

La transición del espacio zapatero mexicano hacia el *milieu* innovador

Esther IGLESIAS LESAGA
& Ángel Luis ROCHA ACEVES

Investigadora titular del Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Autónoma de México, Directora de la revista Problemas del Desarrollo & Doctorando de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

RESUMEN: Considerando que los problemas del crecimiento y desarrollo, para la mayoría de las regiones latinoamericanas, hoy centran su atención en identificar y promover nuevos *espacios inteligentes* como una de las estrategias viables para el cambio en los que haya un punto de encuentro entre requerimientos de la planta productiva y acciones gubernamentales, nos proponemos analizar un espacio manufacturero en México con una clara radiografía de *milieu* en transición. Dentro de la geoeconomía mundial del calzado, México ocupa en la actualidad un lugar privilegiado. Desde hace unos años, las diferentes regiones de este país en las que tradicionalmente se manufacturaba el calzado han ido disminuyendo su presencia para dar paso a lo que hoy nosotros denominamos la *macrorregión* del calzado guanajuatense. Al presente se muestra como un espacio en transición hacia el *milieu* innovador: la destreza de la mano de obra artesanal combinada con las capacidades gerenciales, le ha permitido absorber la producción de otras zonas fabricantes de calzado, al mismo tiempo que fortalecer las diferentes instituciones que aglutinan a los empresarios locales en sus manifestaciones dentro de los mercados interno y externo. En ese contexto, el objetivo de este trabajo es evaluar los desafíos de una región manufacturera mexicana en particular como un espacio en transición, hacia un *milieu* innovador dentro del ambiente de la globalización, carente de políticas de apoyo gubernamental, como en la gran mayoría de los espacios nacionales, para su desarrollo industrial y sin estar preparado para enfrentar la competitividad internacional en el propio territorio.

DESCRIPTORES: Localización industrial. Economía regional. México.

I. LAS MANUFACTURAS DE CALZADO Y LA APERTURA COMERCIAL

La década de los ochenta marcó significativos cambios en la geoeconomía mundial del calzado y muy especialmente en el espacio zapatero mexicano¹. La política económica neoliberal que se aplica tanto para los estados nacionales como a nivel supranacional, impulsada por organismos como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) pone en

predicamento a esta industria tradicional. A partir de ese momento, el país, que mantenía diferentes espacios dedicados al sector, entre los cuales sobresalían dos grandes regiones en esta cadena cuero-calzado: una, León-Guanajuato, especializada en calzado de cuero esencialmente masculino, y la otra, la de Jalisco-Guadalajara que casi siempre se abocó a la tarea de confeccionar zapato femenino y marroquinería de calidad, fina y entrefina, comenzaron a sufrir importantes cambios. Al igual que en los años ochenta,

Recibido: 28.12.2006. Revisado: 02.04.2007.

e-mail: estherb@servidor.unam.mx

Los autores agradecen las observaciones y sugerencias de dos dictaminadores anónimos, pues éstas contribuyeron sustancialmente a mejorar la calidad del trabajo. Los errores y omisiones que pudieran subsistir son, sin embargo, responsabilidad nuestra.

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia sobre la industria del calzado, en la que los autores ya han adelantado otras publicaciones. A su vez, Rocha Aceves se encuentra realizando un estudio más detallado de la macrorregión como temática específica de su tesis de doctorado en la FCA-UNAM.

¹ Cfr. IGLESIAS (1998: cap. 3).

que estuvieron signados en Europa por la quiebra de diferentes distritos industriales que afectaron a las regiones y localidades más significativas de éstos, también México recibió ese impacto. De ese modo, la liberalización de la economía mexicana incrementó la innovación y la reducción de costos en la cadena del cuero-calzado, fomentando la cooperación entre productores y proveedores de la misma (RABELLOTTI, 1999)².

La organización de la empresa, y por ende del sector, registró cambios profundos que incidieron directamente en la fuerza de trabajo, que enfrentó desempleo y nuevos requerimientos para su contratación, basados en el esquema neotaylorista-neofordista. En el caso de las empresas grandes y medianas, también disminuyó su número, al mismo tiempo que aumentó el ambiente adverso para sus trabajadores. Algunos empresarios que lograron retirarse a tiempo, posteriormente ingresaron a actividades de comercialización de productos importados en el mismo sector del calzado. Otros tuvieron que integrarse a escalas inferiores o bien, subcontratarse en las grandes empresas que continuaban en el mercado. En este aspecto coincidimos con Rabellotti cuando afirma que:

“Existe un creciente número de empresas que después de haber interrumpido su actividad como productoras de calzado a consecuencia de haber sido golpeadas por la feroz competencia, comenzaron a trabajar como empresas subcontratadas especializadas en la producción de zapato” (RABELLOTTI, 1997).

Los últimos años de la década de los ochenta y hasta 1995 significaron un periodo crítico para las industrias mexicanas del calzado y el cuero: 1989 y 1995 registraron las más agudas declinaciones tanto en el empleo como en el nivel de producción en el mercado doméstico e internacional³. En esos momentos se trabajaba, en promedio, a 58% de la capacidad instalada, que variaba según el tipo de empresa productora. La firma e inclusión

de México al TLCAN (NAFTA, por sus siglas en inglés), en 1993, hizo tambalear aún más la planta productiva manufacturera mexicana citada. Las micro y la pequeña empresas sobrevivientes a esta crisis tuvieron que reestructurarse no sólo en el tipo de manufacturas que antes laboraban, sino también en lo que se refiere al propio destino de su producto, de tal manera que en la actualidad un porcentaje elevado de la microempresa trabaja únicamente partes del calzado a pedido de las medianas y grandes empresas, que además les impone las condiciones de trabajo y el precio del producto.

El resquebrajamiento de la planta productiva de las industrias del cuero y del calzado en México parecía haber tocado fondo hacia 1997, momento en que las exportaciones comenzaron a despegar. De esta crisis, los empresarios sobrevivientes habían aprendido que no era tan fácil lograr homogeneizar calidad, demanda, calendarios estrictos y tipo de manufactura que encontrara un nicho adecuado para competir en el mercado estadounidense —principal comprador de sus manufacturas— ni tampoco sobrevivir hasta el año 2010, momento en el que sus productos aparecerán desgravados, en su totalidad, en los países socios del TLCAN.

En la actualidad, el mercado interno en México enfrenta dificultades competitivas para los empresarios nacionales: este espacio recibe manufacturas de alta calidad provenientes de Europa —especialmente las españolas—. En el año 2000 se firmó un Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea (UE) y las manufacturas del calzado se desgravaron 18%. En el otro ángulo de este mismo mercado se encuentran los productos de calidad inferior tanto en los materiales empleados como en la manufactura y de precios difícilmente competitivos provenientes de países asiáticos que penetran legal e ilegalmente en México⁴. Mientras las dificultades competitivas disminuyen no sólo por el crecimiento de las importaciones, el país

² Si bien Rabellotti analiza en este trabajo únicamente el cluster de Guadalajara, el cual se ha visto sensiblemente mermado como resultado de la liberalización económica, es dable extender sus reflexiones sobre los problemas concernientes a la innovación, la reducción de costos y la cooperación productor-proveedor para el cluster del calzado de Guanajuato, también afectado por esta coyuntura.

³ La producción pasó de 250 millones de pares de calzado en 1987 a 200 millones en 1989, lo que significó una drástica

reducción de 20%. Por su parte, en 1995 la producción cayó a 170 millones de pares de calzado, que representó un decremento del 32% respecto de 1987.

⁴ Para el caso del estado de Jalisco, algunas de las empresas confirmaron su cierre para el año 2005, debido al “declive en la producción, además del incremento de costos, la importación ilegal y también por el contrabando por triangulación”. Véase “Confirma cierre de Moymen crisis en la industria zapatera”, en *El Financiero* (2005:21).

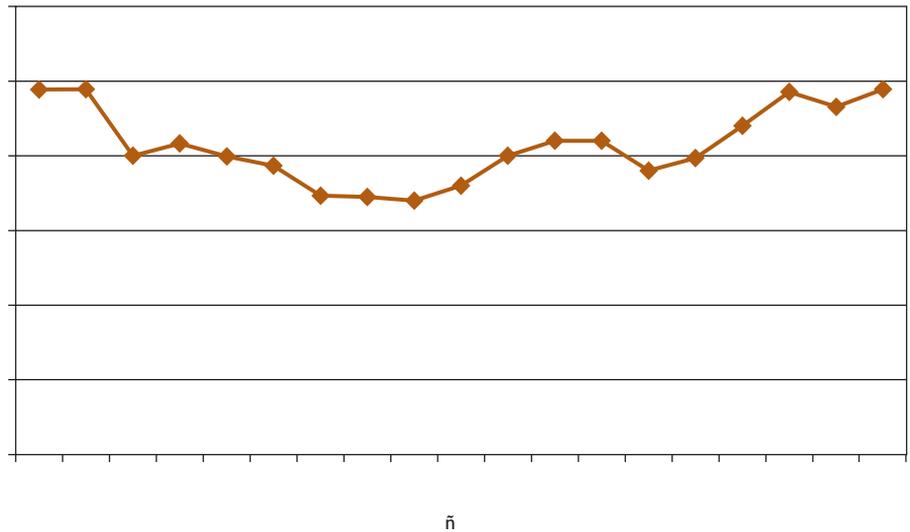


FIG. 1. Producción nacional del calzado en México

Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), *Situación actual del sector*, varios años, México, <http://www.bancomext.com>. CICEG, Censo de la industria del calzado en el estado de Guanajuato, 2003, CICEG, México, 2004. Los datos estadísticos correspondientes a los años 2004 y 2005 corresponden a información proporcionada por la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE), Gobierno del Estado de Guanajuato, México, página electrónica: <http://www.cofoce.gob.mx>.

aún mantiene su nicho tradicional en el mercado externo —algo más deprimido que en los años anteriores— gracias a que los bajos salarios para una mano de obra abundante y bien calificada junto con niveles cambiantes que le favorecen permiten seguir exportando a su vecino de Estados Unidos de América⁵.

