

INTRODUCCIÓN

El protagonismo de las pequeñas y medianas empresas es una constante del tejido empresarial español. Su papel ha sido fundamental en la transformación industrial y económica de España y su dinamismo y empuje subyacen permanentemente a cualquiera de los episodios y ciclos que configuran alternativamente la economía.

La absoluta mayoría de las empresas españolas se define como una Pyme, un dato incuestionable que, junto a la capacidad para generar empleo, la creatividad innovadora, la flexibilidad para superar obstáculos y crisis, y hasta la rentabilidad convierten a estas empresas en células vitales de la actividad económica.

A las iniciativas y tesón de las Pymes corresponden los tránsitos menos dolorosos de las transformaciones industriales, probablemente porque los han afrontados sin el pesado compromiso de los grandes grupos, ligeras de equipaje: un menor compromiso de empleo por unidad productiva, la adecuada flexibilidad ante una demanda cada día más volátil, y la indispensable agresividad en la búsqueda de nuevos mercados alternativos. Todas estas «virtudes», convertidas en capacidad de subsistencia y en ventajas competitivas, están posibilitando, como en ocasiones anteriores de cambio, que las Pymes afronten el desafío de la globalización sin perder la compostura.

La descrita importancia obliga a *Economía Industrial* a dar a las Pymes el relieve que merece y, siempre que puede, programar artículos sobre su situación y proyección. Este es el caso del número que hoy se presenta, cuyos contenidos de cabecera están enfocados, por un lado, al Distrito Industrial como forma de organización productiva basada en pequeñas y medianas empresas y, por otro lado, a distintos temas en los que las Pymes son protagonistas. Doce de los ventiocho autores que colaborarán en este número escriben sobre temas de Pymes, a los que dedican su atención cinco de los trece artículos integrantes del volumen.

Una forma de organización productiva que la literatura ha convenido como clave para explicar las pausas de crecimiento de algunas industrias en países no cabeceros, es el Distrito Industrial, conformado por «una aglomeración local de Pymes industriales independientes, especializadas en un sector y con unas economías externas idiosincráticas dependientes del entorno», según define Becattini. Al estudio del Distrito Industrial dedican su atención dos artículos, centrados en la Comunidad Autónoma Valenciana, en cuya población empresarial destaca notablemente la componente Pyme, sectorialmente aglomerada en determinadas comarcas.

En el primero de estos artículos, **Vicent Soler i Marco** persigue un doble objetivo: por una parte, verificar si existe efecto distrito en esas aglomeraciones sectoriales de Pymes valencianas y, por otra, cuantificar ese efecto distrito, especialmente en lo que a naturaleza y tamaño de las ventajas competitivas de este tipo de organización se refiere. Su observación se ciñe a cuatro sectores muy valencianos (textil, mueble, cerámica y calzado) y sus conclusiones llevan a verificar empíricamente la existencia del distrito industrial en los cuatro sectores citados, aunque con características e intensidades diferentes.

Sin abandonar el ámbito valenciano, **Juan Antonio Tomás Carpi, José Luis Contreras Navarro y Salvador del Saz Salazar** valoran el impacto de la política industrial autonómica como catalizadora del cambio y la innovación. Para ello estudian el rol desempeñado para el Instituto Tecnológico del Calzado, en tanto que instrumento fundamental de dicha estrategia en un distrito industrial que, ubicado en tres comarcas alicantinas, produce más de la mitad del calzado que se consume en España.

Junto a los dos trabajos anteriores, aparecen otros tres en los que la Pyme mantiene su protagonismo como eje central de los mismos, si bien el objeto de estudio difiere: en un caso es la formación; en otro, las tecnologías de la información y, en el tercero, el dinamismo (empresas gacela) de las Pymes catalanas.

Isabel Barba Aragón, Antonio Aragón Sánchez y Raquel Sanz Valle reflexionan sobre los condicionantes soportados por las Pymes industriales en las políticas de formación de sus recursos humanos. Es necesaria una mano de obra altamente cualificada para desarrollar ventajas comparativas basadas en la calidad, la flexibilidad y la diferenciación de producto, elementos todos ellos imprescindibles para afrontar los cambios acelerados que ha introducido la globalización.

