

## INDICE DETALLADO

### INTRODUCCIÓN

<b>Capítulo 1. Introducción .....</b>	<b>1</b>
---------------------------------------	----------

### ANTECEDENTES

<b>Capítulo 2. Marco Sectorial. Análisis del sector textil y perspectivas de futuro .....</b>	<b>7</b>
---	----------

2.1. Introducción.....	9
2.2. El sector textil.....	10
2.3. Panorama del sector en el contexto mundial. La era de la globalización.....	13
2.4. El sector textil Europeo .....	15
2.4.1. Situación actual .....	15
2.4.2. Perspectivas de futuro.....	17
2.5. El sector textil Español.....	20
2.5.1. Una breve reseña histórica .....	20
2.5.2. Análisis de datos recientes.....	23
2.5.3. Punto de vista geográfico.....	25
2.5.4. Perspectivas de futuro.....	26
2.6. La industria textil en la Comunidad Valenciana.....	28
2.6.1. Antecedentes históricos .....	29
2.6.2. Caracterización de la industria en el territorio .....	34
2.6.3. Especialización Regional. Configuración de Clúster .....	35
2.7. Conclusiones.....	37
2.8. Bibliografía .....	40

<b>Capítulo 3. Marco Conceptual. Estrategia empresarial, herramientas de ayuda para la reflexión estratégica y estrategias competitivas .....</b>	<b>43</b>
---	-----------

3.1. Introducción.....	45
3.2. La estrategia empresarial.....	46
3.2.1. Evolución del concepto .....	47
3.2.2. Introducción de la tecnología como variable estratégica.....	52
3.3. Herramientas de ayuda para la reflexión estratégica .....	53
3.3.1. Herramientas basadas en el análisis interno de la empresa ...	54
3.3.1.1. Matriz de Igor Ansoff (1965).....	54
3.3.1.2. Análisis del ciclo de vida de los productos (1966).....	56
3.3.1.3. Boston Consulting Group (BCG) (1970).....	57
3.3.1.4. Matriz Mckinsey (1975) .....	58
3.3.1.5. Matriz de la consultora Arthur D. Little (ADL) (1981).....	59

3.3.1.6. Análisis de la Cadena de Valor (1985).....	59
3.3.1.7. Árbol de Competencias (1989).....	60
3.3.1.8. Resumen sobre las herramientas de reflexión basadas en el análisis interno de la empresa.....	62
3.3.2. Herramientas basadas en el análisis externo de la empresa ..	62
3.3.2.1. Método de los Escenarios (1950).....	63
3.3.2.2. Método Delphi (1963).....	65
3.3.2.3. Impactos cruzados (1972).....	66
3.3.2.4. Cinco fuerzas competitivas de Porter (1980) .....	66
3.3.2.5. Resumen sobre las herramientas de reflexión basadas en el análisis externo .....	67
3.3.3. Análisis DAFO, la herramienta de reflexión para el análisis interno y externo de la empresa .....	68
3.3.4. Herramientas de análisis de la estrategia tecnológica .....	69
3.3.4.1. Modelo del ciclo vida de la tecnología (1981) .....	70
3.3.4.2. Matriz “atractivo tecnológico-posición tecnológica” (1982).....	70
3.3.4.3. Matriz “Tecnologías-Productos” (1985).....	71
3.3.4.4. Árbol Tecnológico Dual (1986).....	72
3.3.4.5. Racimos o árboles tecnológicos (1986) .....	73
3.3.4.6. Resumen sobre las herramientas de reflexión basadas en la tecnología .....	74
3.3.5. Herramientas específicas del sector textil .....	75
3.3.5.1. Modelo INNTEC (1998).....	75
3.3.5.2. Modelo de Parrish (2003).....	75
3.3.5.3. Herramienta Díaz y Montava (2004) .....	76
3.3.5.4. Modelo de Dueñas (2005).....	77
3.3.5.5. Modelo D3LL (2007).....	78
3.3.5.6. Modelo 6STPS (2010).....	79
3.3.5.7. Resumen sobre las herramientas de reflexión específicas del sector textil.....	80
3.3.6. Conclusiones sobre las herramientas de ayuda a la reflexión estratégica .....	81
3.4. Estrategias competitivas .....	81
3.4.1. Estrategias de negocio.....	82
3.4.2. Estrategias corporativas.....	83
3.4.2.1. Estrategia de Mantenimiento.....	84
3.4.2.2. Estrategia de Expansión .....	85
3.4.2.3. Estrategia de Diversificación .....	85
3.4.2.4. Estrategia de Saneamiento .....	85