La industria del calzado se caracteriza por estar altamente “globalizada” y muy sensible a los cambios en la competitividad internacional y a las estrategias de las compañías líderes en el mundo. El ciclo de valor de la industria está interconectado a escala mundial mediante alianzas estratégicas entre empresas, segmentos de producción, regiones productoras y países. La ventaja competitiva está asociada a la eficiencia operativa cuya plataforma cuenta con una adecuada infraestructura social y a la integración de la cadena de valor cuero-calzado que consiste en: desarrollo y diseño de productos, abastecimiento de materias

primas, tecnología-manufactura, distribución logística, comercialización y venta⁶.

Países como China, India, Taiwán, Corea del Sur, Indonesia, Vietnam y Tailandia están presentes en la competencia mundial con mucho éxito, fundamentalmente por su disponibilidad de mano de obra, aunada a la utilización de tecnología moderna. Actualmente tienen conquistados los mercados que eran dominio de naciones industrializadas. Algo diferente ocurre con Estados Unidos, país que ha adoptado la estrategia de colocarse en el eslabón final de la cadena de valor y controlar la comercialización, dejando a un lado la manufactura; en este espacio las ventajas competitivas fueron superadas en ciertas manufacturas, como las del calzado, y sus ventajas comparativas como importador podrán ser utilizadas en favor de algunos países como China, en desmedro de su más cercano productor de calzado y socio del TLCAN, como lo es México.

⁵ Con escasas variaciones, el mercado de Estados Unidos sigue recibiendo en la actualidad 90% de las exportaciones con pocas variaciones anuales, desde hace dos décadas. Cfr. IGLESÍAS (1998: cap. 3). En los últimos 3 años el resto de las exportaciones se ha dirigido principalmente a Canadá, Japón, Italia y Alemania.

⁶ Esos nuevos mecanismos de organización industrial que buscan profundizar en la especialización, por un lado, y desean mantener el control de la producción, por otro, y que además operan a través de dinámicas ajenas al mercado han sido llamados la *gobernanza* de las cadenas de valor (ALTERBURG, 2006).

La búsqueda constante de calidad, la creatividad en los diseños y las buenas materias primas han facilitado que Italia, España, Portugal, China, India, Brasil, Tailandia, Indonesia, Turquía, Vietnam y, en menor medida, México, tengan una posición dominante en el contexto internacional. Esta reflexión es aceptable siempre y cuando tomemos en consideración que a algunos de estos países les interesa muy especialmente mantener sus nichos de mercado (Brasil, España, Italia, México), mientras que para otros, principalmente los asiáticos⁷, su objetivo principal es ir debilitando y desplazando a ciertas naciones exportadoras.

Durante el quinquenio 2000-2005, el volumen de exportaciones e importaciones en la balanza comercial del mercado mexicano experimentó un dramático cambio pasando de un superávit de 140,6 millones de dólares en 2000 a un déficit de 137,6 millones de dólares en 2005. Por su parte, el volumen de importaciones creció a una tasa promedio de 33,7% mientras que el de las exportaciones decreció 9,4% (*cf.* FIG. 2).

Si los efectos de la apertura de la economía mexicana en el espacio manufacturero se analizaran con respecto al

TLCAN, la balanza comercial del calzado sería un ejemplo muy representativo. Las exportaciones hacia uno de sus socios comerciales, Estados Unidos, se han venido acrecentando notablemente en desmedro de otros destinos comerciales mientras que a su otro socio, Canadá, apenas se le exportan volúmenes que representan cantidades ínfimas y comparables a las que se envían a algunos países del Caribe o más recientemente a algunos mercados asiáticos, caso Japón (*cf.* FIG. 3).

1.1. El factor de la presencia asiática

En 2003, el contrabando de zapato chino afectó en gran medida a la planta productiva del calzado mexicano⁸. Esto demuestra la insuficiencia de las medidas temporales para reducir la amenaza que representa aquel calzado para la industria nacional⁹. A partir de 2006, fecha en la que China ingresó oficialmente a la Organización Mundial del Comercio (OMC), las investigaciones por prácticas desleales al comercio quedaron sujetas a las reglas que establezca ese organismo (CICEG, 2003)¹⁰.

FIG. 2 Balanza comercial del sector calzado (2000-2005)

Año	Exportación (millones de dólares)	Volumen (millones de pares)	Importación (millones de dólares)	Volumen (millones de pares)	Balanza comercial (millones de dólares)	Volumen de exportación (tasa de crecimiento anual)	Volumen de importación (tasa de crecimiento anual)
2000	249,40	16.630	108,80	10.203	140,60	—	—
2001	227,39	12.749	199,66	18.178	27,73	-23,34	78,16
2002	197,65	10.994	243,53	23.564	-45,88	-13,77	29,63
2003	180,71	11.408	310,51	35.166	-129,80	3,77	49,24
2004	200,40	9.561	330,66	38.744	-130,26	-16,19	10,17
2005	237,53	10.170	375,13	43.588	-137,60	6,37	12,50

Fuente: Administración General de Aduanas, SHCP en Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), Situación de la industria, México, CICEG, 2006. Página electrónica: <http://www.ciceg.org>.

⁷ Corea del Sur, país que impactó el mercado mexicano en la década de los noventa con sus exportaciones, ha modificado también el comportamiento de sus exportaciones e importaciones; el máximo logrado en exportaciones fue en 1990 y el mínimo en 1998, como parte de la búsqueda de las grandes empresas de nuevos espacios como Vietnam (*deslocalización*), en donde la fuerza de trabajo percibía menores salarios.

⁸ Durante 2003 se realizaron cuatro operativos en los que se decomisaron aproximadamente un 1.400.000 pares de calzado

ilegal procedente de China, de acuerdo con información de la Agencia Federal de Investigaciones (AFI). CICEG: http://www.ciceg.org/contenido.asp?con_id=42.

⁹ Todo ello ocurría a pesar de la implantación de cuotas compensatorias a las importaciones —que van de 165 a 1.105%— las cuales dejaron de tener efecto en 2006.

¹⁰ Es importante recordar que la mano de obra incide con menos de 2% en el costo de producción en China, en tanto que para México representa más de 12% (KERN, 2002).

FIG. 3 Exportaciones mexicanas del sector calzado por país de destino (millones de dólares)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Estados Unidos	214,9	299,8	399,8	374,2	370,8	368,3	332,7	306,6	296,1	272,6	263,6	288,2
Canadá	2,8	6,6	12,4	14,3	14,6	5,2	3,8	3,1	3,0	2,9	3,1	4,3
Japón	3,9	5,2	2,3	1,0	0,5	0,3	0,2	0,8	0,4	0,4	4,6	4,3
Rep. Dominicana	0,0	0,0	0,2	0,4	0,5	0,1	0,3	0,3	2,1	1,1	2,6	4,2
Italia	0,6	1,1	1,3	0,8	0,3	0,5	0,7	1,9	1,6	1,3	2,3	3,6
Cuba	4,3	5,4	4,6	5,8	3,7	3,6	2,6	1,0	1,4	0,5	3,3	2,4
Venezuela	0,1	0,1	0,6	0,6	0,5	0,5	0,7	0,2	0,4	0,3	1,3	2,3
Alemania	5,7	5,8	6,5	7,3	2,4	1,1	0,6	0,9	1,2	0,8	6,1	2,1
Costa Rica	1,8	2,8	3,7	3,1	4,1	1,8	1,1	1,0	1,0	1,0	1,2	1,6
Otros	18,4	28,3	44,5	36,4	29,3	23,6	13,9	12,9	11,2	9,4	13,0	8,8

Fuente: Bancomext. World Trade Atlas, Bancomext, con datos de la Secretaría de Economía, 2006.

Cabe señalar que, a partir de 2001, la oferta de calzado asiático sufre diferentes transformaciones, de las cuales, México es un

receptor importante: es el momento en que la importación de calzado chino¹¹, triangulado en Estados Unidos, tiene un descenso

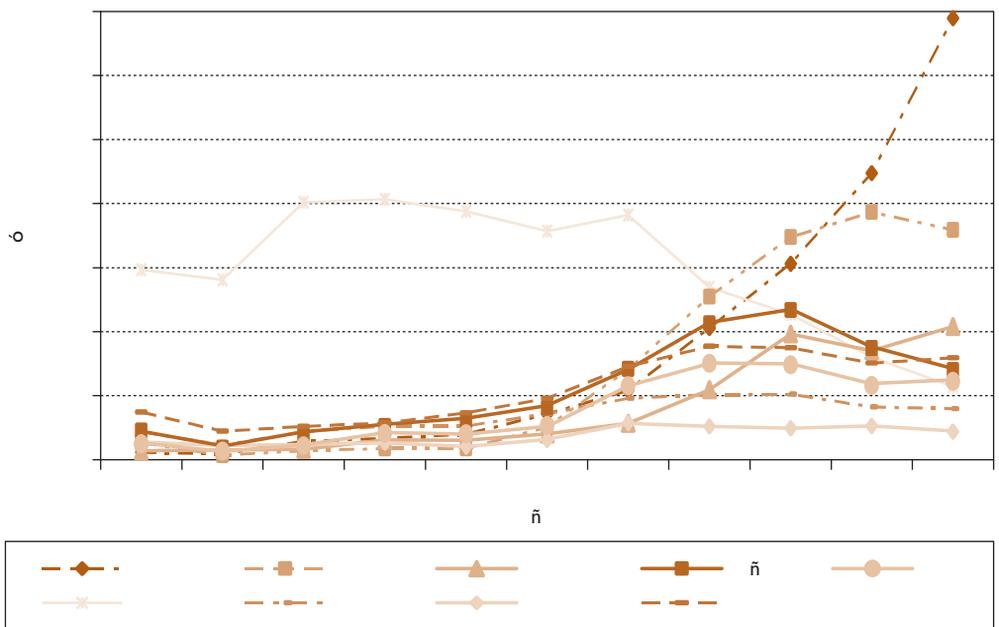


FIG. 4. Importaciones mexicanas del sector calzado por país de origen* (millones de dólares)

* Las cifras incluyen los subsectores con clave 6403, 6402, 6404, 6406, 6405, 6401 y 6499, del sector calzado.

Fuente: Bancomext. World Trade Atlas. México, Bancomext, con datos de la Secretaría de Economía, 2006.

