejoría de la calidad, requiere una mayor integración y una cooperación más estrecha entre las diversas actividades especializadas de las distintas empresas, que aquella que se acostumbra en el pasado, cuando el

rango de productos se limitaba a los artículos tradicionales, los requerimientos de calidad no eran tan rígidos y los plazos de entrega tan estrictos. Ciertamente, han surgido formas de gobierno más conscientes y planificadas, entre socios autónomos con un afán de cooperación mutua, que han ayudado a las empresas participantes a encabezar la recuperación e innovar.

También existen algunos puntos comunes en las definiciones de asociaciones industriales y las experiencias documentadas:

- Existe un acuerdo general de que las asociaciones son un fenómeno dinámico. Debido a la interacción y relación funcional entre las organizaciones y las industrias que caracterizan una asociación (Doeringer and Terkla, 1995).
- La mayoría de las definiciones de los cluster o asociaciones industriales se refieren a un alcance geográfico de la industria y la importancia de la proximidad. No obstante, que el alcance geográfico es importante para definir la agrupación, cada una de las agrupaciones cuenta con diferentes requerimientos geográficos, por lo tanto no existe una uniformidad apropiada en la definición sobre el alcance geográfico de una asociación industrial (Rosenfeld, 1996; Jacobs y DeMan, 1996; Jacobs y DeJong, 1992).
- La literatura es relativo a la importancia que se ve más allá de la individualidad de cada empresa y el reconocimiento de que las organizaciones individuales forman parte de un sistema industrial más extenso. Algunos autores argumentan una definición de asociación industrial más amplia que esta definida por la relación horizontal y vertical, y que incluye tanto relaciones directas como indirectas. Otros autores creen en una simple definición del cluster industrial, como una concentración de empleadores en una industria. La literatura argumenta que esta simplicidad representa una concentración industrial, e ignora la relación funcional entre la industria, y la relación interdependiente y dinámica que caracteriza a una agrupación particular (Doeringer and Terkla, 1995; Rosenfeld, 1996).
- El rol de la infraestructura social en la definición de agrupación industrial es un tema que prevalece en la literatura. Sin embargo el flujo de información es crítico en la efectividad de una asociación industrial, para fin de facilitar el cambio de información, requiriendo una infraestructura social. Rosenfeld (Ibíd) puntualiza que mientras las características para formar una asociación industrial puedan estar presentes, no necesariamente será una asociación efectiva; una asociación de empresas efectiva debe además incluir interacción social, confianza, y compartir una visión con el objetivo de crear la naturaleza dinámica del grupo de empresas que forman la asociación. La importancia de la interacción social es soportada por la definición desarrollada por Jacobs and DeMan (1996) así como Saxenian (1994) en su discurso sobre el Valle del Silicio.

En resumen, la variedad sobre la definición de asociaciones empresariales en una industria ayuda a explicar los diferentes argumentos referentes al método para identificar asociaciones (LeVeen, 1998), y por consecuencia para identificar las variables de éxito, también se definen en esos términos. Sin embargo, existen factores cualitativos que no son expresados, por lo que toma relevancia una evaluación cualitativa para indicar el contraste en cada región y condición de asociación de empresas en una industria en particular.

La Entrevista de Expertos, resultados del análisis contrastado.

Una de las principales propuestas para la identificación de agrupaciones industriales se basa en las técnicas cuantitativas, incluyendo índices de localización y análisis de entrada-salida, esto es, transacciones de compraventa (Rosenfeld, 1997). Estas herramientas ayudan a identificar la concentración relativa de industrias en una región, así como a identificar los vínculos entre comprador y proveedor en los diferentes sectores industriales. El análisis de entrada-salida y otras herramientas cuantitativas han sido la base para identificar asociaciones en varios estudios, incluyendo a Michael Porter, radicando en este tipo de análisis la base de sus estudios sobre Asociaciones Internacionales.

Los enfoques cuantitativos para identificar las asociaciones industriales, generalmente son considerados como un componente crítico para su análisis. Este tipo de análisis proporciona la herramienta inicial para identificar las asociaciones potenciales e indicar la presencia relativa de diferentes industrias en la región local. Los análisis entrada-salida son especialmente útiles en el análisis de asociaciones integradas verticalmente, cuando los lazos comprador-proveedor son más obvios (LeVeen, 1998). Sin embargo, los análisis cuantitativos no indican si existe verdaderamente una relación entre las organizaciones individuales y tampoco explica otros factores además de la relación producto-mercado, tales como la colaboración de la industria y el flujo de información (Doeringer y Terlka, 1995; Jacobs y DeMan, 1996; Rosenfeld, 1996, 1997). Aunque, las transacciones entre las industrias incorporadas y entre los canales de producción pueden ser detectadas algunas veces en tablas de entrada-salida, la relación y el tipo de relación entre empresas no puede ser detectado, así tampoco pueden ser discernidos los beneficios de la asociación de esta manera (Doeringer y Terkla, 1995).