3.4.2.5. Estrategia de Liquidación .....	86
3.5. Elección de la estrategia empresarial .....	86
3.6. Diversificación empresarial .....	88
3.6.1. Evolución conceptual de la diversificación .....	89
3.6.2. Razones para diversificar .....	91
3.6.3. Medida de la diversificación .....	93
3.6.4. Tipos de estrategias de diversificación. Aplicación en empresas del sector textil.....	93
3.6.5. Ventajas e inconvenientes de la diversificación para las empresas textiles.....	97
3.6.5.1. Ventajas .....	97
3.6.5.2. Riesgos e inconvenientes .....	99
3.7. Conclusiones.....	100
3.8. Bibliografía .....	102

## **OBJETIVOS**

<b>Capítulo 4. Objetivos.....</b>	<b>109</b>
4.1. Introducción.....	111
4.2. Objetivos .....	111

## **METODOLOGÍA**

<b>Capítulo 5. Metodología.....</b>	<b>117</b>
5.1. Introducción.....	119
5.2. Descripción de la metodología .....	120
5.2.1. Elaborar antecedentes .....	120
5.2.2. Identificar y definir parámetros clave.....	120
5.2.2.1. Identificar alternativas de cambio estratégico .....	121
5.2.2.2. Identificar variables de una herramienta de reflexión ....	122
5.2.2.3. Realizar informe de posibilidades de adopción de la alternativa de cambio estratégico propuesta .....	123
5.2.2.4. Estudio de las capacidades de las empresas del clúster textil valenciano para adoptar la alternativa: elaboración de un cuestionario .....	123
5.2.3. Obtener resultados y verificar cumplimiento de objetivo .....	125
5.3. Bibliografía .....	126

## **DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS CLAVE**

<b>Capítulo 6. Identificación y selección de alternativas de cambio estratégico y variables para la definición de una herramienta de reflexión estratégica .....</b>	<b>127</b>
--	------------

6.1. Introducción.....	129
6.2. Identificar alternativas de cambio estratégico .....	130
6.2.1. Acciones desarrolladas en empresas del clúster textil valenciano.....	131
6.2.2. Alternativas de cambio estratégico.....	132
6.2.2.1. Estrategias internas.....	133
6.2.2.2. Estrategias externas.....	135
6.2.3. Análisis y clasificación de las alternativas de cambio entre las estrategias corporativas.....	137
6.2.4. Selección de la alternativa de cambio: diversificación hacia el segmento estratégico de los textiles de uso técnico .....	139
6.3. Análisis de las herramientas de reflexión estratégica existentes y determinación de variables mínimas necesarias en una herramienta de ayuda para la diversificación textil .....	140
6.3.1. Estudio de las herramientas de análisis interno .....	140
6.3.2. Estudio de las herramientas de análisis externo .....	143
6.3.3. Estudio de las herramientas de análisis tecnológico .....	144
6.3.4. Estudio de las herramientas de análisis específicas del sector textil .....	146
6.3.5. Conclusiones sobre el estudio de las diferentes herramientas de reflexión .....	148
6.3.6. Definición de una herramienta de reflexión: Parámetros a considerar .....	149
6.4. Conclusiones.....	152
6.5. Bibliografía .....	152

**Capítulo 7. Marco estratégico. Informe de las posibilidades de diversificación hacia el segmento estratégico de los textiles de uso técnico para las empresas del Clúster Textil de la Comunidad Valenciana..... 157**

7.1. Introducción.....	157
7.2. Textiles Técnicos vs Textiles convencionales.....	159
7.3. Mercados .....	162
7.4. Productos.....	163
7.5. Panorama del segmento estratégico de los textiles de uso técnico en el contexto mundial .....	169
7.6. Panorama de los textiles de uso técnico en el contexto europeo.....	171
7.6.1. Evolución de la feria Techtexil.....	175
7.7. Panorama de los textiles de uso técnico en España.....	178