¹¹ Antes de la fecha, el relativamente bajo monto de importaciones mexicanas de calzado chino se explica por la existencia de un proceso de triangulación de mercancías vía Estados Unidos, que no es productor de calzado, sin embargo,

para el año 2000, figuró como principal exportador hacia México, con 48% del mercado, mientras que China tan sólo participaba con 3,7%. La triangulación permite a los exportadores chinos evitar el pago de impuestos compensatorios de hasta 1.000%.

importante, y cuando se advierte que el nicho de mercado mexicano es retomado por Vietnam¹², que en 2005 se sitúa en el primer lugar de importación de calzado en México, seguido por Brasil que muestra una curva descendente desde 2003.

2. DISTRITOS INDUSTRIALES Y MILIEUX INNOVADORES

Tal y como hemos venido reflexionando desde el inicio, recordemos que los años setenta y ochenta significaron un parteaguas para los estudios de la dinámica económica. El desempleo y la quiebra de empresas para distintas regiones o distritos industriales durante ese periodo de reacomodo a la globalización —para ciertos sistemas de producción locales— están teñidos de ejemplos a ese respecto.

Hasta ese momento, los análisis regionales, de tipo estático, descriptivo y cuantitativo no presentaban, por la propia naturaleza de los mismos, demasiadas alternativas para realizar estudios comparativos. En todo caso, obedecían a la teoría que sostiene que inevitablemente estos sistemas locales son reemplazados por otros, también locales, que van ocupando sus nichos de mercado (KRUGMAN, 1997). Sin embargo, para ese entonces también se comprobó que la competitividad de las empresas no dependía tanto de sus activos físicos en el proceso de producción, sino que los servicios de innovación, comercialización y *marketing* ocupaban, cada vez más y, en mayor medida, lugares muy preponderantes (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997); no cabe duda de que en esas actividades no participa el obrero, origen de la creación de valor en la mercancía.

Junto a ciertos cambios paradigmáticos que se producen en el ámbito de la unidad empresarial y que afectan los sistemas locales, también debemos considerar los que soporta el propio territorio, como tal.

Aunque es sabido que la modernidad nace

de la territorialidad a medida que ésta se expande, acaba por relegar la variante territorial, con la que coexiste desde el inicio de la industrialización. Por otra parte, la desterritorialidad viene acompañada de la fragilidad que adquiere la variedad local, es decir, todo aquello que se refiere a la historia del lugar y los sedimentos de la práctica de las relaciones productivas. Posteriormente, con la globalidad y el carácter evolutivo de esta economía, se redescubre el contexto territorial: no sólo en cuanto a la forma de diferenciar la acción económica sino también en cuanto a gestación de competitividad. La relación entre modernidad y territorio pasa por la economía del conocimiento, es entonces cuando el *territorio* se transforma en una variable muy significativa. En el posfordismo, el contexto local y la economía global no son dos términos opuestos, antagónicos, sino dos caras de la misma moneda: la globalidad debe su fortaleza al resultado de la confrontación competitiva de las variantes territoriales (RULLANI, 1997).

Desde los ochenta, se instala en el nivel mundial —con diferencias notorias según el grado de desarrollo económico— un nuevo escenario competitivo que obligó a las regiones a prepararse para un singular desafío. El territorio ya va dejando de ser simplemente un espacio de actividades económicas y empieza a consolidarse como un ámbito de relaciones que es capaz de ajustar las dinámicas de difusión más allá de la mera optimización en la asignación de recursos (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997)¹³. La dinámica económica de las últimas décadas se caracteriza, por el desarrollo de redes explícitas entre empresas, como son los sistemas productivos locales y, sobre todo, por los acuerdos y alianzas estratégicas entre las empresas, principalmente, en industrias innovadoras como la electrónica y las telecomunicaciones y en actividades de servicios como el transporte y el sistema financiero. Se trata de alianzas para realizar proyectos específicos, que afectan a

suministrarle anualmente un volumen muy importante de calzado.

¹³ La definición a la que llegan los autores hace eco de una serie de propuestas surgidas en los ochenta (DOSI & *al.*, 1988), las cuales buscaban redimensionar la organización de la empresa y sus repercusiones espaciales a partir del análisis de la geografía de costos (estática) para trasladarla hacia la geografía organizacional (dinámica).

¹² En el año 2000 se importó de Vietnam calzado con valor de 14,3 millones de dólares, mientras que para 2005 la cifra llegó a 137,9 millones de dólares, es decir, tuvo un aumento aproximado de 900%. Este incremento se relaciona directamente con los magros salarios de los obreros del calzado en Vietnam e, indirectamente, con los acuerdos que eventualmente habrían firmado Estados Unidos y China, en los cuales, este último país se comprometería a

productos, procesos de producción o mercados, lo que mejora la competitividad de las empresas en los mercados, les hace aumentar los rendimientos y hace que las economías locales mejoren su posicionamiento competitivo y aumente la renta (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2000).

Hace unas décadas, el espacio intervenía decisivamente en la teoría a través de las anisotropías de costos y los costos de transporte de la distancia física. Aunque en la actualidad cuenta, sobre todo, la dinámica de la organización espacial¹⁴. Existen varios enfoques que muestran la forma cómo la compleja interacción entre demanda, ingresos crecientes, costos de transporte y procesos de aprendizaje, entre otros factores, conducen a desempeños espacialmente diferenciados, en los que se conjugan áreas que van perdiendo nichos de mercado y otras que, por el contrario, acceden a éstos, u otros diferentes, en este nuevo ambiente competitivo. Estos enfoques conjugan varios aspectos centrados alrededor de la noción de territorio, entendido éste como el aspecto que da lugar a la tecnología y la innovación junto con el lugar donde se coordinan las actividades industriales.

Si retomamos la afirmación de RULLANI (1997) sobre la importancia de las variantes territoriales como una de las fortalezas de la globalidad —en este caso una unidad de toma de decisiones políticas que gobierna la localización y que es capaz de crear y redistribuir recursos, así como de expresar estructuras de dominación específicas en las relaciones que se establecen entre los actores—, es importante agregar que esta unidad también representa un lugar donde las interdependencias no comerciales se conforman, expresan y evolucionan.

Aunque en algunos espacios o *milieux* innovadores de países en desarrollo este tipo de “unidad de toma de decisiones políticas” no aparece tan nítidamente representada para gobernar la llamada localización y se

traslada a ciertos organismos locales, con intereses comerciales que actúan como nexos entre diferentes actores locales. No obstante, en ambas situaciones se deja de lado como prioritario el papel de las empresas pequeñas y medianas, o el análisis de las desventajas de éstas respecto de la gran empresa —que no ha desaparecido y aún privilegia las economías de escala— y se pondera la aparición y características de otro tipo de empresa, la empresa red, y otras formas de organización empresarial: los distritos tecnológicos y los *milieux innovateurs* (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997).

Si tomamos en cuenta que cada *milieu* es diferente, que cada uno tiene una historia propia y que si bien se pueden hacer análisis comparativos que no necesariamente admitirían tan fácilmente cortes sincrónicos, es indispensable crear códigos analíticos formales para realizar estos estudios dinámicos de diferentes *milieux*. Por lo tanto, reafirmamos el dinamismo como concepto inherente a la naturaleza del *milieu* innovador que enfatiza el papel del “ambiente local” como un generador de comportamientos innovadores.

Sin embargo, cuando las empresas y las regiones se embarcan en procesos acumulativos de aprendizaje, llegan a ser concientes de la necesidad de mantener abierto el sistema a cambios más radicales. En éstos, en los que BRAMANTI & MAGGIONI (1997)¹⁵ incluyen las habilidades sistémicas en la medida en que la empresa se prepara para un proceso diferente de lo que denominan “olvido creativo”, es donde algunas unidades de producción, como en el caso de las que analizamos aquí, las micro y pequeñas empresas de calzado mexicano, han incorporado en estos últimos años la conexión con las diferentes fases de una nueva estructura jerárquica que pudiera darse en cada *milieu* innovador de manera muy *sui generis*, y de tal forma que desarrolle su propia estrategia en cada espacio local. Si

¹⁴ Para el análisis de territorio y flexibilidad y la relación empresa/territorio, *cfr.* VELTZ (1993).

¹⁵ Entre los riesgos que se señalan a este respecto, en el caso del calzado italiano, se menciona que el nuevo escenario competitivo obligó a las empresas a elevar el contenido de calidad y “servicio” de sus productos, así como a un cambio en las características de la innovación que obliga a ir más allá de la incorporación en los activos de capital y a considerar las “habilidades sistémicas”, preparándolas para un nuevo proceso de “olvido creativo”. Más adelante esos mismos autores

reflexionan sobre la dimensión de las empresas que componen esos espacios y aclaran: “También impiden que el tamaño pequeño prevaleciente en las empresas italianas ya no sea coherente con los requerimientos de los mercados globales internacionales, y por tanto, ha hecho que los *milieux* locales jueguen un papel estratégico al controlar el acceso al mercado y al conectar y administrar las fases de las actividades de producción horizontales y verticales. Esto ha llevado a que los sistemas productivos locales adquieran una estructura más jerárquica” (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997).

bien algunas empresas del calzado de algunos países desarrollados sufrieron —como en el caso de las microempresas italianas¹⁶— adaptaciones para continuar en el mercado, no son comparables, no digamos por su dimensión, sino por el apoyo crediticio que recibieron para tener acceso a los bienes de capital modernos para enfrentar la competencia a la de otros países. Es el caso de México, donde se han tenido que sortear las dificultades que existen para la adquisición de tecnología y se sigue trabajando en algunos casos, con maquinaria de segunda generación, propiciando una nueva etapa en el proceso de innovación tecnológica, al demandar mantenimiento calificado para su operación. La adaptación a los nichos del nuevo mercado globalizado, prosiguiendo con las reflexiones de BRAMANTI & MAGGIONI (1997), requiere que los sistemas productivos locales adquieran una estructura más jerárquica. Las microempresas del calzado mexicano deben subordinarse a las medianas y grandes¹⁷ al no tener la tecnología de punta y por ende el *know-how* dominante: ello implica seguir sus directrices, rezagándose como empresas en su directa participación en el mercado.