Precisamente a esos cambios acelerados contribuirán de manera relevante las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), cuya influencia en las Pymes es estudiada por **Jorge Matías Pereda** a través de la identificación de los factores relevantes que desencadenan el proceso de inversión en TIC. Tres circunstancias pueden dificultar esta inversión: el escaso conocimiento de los TIC, una idiosincrasia desfavorable a las mismas y la existencia de problemas graves en la empresa.

Como ejemplo característico de la importancia de las pequeñas y medianas empresas está el caso de las campeonas del crecimiento en Cataluña, que ocupa el trabajo firmado por **Joan Miquel Hernández, Jordi Fontrodona, Isabel Fontana y Oriol Amat**. Se trata de un único estudio que revela el perfil de una empresa industrial catalana en el trienio 1995-1997: Pyme, joven, independiente, de capital nacional, gran generadora de empleo, muy rentable, gran reinversora de beneficios, flexible y automatizada, que exporta y forma a sus empleados.

En la sección de «Otros Temas» se incluye un número mayor de artículos multitemáticos que en otras ocasiones. Bajo un epígrafe de «Innovación y tecnología» se agrupan tres artículos firmados por **José Luis Calvo, Joost Heijs, y María Leticia Santos Vijande, Rodolfo Vázquez Casielles y Luis Ignacio Álvarez González**. El primero analiza la distribución, por Comunidades Autónomas, de los gastos de innovación de las empresas españolas. En el segundo se expone una evaluación global de la financiación pública empresarial a través de los proyectos de I+D gestionados por el CDTI. Y en el tercero se estudia la relación entre el grado de orientación al mercado de las empresas innovadoras, la tasa de innovación alcanzada, el grado de novedad, el éxito de las innovaciones comercializadas y el tipo de estrategias competitivas seguidas.

El resto de artículos programados en la sección de Otros Temas responde a diferentes contenidos. La competencia en banca de empresas en el sector bancario español es analizada por **Mónica Gómez Suárez y José Luis Méndez García de Paredes** desde una óptica que aplica los fundamentos de la dirección estratégica. Sobre una muestra de 34 entidades, los autores segmentan los distintos grupos sobre la base de su actividad en uno o varios productos de mercado.

El siguiente artículo estudia los procesos de localización industrial, profundizando en la influencia ejercida en estas decisiones por circunscripciones geográficas menores y por las externalidades. **Leandro García Menéndez y Luisa Alamá Sabater** determinan ámbitos especiales de localización inferiores a la provincia para el primer caso y una mayor desagregación sectorial para el segundo.

Julián López Milla expone las reformas acometidas en el mercado eléctrico del Reino Unido y extrae algunas enseñanzas aplicables al mismo sector en España. En su exposición profundiza en la notable modificación de la normativa que rige los intercambios de electricidad entre los productores y los distribuidores, examinando el por qué de la misma.

A la frecuente cuestión de por qué las empresas son diferentes y cuál es el motivo que determina las escalas de rentabilidad, contestan **Enrique Claver Cortés, José Francisco Molina Azorín y Diego Quer Ramón** en un trabajo que compara el «efecto empresa» (factores intraempresariales de rentabilidad) con el «efecto sector» (factores sectoriales de rentabilidad) en una muestra de 544 empresas alicantinas.

Cierran este número de *EI* dos artículos referidos al tema del aprovisionamiento, en lo que atañe a las formas de relación cliente-proveedor, con el paralelismo de que ambos estudian situaciones del sector del automóvil.

En el primero de ellos, **M. Consol Torreguitart Miranda y José Luis Martínez Parra** identifican un modelo de estudio para describir los factores básicos que inciden en la relación cliente-proveedor y que facilita contrastar esta experiencia en distintas empresas, escogiendo entre éstas las de SEAT y Nissan en Cataluña. Aunque distantes hace años, ambas empresas coinciden hoy en concebir la relación con sus proveedores bajo el modelo de la asociación. Este concepto, practicado desde hace tiempo por la industria japonesa e implantado posteriormente en Occidente por la industria automovilística principalmente, es el objeto de análisis del segundo de los artículos. **Javier González Benito** describe en él los factores clave del proceso conocido como aprovisionamiento ajustado, una de las fórmulas más avanzadas para convertir la función de compras en una fuente de ventaja competitiva.