

## CAPÍTULO 68

---

### *EL EMPRENDEDOR INTERNACIONAL EN EL DISTRITO INDUSTRIAL. UN ESTUDIO DE LAS NUEVAS EMPRESAS INTERNACIONALES*

---

**Francisco Puig Blanco**

**Ana Debón Aucejo**

Florida Universitaria (España)

Universitat de València (España)

Universidad Politécnica de Valencia (España)

fpuig@florida-uni.es / andeau@eio.upv.es

### INTRODUCCIÓN

Una de las estrategias que más atención ha despertado y despierta es la de la internacionalización de las empresas. La misma se vincula como una acción necesaria para la supervivencia y el éxito de las empresas industriales en un entorno globalizado. Ya que los efectos de la globalización mundial al que se enfrentan los países europeos y especialmente algunos sectores como el textil, son una fuente de retos y desafíos al que a corto y medio plazo deberán hacer frente. Concretamente, la futura ampliación de la UE a 25 miembros y el fin de las limitaciones cuantitativas que llevarán a completa liberalización comercial el próximo 1 de enero de 2005. Además, existe abundante evidencia empírica sobre las ventajas competitivas de los distritos industriales, aunque también parece claro que los investigadores han estudiado poco y no han contrastado con precisión la relación entre alguno de esos factores característicos de los mismos como es la población de empresas que alberga y su *performance*, medida esta en términos de tasas de creación de empresas (Staber, 2001) o de su actividad internacional (Maccarini et al., 2003).

Es dentro de este contexto donde la figura del emprendedor y su comportamiento cobran, si cabe, mayor relevancia. Especialmente en un sector concreto como es el textil valenciano y su importancia cuantitativa en términos de número de empresas y creación de empleo.

*F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo*

De manera que, el objetivo que pretendemos en este trabajo es verificar el efecto de la localización en el emprendedor, medido por las tasas de creación de empresas y la actividad internacional. Para tal fin, el presente trabajo se estructura en dos grandes partes. En una primera, que a continuación de esta, revisa la principal literatura sobre los distritos industriales y el sector textil, la estrategia internacional de las empresas y el emprendedor internacional. Eso nos va a permitir el poder establecer una serie de hipótesis vinculadas a un sector, y que relacionan la pertenencia a un distrito industrial con las características estructurales y la *performance* de las empresas. En la siguiente parte plantaremos el diseño del estudio y concluiremos con la discusión de los resultados obtenidos.

La elección del sector y del área geográfica obedecen a cuatro razones principales: a) la tendencia histórica de esta industria hacia la distritualización, b) su importante peso en la economía valenciana, c) el carácter de oportunidad que actualmente tiene, debido a los importantes cambios a los que debe de hacer frente y que llenan de incertidumbre su futuro, y d) que al aproximarnos al estudio del emprendedor desde este sector utilizando información estadística, el análisis subsiguiente viene limitado por el tipo de información disponible y el grado de agregación sectorial con que se presenta.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

### *El Distrito Industrial*

El primer elemento que lleva implícito el distrito industrial es el de la comunidad de personas que en el mismo viven y trabajan, operarios y empresarios; y que junto con las empresas y los mecanismos que las unen, configuran el sistema (Dei Ottati, 2002). En este grupo, se incluyen: las competencias de la mano de obra y el carácter emprendedor de sus participantes; aunque el rasgo más característico es el sistema relativamente homogéneo de valores e ideas, que son la expresión de una ética del trabajo y de actividad, de la familia, de la reciprocidad y del cambio. Un sistema de valores que fomenta la empresa y la introducción de cambios tecnológicos, y que de alguna forma garantizan la evolución y pervivencia del distrito (Omiccioli y Quintiliani, 2000; Molina, 2002).

El segundo gran elemento estructural que define el distrito industrial es el sistema de relaciones, principalmente informales y poco estructuradas que alberga, y que tiene importantes implicaciones estratégicas para las empresas allí instaladas. Existe bastante coincidencia en la literatura distritual en caracterizar esas relaciones como una combinación de competencia y cooperación: esto significa que las empresas no sólo luchan entre sí, sino que tratan de manera conjunta de encontrar nuevos mercados para la nueva producción sin causar efectos destructivos en el sistema (Dei Ottati, 2002). En efecto, esas particulares relaciones interempresariales que se dan son una característica que diferencia a los distritos industriales de otros sistemas de empresas, ya que esas relaciones no

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

están subordinadas a grandes empresas (Becattini, 1992); constituyen un principio organizativo del distrito (Pyke y Sengerberger, 1992), y suponen uno de los mecanismos reguladores locales que aseguran el éxito continuado (Piore, 1992).

Un tercer aspecto, causa y efecto, de lo que es un distrito industrial es que se trata de un ejemplo de realización localizada de un proceso de división del trabajo, de descentralización de la producción, que ni se diluye en el mercado general ni se concentra en una empresa o unas pocas empresas (Becattini, 1992). Esto supone, que dentro de tal aglomeración se darán las siguientes características: a) existirán muchas empresas de tamaño pequeño y mediano; b) con bajo grado de integración vertical, especializadas en una o unas fases del proceso de producción; y c) según su función empresarial/directiva, independientes, con escasa separación entre la propiedad y el control, y de marcado carácter familiar (Bellandi, 2002). Y que además, esa concentración para su mejora competitiva abarcará empresas de otros sectores conexos y afines y otras instituciones como lo puedan ser las asociaciones empresariales e institutos tecnológicos. Por eso, un distrito industrial que fabrique, por ejemplo textiles, no sólo abarca a los productores finales de tejidos para el hogar, sino que también a las empresas que se dedican a la producción de las fibras, las que fabrican hilos, botones, tintes, y también, a los fabricantes de máquinas para la producción textil, empresas de servicios financieros y transportistas, entre otros.

Respecto a la primera de las características antes expuestas, el tamaño, en el distrito hay muchas empresas pequeñas y muy pequeñas en un territorio determinado, que al estar reagrupadas en mismo ámbito geográfico, determina una gran dimensión de conjunto que propicia tanto el aprovechamiento de economías de escala como de economías externas (Camisón, 2001; Giner y Santa María, 2002).