De esa manera, la composición de los distritos industriales genera debilidades en esta nueva adaptación por parte de micro y pequeñas empresas como las de este sector

manufacturero mexicano, que encuentra escollos en su adaptación a los cambios, mientras atraviesa sus tiempos de transición. Aparentemente algunos espacios como el del calzado en México no cumplen con ciertos planteamientos considerados básicos para estos *milieux* innovadores, como los referidos por VÁZQUEZ-BARQUERO (1997), cuando señala que

“para los *milieux* innovadores aparece una nueva trayectoria de desarrollo, que es dirigida por las empresas innovadoras y que está basada en cambios en la organización interna y en nuevas funciones no industriales”.

No olvidemos que como en el caso que hoy nos ocupa, existen algunos espacios que en la actualidad se encuentran en proceso de transición y para los cuales la estrategia y dinámica de aprendizaje son decisivas para el futuro del *milieu*.

Prosiguiendo con los análisis más tradicionales sobre el desarrollo económico local, coincidimos con la aseveración de que éste hoy se configura según el grado de participación de individuos y grupos en el “ámbito de control” (*span of control*)¹⁸.

Otro elemento que juega un papel importante en la estructura del espacio en respuesta a las nuevas formas de administración que adoptan las empresas, es el concepto de “sector informal”¹⁹.

¹⁶ RABELLOTTI (2003), para el caso del distrito industrial de Brenta, distingue los tipos de empresas que operan en dos cadenas de valor diferentes. La primera cadena, denominada “cadena de marca”, consiste en el liderazgo de una cadena de lujo, el cual implica la degradación de las empresas de Brenta con respecto a actividades tales como el diseño y el mercadeo del producto. En la segunda, denominada la “cadena alemana”, los grupos de mayoristas —principalmente alemanes— ofrecen asistencia financiera a los minoristas suministrando crédito a corto y largo plazo.

¹⁷ La incidencia del conocimiento en el proceso de producción, por ejemplo, ha llevado a que se constatará que en la IBM, en 1984, 80% del costo de una computadora correspondía a su *hardware*, vale decir a la máquina misma, y 20% al *software*, al sistema operacional y las aplicaciones que en éste se utilizan. Para 1990, esa proporción se habría invertido, haciendo que sólo 10% del precio de costo estuviera referido al proceso físico de producción. En esta situación, las opciones que tiene la fuerza de trabajo son las de contratarse en otras actividades o bien aceptar las nuevas reglas del juego en las que impera el bajo salario y la flexibilidad en las ocupaciones. No hay que dejar sumar a esta condición la ausencia de seguridad social, tanto en cuestión de salud como en su permanencia en el trabajo y la pérdida de sus derechos laborales, en lo que concierne a las políticas públicas como frente al mismo capital (REICH, 1992).

¹⁸ Estos conceptos han sido analizados desde muy diversos ángulos por los especialistas que conforman el grupo de investigación europea sobre los *milieux* *Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs* (GREMI), que es un grupo que investiga la innovación tecnológica y el desarrollo de los sistemas productivos. Fue fundado en 1984 por Philippe Aydalot

(quien murió en 1987) y actualmente está constituido por alrededor de 20 grupos de investigación en Europa y Estados Unidos. La intuición que sirvió como punto de partida del GREMI, y que después se convirtió en paradigma, fue expresada en 1986 por su fundador en los siguientes términos: “La empresa no es un agente enviado del cielo que es libre de escoger un ambiente; es ocultada por su ambiente. Los *milieux* son quienes inician e innovan. La empresa no es un agente innovador solitario, el ser parte del *milieu* es lo que la hace actuar. El pasado de los territorios, su organización, su comportamiento colectivo, el consenso que los estructura, son los componentes principales de la innovación”. Partiendo de estas ideas se fue conformando el enfoque de GREMI. Seis trabajos son fundacionales: AYDALOT (1986), AYDALOT & KEEBLE (1988), CAMAGNI (1991), MAILLAT & PERRIN (1992), CAMAGNI & QUÉVIT (1992), y MAILLAN & *al.*, (1993).

¹⁹ Sugerido por primera vez en 1969, en un Informe de la Misión de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en Kenya, aunque comenzó a difundirse universalmente sólo después de la publicación del mismo informe en 1972 (OIT, 1972). “Al observar que los desempleados y los subempleados eran capaces de sobrevivir ejerciendo actividades económicas informales”, esto es, no reguladas por el Estado, inclusive bajo persecución, la Misión concluyó que esas actividades serían un medio eficaz de aumentar los ingresos de aquellos trabajadores, si fueran liberados de la represión. Tal “sector informal” era “un modo de hacer las cosas que se caracterizaba por: a) facilidad para entrar; b) apoyo en recursos locales; c) propiedad familiar de los recursos; d) pequeña escala de la operación; e) trabajo intensivo y tecnología adaptada; f) destrezas adquiridas fuera del sistema escolar formal; g) mercados competitivos y no regulados” (OIT, 1972).

El trabajo intensivo y la tecnología adaptada junto con las destrezas adquiridas y la incorporación a los mercados competitivos no regulados, conllevan un riesgo *per se* que determina su permanencia en el mercado. En este caso y tomando en consideración reflexiones a nivel macro sobre el esfuerzo tecnológico (*adaptativo-innovativo*) en México, se ha comprobado que en menos de 50% de las PyME del país se asocia la innovación con la novedad y la mejora.

Más de la mitad la asocia con el producto, principalmente con la ampliación de la línea de productos y, en menor medida, con su reemplazo. En lo que se refiere al diseño, se asocia más con la apariencia que con el proceso (ESTRADA, 2006:837).

Si a esto le sumamos el hecho de que la mayoría de las empresas del sector informal —muchas de las cuales se incorporan al proceso de la cadena productiva— se ubican dentro de las llamadas microempresas, enfrentan condiciones de rezago mucho mayores.

2.1. Innovación: una vía para el crecimiento

Cada economía local es un producto que tiene su propia historia engarzada en las ataduras y vínculos que han mantenido las instituciones y empresas locales con una estructura espacial nacional e internacional más amplia. Las administraciones públicas y privadas, el sistema de relaciones entre empresas y actores económicos, las relaciones

sociales y productivas dotan a las localidades de características únicas, la incursión de cada territorio en la nueva división del trabajo depende de las características que tiene el área, de su organización y de sus antecedentes históricos.

Las economías locales no necesariamente se adaptan, en un sentido pasivo, a los procesos y cambios nacionales e internacionales. Para entender la dinámica de los sistemas locales es necesario identificar los factores que explican el ajuste industrial y la reestructuración productiva²⁰, en la que se alteran principios como el empleo, tamaño de la empresa²¹, condiciones en el trabajo y propiedad del capital.

La dimensión espacial, en tanto que región económica con una larga historia en cada una de las localidades que la ha ido conformando como *distrito industrial*²², ha generado un *substractum sui generis* que eventualmente permitiría aplicar planes estratégicos adecuados tanto a los cambios organizacionales como a los procesos de innovación para configurar o transformar ese territorio o *milieu* en un innovador²³.

La dinámica de los sistemas de producción locales fue analizada ya a finales del siglo XIX por Marshall, quien afirmaba que la concentración geográfica de una industria a la larga conlleva a la producción de nuevos bienes, los bienes intermedios²⁴.

Analizando la localización de la empresa, aunque desde otro ángulo, PORTER (1990)²⁵ afirma que ésta es muy significativa porque tanto el conocimiento como las relaciones y la

²⁰ Tres factores principales son inherentes a la naturaleza del cluster: 1) la expansión de las empresas que se compone de variables tales como el aumento del empleo, la inversión en tecnología y una estrategia mixta de comercialización; 2) un factor de tamaño; 3) el que acentúa la importancia de la dimensión colectiva del sistema (RABELLOTTI, 1997).

²¹ En el distrito italiano de Brenta, el tamaño parece estar relacionado con un buen nivel tecnológico (RABELLOTTI, 1997).

²² BECATTINI (1991) define al distrito industrial como una entidad socioeconómica que se caracteriza por la coexistencia activa de una comunidad abierta de gente y de una población segmentada de empresas. Puesto que la comunidad de gente y la población de empresas viven en la misma área geográfica, ellas se entrecruzarán. Las actividades productivas y la vida diaria se empalman. La comunidad es abierta porque la naturaleza industrial del distrito y los problemas relacionados de ingresos crecientes implican flujos de ida y vuelta de bienes y de gente. La población de empresas es segmentada en el sentido de que las diferentes fases del proceso de producción están divididas entre las empresas, y porque cada una de las cuales se especializa en una o varias fases.

²³ El concepto de *milieu* fortalece el de *distrito industrial* de Marshall. Recordemos que para MAILLAT & PERRIN (1992) el *milieu* conjuga un sistema de producción, en un todo coherente,

en una cultura técnica. El espíritu empresarial, las prácticas organizacionales, los patrones de comportamiento corporativos, el *know-how*, la forma en que las tecnologías son usadas y los mercados son entendidos como los factores que conforman tanto una parte constituyente como integral del *milieu*.

En otras consideraciones CAMAGNI (1991) y MAILLAT (1993), por su parte, afirman que el *milieu* puede concebirse como un sistema que ayuda a reducir los costos de transacción y facilita el flujo de información entre empresas. Por otra parte QUÉVIT (1991) sostiene que el *milieu* es una mezcla de formas de organización que es capaz de tener su propia estrategia dentro de un ambiente turbulento y competitivo.

²⁴ STIGLER (1951) demostró, siguiendo el famoso teorema de Adam Smith sobre la división del trabajo y el tamaño del mercado, que existen ganancias de eficiencia al concentrarse geográficamente compradores y vendedores, vía la mayor especialización de bienes intermedios.

²⁵ Escapa a los límites de este trabajo analizar los alcances de los *clusters* a la manera *Porteriana*, pero recordemos que para este autor esta categoría analítica no se aplica únicamente para aquellas empresas de un área geográfica cerrada, sino que es extensivo también para regiones nacionales o locales de mayor amplitud también y cuando tengan una condición *sine qua non*, es decir, la integración vertical.

motivación forman parte de las ventajas competitivas. De esta manera, un grupo de empresas e instituciones interconectadas que se asocian en un ramo particular y geográficamente unidas y complementarias da por resultado un *cluster* cuya base es la cooperación de empresas y las redes de producción.