Existe un consenso general en la literatura que para identificar los cluster industriales es necesario conducir un análisis cualitativo, además del análisis cuantitativo. Encuestas y entrevistas representativas a empresas clave ayudan a entender la relación del comprador-proveedor, así como a identificar las áreas comunes entre industrias (por ejemplo: la fuerza laboral o las necesidades de infraestructura, o la tecnología usada). El uso del análisis cualitativo puede confirmar lo encontrado

en el análisis cuantitativo, así como ayudar a identificar el potencial de la agrupación industrial que no ha sido detectados mediante el análisis convencional de datos (Doeringer y Terkla, 1995; Jacobs y DeMan, 1996; Sternberg, 1991).

Conclusiones

Para abordar la situación desde el punto de vista de los actores se entrevistó a cinco líderes que participaron en asociaciones de diferentes localidades de la Zona Norte de Jalisco. Los cinco líderes representan el total de agrupaciones de la industria del estado de Jalisco. En la entrevista los líderes manifestaron que para agruparse enfrentaron múltiples obstáculos, tales como legales, económicos, políticos y culturales. De estas cinco agrupaciones, solo dos continúan, pero los fines del grupo han cambiados. El análisis consistió en revisar los argumentos empleados por los líderes en las diferentes entrevistas, tomando como base los fundamentos teóricos anteriores. Los resultados coincidieron en problemas comunes que impiden el éxito de las agrupaciones. Siendo los más recurrentes en el análisis:

1. Diferente nivel de competitividad entre las empresas que forman la agrupación. La diferencia en las capacidades económicas para adquirir maquinaria, telas, avíos y diseños de vanguardia, así como la carencia de un sistema de trabajo estructurado y bien definido. En palabras de los cinco líderes lo anterior impide la competitividad de las empresas, frente a los productos de la competencia internacional, para los cuales cada vez es más sencillo entrar en los mercados.
2. Falta de un liderazgo que motive y cohesione al grupo de empresarios que forman la agrupación, así como las distintas actitudes de cada uno de los integrantes. Esto se resume, en la carencia de un líder que fomente el crecimiento del grupo, los integre a cada uno y logre que estos se sientan en confianza. Cómo el líder es esencial e indispensable para el éxito, debe poseer la experiencia y los conocimientos necesarios en la materia.
3. Por último la falta de afinidad de los integrantes. La cultura empresarial que otorga el nivel educativo representa una limitante para desarrollar el trabajo en equipo. La falta de afinidad en las características, gustos y preferencias de los miembros de la asociación, así como la desconfianza e incluso el egoísmo mismo a compartir conocimientos y procesos con los demás miembros, impiden que en una asociación exista reciprocidad y por lo tanto, a raíz de esta carencia, las asociaciones aún no hayan podido lograr los objetivos esperados.

En todo el documento anterior, se aprecia que la información teórica es relevante y aplicable como fundamento de la investigación, pero en el estudio particular se hace necesaria la investigación de

campo mediante entrevista a expertos para fundamentar el análisis cualitativo y encontrar los factores que muestren las variables a considerar en la evaluación cuantitativa.