Con referencia a la segunda característica, el grado de integración vertical, entre esas empresas pequeñas, muy pequeñas o medianas, algunas venden sus productos directamente en el mercado, mientras que otras llevan a cabo determinadas fases del proceso productivo. En este sentido, Brusco (1992) y Dei Ottati (2002) identifican tres tipos de empresas en los distritos industriales: a) empresas que producen un bien final, o empresas finales, sus características más destacables es que elaboran la última o últimas fases del proceso y que están en contacto con el mercado de consumo; b) empresas intermedias o monofase, destacan por que llevan a cabo una o unas pocas fases de la elaboración de un producto destinado principalmente al mercado industrial; c) y las empresas de industrias diferentes, que son aquellas que ofrecen productos y servicios de otras industrias, pero complementarios al proceso productivo del distrito.

Una tercera característica puesta de manifiesto en los estudios sobre caracterización de los distritos industriales hace referencia a la función empresarial / directiva. En primer lugar, se destaca su carácter independiente mostrado por la baja o nula pertenencia a grupos empresariales. Eso puede suponerle importantes limitaciones en cuanto al acceso a recursos de tipo financiero, tecnológico y humano, así como un bajo poder de negociación frente a proveedores y clientes que puede poner en peligro su crecimiento y desarrollo. En segundo lugar, es la

*F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo*

escasa separación entre la propiedad y la gestión de las empresas pertenecientes a los mismos (Santa María, 1999). Y finalmente, también es relevante en el management de las empresas del distrito su marcado carácter familiar. Este hecho condiciona las estructuras organizativas: las hace más simples, con un poder centralizado y poco personal técnico. Pero sobre todo influye en dos importantes actitudes (Fernández y Nieto, 2001): a) respecto al riesgo, las empresas familiares son bastante adversas y b) respecto a las estrategias, marcadas por unas bajas tasas de inversión en I+D y propensión exportadora. La explicación a estas actitudes se encuentra en su origen. Pues las empresas creadas por un emprendedor están dispuestas a aprovechar una oportunidad del mercado y arriesgar su patrimonio y reputación, a diferencia de las familiares, que aunque su origen sea similar, su voluntad de permanencia y deseo de transmitir las a los descendientes hace que adopten unas posturas más conservadoras (Fernández y Nieto, 2001).

### ***La Industria Textil en la Comunidad Valenciana***

La evolución reciente de la industria textil-confección europea se caracteriza por dos hechos fundamentales: a) que a pesar del retroceso experimentado en su volumen de producción, mantiene un peso importante en el global de su economía y b) por la creciente presencia en sus mercados de la producción de los países asiáticos. Efectivamente, la industria textil-confección es un sector globalizado que registra un constante incremento de los flujos comerciales entre países, sobretodo debido al proceso de liberación comercial en el que se encuentra sometido.

Actualmente mayoría de las asociaciones y colectividades del sector se hallan inmersas en un profundo debate sobre el futuro de esta industria. Y aunque no es nuevo para el textil-confección tener que afrontar crisis y grandes remodelaciones. Lo cierto es que especialmente ahora, se presagian fuertes cambios a todos los niveles. Su origen es doble: a) la ampliación en 2004 de la UE a 25 miembros y b) la liberalización de los intercambios comerciales que tendrá lugar el uno de enero de 2005, y que permitirá la libre competencia a todos los proveedores del textil-confección de la UE. Trabajos como los de la DG Trade of the European Comisión (2003) y el de Leonart et al. (2003) presagian que el impacto, sobre todo de la liberalización de los intercambios comerciales, se hará visible tanto en el incremento del déficit del saldo exterior como en una dolorosa reestructuración industrial y productiva de sus diferentes segmentos (vestuario, textil hogar y textiles técnicos).

Los principales rasgos que caracterizan a la industria textil-confección de la UE pueden resumirse en: (Stenng, 2001): a) especialización de sus empresas en uno o en pocos subsectores productivos; b) estar formada por un escaso número de empresas integradas frente a un número alto de pequeñas empresas con un tamaño medio a la baja que se sitúa, según estimaciones de organizaciones del sector como el OETH y ACTE, en torno a los 19 empleados; y c) como conse-

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

cuencia de lo anterior, con un grado creciente de interdependencia mutua en busca de la flexibilidad productiva que favorece la concentración geográfica. Esos rasgos, unidos a una tradición de marcado carácter histórico de especialización productiva regional, nos representan un panorama del textil en la UE que puede caracterizarse como bastante distritualizado. Destacan por su importancia y peso sobre el textil europeo: la región Norte (Portugal); las regiones de Véneto, Piemonte, Toscana y Emilia-Romagna (Italia); Nord-Wesfàlia, Baviera y Baden-Württemberg (Alemania); Nottinghamshire (Reino Unido); Nort-Pas-de-Calais (Francia); y para España, las Comunidades Autónomas de Cataluña y Valencia (Maluquer, 2003).

Al igual que en la mayoría de los países desarrollados, una de las principales industrias de la Comunidad Valenciana es la del textil-confección. Así, el trabajo elaborado por el IVE (2002) "Estadística Industrial de la Comunidad Valenciana 1999", nos muestra el importante peso de los sectores tradicionales en el global de su industria (calzado, muebles y textil-confección), seguida de los sectores considerados como intermedios (medios de transporte y química) y el bajo peso de los sectores avanzados como los de equipo informático y material eléctrico. Esto es un reflejo de su peculiar carácter emprendedor (Piqueras, 1999).

Pero, si además medimos la importancia de cada uno de estos sectores a través de la cifra de empleos que generan, vemos que el textil-confección ocupa el primer lugar, representando el 12% del total de empleos de la industria. También es destacable de esta industria en el territorio valenciano que el subsector textil es muy proclive a concentrarse y repartirse en focos aislados, donde destacan los territorios del Alcoià-Comtat y la Vall d'Albaida como principales (Ybarra, 1991; Such, 1993; Tomás, 1999).