Por lo tanto, si bien el concepto de *milieu* tiene sus antecedentes en el del distrito industrial *marshalliano*, ha incorporado ya en su formación un sistema de producción coherente a toda una cultura técnica diferente que pertenece a nuevas prácticas organizacionales que hacen el *know-how* de los propios comportamientos corporativos. Una vez más es necesario subrayar que la lógica de integración territorial actúa como una base de asentamiento que en un momento dado puede ampliarse, solidificarse o bien, desde fuera o incluso dentro del mismo territorio, puede llegar a resquebrajarse cuando la interacción ya no tiene razón de existencia.

Para los iniciadores del GREMI, el *milieu* se transforma en *milieu* innovador en el momento en que los vínculos entre sus actores se afianzan en tanto que bloques dentro de una región capaz de generar su propia dinámica territorial para la innovación.

El concepto de *milieu* innovador subraya el papel de la innovación en el desarrollo de los distritos industriales. Por esta razón es tan importante no conformarse con pertenecer únicamente a un distrito industrial y disfrutar de economías de escala externas, ya que ello no significa necesariamente una ventaja competitiva permanente: la globalización del espacio económico incrementa la competencia, reduce el valor relativo de las economías externas e

induce a un ajuste de los sistemas productivos locales²⁶.

Algunos autores argumentan sobre la bondad de introducir como indicador a la *localidad* en la teoría del desarrollo para relacionar los procesos de reestructuración productiva con los sistemas de intercambio y producción global junto con las posibilidades de incluir en el análisis una variedad de formas de acumulación (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2002). A partir de esta reflexión, muy rica por cierto, el reflejo que la misma adquiere para identificar *localidades* en nuestros países latinoamericanos, en vías de desarrollo, desprende una imagen diferente por lo difuso en los procesos de reestructuración productiva en donde las formas de acumulación la mayor parte de las veces, no son beneficiadas por políticas públicas *ad hoc*²⁷.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA MACRORREGIÓN

La *macrorregión* del calzado mexicano está ubicada en el estado de Guanajuato que es una de las 31 entidades federativas de México y se ubica en el centro del territorio nacional²⁸.

La *macrorregión* está compuesta por cuatro municipios²⁹. En la actualidad tiene una extensión territorial de 2.801,60 km², que representa 9,16% del estado. Es importante recordar que esta *macrorregión* ha tenido una expansión territorial en el último decenio de 1.101 km². A todo ello hay que añadir a su vez el crecimiento poblacional de este espacio: en 1970 correspondía a 20,8% del total del estado, 24,4% en 1980, 25,5% en 1990 y en 2000 ya alcanzó 27,2%, al incluirse los municipios de Manuel Doblado y Purísima de Bustos.

²⁶ La proposición de MARSHALL (1919) sin duda fue innovadora al dotar de un valor equivalente a las economías de escala internas, que hasta ese entonces eran el concepto dominante para explicar cómo mejora la división del trabajo y cómo crece la eficiencia y productividad de una empresa. No le confiere un papel estratégico a la innovación. Aunque acepta que el empresario juega un papel de liderazgo en el desarrollo económico, deja de lado el papel que juegan los actores locales en los procesos de cambio estructural. Por su parte, considera al territorio como un espacio geográfico con límites rígidos y no incorpora el crecimiento de las actividades de servicios.

²⁷ Es necesario recordar que con este nuevo concepto de empresa red se logra conectar lo local con lo global, lo abierto con lo autóctono, lo exógeno con lo endógeno (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997). La novedad está en que dentro de estas redes de

empresas, en el nivel individual la empresa puede perder progresivamente sus límites (internos y externos), aún sin abandonar su individualidad estratégica, porque —como dice IMAI (1988)— hoy se sabe que “la frontera que divide el interior del exterior no es constante, sino que es conformada y constantemente actualizada como resultado de las interacciones”.

²⁸ Limitada al oeste con el estado de Jalisco, al norte con el estado de San Luis Potosí, al este con el estado de Querétaro y al sur con el estado de Michoacán. Tiene una superficie de 30.589 km², que representa 1,6% del territorio nacional. En el año 2000, el XII Censo General de Población y Vivienda, reportó una población de 4.663.032 habitantes, con una densidad (hab/km²) de 152.

²⁹ León, Manuel Doblado, Purísima de Bustos y San Francisco del Rincón.

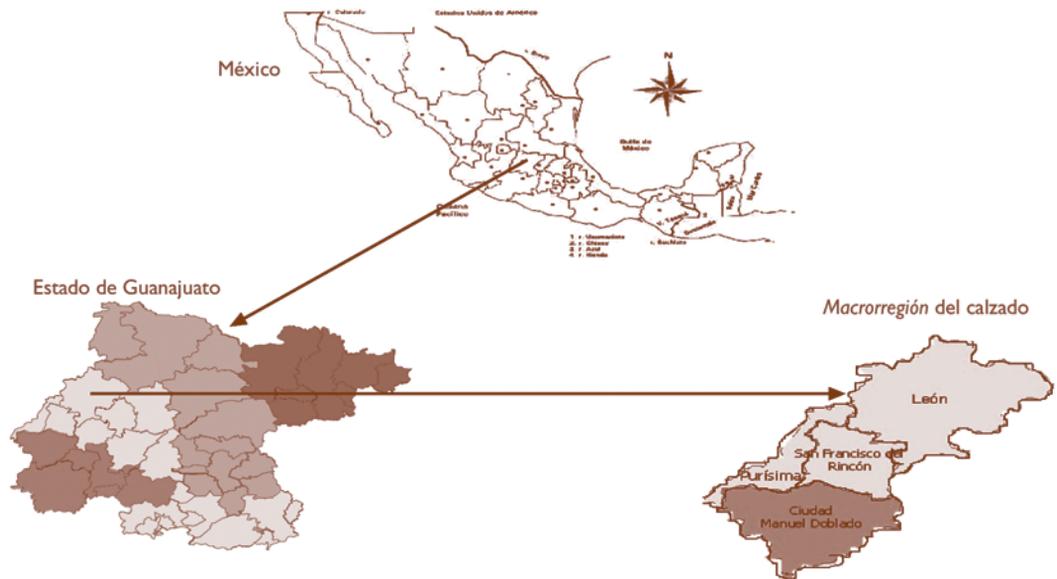


FIG. 5. La *macrorregión* del calzado guanajuatense (México)

La cercanía geográfica entre estos municipios, sumada a la afinidad de costumbres y la tradición histórica, junto a la existencia de buenas carreteras los ha ido convirtiendo en una unidad de producción muy sólida³⁰. Al borde de la ruta que las une se ha formado un corredor del calzado en manufacturas y producción: existe una gran concentración de empresas proveedoras, materiales indirectos, servicios y canales de distribución.

La cohesión espacial se logró, entre otros, por la habilidad manufacturera de la población y a partir de la uniformidad del salario mínimo para cada uno de los municipios que hoy componen este espacio³¹.

La población de esta *macrorregión* en 1970 representó 22,9% del total de la población del estado, pasando a 25,5% en 1980, porcentaje que se mantiene en 1990 para cambiar en 2000 a 27,2%, a pesar de la migración a Estados Unidos, que se agudizó en los últimos seis años.

FIG. 6. Población de la región de estudio (1970-2000) (Municipios de León, Manuel Doblado, Purísima de Bustos y San Francisco del Rincón)

	Extensión territorial (km ²)	Población (millones habitantes)			
		1970	1980	1990	2000
Macrorregión del calzado	2.801,60	0,520	0,792	1,017	1,319
Estado de Guanajuato	30.589,00	2,270	3,100	3,982	4,843

Fuente: Dirección General de Estadística (DGE), IX Censo General de Población, 1970, México, 1972: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), X, XI y XII Censo General de Población y Vivienda, INEGI, México, 1982, 1992 y 2002.

³⁰ La distancia del centro del municipio de León al de San Francisco del Rincón hay 22 km, al de Purísima 23 km y a Manuel Doblado 40 km; la carretera principal hasta Purísima tiene cuatro carriles desde 1988, dos de ida y dos de vuelta.

³¹ Hasta 1986, la Comisión Nacional de Salarios Mínimos había clasificado en diferentes zonas de salarios mínimos diarios.

A León le corresponde el número 54 y a los tres municipios restantes el 55, con un menor nivel de salario mínimo diario. En 1995 fue de 13,79 a 17,00 dólares, en 2000 de 32,70 dólares y en 2004 de 42,11 dólares, equivalentes a 1,79-2,21, 3,41 y 3,75 dólares, respectivamente. Por lo que se refiere a la inflación para estos años, el comportamiento fue de 10,23, 8,96 y 4,54, respectivamente.

Dentro de la *macrorregión* del calzado, el municipio de León actúa como nodal, ya que abarca 65% de la producción de calzado. Este municipio tiene 1.135 millones de habitantes, el mayor número del estado (23,43% para el año 2000). Predomina la microempresa, mostrando la importancia que tiene ésta en el sector calzado ante las nuevas formas de organizarse, en respuesta a los requerimientos de flexibilidad que impone la demanda, así como a la complejidad de la administración de una empresa mediana o grande en un centro de población con crecimiento urbano acelerado y a los atributos que ofrecen los municipios que

forman parte de esta *macrorregión*, en donde las distancias internas son reducidas y la fuerza de trabajo calificada. Reiteramos lo ya expresado más arriba, el desarrollo de mano de obra calificada con gran habilidad para absorber rápidamente los cambios tecnológicos ha sido y es una de sus mayores ventajas competitivas.

Hay que tener en cuenta que la producción de calzado en México ha tenido un comportamiento errático en los últimos 17 años, la contracción del mercado nacional, sumada al descenso en las exportaciones produjo un cierre de empresas en todo el país. El espacio manufacturero jalisciense fue

FIG. 7. Distribución del tamaño de las empresas en la *macrorregión* del calzado guanajuatense (2003) (en %)

Empresa	León	San Francisco del Rincón	Purísima de Bustos
Micro	60	38	32
Pequeña	29	53	47
Mediana	9	8	19
Grande	2	1	2
Total	100	100	100

Fuente: Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), Censo de la Industria del Calzado en el Estado de Guanajuato, 2003, CICEG, México, 2004.

