

4. LAS REDES GLOBALES DE DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR TEXTIL. LOS COMERCIOS *GLOCALES* Y LAS GRANDES CADENAS¹

ÀNGELS PÉREZ MATEOS

ANA VERA

ÀNGEL CEBOLLADA

Departament de Geografia

Univeritat Autònoma de Barcelona

Correo-e: angels.perez@uab.cat

RESUMEN

La globalización de la industria dictamina buena parte de las relaciones de interdependencia del mundo actual. Centrándonos en la dinámica de los centros urbanos, este estudio examina de modo exploratorio los comercios de prendas de vestir de moda del centro urbano de la ciudad media de Terrassa. La estadística descriptiva e inferencial y el análisis de correspondencias nos aportan los primeros resultados evidenciando la complejidad de las redes en que se integran y la necesidad de seguir investigando en un sector industrial en transformación en la que los distintos agentes y las grandes firmas marcan el ritmo.

PALABRAS CLAVE: Redes globales de distribución, sector textil, comercio, empresa glocal, ciudad media.

1. INTRODUCCIÓN

Décadas atrás, los estudios sobre globalización (económica, social y cultural) ya recogían el distanciamiento de los mercados de los centros de producción, el origen de la nueva economía global y la división internacional del trabajo que determinarían las nuevas formas de relación empresarial (Algaba y Acebedo, 1997). El análisis de las cadenas globales dio lugar a un nuevo enfoque teórico en Geografía Económica, las redes globales de producción (en adelante GPN, del inglés *Global Production Network*).

El sector de la industria textil y de la confección contribuyó a la aglomeración de la manufactura en regiones globales en desarrollo orientadas a la exportación (Gereffi

¹ El trabajo forma parte de los proyectos PID2020- 112734RB-C32, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/

(1994), generando una nueva normalidad para las empresas, su integración en una o varias redes locales, regionales y globales a lo largo de su ciclo de vida.

En este contexto multiescalar y, sumándonos al debate del *Made in X* vs. *Made by the world* (Yeung, 2018), el objetivo de esta investigación exploratoria es identificar la relación de las redes globales de producción con el comercio minorista de prendas de vestir de moda del centro urbano de la ciudad media de Terrassa.

La pregunta de esta investigación es ¿cómo está integrada en la red global de confección textil el último eslabón de la cadena de distribución (venta directa a consumidor)? Nuestra hipótesis de trabajo es que el comercio de un centro urbano de una ciudad media tradicionalmente industrial -como nuestro ámbito de estudio- puede integrarse en una red global de producción y distribución, controlar su producción y/o formar parte de una variedad de redes de proximidad (local y regional).

Para explicar la dinámica de nuestro centro urbano, revisamos algunos de los conceptos, clasificaciones y esquemas de relaciones desarrolladas en el marco de las GPN, para crear una aproximación a nuestra área de estudio.

Partiendo de Gereffi (1994), en su estudio sobre las cadenas mundiales de productos básicos (previo a las GPN) de la industria textil de la confección de la prenda de vestir en Estados Unidos, distingue la prenda estandarizada de la prenda de moda. Esta última, la relaciona, por un lado, a la sobreproducción como modelo de las grandes cadenas minoristas del país y al aumento de poder adquisitivo de estas empresas transnacionales y, por el otro, a las políticas gubernamentales (facilitadoras o intervencionistas) de los países productores según el tipo de orientación de sus economías industriales (exportación de manufactura o sustitutiva de importaciones). En total distingue 54 países clasificados en cinco niveles según precio y valor añadido, situando en el primero las exportaciones de Italia, Francia y Japón.

Posteriormente, Lazzarini, Chaddad y Cook (2001), introducen y desarrollan el concepto de análisis de cadenas de redes desde el sector empresarial del agro. Identifican los grupos de agentes de la cadena de producción y distribución y consumo, y consideran las colaboraciones entre organizaciones, y los cambios derivados de las TIC. Definen hasta tres tipos de interdependencia -agrupada, secuencial y recíproca-, generalmente, simultáneas en una misma empresa. La primera se aproxima al sistema jerárquico o vertical, mientras que las siguientes son horizontales y multilaterales. Sus esquemas genéricos son aplicables cualquier sector y proceso.