En definitiva, la industria textil valenciana, debido a sus orígenes y evolución se ha configurado en torno a PYMES, con una fuerte concentración geográfica en las comarcas definidas como el distrito industrial textil de Alcoi-Ontinyent. Y aunque el futuro del textil es incierto, dado el carácter emprendedor que lo caracteriza es de esperar respuestas eficaces en el marco del los elementos estructurales que le son propios. Por ello, esas conclusiones nos permiten formular nuestras dos primeras hipótesis de investigación:

*Hipótesis 1: es de esperar que entre empresas de un mismo sector, las empresas de dentro del distrito (EDD) muestren tasas de nacimiento mejores que las de las empresas de fuera del distrito (EFD), medida esta tasa emprendedora a través de la evolución del número de empresas creadas.*

*Hipótesis 2: es de esperar que entre empresas de un mismo sector y con similar actividad internacional, existan diferencias en las características estructurales que las definen; concretamente entre las empresas de dentro del distrito (EDD) y las de fuera del distrito (EFD), respecto a un menor tamaño medido por el número de trabajadores.*

*F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo*

### ***La Estrategia Internacional de las PYMES***

La mundialización de la economía es un hecho al que la mayoría de las empresas deben de hacer frente. Los cambios inducidos por la mayor apertura de los mercados al exterior y los avances tecnológicos han llevado, como ya hemos visto, a cambios importantes en la organización productiva y del territorio, así como en las estrategias formuladas por parte de las empresas. No es de extrañar por ello, que dentro de ese marco se contemplen respuestas claras en materia de innovación, descentralización productiva y/o subcontratación, internacionalización, entre otras. Pero además, todo parece indicar que esa globalización será la tendencia futura para todos los sectores

Eso nos lleva a pensar que, frente al nuevo escenario económico del siglo XXI sea posible identificar un amplio elenco todavía más amplio de actitudes y acciones que las PYMES han desarrollado. Así es posible identificar dos casos extremos: a) empresas que han emprendido acciones anticipadoras, atrevidas y que han supuesto importantes riesgos y esfuerzos inversores y b) otras que han adoptado una postura pasiva y respuestas débiles; en palabras de Covin y Slevin (1988: 218) comportamientos que pueden ser clasificados como emprendedores y no-emprendedores, respectivamente. Aunque es claro que también entre ambos extremos existe un continuo de acciones y estrategias muy amplio, tanto casi como de empresas que lo conforman. Por ello, en materia de estrategias de internacionalización<sup>1</sup>, trabajos como los de Julien (1996) han ofrecido una clasificación de las respuestas que las PYMES de países avanzados han llevado a cabo para hacer frente a esa globalización (Cuadro 1).

Como se observa, en esa clasificación Julien combina dos dimensiones. Por un lado, la que hace referencia al ámbito de aprovisionamiento o de origen de los recursos utilizados en los procesos de transformación, distinguiéndose a su vez dos situaciones: a) la utilización de factores productivos locales o próximos geográficamente y b) la del recurso hacia aquellos situados fuera de sus fronteras; por ejemplo la importación de materias primas o abastecimiento internacional. Por otro, estudia los mercados de destino de los productos, distinguiéndose también dos principales: el local o doméstico y el internacional o aquel situado fuera de sus fronteras nacionales.

A partir de ese trabajo, Julien, en consonancia con otros trabajos, propone 6 tipos de PYMES:

---

1. En función de que las estrategias de internacionalización de las empresas tengan su origen en los inputs o en los outputs, podemos diferenciar tres grandes categorías: el abastecimiento internacional, la exportación y el desarrollo contractual, asociativo o autónomo. El abastecimiento internacional (importaciones) consiste en el suministro que hace la empresa de materias primas y bienes de equipo en los mercados internacionales. La exportación, en su sentido más amplio, supone producir en el país de origen desde donde posteriormente se abastece a los distintos mercados internacionales. Los modelos contractuales, asociativos o autónomos consisten en fórmulas más avanzadas basadas en la deslocalización y multilocalización de la producción. Esta visión nos permite definir la internacionalización como el proceso de implicación creciente en operaciones internacionales (Welch y Luostarinen, 1988: 36).

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

1. Aquellas que no se ven afectadas por los procesos de globalización, pues actúan bajo un régimen de protección, que las salvaguarda de otros competidores.
2. Las PYMES que han optado por actuar sólo localmente, a veces como empresas que fabrican productos intermedios y/o cuyos mercados son estrictamente locales.
3. El grupo de empresas que utilizan los mercados internacionales como fuente de aprovisionamiento tanto de productos como de servicios.
4. Las PYMES que si bien se abastecen localmente, venden parte de sus productos en los mercados internacionales, principalmente bajo la fórmula de la exportación.
5. Las PYMES internacionalizadas, que son aquel reducido grupo de empresas que actúan de manera regular en los mercados exteriores.
6. Las redes de PYMES, que están formadas por aquellas empresas que en lugar de considerarse individualmente, se analizan desde el prisma del sistema organizativo que conforman. En muchos casos, el resultado de esa red se muestra por una fuerte presencia en los mercados internacionales. Algunos ejemplos los constituyen los distritos y clusters industriales y las redes resultantes de acuerdos de cooperación establecidos.

Sin embargo, si bien esa clasificación nos permite observar diferentes tipos de respuestas a la globalización por parte de las PYMES, no explica satisfactoriamente el origen de los diferentes comportamientos que ante unas mismas oportunidades muestran las empresas en sus procesos de internacionalización. Es decir, no se responde a cuestiones tales como (Martínez, 1998): ¿por qué en un mismo país y en un mismo sector algunas empresas deciden asumir determinados niveles de riesgo, implicándose en operaciones comprometidas con mercados extranjeros y no sucede así con otras?; ni tampoco a otras como: ¿por qué algunas empresas deciden internacionalizarse al poco tiempo de ser fundadas y otras tardan muchos años, si es que llegan a internacionalizarse?

En el estudio de esta estrategia se suelen distinguir dos líneas de investigación: la que focaliza sobre los factores que la causan y la que lo hace sobre sus procesos de desarrollo. Respecto a los determinantes de la internacionalización, la literatura ha estudiado ampliamente el efecto del tamaño sobre la probabilidad de que una empresa penetre mercados distintos al nacional, encontrándose bastante evidencia empírica de una correlación positiva entre ambas variables (Katsikeas, 1996). Con referencia a los procesos de internacionalización, el mejor exponente lo constituye la escuela de Uppsala o modelo sueco, desde el mismo se parte de la hipótesis de que la internacionalización de las empresas sigue un proceso secuencial, caracterizado por la adquisición gradual de conocimientos necesarios para hacer frente a los nuevos factores derivados de una mayor implicación en los mercados foráneos y por tanto, de la disminución de la distancia psicológica. De forma que, las empresas inician su actividad internacional con la exportación en los estadios más básicos de la misma, para ir implicándose cada vez más en la actividad internacional, dando así paso a formas más complejas que desembocan en la inversión directa en los mercados de destino.

