

# DOCUMENTOS DE TRABAJO

## LAS FERIAS Y EXPOSICIONES EN EUROPA COMO FACTORES DE COMPETENCIA Y ESPECIALIZACIÓN URBANA

Juan R. Cuadrado Roura (\*)  
Luis Rubalcaba Bermejo (\*)

Documento de Trabajo nº1/97

### **SERVILAB**

**Laboratorio de Investigación del Sector Servicios**

Pl. de la Victoria, 1. 28802 Alcalá de Henares. Madrid.

Tel: 889 57 03 Fax: 889 86 46 E-Mail: [servilab@lander.es](mailto:servilab@lander.es)

74-A-9701



UNIVERSIDAD DE ALCALÁ



5901081184

CB: 5901081184

**LAS FERIAS Y EXPOSICIONES  
EN EUROPA COMO FACTORES DE  
COMPETENCIA Y ESPECIALIZACIÓN URBANA**

**Juan R. Cuadrado Roura (\*)  
Luis Rubalcaba Bermejo (\*)**

**Documento de Trabajo nº1/97**

\*Departamento de Economía Aplicada  
Laboratorio de Investigación del Sector Servicios  
Universidad de Alcalá, Madrid  
Tel. 889 57 03 Fax 889 86 46

La serie Documentos de Trabajo que edita el Laboratorio de Investigación del Sector Servicios, incluye avances y resultados de los trabajos de investigación elaborados como parte de los programas y proyectos en curso. Las opiniones vertidas son responsabilidad de los autores.

X-59-037 374-8

## **Resumen**

El artículo revisa el concepto de especialización urbana a través de los procesos de concentración y diversificación feriales. Se trata de conocer las diferentes especializaciones urbanas en Europa evaluando hasta qué punto las estrategias de especialización pueden tener sentido. El sector ferial se muestra como un ejemplo adecuado para estudiar algunos procesos de cambio geoeconómico. Los resultados obtenidos confirman la existencia de fuertes disparidades en Europa, que se manifiestan a través de diferentes niveles de especialización. Como consecuencia, no existe una única política ferial posible puesto que las estrategias de especialización deben adecuarse al tamaño y perfil de la ciudad.

## **Introducción**

El objetivo de este artículo es tratar de comprender mejor los procesos de especialización y competencia urbanas a través de la observación de las ferias y exposiciones europeas. El sector ferial es un ejemplo paradigmático de la dinámica urbana, como han mostrado algunos de los trabajos previos que hemos realizado sobre la función de las ferias en el sistema económico y sus relaciones con los procesos de competencia e internacionalización. Las ferias representan una fuente de crecimiento económico urbano, tanto regional como nacional, a través de las economías internas y externas que se generan en las áreas que congregan los certámenes [Rubalcaba, 1994]. Las ferias contribuyen a aumentar el volumen de negocio de las empresas participantes y ayudan al desarrollo urbano y regional a través de las inversiones en infraestructuras y recintos feriales, por una parte, y del gasto generado por los expositores, visitantes, organizadores y empresas de servicios auxiliares, por otra. El análisis del sector ferial permite observar que las jerarquías urbanas están relacionadas con la competencia urbana. Como se pudo mostrar en un trabajo anterior [Rubalcaba y Cuadrado, 1995], el tamaño económico y perfil internacional constituyen los dos principales parámetros a partir de los cuales se establece la competencia ferial y urbana, que puede inscribirse en un marco mucho más amplio: el de la competencia entre ciudades a escala continental e incluso mundial.

La situación de la competencia ferial está condicionada por el tamaño demográfico y económico de las ciudades que concurren en la atracción de recursos, pero también está condicionada por la especialización. Este artículo analiza cómo las estrategias de especialización o diversificación se relacionan con la competencia urbana internacional como un modo de aumentar la propia posición relativa. El sector ferial sirve como un caso interesante que puede ser analizado desde puntos de vista teóricos y empíricos.

El artículo comienza con una breve introducción sobre la relación entre competencia y especialización. Esta relación se profundiza al contemplar el sector ferial como un factor de especialización. Una vez expuestos algunos comentarios sobre la metodología y estadísticas utilizadas, tres puntos constituyen el centro del trabajo. El primero resume las relaciones entre competencia ferial, internacionalización y

tamaño, estudiadas en el trabajo ya reseñado. El segundo punto analiza la concentración urbana de los distintos sectores feriales. Este ejercicio ofrece dos *outputs*: un estudio de la distribución del sector ferial por subsectores, y un marco estadístico apropiado para analizar el fenómeno de la especialización. A partir de éste, el tercer punto del artículo estudia el concepto de especialización y las medidas que lo relacionan con la concentración. Una primera taxonomía de conceptos de especialización se define y mide para comprobar cómo se conforma la especialización ferial en Europa y hasta qué punto las estrategias de especialización pueden considerarse adecuadas. Finalmente, se propone una clasificación de las primeras ciudades feriales europeas según el tipo de competencia, especialización y eficacia estratégica.