A la práctica, las GPN incluyen también el estudio de redes globales de clústeres que, a través de estrategias de inversión directa extranjera y la creación de filiales las empresas

transnacionales, se establecen y crecen en otros países tejiendo complejas relaciones multiescalares y direccionales (Bathelt y Peng-FeiLi, 2014).

La tendencia a la horizontalidad y transversalidad de las empresas en este proceso de producción global es criticada por Yeung (2018), quién insiste en las relaciones de poder, la dependencia mutua entre empresas (y otros actores) de una misma red y las estrategias entre empresas (y otros actores) de distintas redes (y clústeres distintos), como las tres relaciones clave de análisis de las GPN. Estrategias de poder que utilizan las firmas para controlar y redirigir la organización mundial de la red de producción y los mercados regionales y locales de distribución de bienes y consumo.

Nuestra hipótesis de trabajo es que el comercio de un centro urbano de una ciudad media tradicionalmente industrial -como nuestro ámbito de estudio- puede integrarse en una red global de producción y distribución, controlar su producción y/o formar parte de una variedad de redes de proximidad (local y regional).

1.1 Ámbito de estudio

El ámbito de estudio es el centro urbano de la ciudad media de Terrassa, que se encuentra en la Región Metropolitana de Barcelona. Desde el siglo XIX hasta la actualidad, el sector textil siempre ha estado vinculado a la ciudad de formas e intensidades distintas (investigación, producción, distribución y comercialización) y siempre buscando relaciones comerciales a nivel global.

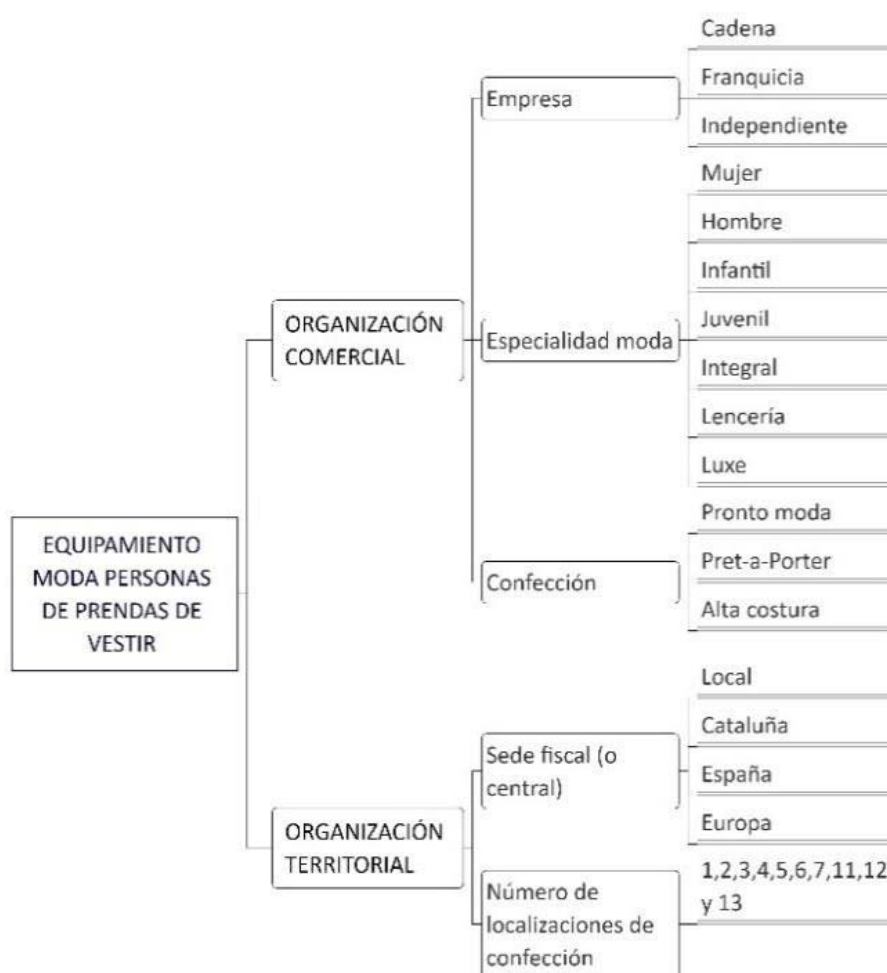
Actualmente, la actividad textil está más relacionada con la innovación por lo que se encuentra en la ciudad el Instituto de Investigación Textil y de Cooperación Industrial de la Universidad Politécnica de Cataluña creado en 1962 o, el proyecto INTERTEX-INNOTEX integrado en la red transnacional de conocimiento *Textile Transfer Network*, (TEXTRANET).