FIG. 8. La *macrorregión* del calzado guanajuatense (en %)

Año	Macrorregión Guanajuato	Jalisco	México área metropolitana	Resto del país
1991	40,0	26,0	23,0	11,0
1992	39,0	25,0	22,0	14,0
1993	39,0	22,0	25,0	14,0
1994	40,0	21,0	26,0	13,0
1995	44,0	25,0	20,0	11,0
1996	47,0	23,0	20,0	10,0
1997	50,0	22,0	18,0	10,0
1998	52,0	22,0	17,0	9,0
1999	52,0	22,0	16,0	10,0
2000	55,2	22,6	14,7	7,5
2001	58,5	19,5	13,5	8,5
2002	60,0	18,0	13,0	9,0
2003	60,2	18,0	11,8	10,0
2004	63,2	17,0	10,3	9,5
2005	63,2	17,0	10,3	9,5

Fuente: Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), Programa de Competitividad Internacional del cluster-cuero-calzado, CICEG, México 2003. CICEG, Censo de la Industria del Calzado en el Estado de Guanajuato, 2003, CICEG, México, 2004. Banco Nacional de Comercio Exterior, Situación actual del sector. varios años, México, <http://www.bancomext.com>.

uno de los más afectados, siguiéndole la *macrorregión* guanajuatense, acelerando la expulsión de fuerza de trabajo hacia Estados Unidos. A fines de los noventa, esa pérdida abrió un nuevo espacio por el repunte temporal de la producción, teniendo que buscar esta última, mano de obra para la industria zapatera allende sus propias fronteras.

Dicho lo anterior, hoy la *macrorregión* guanajuatense es la primera productora de calzado en el nivel nacional, seguida por el estado de Jalisco, el área metropolitana de la ciudad de México y el resto de otros microespacios del país. Su aportación de calzado en el nivel nacional va de 39 a 52% durante el periodo 1991-1999, pasando de 55 a 60% en el de 2000-2003 y a 63,20% en 2005. Recordemos que —a pesar de los problemas que ha enfrentado este sector industrial con la aplicación no siempre favorable de los efectos originados por algunos “acuerdos internacionales”, la contracción de la economía mexicana, las transformaciones de la economía mundial del calzado junto con el creciente volumen de las importaciones desleales— su participación continua siendo clave para la producción nacional del sector.

Las unidades de producción de la *macrorregión* productoras de calzado se

organizan en un principio de colaboración entre empresas de diferente tamaño. Además, se ven favorecidas por economías externas de aglomeración que se manifiestan como servicios que se ofrecen debido a la pertenencia a estructuras sociales e históricas comunes con las que los individuos se identifican.

Las grandes empresas que establecen relaciones de subcontratación con las de menor tamaño, a las que les exigen, entre otros aspectos, flexibilidad, calidad, precisión y variedad en diseños, se involucran con estas últimas a través de asistencia tecnológica y apoyo de mejoras básicas.

En la *macrorregión* del calzado guanajuatense, para atender la demanda nacional, los productores juegan el papel principal en la cadena de valor, denominado por GEREFFI (1994), como *producer-driven chains*, que caracteriza la relación entre lo local y lo externo, en donde dominan las grandes marcas por su nivel de producción y capacidad en la comercialización, como Andrea —especializada en la venta de calzado de mujer por catálogo—, Flexi, Emyco, Converse, Capa de ozono y Vavito, entre otras³², que hacen trascender las relaciones locales a un espacio internacional, entendiendo éste como el

FIG. 9. Número de empresas por tamaño* en la *macrorregión* del calzado guanajuatense (1993-2003) (en %)

Empresa	1993	2003
Micro	46	56
Pequeña	43	33
Mediana	8	9
Grande	3	2
Total	100	100

* Estratificación por número de trabajadores

Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación (Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro pequeña y mediana empresa).

Fuente: Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), Censo de la Industria del Calzado en el Estado de Guanajuato 2003, CICEG, México 2004.

³² Estudio nacional de consumo de calzado 2006. CICEG, CEESP, y Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable del

Gobierno del estado de Guanajuato, en www.ciceg.com.mx, enero de 2007.

mercado en el que existe oferta de calzado de otros países. En el caso de la exportación, el comprador marca la pauta en la cadena de valor, lo que ha propiciado que las empresas de menor tamaño se alineen y subcontraten, dejando los estudios de mercado, diseño y ventas a la gran empresa, dependiendo de éstas en la determinación de los controles de calidad y abastecimiento de materia prima, que generalmente la produce la empresa dominante, como parte de su integración horizontal (RABELLOTI, 2003:3).

A finales de los noventa, la *macroregión* guanajuatense del calzado retoma una parte importante de su capacidad instalada, que había mantenido ociosa durante el último decenio y que en la actualidad se mantiene prácticamente constante. En 2003 alcanzó en promedio 66,2% y registrado entre los diferentes tipos de empresas: 54% para la micro, 57% para la pequeña, 68% para la mediana y 86% para la grande empresas, respectivamente.

Esta utilización se registró de la siguiente manera: 54% para la micro, 57% para la pequeña, 68% para la mediana y 86% para la grande empresas, respectivamente.

4. AVANCES EN LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA MACROREGIÓN DEL CALZADO GUANAJUATENSE

En los países avanzados, la capacidad tecnológica se acumula en gran parte gracias al proceso de “aprender investigando”, que amplía la frontera tecnológica. En los países en desarrollo, en cambio, ésta se crea principalmente mediante el proceso de imitación que supone el “aprender haciendo”. Esto no es totalmente válido para algunas economías que han llevado a cabo una rápida transición del segundo proceso al primero, como Corea del Sur, Taiwan y Singapur (HOBDA, 1995) En el caso de la industria del calzado mexicano, la combinación de estas orientaciones debe promoverse como un todo coherente para que el conocimiento explícito y tácito disponible contribuya a resolver el rezago en el que se encuentra la política gubernamental en esta materia.

Así encontramos que la adopción y adaptación de tecnología en las empresas productoras de calzado en esta *macroregión* guanajuatense se aplica en una gama de

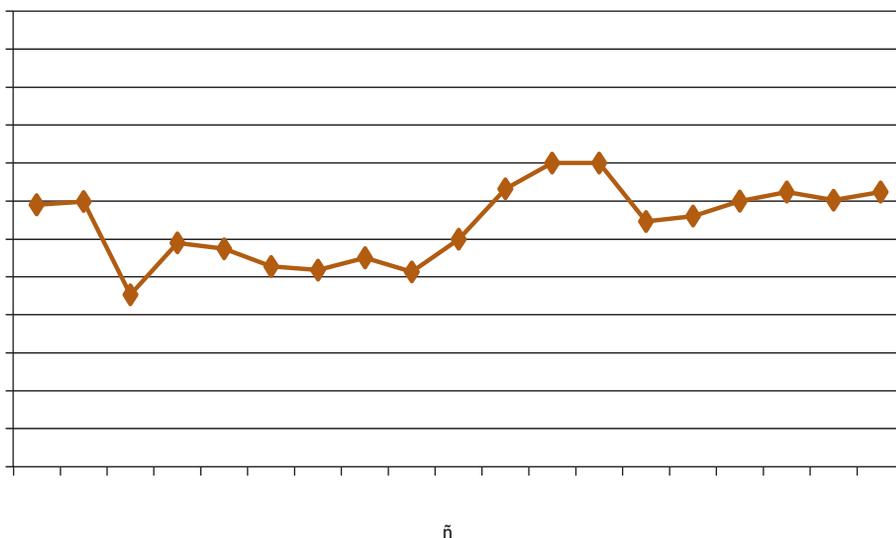


FIG. 10. Uso de la capacidad instalada de la industria del calzado en la macroregión (1987-2005) (en %)

Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Situación actual del Sector, varios años, México, <http://www.bancomext.com>. Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG). Censo de la Industria del Calzado en el Estado de Guanajuato, 2003, CICEG, México, 2004. Los datos estadísticos correspondientes a los años 2004 y 2005 corresponden a información proporcionada por la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE). Gobierno del Estado de Guanajuato, México, <http://www.cofoce.gob.mx>.

elementos endógenos que les permiten su conexión hacia el exterior como sector.

- *Uso de computadoras.* En el universo encuestado se detectó que 57% cuenta con un uso aún incipiente de computadoras, que se reparte uniformemente en cada una de las áreas que componen a dicha *macroregión*. Las unidades de menor tamaño básicamente la utilizan para registros contables.
- *Diseño.* Aunque no es aplicable para todos los tamaños de empresa, este indicador se manifiesta como una debilidad en el proceso de innovación. Las empresas grandes cuentan con la infraestructura adecuada que les permite la práctica del *benchmarking* y la incorporación de las tendencias de modelaje en el nivel de la *geoeconomía mundial del calzado*³³.
- *Fabricación de hormas de madera y plástico.* En este indicador se manifiestan en el último decenio dos avances tecnológicos significativos: a) la sustitución gradual de la madera por el plástico, y b) el reciclado de este último.
- *Fase de aplicación de nuevos acabados con insumos de importación.*
- *Utilización de nuevos materiales en la producción.*
- *Diversificación en el tipo de calzado.* La *macroregión* recoge, en un proceso de deslocalización, la manufactura de calzado de mujer e incorpora la de niño como una ampliación para sus nichos de mercado interno que abandona la región de Jalisco.
- *Fabricación local de partes para mantenimiento.* En el último decenio aparece una planta local de tornos (microempresa) que apoya el proceso de fabricación de las empresas de calzado, abatiendo el costo de producción³⁴.
- *Registro de marca.* A raíz de una demanda de Reebok en 1990, en contra de la explotación de su marca y diseño en el pago respectivo de derechos, la CICEG inició una campaña para concientizar sobre la importancia del registro de la propiedad intelectual, logrando que aumentara el número de empresas que acudieran al Instituto Mexicano de la

Propiedad Industrial (IMPI), para dar de alta sus marcas, logos y diseños.