7.8. Panorama de los textiles de uso técnico en el Territorio Valenciano .....	180
7.9. Análisis estructural del segmento estratégico: Factores determinantes competitividad en el clúster textil valenciano .	186
7.9.1. Estrategia, Estructura y Rivalidad en el clúster .....	187
7.9.2. Condiciones de los factores productivos .....	188
7.9.3. Industrias de soporte y relacionadas .....	188
7.9.4. Condiciones de la demanda .....	189
7.9.5. El papel de las administraciones y las instituciones .....	192
7.9.6. Conclusiones del análisis estructural .....	194
7.10. Conclusiones.....	195
7.11. Bibliografía .....	197

**Capítulo 8. Marco territorial. Análisis de las capacidades y barreras de las empresas del clúster textil valenciano para iniciar el proceso de diversificación propuesto: realización de un cuestionario. .... 199**

8.1. Introducción.....	201
8.2. Diseño del cuestionario.....	202
8.3. Validación del cuestionario.....	205
8.4. Cuestionario remitido a las empresas .....	206
8.5. Universo de empresas analizadas .....	212
8.6. Resultados .....	212
8.7. Conclusiones.....	221
8.8. Bibliografía .....	222

**RESULTADOS**

**Capítulo 9. Definición, diseño y creación de la herramienta ..... 223**

9.1. Introducción.....	225
9.2. Definición de la herramienta.....	227
9.3. Diseño de la herramienta .....	231
9.3.1. Diseño externo .....	231
9.3.2. Contenidos .....	232
9.3.2.1. Fuentes de información .....	233
9.3.2.2. Capacidades tecnológicas: Aplicaciones y técnicas.....	242
9.3.2.2.1. Áreas de aplicación de los textiles de uso técnico: productos .....	242
9.3.2.2.2. Tecnologías textiles.....	243
9.3.2.2.3. Matriz Tecnologías - productos .....	243
9.3.2.3. Mercados .....	257
9.3.2.3.1. Ejemplo sobre la aportación de mercados: el área	

de los textiles médico-higiénico-sanitarios .....	259
9.4. Creación de la herramienta .....	264
9.4.1. Pantalla inicial .....	264
9.4.2. Menú ¿Qué es?.....	265
9.4.3. Menú Registro.....	266
9.4.4. Menú Aplicaciones y Técnicas .....	267
9.4.5. Menú Mercados.....	270
9.4.6. Menú Contacto .....	274
9.4.7. Menú Salir .....	274
9.5. Funcionamiento.....	275
9.5.1. Dominio y servidor.....	275
9.5.2. Control de Registro .....	275
9.5.3. Control de uso.....	276
9.5.4. Avisos a los usuarios.....	277
9.6. Conclusiones.....	278
9.7. Bibliografía .....	278
<b>Capítulo 10. Validación de la herramienta.....</b>	<b>281</b>
10.1. Introducción.....	283
10.2. Proceso de verificación .....	283
10.2.1. Verificación interna.....	285
10.2.2. Verificación externa.....	288
10.3. Mejora de la herramienta .....	292
10.3.1. Recopilación y análisis de fabricantes.....	292
10.3.1.1. Matriz Tecnologías/fabricantes.....	294
10.3.2. Actualización de la matriz tecnología - productos .....	298
10.3.3. Acceso abierto a la plataforma .....	299
10.3.4. Modificación de aspectos técnicos .....	299
10.3.5. Ayudas para el desarrollo y la comercialización.....	300
10.4. Validación de la herramienta.....	301
10.5. Conclusiones.....	302
10.6. Bibliografía .....	302
<b>CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS</b>	
<b>Capítulo 11. Conclusiones y líneas futuras .....</b>	<b>303</b>
11.1. Introducción.....	305
11.2. Conclusiones.....	305
11.2.1. Conclusiones obtenidas a lo largo del trabajo de tesis. Grado de consecución de los objetivos planteados .....	306

11.2.2. Conclusiones que aporta la creación de la herramienta para las empresas del clúster textil valenciano .....	308
11.3. Líneas futuras .....	309
<b>APÉNDICES .....</b>	<b>311</b>
Índice de tablas .....	313
Índice de figuras .....	316