2. METODOLOGÍA

En el centro urbano de Terrassa se localizan 169 establecimientos catalogados por la *Fundació Comerç Ciutadà* como equipamientos de moda persona (2020). De los cuales tan solo se han analizado aquellos que hacen referencia de forma exclusiva a las prendas de vestir (73 establecimientos). Se han descartado los relativos al calzado, bolsos, perfumería, ópticas y joyería u otros complementos. La metodología que se ha llevado a cabo consta de dos fases, una primera fase de recogida de datos (trabajo de campo y trabajo de gabinete), que se ha complementado con una entrevista informal a un experto en la materia. Y, una segunda fase donde se hace un análisis de correspondencia entre el lugar de fabricación, la especialidad y el tipo de establecimiento.

Las variables recogidas se dividen en características del establecimiento (tipo de empresa, especialidad de moda o tipo de confección) y características de la organización territorial (sede del comercio y el lugar de fabricación del producto) (figura 1). La recogida de datos ha sido de dos tipos, los que incluyen información en su página web (37 establecimientos) y los que no (36 establecimientos). Para los primeros la información se ha obtenido des de la web de los comercios y de portales del sector (*Modaes*, *Transparency Pledge* entre otros). Mientras que los segundos se han mirado las etiquetas de 5 prendas de cada comercio. Por último, se realizó una entrevista informal a un empresario con 40 años de experiencia en el sector que ha complementado información sobre la cadena de suministros y aprovisionamiento del clúster comercial textil-moda de Terrassa en función del tipo de comercio.

Figura 1.
Cuadro de variables y categorías de los establecimientos de prendas de vestir



Fuente: elaboración propia

El análisis estadístico del χ^2 seguido del análisis de correspondencia permite visualizar la dependencia entre la localización de la producción con el tipo de confección, la especialidad y el tipo de organización comercial, y se ha aplicado en diversos estudios

sociales (Valverde et al., 1994; Colmenares, 2017). El resultado obtenido es una tabla de contingencia a partir de la cual se definen los perfiles medios de fila y de columna de cada variable que se interpretan gráficamente en un plano de dos dimensiones y cuando más próximas, más dependientes (de la Fuente, 2011).

3. RESULTADOS

3.1 Organización empresarial y especialización

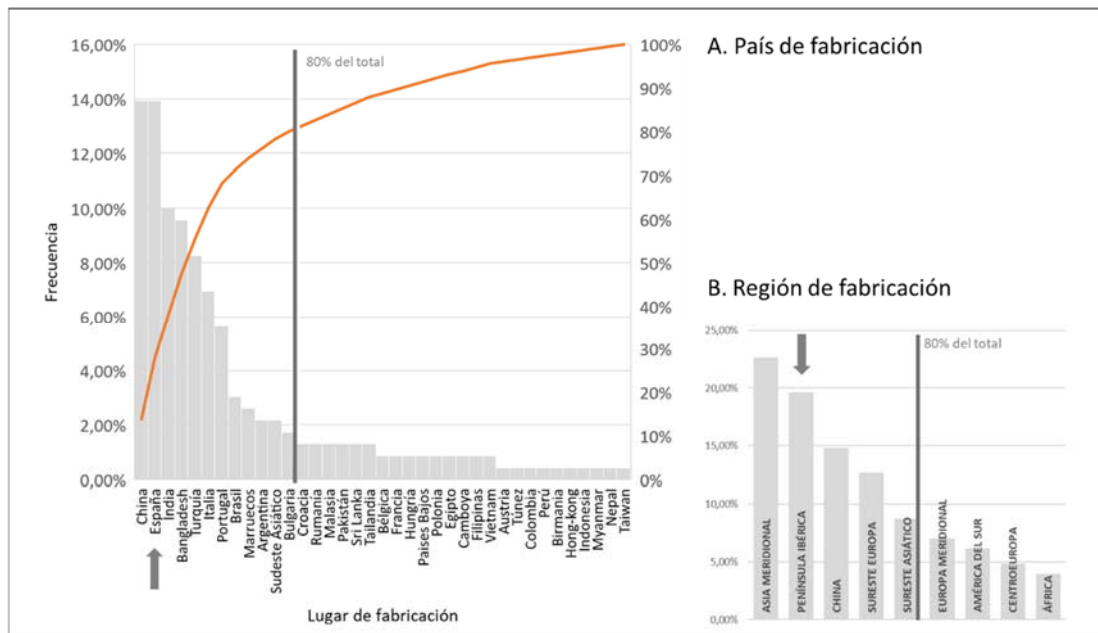
El centro urbano de la ciudad de Terrassa, se caracteriza por tener una estructura comercial basada en cadenas comerciales (48%), tiendas independientes (37%), y finalmente, en menor cantidad franquicias (15%). De las cuales el 49% localiza su sede en la ciudad de Terrassa mientras que, el 51% restante se encuentran en otras provincias españolas (incluyendo las otras comarcas catalanas) y Europa. Según el tipo de confección el 44% responde a *prêt-à-porter*, el 40% a pronto moda y el 16% a alta costura. El 73% son monomarca que pueden ser internacionales, nacionales o locales y el 27% restante se refiere a comercio multimarca. Y están especializados en un 36% de ropa de mujer, un 25% de ropa integral (que incluye a todos los sexos y edades), un 12% para ropa de hombre que coincide con lencería, y el 15% restante incluye moda infantil, juvenil y prendas de lujo.