F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

Algunos estudios, demuestran que las empresas aprenden cuando entran en una expansión secuencial al extranjero, y que el aprendizaje ocurre tanto en el ámbito de la empresa como del grupo de empresas. Es de esperar por tanto, que exista una relación directa entre experiencia en la actividad internacional y utilizaciones de fórmulas más avanzadas (Rialp, 1994).

En definitiva, que si bien esta teoría *gradualista* es válida para explicar la secuencia ordenada y progresiva del proceso en las PYMES, carece de valor explicativo sobre las razones que llevan a las empresas a adoptar cada una de ellas. Además, la velocidad con la que se producen los cambios en el entorno empresarial limitan la capacidad explicativa de las mismas, pues como han puesto de manifiesto diferentes estudios (Turnbull, 1987; Andersen, 1993), en determinadas situaciones las empresas adoptan estadios superiores en periodos de tiempo relativamente cortos o incluso sin la necesidad de cubrir la totalidad de la etapas iniciales.

De una manera integrada, Johanson y Mattson (1988) han explicado la internacionalización de las PYMES a partir del entramado social, organizativo y estratégico al que pertenecen. Así, las interacciones entre los miembros de la red proporcionan recursos estratégicos que las empresas no poseen o conexiones que permitan superar las barreras a la internacionalización.

En esta línea, un modelo concreto de red es el que abarca a empresas de un mismo sector que comparten localización. Los efectos que dicho modelo tiene sobre las empresas allí instaladas ha venido a denominarse efecto localización y ha configurado una unidad de análisis alternativa a la empresa que ha venido denominándose distrito industrial. Las principales aportaciones que tiene ahora para nuestro estudio el modelo de red estriban en la capacidad explicativa de las ventajas internacionales de las empresas a partir del entorno específico de éstas. Donde el territorio y sus características también deben de considerarse.

Algunos trabajos (Becchetti y Rossi, 2000b) han demostrado que la propensión e intensidad exportadora de las empresas distrituales es mayor que las que no, sobre todo para aquellas empresas más pequeñas y de sectores más maduros. Una de las causas más apuntadas ha sido la existencia conjunta de un ambiente favorable a esos procesos y la disponibilidad de servicios a la exportación.

Otros trabajos como los de Becchetti y Rossi (2000a) evidencian que los destinos de la exportación son más amplios en las empresas que pertenecen a un distrito industrial que las que están fuera; siendo esta relación más clara en las empresas más pequeñas y que tienen una estrategia competitiva basada en la diferenciación del producto. Esas conclusiones nos permiten formular las siguientes hipótesis de investigación:

*Hipótesis 3a: es de esperar que entre empresas de un mismo sector, las empresas de dentro del distrito (EDD) muestren una mayor propensión a la internacionalización que las empresas de fuera del distrito (EFD).*

*Hipótesis 3b: es de esperar que entre empresas de un mismo sector, las empresas de dentro del distrito (EDD) muestren una mayor intensidad internacional que las empresas de fuera del distrito (EFD).*

### ***El emprendedor internacional***

Aunque la figura del emprendedor ha sido tratada tradicionalmente de forma desigual por la literatura económica, hoy en día son pocos los que dudan del importante papel que juegan los creadores de empresas y las PYMES en el desarrollo y crecimiento económico de un territorio (Cuervo, 1997). Ese interés por este tema se ha puesto de manifiesto por el aumento de investigaciones llevadas a cabo desde diferentes perspectivas (Busenitz, et al. 2003), donde destaca por su novedad la que tiene en cuenta el territorio donde se ha concebido esa empresa (Pyke y Sengerberger, 1992; Bellandi, 2002).

Además, con la globalización del mundo económico, se ha evidenciado un especial énfasis en el estudio de las actividades que esas nuevas empresas desarrollan, especialmente las relacionadas con la internacionalización. Esto ha llevado a que en la actualidad un fenómeno que ha despertado el interés de los investigadores esté relacionado con las Nuevas Empresas Internacionales (NEI) y/o *Born-Globals* (Pla y Cobos, 2002). Esto es, empresas que ya desde su creación y/o sus inicios desarrollan una actividad internacional. En este sentido, el emprendedor de esas NEI es, por definición, internacional desde sus comienzos. Por eso es fácil encontrar definiciones en la literatura que hacen referencia al emprendedor y a la actividad emprendedora internacional como un proceso que supone descubrir y explotar las oportunidades que hay fuera de los mercados domésticos de la empresa (Zahra y George, 2002).

Desde el punto de vista del empresario emprendedor, diferentes estudios se han centrado en las características personales de éstos para de esa forma determinar sus motivaciones, profundizando en aspectos tales como su origen social y cultural, aspiraciones y circunstancias particulares. Pioneros de los mismos son los estudios de Collins y Moore (1970) y Sexton y Smilor (1985). Para estos autores, los potenciales empresarios muestran dificultades con respecto a las relaciones de subordinación, una alta propensión a la independencia, necesidad de logro elevada y un elevado control interno, que queda puesto de manifiesto en el convencimiento, por parte de éstos, de poder influir en el resultado de sus acciones. Asimismo, estos estudios también destacan la influencia que sobre el creador de una empresa pueda ejercer la infancia, la situación familiar o antecedentes.

Posteriores estudios nos permiten observar que las características, rasgos y determinantes en el emprendedor han sido analizados desde tres dimensiones: demográfica, psicológica y sociológica. Desde el punto de vista sociológico se ha estudiado aquellos factores que pertenecen al entorno sociocultural, económico y político del mismo, y que actúan como catalizadores en la creación de empresas permitiendo materializar una oportunidad económica. En este sentido estarían las organizaciones “incubadoras”, la ayudas ofrecidas por la Administración para el desarrollo empresarial, la naturaleza del mercado, las tecnologías y productos que ya conoce el futuro empresario y que están por explotar, y el territorio donde desarrolla su actividad económica y profesional (Porter, 1999).