- *Políticas de producción.* El rasgo más significativo de este último decenio lo representa el comportamiento de las micro y pequeña empresas, pues ambas comercializaban su producción en un mercado interno aleatorio, mientras que actualmente producen sobre pedido: 71% la micro y 78% la pequeña empresa. Este comportamiento se aproxima al que hoy manifiesta la gran empresa (93%) y la mediana (86%).
- *Sistemas de compra de insumos.* Se evita tener en almacén excedentes; se adquiere sólo lo necesario para atender los pedidos.
- *Reingeniería en líneas de producción.* Las empresas depuran su especialización en tipos o partes del calzado. Por tratarse de un espacio de capitales preponderantemente locales, han acumulado una experiencia suficiente que les permite una capacidad de respuesta mayor a los requerimientos de la administración estratégica.
- *Especialización en la maquila de partes del calzado.* Ello ha permitido el surgimiento de nuevas empresas, ampliándose, de esa manera, la integración horizontal empresarial en el proceso productivo: a ello hay que agregar también, una mejora importante en el tiempo de respuesta.

a) Método de pegado/cosido (100% maquinaria).

b) Método de respunte (100% maquinaria).

- *Control para la reducción de desperdicios (just in time).* Durante el último quinquenio el herramental estadístico ha permitido mejorar el rendimiento de horas-hombre en el proceso productivo buscando el nivel de excelencia.
- *Certificación de la empresa en sistemas como el ISO 9000:01:02,* que implica capacitar al obrero y programas de calidad para el desarrollo de proveedores.
- *Vinculación con Centros de Investigación y Desarrollo como el Centro de Innovación*

³³ Por otra parte, "existe una inventiva endógena que no puede suponerse nula, sino que es cualitativamente diferente: subsidiaria, adaptativa y dirigida a la obtención de mejoras marginales o adecuaciones al medio local de diseños" (ESTRADA, 2006).

³⁴ "Las estrategias de inserción de estos establecimientos en el sistema productivo global favorecen el comercio intraindustrial" (ESTRADA, 2006).

Aplicada en Tecnologías Competitivas, A.C. (CIATEC)³⁵, con sede en la ciudad de León y organización de escuelas para la enseñanza de oficios³⁶; esta acción se inicia a mitad de los noventa y su resultado ha mejorado el perfil del recurso humano que se suma a la producción de calzado.

- *Canales de comercialización en el mercado interno.* No existe en la *macrorregión* estudiada una *institución* que canalice globalmente la distribución para comercializar su producción, de la cual 44% en promedio se distribuye por medio de mayoristas, 17% por detallistas, y el resto se canaliza en tiendas departamentales u otras. De este modo queda sólo 3% que se comercializa en el nivel vertical en la propia empresa. Para el caso de las ventas externas, el *broker* continúa siendo el principal instrumento. Por lo tanto, la falta de una organización que planifique la comercialización para el mercado externo en esta *región*, es otra de las debilidades del *milieu*.

5. REFLEXIONES FINALES

La evolución de los sistemas de comercialización, difusión y explotación de nuevos productos en las últimas dos décadas ha propiciado que en los mercados internacionales, las potencias impongan un doble juego, reduciendo, por un lado, ciertas barreras formales y, por el otro, aumentando los requisitos para que los productos de los países subdesarrollados transiten “libremente”, con regulaciones sofisticadas y certificados de calidad costosos, que las más de las veces no son capaces de cubrir las empresas.

México, como parte del mercado internacional, recibe el impacto del cambio de estrategias y el grado de avance tecnológico de los países dominantes en este sector, de tal suerte que es indispensable generar una visión propia, que atienda la realidad de nuestro país, que parta de nuestra cultura, que sea integradora, donde los factores sociales que inciden en la capacidad de

innovación tecnológica sean correctamente interpretados. Se requiere contribuir desde el Estado a la formación de una cultura del cambio, así como de un esquema con capacidad de identificar aquellos instrumentos que mejor se adaptan a nuestras condiciones para tener una mayor cooperación en materia de innovación y desarrollo tecnológico, en los ámbitos sectorial, nacional e internacional.

La naturaleza de la organización de un sistema de producción territorial resulta de la alianza entre diversos procesos de aprendizaje que evolucionan y en su momento son capaces de crear un nuevo conocimiento que fortalezca e identifique el entorno. Por su naturaleza misma, un sistema de producción territorial se somete a presiones sectoriales y a la gestión tecnológica ejercida por los principales agentes de ese espacio. No hay que olvidar que esta dinámica actúa —a veces— como refuerzo y en algunas ocasiones como desarticuladora capaz de provocar movimientos abruptos e impedir el enfrentamiento para la ejecución de nuevas tareas.

Teniendo presente lo anterior se podrá planificar una política endógena para el crecimiento económico de este territorio: el reforzamiento de las cadenas de valor se asentará en un nuevo tejido económico regional que implicaría la adecuación a la nueva naturaleza en el desarrollo de las relaciones interprotagónicas. Sin embargo, para ser eficaz, esta política debe efectuarse de manera incluyente sin dejar fuera a ningún protagonista del sistema, ya que las modalidades de intervención son dependientes de la naturaleza de los sistemas de producción territoriales.

En este contexto, es indispensable la transformación de la organización de la empresa manufacturera mexicana y, en este caso, en particular, la de la industria del cazado. La identificación, formalización y aplicación de la —aún latente— innovación tecnológica es una de las condiciones indispensables para acrecentar el proceso de transición en el espacio estudiado. Para ello se requieren esquemas específicos de administración de recursos en los cuales se rescate, por un lado, el conocimiento

³⁵ Sobre la organización de este Centro en sustitución del CIATEG, véase RABELLOTTI (1999: 1579).

³⁶ Unidad de certificación y capacitación para el trabajo inaugurada en 1997 y fusionada en 2002 con el Centro

Interuniversitario del Conocimiento y el Instituto de Educación Continua, para dar paso al Sistema Estatal de Educación para la vida y el trabajo, que mantiene el mismo objetivo de apoyar a la planta productiva con recurso humano calificado.

innovador y, por el otro, el desarrollo de las potencialidades del capital humano regional. Recordemos que ambos perfiles del conocimiento en muchas ocasiones no son aceptados necesariamente como indispensables en varios de los espacios latinoamericanos. Se desconoce que son recursos no renovables y al no rescatarlos se pierde la posibilidad de cosechar los insumos cognitivos y que podrían convertirse en las herramientas indispensables para construir cierta competitividad. El atesoramiento de esta última permitiría a la empresa asimilar, adaptar e incorporar nuevas tecnologías, cuyos efectos aparecerían rápidamente reflejados en sus productos ya preparados para enfrentar el cambiante entorno económico.

De esta manera, la articulación de los agentes económicos formará un sistema que se autorregule constantemente³⁷, de manera tal que las profundas fallas que han ido apareciendo en las empresas de los países en vías de desarrollo que las incapacita para la competitividad —incluso dentro de su propio mercado interno— pudieran ser subsanadas dentro de un ambiente macroeconómico en el que una política estatal que tomara en cuenta ciertos requerimientos de la planta empresarial tal y como ocurre en la mayoría de los países desarrollados, actualmente, protegiera el desarrollo industrial y ofreciera mayor certidumbre al inversionista, quien ofrecería eventualmente nuevas políticas sociales para sus trabajadores. De las acciones sugeridas por PIETROBELLI & *al.* (2006) para el desarrollo de los clusters, consideramos que para la macrorregión del calzado debieran promoverse el establecimiento de proyectos colectivos, todos ellos en el marco de la innovación, con el fin de crear y fortalecer también las asociaciones de negocios. A su vez, la interacción de las cadenas de valor debiera ser primordial, no sólo para acrecentar el liderazgo dentro de la propia cadena, sino también para asistir a las PyME en la adquisición de estándares internacionales.

Una de las condiciones *sine qua non* para la evolución dinámica de los *milieux* estriba

en que éstos avanza en la medida en que existe un actor coordinador que media entre los diferentes empresarios del desarrollo económico local (BRAMANTI & MAGGIONI, 1997). Consideramos que el *milieu* en transición de la macrorregión guanajuatense tiene aquí una de sus fortalezas para evolucionar positivamente en su dinámica: la Cámara de la Industria del Calzado de Guanajuato (CICEG), que actúa como organismo coordinador de una gran mayoría de los pequeños, medianos y grandes empresarios de la región, apoyada por la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE)³⁸. La interacción interinstitucional de este organismo, la CICEG que actúa como actor principal en la región para nuclear la actividad empresarial, ayuda a configurar las consiguientes redes locales indispensables para imponer políticas —tanto a nivel de producción como de comercialización— en el mercado interno y externo.

Por otra parte, la supervivencia de *milieu* depende de su habilidad para balancear la cohesión interna (que tiene que ver con la proximidad y los efectos sinérgicos) con los vínculos externos (el establecimiento de redes y alianzas estratégicas). Este hecho se cumple ampliamente en el espacio de esta *macrorregión*. Las mayores potencialidades de estas redes y alianzas estratégicas se hallan en la correlación entre los diferentes tamaños de empresas que se esparcen entre los diversos espacios geográficos que componen la región y a los que corresponden tipos de manufacturas complementarias. A ello hay que agregar los distintos tipos de empresas de servicios o de proveeduría. La capacitación es otro elemento que se configura como fortaleza en esta *macrorregión*, tanto a nivel formal, de reciente implantación, como informal, en donde el conocimiento artesanal se va transmitiendo del maestro al aprendiz, creando una sinergia local sólida, pero sin garantía de que perdure debido a la inestabilidad en el empleo y a la migración

³⁷ Desde un enfoque neoclásico, la interacción social definida como una clase de ambiente económico en la que la función de beneficios de un agente dado toma como argumentos directos las decisiones de otros, representa una categoría analítica utilizada para evaluar la autoregulación de un sistema (GUISSO & ARCHIVARDI, 2007).

³⁸ La COFOCE es un organismo descentralizado del gobierno del Estado de Guanajuato con sede en León. Su visión es ser un organismo líder a nivel internacional en la promoción de Comercio Exterior, que contribuya a la formación y el fortalecimiento de empresas exportadoras de clase mundial en Guanajuato y que se traduzca en bienestar social. Tiene oficinas en diferentes países.

poblacional de una parte importante de la mano de obra potencial más joven en búsqueda de mejores ingresos.