## **1. El sistema de ciudades europeo: competencia y especialización**

Desde los comienzos de la historia, las ciudades han competido entre sí. La historia económica ha estado vinculada a determinadas ciudades que, si bien en un momento alcanzaban alto esplendor, después podían verse relegadas a un segundo plano ante el ascenso de nuevas aglomeraciones urbanas. Dentro de los actuales cambios de los procesos productivos y de la internacionalización de la economía, la competencia urbana y territorial es una cuestión de máximo interés [Jayet 1991; Cheshire, 1992; Cheshire y Gordon, 1992; Gordon y Jayet, 1994]. La existencia de diferencias es lo que explica la competencia. Si una ciudad consigue atraer hacia sí recursos que podrían ir a parar a otro lugar, es porque esa ciudad alberga algo diferente que no poseen otras; podría afirmarse que disfrutan de un factor de especialización. La competencia puede ser activa (buscada) o pasiva (sin buscarse) pero siempre existe, puesto que siempre hay elementos diferenciadores que destacan a una ciudad sobre otra, y la especializan en uno o varios aspectos. En cualquier caso, existe una relación estrecha entre el papel de una ciudad dentro de un sistema jerárquico y su grado y tipo de especialización.

La especialización, antes que nada, es un hecho. Un hecho histórico. El comienzo del comercio y de los intercambios nace como consecuencia de la especialización productiva en los incipientes asentamientos humanos. El crecimiento de las ciudades del Mediterráneo puede explicarse como resultado del éxito de la especialización urbana y de las economías de aglomeración a ella asociadas. El origen del comercio a larga distancia y de las ferias también se explica desde esta perspectiva. La dinámica de la especialización ha provocado un movimiento de las ciudades y un cambio permanente de su jerarquía a lo largo de la historia. La mayoría de las capitales europeas de nuestros días no ocupaban más que un papel secundario en las naciones de hace unos siglos. Y, al contrario, ciudades otrora centrales, tienen hoy una función modesta, o, al menos, más secundaria.

El proceso de especialización, al relacionarse con la dinámica competitiva de las ciudades [Camagni, 1990], contribuye a explicar diferencias urbanas. El proceso de especialización tiende a seguir un ciclo de vida propio. La especialización comienza cuando una determinada producción de un bien o un servicio resalta sobre la producción de otros bienes o de otros servicios producidos por la misma ciudad.

Esta posible especialización puede ser competitiva o no serlo. Si es competitiva, la especialización hace notoria la producción propia sobre los bienes o servicios de otras ciudades; se adquiere una ventaja competitiva. Si no es competitiva, la especialización no termina de fructificar o se vuelve en contra de la propia ciudad. En el caso positivo, la notoriedad de la producción provoca la atracción de recursos de la región y de otras ciudades y regiones. Los empleos de estos recursos multiplican sus efectos a través de las economías de aglomeración, tanto por el aumento del tamaño del mercado, como por las mejoras de las condiciones de la oferta. Las ventajas de esta acumulación de recursos aumentan la posición internacional, real o potencial, de las diversas ciudades.

El ciclo de la especialización termina en tres tipos de situaciones: 1) cuando la especialización se vuelve no competitiva, bien por factores internos, bien por factores externos; 2) cuando los cambios de la dinámica internacional hacen desaparecer la necesidad de la especialización; 3) cuando el tamaño alcanzado es suficientemente grande como para imponerse una lógica diferente. Los casos 1 y 2 acentúan el problema de la vulnerabilidad de la especialización. Una ciudad demasiado especializada resulta vulnerable al cambio económico, del mismo modo que es vulnerable un país con una economía monosectorial o un inversor con una cartera poco diversificada.

El tercer caso supone el final de la especialización entendida en sentido clásico, pero también el final de su riesgo. Las grandes ciudades, que algunos cifran en más de 500.000 habitantes, [Cattan et al., 1994], llevan consigo una serie de interrelaciones que interrumpen la fase descendente del ciclo de vida de la especialización. Debido al tamaño, la economía urbana de las grandes ciudades tiende a crear no una, sino diversas especializaciones. Esta variedad de especializaciones consigue generar un volumen de actividad tal que los resultados positivos de unas consigue compensar las dificultades de otras. Las especialidades menos innovadoras o más terminales pueden mantenerse permanentemente en pie; por un lado, gracias a la atracción de recursos que provocan las especialidades innovadoras y, por otro, gracias al flujo económico que se autoalimenta dentro de la propia ciudad.

Indudablemente no toda especialización económica puede ser sostenida con un aumento del tamaño de la ciudad. Un declive de la función turística de una gran ciudad puede ser interrumpido por un auge en las funciones financieras o comerciales de la ciudad, que estimulan de modo secundario el turismo. El declive de una industria tradicional (ej.: altos hornos) difícilmente puede ser sostenido, incluso dentro de un gran ciudad, a no ser que exista una intervención proteccionista.