F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

Este enfoque sociocultural proporciona un supuesto de partida básico, pues considera que las nuevas empresas están condicionadas por factores externos o del entorno (Veciana, 1999). Una persona creará una empresa cuando tiene información de que la oportunidad existe, cuando percibe que los recursos están disponibles, y además los incentivos son tales que la nueva empresa es simultáneamente posible y atractiva (Romanelli, 1989). Aquí, la red de contactos y relaciones en la creación de empresas puede considerarse el recurso estratégico más importante para el éxito de la nueva empresa (Planellas, 1997). Desde este enfoque, la figura del empresario se asocia a un entramado de relaciones formales e informales que van a proporcionar recursos e información de oportunidades de negocios. Las empresas se configuran a partir de la intensidad y frecuencia de las relaciones y la creación y estrategias de la empresas se pueden explicar a partir de esa interacción, al permitir ser capaces a éstas de detectar y materializar los desajustes y huecos que en el mercado se crean (Aldrich y Zimmer, 1985; Johansson y Mattson, 1988; Johannisson y Monsted, 1997).

Ahora, desde la unidad de análisis de la empresa no centramos el análisis en las características del emprendedor ni de las causas que le motivan a la carrera empresarial, sino en determinar el rol de los elementos específicos a la localización, la relevancia de las redes de Pymes, el distrito industrial, tienen como factor determinante de todo este proceso.

La influencia que las denominadas redes sociales tienen en el proceso emprendedor ya ha sido puesta de manifiesto en trabajos como los de Szarka (1990). También han sido analizados sus efectos en la creación y desarrollo de nuevas empresas internacionales; en este sentido Iborra et al. (1998) estudian la relación existente entre las redes sociales del empresario y la temprana internacionalización de esta, poniéndose de manifiesto la existencia e importancia de estas redes para el inicio y rápido desarrollo de estas empresas en el ámbito internacional. Otros trabajos como los de Maccarini et al. (2003) han demostrado el impacto positivo que tienen los factores que son específicos a la localización en los procesos de internacionalización. Y otros estudios como los de Zucchella (2002) han evidenciado que la mayoría de las empresas que inician con prontitud sus procesos de internacionalización están localizadas en los distritos industriales. Esas conclusiones nos permiten formular la siguiente hipótesis de investigación:

*Hipótesis 4: es de esperar que entre empresas de un mismo sector, las empresas de dentro del distrito (EDD) muestren una actitud emprendedora internacional más alta que la de las empresas de fuera del distrito (EFD).*

## DISEÑO DEL ESTUDIO Y RESULTADOS

El ámbito de análisis lo configura el subsector textil: código 17 CNAE 93 y NACE Rev. 1. El criterio de selección de la muestra se ha basado en la declaración de actividad principal efectuada por parte de la empresa; de forma que sólo se han

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

considerado aquellas empresas recogidas bajo el código primario relacionado con el subsector textil y no aquellas otras dedicadas principalmente a la confección, comercialización u otros sectores relacionados como la maquinaria o el químico.

Las Fuentes de Información Estadística empleadas han sido tres, concretamente las siguientes bases de datos: Sabi, Amadeus y Dun & Bradstreet. Esto permite realizar comparaciones entre los datos obtenidos de cada una de ellas y complementar los análisis.

El Ámbito territorial del estudio y la localización es triple: a) ESPAÑA (sin la Comunidad Valenciana y sin las empresas del distrito industrial), b) la Comunidad Valenciana (sin las empresas del distrito industrial) y c) el distrito industrial, específicamente los 7 principales núcleos de actividad textil: Agullent, Albaida, Alcoi, Bocairant, Cocentaina, Muro y Ontinyent. Esta agrupación es acorde con la principal literatura distritual del textil valenciano.

Respecto al año de fundación, en este apartado hemos atendido al año en que se creó o constituyó la empresa. Y hemos establecido a su vez diversos tramos, según los intervalos siguientes: [1996,2001]; [1990,1995]; [1980,1989]; y el resto de los casos, recodificados desde las empresas más jóvenes, (grupo 4) a las más antiguas (grupo 1).

Esta agrupación responde al doble objetivo de establecer comparaciones y estudiar las NEI. Y aunque en la literatura sobre internacionalización existe cierta confusión, tanto en la cuantificación de los años para que una empresa se contemple como de reciente creación como para que se considere que es intensa internacionalmente. Respecto al primer aspecto, parece que existe cierto consenso en utilizar como indicador el número de seis o menos años (Fenhaber-Young, 2003), respecto al volumen, hemos considerado que dado que las tasas de internacionalización del textil son bajas, comparar con ratios iguales o superiores al 15% de la cifra de ventas parecía aceptable.

Respecto a la Hipótesis 1, el análisis de la tendencia lineal que muestran los datos de cada una de las localizaciones (CV, DI y ES) nos lleva a concluir que hay un descenso apreciable en la creación de empresas, visiblemente menos pronunciado para el distrito (Figura 1). Esta conclusión nos llevaría a aceptar la Hipótesis 1.

Para el análisis de la propensión internacional de la empresa textil se ha comparado el comportamiento de las 2983 empresas de la muestra para cada una de las 3 localizaciones (Cuadro 2). De su estudio se observa que con una tasa del 48'2% de ACT INT las EDD muestran la propensión más alta. Esta diferencia es más notoria cuando sólo se consideran las actividades exportadoras. Estas conclusiones nos llevan a aceptar la Hipótesis 3a.

Para verificar el grado de intensidad internacional de las empresas textiles hemos seleccionado sólo aquellas empresas que declararon un volumen de actividad comercial (exportador, importador o ambos simultáneamente) igual o superior al 15% de su cifra de ventas. El total de empresas analizadas fueron 984, donde el 11'0% eran EDD y el 89'0% restante EFD (Cuadro 3). Si atendemos únicamente a estos datos, la Hipótesis 3b sólo se cumpliría parcialmente (únicamente muestran las EDD una intensidad internacional más alta en las exportaciones).

F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

Pero si consideramos conjuntamente el peso que cada una de las localizaciones tiene sobre el total del textil y lo comparamos con la propensión e intensidad mostradas en la Figura 2, podemos ver más claramente esto. Lo cual nos lleva a rechazar la Hipótesis 3b.