La presente investigación es de tipo exploratoria y sirve de fundamento para confirmar las variables que inciden en la formación de asociaciones de pequeñas empresas en la industria del vestido en la ZMG.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonelli, C. (1997). The economics of path-dependency in industrial organization. *International Journal of Industrial Organization*, 15 (6), 643-675.
- Becattini, G. (1989). Sector and/or district: some remarks on the conceptual foundation of industrial economics. *Small Firm and Industrial Districts in Italy*, Routledge, London.
- Becattini, G. (1990). "The marshallian industrial district as a socio-economic notion". En: Pyke, Frank, G. Becattini y Werner Sengenberger (eds.) *Industrial districts and inter-firm Cooperation in Italy*. International Institute for Labour Studies. Genova.
- Cossentino, F., Pyke, F. y Sengenberger, W. (1996). Local and regional response lo global pressurere: the case of Italy and its industrial districts. *International Institute for Labor Studies, Research Series*, 103, Ginebra.
- Dei Ottati, G. (1996a). Cambios económicos en el Distrito de Prato en los años ochenta: hacia un distrito industrial más consciente y organizado. *Estudios Europeos sobre Planificación*. 4 (1), 35-52.
- Dei Ottati, G. (1996b). La notable capacidad de recuperación de los distritos industriales de Toscana. Ginebra, *Instituto Internacional de Estudios Laborales, Research Series*, 103, Ginebra..
- Dei Ottati, G. (1994). Trust, interlinking transactions and credit in the industrial district. *Cambridge Journal of Economics*, 18, 529-546.
- Doeringer, P. B., y Terkla, D. G. (1995). Business strategy and cross-industry clusters. *Economic Development*, 9, 225-237.
- Jacobs, D. y Ard-Pieter M. (1996). Cluster industrial policy and firm strategy: a menú approach. *Technology Analysis and Strategic Management*, 8 (4), 425-437.
- Jacobs, D. y Mark W. J. (1992). Industrial Cluster and the competitiveness of the Netherlans. *The Economist*, 140, 233-252.
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Krugman, P. (1995). *Development, Geography and Economic Theory*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Krugman, P. y Venables, A. (1994). *The Location of Economic Activity: New Theories and Evidence*. Centre of Economic Policy Research, London.
- LeVeen, J. (1998). *Industrial Cluster Literature Review*. N.C., UNC, *Urban and Regional Development*, Marzo.
- Locke, R. (1995). *Restablecer la economía italiana*. Cornell University Press.
- Markusen, A. (1996). Sticky place in slippery space: a typology of industrial districts. *Economic Geography*, 72 (3), 293-313.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. Octava edición en ingles, London, MacMillan.

- North, D. C. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica, segunda edición en español. México.
- Piore, M. J. y Sabel, C. F. (1984). *La segunda división industrial: posibilidades para la prosperidad*. New York, Basic Books.
- Porter, M. E., (1999). *Ser Competitivo*. Ediciones Deusto, S.A. p. 125
- Porter, M. E. (1998). Los clusters y la economía de la nueva competencia. *Harvard Business Review*. Noviembre-Diciembre, 77-90.
- Porter, M. E. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. New York, The Free Press.
- Pyke, F., Bocattini, G. y Sengenberger, W. (1990). Industrial districts and inter-firm Cooperation in Italy. *International Institute for Labour Studies*, 10-19 (OIT). Genova.
- Rabellotti, R. (1998). Recovery of a Mexican Cluster: Devaluation Bonanza or Collective Efficiency?. *Institut of Development Studies. Inglaterra, Working Paper 71*, Julio.
- Rabellotti, R. (1998). The internal heterogeneity of Industrial Districts in Italy, Brazil, and Mexico. *Institut of Development Studies. Inglaterra, Working Paper 59*, Septiembre.
- Rosenfeld, S. A. (1995). Industrial Strength Strategies: *Regional Business Clusters and Public Policy*. Washington, DC. *Aspen Institute for Humanistic Studies*.
- Rosenfeld, S. A. (1996). Overachievers, Business Clusters that Work: Prospects for Regional Development. *Chapel Hill, NC: Regional Technology Strategies*.
- Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*. 5 (1), 3-23.
- Saxenian, A. L. (1985). "The genesis of Silicon Valley", en Hall, P. y Markusen, A. (Eds), *Silicon Landscapes*. Allen & Unwin, Boston, MA.
- Saxenian, A. L. (1994). Regional Advantage: Cultura and Competition in silicon Valley and Route 128. *Massachusetts: Harvard University Press*.
- Schmitz, H. (2000). ¿Tiene importancia la cooperación local?, Experiencias de Clusters Industriales en el Sur de Asia y América Latina. *Oxford Development Studies*, 28 (3), 323-336.
- Sengenberger, W. y Pyke, F. (1991). Small firms industrial districts and local economic regeneration research and policy issues. *Labour and Society*, 16 (1), 1-24.
- Stenberg, E. (1991). The sectorial Cluster in Economic Development Policy: Lessons from Rochester and Buffalo. New York. *Economic Development Quarterly* 5, 342-356.
- Swaminathan, P., Jeyaranjan, J. y Vigía B. M. (1996). El caso del cluster dedicado al tejido en Tirumpur: un distrito industrial en formación. *Mimeo, Madras, Instituto de Estudios sobre desarrollo*.
- Swann, P. (1993). Clusters in high-technology industries. *The Business Economist*, 25, 27-36.

Tewari, M. (1999). Un ajuste exitoso en la industria de la India: el caso del cluster de Ludhiana, dedicado al tejido. *World Development*, 27 (9); 1651-1672.

Zou, S. and Simona S. (1998). The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15 (5), 333-356.