3.2 Estructura espacial de la confección

La estructura espacial del suministro de las prendas de vestir identifica un total de 44 localizaciones distintas, en algunos casos la información recogida solo especifica región. El 80% de la fabricación de los 73 establecimientos, se concentra en 12 países, donde se observa en primer lugar España y China (las dos representan el 24%) seguido de India, Bangladesh, Turquía, Italia, Portugal Brasil, Marruecos, Argentina, el Sudeste Asiático y Bulgaria (figura 2). Si se agrupa por grandes regiones se observa que Asia Meridional (Bangladesh, India y Pakistan) y la Península Ibérica (España y Portugal) superan a la manufactura procedente de China, mientras que el Sureste Europeo (incluyendo Turquía) supera al Sureste Asiático. A diferencia del estudio que presenta Gereffi (1994) la estrategia de los grandes grupos textiles en los últimos años consiste en reducir la distancia entre la confección y las sedes centrales.

Figura 2.

Distribución geográfica de la producción de moda textil de nuestros comercios



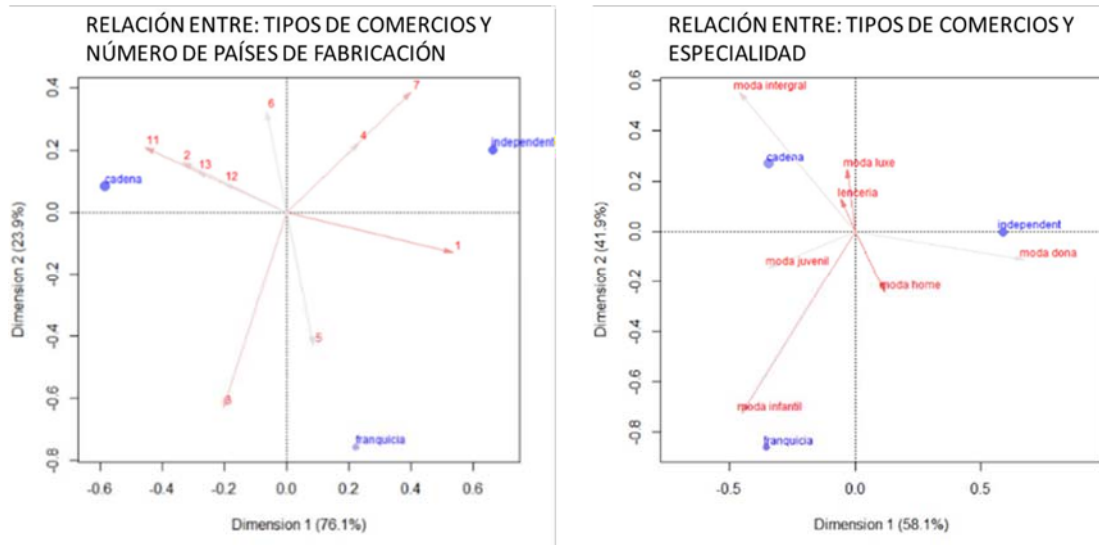
Fuente: elaboración propia a partir de la frecuencia en la que aparecen los lugares de confección en la web de los comercios y las etiquetas de las prendas, agrupadas en el caso de España.