Sin embargo, y como buena parte de la literatura sobre internacionalización han puesto de manifiesto, existe una fuerte correlación positiva entre el tamaño y la actividad internacional. A pesar de las limitaciones que tiene el medir el tamaño por el número de empleados hemos preferido utilizar esta variable debido a su sencilla operativización.

Como se observa en la Figura 3, para cada una de las 3 muestras analizadas (exportador, importador o ambos simultáneamente con igual o superior volumen al 15% de su cifra de ventas) vemos que las EDD son por término medio más pequeñas (aunque con matices para la actividad exportadora). Eso nos lleva a aceptar la Hipótesis 2.

Finalmente, hemos analizado la actividad emprendedora internacional de las EDD con respecto a las EFD. Como se demuestra en el Cuadro 4, la Hipótesis 4 se puede aceptar. Pues, como se observa, cuando comparamos la intensidad internacional con la edad, para las empresas más jóvenes, tenemos que en el caso de las exportaciones este dato asciende al 78'25% y para las importaciones se sitúa en el 77'25%. Esto nos lleva a verificar que las EDD desde su creación y/o inicios desarrollan una actividad internacional más intensa, validándose así la figura del emprendedor al descubrir y explotar las oportunidades más allá de los mercados domésticos.

En conclusión, y con las limitaciones dadas por los datos utilizados en este trabajo, podemos afirmar el efecto positivo de la localización en el distrito sobre el emprendedor. Específicamente en un doble sentido, respecto a las tasas de creación de empresas y su actividad internacional. Estos resultados están en la línea de explicar que el por qué de empresas de un mismo sector adoptan estrategias diferentes, siguen trayectorias diferentes y obtiene *performances* diferentes hay que buscarlas en el territorio donde están localizadas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aldrich, H. y Zimmer, Ch. (1985): "Entrepreneurship through social networks" en D.L. Sexton y R.W. Smilor (ed.): *The art and science of entrepreneurship*, pp. 3-25, Ballinger Publishing Co.
- Andersen, O. (1993): "On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis", *Journal of International Business Studies*, Second Quarter, pp. 209-231.
- Becattini, G. (1992): "El distrito industrial marshalliano como concepto socioeconómico", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Becchetti, L. and Rossi, S. (2000a): "EU and Non EU Export Performance of Italian Firms. Is There and Industrial District Effect?" in M. Bagella and L. Becchetti (Eds.): *The Competitive Advantage of Industrial Districts*, Physica-Verlag, New York.
- Becchetti, L. and Rossi, S. (2000b): "The Positive Effect of Industrial District on the Export Performance of Italian Firms", *Review of Industrial Organization*, vol. 16, pp. 53-68.
- Bellandi, M. (2002): "Italian Industrial District: An Industrial Economics Interpretation", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 425-437.
- Brusco, S. (1992): "El concepto de distrito industrial: su génesis"; en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del Trabajo, vol. I, Madrid.
- Busenitz, L.; Page, G.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chadler, G. and Zacharakis, A. (2003): "Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions", *Journal of Management*, vol. 29, núm. 3, pp. 285-308.
- Camisón C. (2001): *La competitividad de la empresa industrial de la Comunidad Valenciana: Análisis del efecto del atractivo del entorno, los distritos industriales y las estrategias empresariales*, Tirant Lo Blanch, Valencia.
- Collins, O.F.; Moore, D.G (1970): *The organization Markets: a Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*, Meredith, Nueva York.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P. (1988): "The Influence of Organizational Structure on the Utility of an Entrepreneurial Top Management Style", *Journal of Management Studies*, vol. 25, pp. 217-234.
- Cuervo, A. (1997): "Empresarios y directivos"; *Economistas*, año XV, núm. 73, pp. 46-55.
- Dei Ottati, G. (2002): "Social Concertation and Local Development: The Case of Industrial District", *European Planning Studies*, vol. 10, núm. 4, pp. 449-466.
- DG. Trade EC. (2003): "Summary of Studies and Reports on the Impact of Textiles Quota Elimination", <http://trade-info.cec.eu.int/textiles/documents/100.doc>