Sin embargo, existen debilidades tales como: la comercialización y la falta de una política gubernamental nacional y regional que impulse el desarrollo de este territorio innovador, sobre todo en su inserción en los mercados globales. La tradición de comercializar su producción básicamente hacia Estados Unidos le impiden, también, una diversificación necesaria para la apertura de otros nichos de mercado globales.

En otro orden de problemas, la consolidación de un espacio en transición como el que se refiere en este trabajo, requerirá de una aplicación cada vez más intensa de la electrónica para respaldar los procesos de producción y administración con el herramental informático necesario.

No cabe duda que en esta *macrorregión* la brecha entre cambio y aprendizaje tecnológico aún es muy amplia. Sin embargo, es muy representativa —tal como en la mayoría de los países en desarrollo—, en el sentido de que es necesario impulsar, de manera jerárquica, en primer lugar, el aprendizaje, y es por ello que ponemos el énfasis en una fuerza de trabajo que basa su desempeño en el aprendizaje artesanal. Es precisamente en el atesoramiento de estas capacidades acumulativas donde residirían algunas de las ventajas comparativas para manejar el futuro cambio tecnológico.

Respecto de esto último, analizamos a lo largo de este trabajo los porqué aún no podemos afirmar que sea un *milieu* innovador sino un territorio en transición. La etapa de cambio que vive este espacio hacia su conformación como tal, requerirá, para acelerar su maduración, de acciones conjuntas entre empresarios, organismos privados, y gobiernos federal y local.

¿Qué importancia tienen en la actualidad y con qué potencial cuentan las redes sectoriales y locales de este territorio en transición?

Las potencialidades de las redes sectoriales y locales de la *macrorregión* del calzado guanajuatense cobrarían una dimensión adecuada tal y como afirman Bell y Albu se desarrollaran coherentemente dos: sistemas el de producción y el de innovación para un adecuado aprendizaje tecnológico³⁹. Para que esta producción manufacturera desarrolle un mayor contenido de información e innovación sería indispensable adoptar medidas que —como afirmamos precedentemente— no dependen nada más del espacio local. La mentalidad artesanal es una ventaja para el proceso de aprendizaje en este sector: el empresario aprovecha este capital aunque, por su parte, tiene mucha resistencia a la adopción de capacitación y asesoría para planificar prácticas estratégicas en los mercados e incorporar ciertos procesos de diseño y automatización que sólo se ven reflejados en un determinado porcentaje de las unidades de producción del territorio en transición.

A lo largo de este trabajo hemos venido argumentando las fortalezas y debilidades de esta *macrorregión* del calzado mexicano de tal manera que la calificamos como un territorio en transición hacia un *milieu* innovador. Las potencialidades existen aunque aún no se ha conformado como tal por inmadurez en las acciones conjuntas de este espacio local, entre empresarios y organismos aquí señalados y la falta de políticas públicas nacionales que permitan coordinar las acciones de los centros de investigación locales y las universidades públicas, como también el reforzamiento de una cultura empresarial que abra nuevas brechas en el comercio internacional.

³⁹ RIVERA RÍOS (2006) evalúa los conceptos desarrollados por BELL & ALBU (1999).

BIBLIOGRAFÍA

- AYDALOT, P. (1986): *Milieux Innovateurs en Europe*. GREMI, París.
- & D. KEEBLE (1988): *High. Technology Industry and Innovative Environments: The European Experience*. Routledge, Londres.
- BANCO NACIONAL DE FOMENTO EXTERIOR (BANCOMEX): *Situación actual del Sector*, varios años, México. <http://www.bancomext.com>. (2006.): *World Trade Atlas*. México, Bancomext, con datos de la Secretaría de Economía.
- BECATTINI, G. (1991): "The Industrial district as a creative milieu", en G. BENKO & M. DUNFORD, *Industrial Change and Regional Development*. Pinter, Londres.
- BELL, M. & M. ALBU (1999): "Knowledge Systems and Technological Dynamism in Industrial Clusters in Developing Countries", *World Development*, 27, 9: 1715-1734 y 1722-1726.
- BRAMANTI, A. & M. A. MAGGIONI (1997): "The dynamics of Milieux: The network analysis Approach", en R. RATTI & al., *The Dynamics on Innovative Regions. The GREMI Approach*, Ashgate Aldershot.
- CAMAGNI, R. (1991): *Innovation Networks: Spatial Perspectives*. Belhaven Press-GREMI, Londres.
- & M. QUÉVIT (1992): *Politiques d'innovation technologique au niveau local*. Padoue, GREMI.
- CÁMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE GUANAJUATO (CICEG) (2003): *Programa de Competitividad Internacional del Cluster-Cuero-Calzado*. CICEG, México.
- (2003): *Resumen Ejecutivo del Programa de Competitividad Internacional del Cluster-Cuero-Calzado*. CICEG, México.
- (2004): *Censo de la Industria del Calzado en el Estado de Guanajuato, 2003*. CICEG, México.
- (s.a.): *Situación de la Industria 2006*. <http://www.ciceg.org>.
- COORDINADORA DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR DEL ESTADO DE GUANAJUATO (COFOCE) (s.a.): *Gobierno del Estado de Guanajuato, México*. <http://www.cofoce.gob.mx>.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA (DGE) (1972): *IX Censo General de Población, 1970*. DGE, México.
- DOSI & al. (eds.) (1988): *Technical Change and Economic Theory*. Pinter Publishers, Londres.
- EL FINANCIERO, 4 de abril de 2005, p. 21.
- ESTRADA, S. (2006): "Diferencias regionales en la conducta tecnológica de las empresas manufactureras mexicanas: el caso de Guanajuato". en *Economía Sociedad y Territorio*, vol. V, 20, enero-abril: 821-869.
- GUIÑO, L. & F. ACHIVARDI (2007): "Spillovers Industrial Districts", en *The Economic Journal*, 117, enero: 68-93.
- IGLESIAS, E. (1998): *Las industrias del cuero y del calzado en México*. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, México.
- (1995): "El neoliberalismo económico y su impacto en las industrias de la curtiduría y del calzado en México", en *Problemas del Desarrollo Económico*, *Revista Latinoamericana de Economía*, vol. 26, número especial, abril-junio: 255-278.
- & Á. ROCHA (2006): "La macrorregión del calzado guanajuatense: ¿un espacio en transición?", en *Revista Pueblos y Fronteras Digital (PROIMSE)*. Versión disponible en: <http://www.pueblosyfronteras.unam.mx>.
- IMAI, K. I. (1988): *International Corporate Networks. A Japanese Perspective*. Prométhée.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (1982): *X Censo General de Población*. INEGI, México.
- (1992): *XI Censo General de Población*. INEGI, México.
- (2002): *XII Censo General de Población*. INEGI, México.
- KERN, P. (2002): *Comparación entre la industria del calzado china y mexicana*, Hanau, PK Shoe Consult, julio, Informe Interno para la CICEG.
- KRUGMAN, P. (1997): *Geography and Trade*. MIT Press, Cambridge.
- MAILLAT, D. & al. (eds.) (1993): *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement regional*. IRER-EDES, Neuchâtel.
- MAILLAT, D. & J.-C. PERRIN (1992): *Entreprises Innovatrices et Développement territorial*. IRER-EDES, Neuchâtel.
- MARSHALL, A. (1919): *Industry and Trade*. Macmillan, Londres.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT) (1972): *Employment, Incomes and Equality: A Strategy for Increasing Productive Employment in Kenya*. ILO, Génova.
- PIETROBELLI, C. & R. RABELLOTTI & E. GIULANI (2006): "Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin America", en PIETROBELLI, C. & R. RABELLOTTI (eds.), *Upgrading to Complete: Global Value Chains, Clusters and SMEs in Latin America*, Nueva York.
- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan, Londres.
- QUÉVIT, M. (1991): *Regional Development Trajectories and the Attainment of the European Internal Market*. RIDER, Louvain-la-Neuve.
- RABELLOTTI, R. (2003): *How Globalisation affects Italian Industrial Districts: the Case of Brenta*, documento presentado en la conferencia internacional de Piisa, RSA, Department of Economics and Quantitative Methods, Università del Piemonte Orientale-Italia, 12 y 15 de abril.
- (1999): "Recovery of a Mexican Cluster: Devaluation Bonanza or Collective Efficiency?", en *World Development*, 27, 9: 1571-1585.
- (1997): *External Economies and Cooperation in Industrial Districts. A comparison of Italia and México*. McMillan Press, Gran Bretaña.
- REICH, R. B. (1992): *The Work of Nations*. Vintage Books, Nueva York.
- RIVERA RÍOS, M. Á. (2006): "Nueva teoría del desarrollo,

- aprendizaje tecnológico y globalización. Un balance de enfoques analíticos y aportaciones teóricas”, en *Seminario Internacional Globalización, Conocimiento y Desarrollo*. UNAM, marzo, versión electrónica disponible en: <http://www.proglocode.unam.mx>.
- RULLANI, E. (1997): “Piú locale e piú globale: verso una economia postfordista del territorio”, en A. BRAMANTI & M. A. MAGGIONI, *La dinamica dei sistemi produttivi territoriali: teorie, tecniche, politiche*. Franco Angeli, Milán.
- STIGLER, J. G. (1951): “The Division of Labour is Limited by the Extend of the Market”, en *Journal of Political Economy*, 59 (3): 185-193.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2000): “Desarrollo endógeno y globalización”, en *EURE* (Santiago) v. 26, n. 79, Santiago, diciembre, 1-17.
- (2002): “El desarrollo endógeno, respuesta de las comunidades locales a los desafíos de la globalización”, en *Globalización y alternativas incluyentes para el Siglo XXI*. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, México.
- & SÁEZ-CALA, A. (1997): “La transformación de los sistemas productivos locales y la globalización del entorno económico. La respuesta de los distritos valencianos del calzado a los desafíos de la competitividad”, en *Revista Valenciana d'estudis autònomicos*, 19: 37-58, España.
- VELTZ, P. (1993): “D'une géographie des coúnts à une géographie de l'organisation. Quelques thèses sur l'evolution des rapports entreprises/territoires”, en *Revue Économique*, 44, 4, julio: 671-684.