3.3 Cadenas vs franquicias en las redes globales de producción

Los resultados obtenidos de las pruebas de independencia muestran una dependencia estadísticamente significativa ($p\text{-value}=0.02074$) entre el número de países de fabricación y las categorías de empresa, y también hay una dependencia significativa ($p\text{-value}=0.01204$) entre la especialidad de los establecimientos y las categorías de empresa. En cambio, no hay relación entre el tipo de confección y las categorías de empresa.

En la figura 3 se observan las relaciones obtenidas del análisis de correspondencias. En relación con el número de países de fabricación las cadenas diversifican más su producción frente a las franquicias. Y según la especialidad del comercio las cadenas están asociadas a la moda integral, mientras que las franquicias y los comercios independientes están más especializados en moda infantil y moda de mujer respectivamente.

Figura 3.

Correspondencia de la producción y especialidad según tipo de empresa

Fuente: elaboración propia con R.

Finalmente, entre los comercios textiles del centro urbano se han identificado otras relaciones complementarias a la producción y distribución como son redes de conocimiento tecnológico y de cooperación a escala local, regional y global, que también varían según el tipo de empresa.

4. CONCLUSIONES PRELIMINARES

A modo de conclusión se puede afirmar que en el centro urbano de Terrassa según el tipo de comercio se observan diferencias entre la diversificación de la producción y la especialidad. Entendiendo por diversificación un mayor número de países de fabricación. Y que las redes globales de producción coexisten con una importante producción regional y nacional fuera de la tendencia esperada por lo que los comercios del centro urbano responden en su mayoría a la definición de glocal. Se trata de un primer análisis exploratorio sobre la implicación de las redes globales de producción en la última etapa de distribución de prendas de vestir, la venta minorista.

REFERENCIAS

- Algaba, A. & Azebedo, C. (1997). La aproximación de la geografía a la globalización: análisis bibliográfico de los estudios reseñados en *Geographical Abstracts* entre 1992 y 1996. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 5 y 13. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-51.htm>
- Bathelt, H. & Peng-FeiLi. (2014). Global cluster networks—foreign direct investment flows from Canada to China. *Journal of Economic Geography*, 14 (1), 45–71. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbt005>

Colmenares, S. (2017). Análisis multivariable en Geografía aplicado al estudio de la pobreza. *Terra Nueva Etapa*, vol. XXXIII, núm. 53, enero-junio, 2017,41-73. <https://www.redalyc.org/pdf/721/72152384003.pdf>

Lazzarini, S.G., Chaddad, F.R, & Cook, M.L. (2001). Integrating supply chain and network analyses: The study of netchains. *Journal of Chain and Network Science*. <https://www.wageningenacademic.com/doi/10.3920/JCNS2001.x002>

Gereffi, G. (1994). "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks". *Commodity chains and Global Capitalism*. Gereffi G. & Korzeniewicz, M. [Eds.]. Westport: Praeger Publishers, Westport. ISBN: 0-275-94573-1.

Valverde, C., Tamayo, L.M. & Vargas, D. (1994). Aplicación del análisis de correspondencias en el estudio de la vivienda. *Investigaciones Geográficas Boletín*, (28), 129 - 150.

Yeung, H.W. (2018). The Logic of Production Networks. Clark, G.L., Feldman M.P., Gertler, M.S. & Wójcik, D. [Eds.]. *The New Oxford Handbook of Economic Geography*. Londres: OUP Oxford. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198755609.013.15

Pérez, Àngels; Vera, Ana y Cebollada, Àngel (2022). Las redes globales de distribución del sector textil. Los comercios locales y las grandes cadenas. En: Vera, Ana; Pallares-Barbera, Montserrat y Alonso Logroño, M Pilar (Coord.), *Cadenas globales de producción y espacios económicos relacionales en contextos urbanos y regionales*, Asociación Española de Geografía, Grupo de Geografía Económica: Bellaterra, Facultad de Filosofía y Letras, Universitat Autònoma de Barcelona; 33-40. ISBN 978-84-126292-1-7 y D.Legal: M-31061-2023