F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

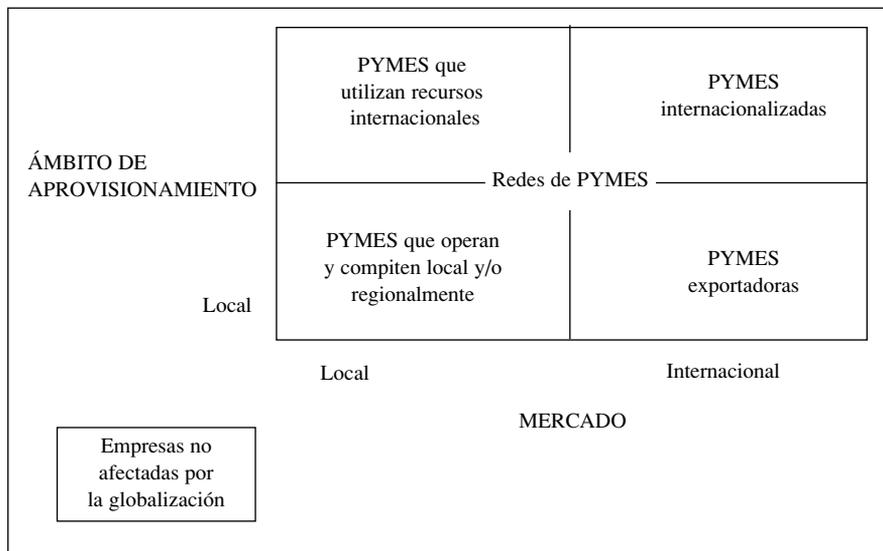
- Fernández, Z. y Nieto, M. J. (2001): "Estrategias y estructuras de las PYME. ¿Puede ser el (pequeño) tamaño una ventaja competitiva?", *Papeles de Economía Española*, núms. 89-90, pp. 256-271.
- Giner, J.M and Santa María, M.J. (2002): "Territorial systems of small firms in Spain: an analysis of productive and organizational characteristics in industrial districts", *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 14, pp. 211-228.
- Iborra, M.; Menguzzato, M., Ripollés, M. (1998): "Creación de empresas internacionales: redes informales y obtención de recursos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, núm. 3, pp. 147-160.
- Instituto Valenciano de Estadística (2002): "Estadística Industrial de la Comunidad Valenciana 1999", Generalitat Valenciana, Valencia.
- Johanninsson, B. and Monsted, M. (1997): "Contextualizing Entrepreneurial Networking"; *International Studies of Management & Organization*, vol. 27, núm. 3, pp. 109-136.
- Johanson, J. y Mattson, L. G. (1988): "Internationalisation in Industrial Systems. A Network Approach", in N. Hood and J. E. Valhden (eds.): *Strategies in Global Competition*, Grom Helm, London, pp. 287-314.
- Julien, P.-A. (1996): "Globalization: different types of small business behaviour", *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 8, pp. 57-74.
- Katsikeas, C. S. (1996): "Export Competitive Advantages: The Relevante of Firm Characteristics", *Internacional Marketing Review*, vol. 11, núm. 3, pp. 33-53.
- Lleonart, P.; Garola, A. y Arús, J.M (2003): "El impacto de la liberalización de los intercambios comerciales en el sector textil-confección español", CITYC, Barcelona.
- Maccarini, M. E.; Scabini, P. and Zucchella, A. (2003): "International Entrepreneurship and Location-Specific Factors": A Study On Born Global Firms, EIBA 2003.
- Maluquer, S. (2003): "La industria textil-confección europea en el umbral del siglo XXI", *Boletín Económico del ICE*, núm. 2768, pp. 35-40.
- Martínez, C. (1998): "Causas de la internacionalización de las empresas: una revisión teórica", *Boletín Económico del ICE*, núm. 2583, pp. 17-22.
- Molina, F. X. (2002): "Industrial districts and innovation: the case of the Spanish ceramic tiles industry", *Entrepreneurship & Regional Development*, núm. 14, pp. 317-335.
- Omiccioli, M. e Quintiliani, F. (2000): "Assetti imprenditoriali, organizzazione del lavoro e mobilità nei distretti industriali" in L.F. Signorini (a cura di): "Lo sviluppo locale: Un'indagine della Banca d'Italia sui distretti industriali" Ed. Meridiana Libri, Roma.
- Piore, M. J. (1992): "Obra, trabajo y acción: experiencia de trabajo en un sistema de producción flexible", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): "Los distritos industriales y las pequeñas empresas", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Piqueras, J. (1999): *El espacio valenciano. Una síntesis geográfica*, Editorial Gules, Valencia.

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

- Pla, J. y Cobos, A. (2002): "La aceleración del proceso de internacionalización de la empresa: el caso de las "International New Ventures (INVs)" españolas", *Información Comercial Española*, vol. 802, pp. 9-22.
- Planellas, M. (1996): "Evolución de la investigación sobre creación de empresas y estado actual del debate sobre los resultados de las nuevas empresas", *Papers ESADE*, nov., núm. 151.
- Porter, M. E. (1999): "Cúmulos y competencia. Nuevos objetivos para empresas, Estados e instituciones", en M. Porter (Ed.): "*Ser Competitivo*", Deusto, Bilbao.
- Pyke, F. y Sengenberger, W. (1992): "Introducción", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): "*Los distritos industriales y las pequeñas empresas*", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- Rialp, A. (1994): "Los directivos de las PYMES frente a la internacionalización y los factores determinantes de su grado de orientación al exterior", IV Congreso Nacional de ACEDE.
- Romanelli, E. (1989): "Organization Birt and Population Variety: A Community Perspective on Origins", *Reseach in Organitational Behavior*, núm. 11, pp. 211-246.
- Santa María, M. J. (1999): *Pequeñas empresas y distritos industriales: el textil confección en la Comunidad Valenciana*, Institut de Cultura Juan Gil-Albert, Colección Textos Universitaris, Generalitat Valenciana.
- Sexton, D.; Smilor, R. (1985): *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, Massachusetts.
- Staber, U. (2001): "Spatial Proximity and Firm Survival in a Declining Industrial District: The Case of Knitwear Firms in Baden-Württemberg", *Regional Studies*, vol. 35, núm. 4, pp. 329-341.
- Stengg, W. (2001): "The textile and clothing industry in the EU. A survey", *Enterprise Papers*, núm. 2.
- Szarka, J. (1990): "Networking and Small Firms", *International Small Business Journal*, vol. 8, núm. 2, pp. 10-22
- Turnbull, P. W. (1987): "A Challenge to the Stage Theory of the Internationalization Process", in P. J. Rosson and S.D. Reed (eds.): "*Managing Export Entry and Expansion*", Praeger, New York.
- Welch, L. S. and Luostarinen, R. (1988): "Internationalization: Evolution of a Concept", *Journal of General Management*, vol. 14, pp. 34-55.
- Ybarra, J. A. (1991): "Determinación cuantitativa de distritos industriales: la experiencia del País Valenciano", *Estudios Territoriales*, núm. 37, pp., 55-67.
- Zahra, S. A. and George, G. (2002): "International Entrepreneurship. The Current Status of the Field and Future Research Agenda" in M. Hitt, R. Ireland, M. Camps and D. Sexton (eds.) *Strategic Leadership: Creating a New Midset*, pp. 255-288, Blackwell, London.
- Zucchella, A. (2002): "Born Global versus Gradually Internationalizing Firms: An Analysis Based on the Italian Case", 28th EIBA Conference.

F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

CUADRO 1.  
TIPOLOGÍA DE RESPUESTAS DE LAS PYMES A LA GLOBALIZACIÓN



Fuente Julien (1996: 66).

CUADRO 2.  
ANÁLISIS DE LA PROPENSIÓN INTERNACIONAL. LOS DATOS  
ANALIZADOS SÓLO TIENEN EN CUENTA EL AÑO 2001

Actividad	MUESTRA		ESPAÑA		CV		DI	
Exporta	269	9,0	178	8,1	43	9,9	48	13,2
Importa	339	11,4	258	11,8	45	10,4	36	9,9
Exp/Imp	690	23,1	509	23,3	90	20,8	91	25,1
ACT INT	1298	43,5	945	43,2	178	41,1	175	48,2
No realiza	1685	56,5	1242	56,8	255	58,9	188	51,8
Totales	2983	100,0	2187	100,0	433	100,0	363	100,0

Fuente: Sabi.

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

CUADRO 3.  
ANÁLISIS DE LA INTENSIDAD INTERNACIONAL EN EL AÑO 2001

Actividad	EXPORTA		IMPORTA		EXP-IMP 15		TOTAL	
España	285	69'7	322	79'3	131	77'5	738	75'0
C.V.	68	16'6	49	12'0	21	12'4	138	14'0
D.I.	56	13'7	35	8'7	17	10'1	108	11'0
Totales	409	100,0	406	100,0	169	100,0	984	100,0

Fuente: Dun &amp; Bradstreet.

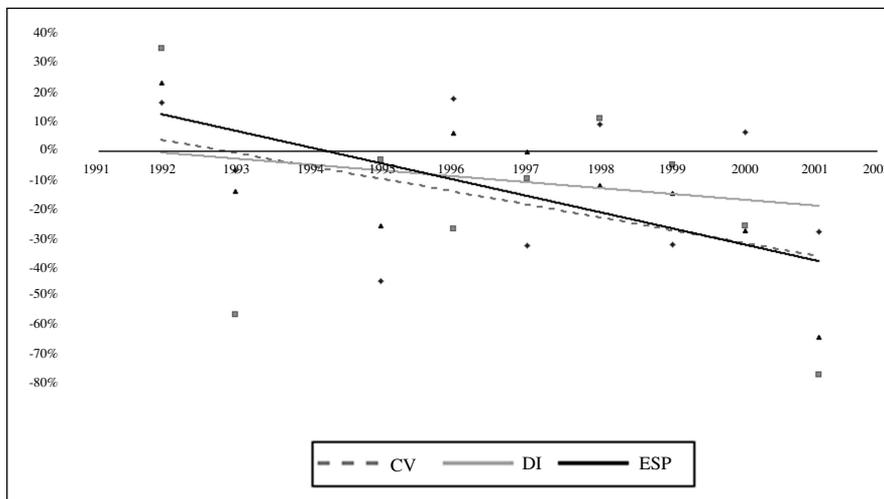
CUADRO 4.  
RELACIÓN ENTRE LA EDAD, LA LOCALIZACIÓN Y LA INTENSIDAD  
INTERNACIONAL EN EL AÑO 2001

	EXPORTA			IMPORTA			EXP-IMP 15		
	España	CV	DI	España	CV	DI	España	CV	DI
1 (antiguas)	52,30	63,40	57,12	54,24	60,13	43,42	55,48	57,57	66,85
2	57,81	69,61	53,03	57,32	62,35	69,32	59,48	63,28	62,28
3	59,01	65,18	61,39	64,06	62,86	45,50	67,24	38,89	55,74
4 (jóvenes)	60,92	64,20	<b>78,25</b>	62,11	45,90	<b>77,25</b>	46,18	s. a.	33,11

Fuente: Dun &amp; Bradstreet.

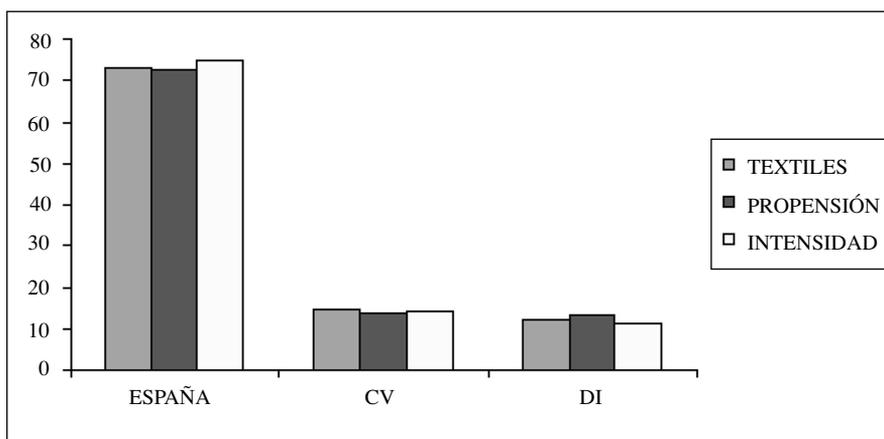
F. Puig Blanco, A. Debón Aucejo

FIGURA 1  
EVOLUCIÓN EN EL PORCENTAJE DE CREACIÓN DE EMPRESAS  
TEXTILES ENTRE EL PERIODO 1992-2001



Fuente: Amadeus.

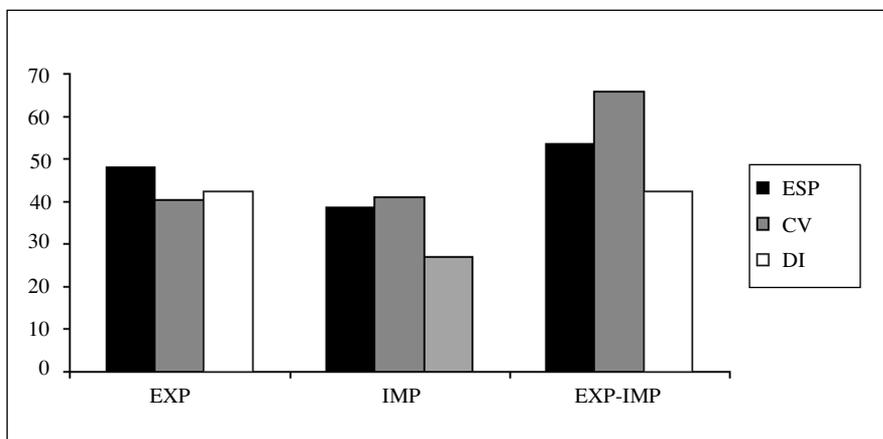
FIGURA 2  
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS TEXTILES, DE LA  
PROPENSIÓN Y DE LA INTENSIDAD DE LA ACTIVIDAD  
INTERNACIONAL DEL AÑO 2001



Fuente: Dun & Bradstreet, IVE y Sabi.

*El emprendedor internacional en el distrito industrial...*

**FIGURA 3.**  
**COMPARACIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS MEDIO DE LAS EMPRESAS SEGÚN LA ACTIVIDAD INTERNACIONAL DEL AÑO 2001**



Fuente: Dun & Bradstreet, IVE y Sabi.