La especialización tiende a ser menos importante a medida que aumenta el tamaño de la ciudad [Equipe PARIS, 1993]. Este factor, junto al crecimiento del tamaño de las grandes ciudades, ha reducido las posibilidades de cambio dentro de las jerarquías urbanas establecidas y, consiguientemente, parece que se reduce el margen de actuación de una ciudad. Al mismo tiempo, con la creciente diversificación y la especialización múltiple, las grandes ciudades consolidan sus posiciones protegiéndose cada vez más frente a posibles vulnerabilidades. Cabría pensar que todos estos procesos pudieran tender a homogeneizar las ciudades europeas, aproximándose al modelo urbano norteamericano, de

especialización urbana mucho menor. Sin embargo, ciertas evidencias teóricas y empíricas [RECLUS, 1989; Cattán et al., 1994; Sallez, 1993] muestran la persistencia de las peculiaridades urbanas europeas manteniéndose ciertas especializaciones, incluso dentro de las grandes ciudades (un ejemplo lo constituye la tabla 1 que se adjunta). El artículo muestra, asimismo, esta persistencia de lo heterogéneo a través de la actividad ferial.

**Tabla 1**  
*Clasificación prospectiva de las ciudades europeas*

Clasificación estructural	Muy fuerte concentración de los poderes de decisión	Estructura de actividad diversificada, fuerte concentración empresarial / instituciones internacionales, muy buena accesibilidad	Estructura de actividad ligeramente especializada. Funciones internacionales especializadas o incompletas	Debilidad de servicios en la ciudad, funciones internacionales poco desarrolladas	Debilidad de los servicios en la ciudad, funciones internacionales poco desarrolladas, accesibilidad mediocre
Posición jerárquica					
Ciudades internacionales dominantes	Londres París				
Ciudades internacionales de función especializada		Amsterdam, Berlín, Bruselas, Dusseldorf, Francfort, Ginebra, Hamburgo, Copenhague, Munich, Estrasburgo, Zurich, Viena			
Ciudades regionales de fuerte proyección internacional		Anvers, Bâle, Bremen, Hannover, Colonia-Bonn, Luxemburgo, Lyon, Marsella, Milán, Nuremberg, Rotterdam, Stuttgart	Barcelona, Berna, Bolonia, Bristol, Florencia, Madrid, Manchester, Nápoles, Niza, Roma, Salzburgo, The Middlans		
Ciudades internacionales periféricas de proyección internacional limitada			Burdeos, Edimburgo, Innsbruck, Munster, Nantes, Southampton, Toulouse	Atenas, Belfast, Bilbao, Gênes, Glasgow, Graz, Lille, Linz, Lisboa, Málaga, Palermo, Porto, Sevilla, Salónica, Turín, Tyneside, Valencia, Venecia	Montpellier, Nancy-Metz, Plymouth, Granada, Grenoble
Ciudades regionales de proyección internacional limitada y muy especializada			Cardiff, Clermond-Ferrand, Eindhoven	Alicante, Bari, Catania, Liega, West Yorkshire, Zaragoza	Murcia, Pamplona, Rennes, St. Etienne, Valladolid, Toulon, Kiel, La Coruña, Le Havre, San Sebastian, Santander, Vigo

Fuente: equipo PARIS, 1994.

## 2. Especialización ferial y especialización urbana

Las ferias y exposiciones constituyen un factor económico de extraordinaria importancia en Europa. A diferencia de las norteamericanas, cuyo desarrollo es relativamente reciente, las ferias europeas gozan de una gran tradición secular, de un gran prestigio y de un papel estratégico en las políticas de muchas empresas. Existen unas 4000 ferias que pueblan los 12 países de la UE. A las más importantes (unas 1200) acuden cerca de medio millón de expositores directos, ocupando 20 millones de metros cuadrados de superficie de exposición. Más de 60 millones de visitantes se desplazan anualmente por cerca de 350 ciudades feriales europeas. El volumen de negocio anual se estima en 23,000 millones de Ecus para 1996.

Estas cifras indican la magnitud de un sector que, sin embargo, es más relevante por su importancia cualitativa que por sus cifras cuantitativas. Las ferias desarrollan una función clave para las empresas al permitirles desarrollar varias funciones:

- Consolidar y ampliar los mercados,
- Aumentar las ventas y redes de distribución,
- Incrementar el número real y potencial de clientes,
- Racionalizar su producción, ajustándose mejor al mercado
- Reducir los costes de búsqueda de clientes y de obtención de información,
- Adquirir información sobre la competencia y la propia posición en el mercado,
- Valorar la adecuación precio-calidad de sus productos según las necesidades y posibilidades de la demanda.

Todo esto se produce dentro de una presencia física de todos los agentes que componen un mercado y gracias a la interacción y rápido *feed-back* de información. Por ello, las ferias son mucho más que un instrumento de *marketing* y sus beneficios suelen superar con creces sus costes. El éxito de las ferias no es, sin embargo, indiferente al tipo de feria que se organiza. Las funciones antes descritas precisan una feria especializada, bien preparada antes, durante y después de los días feriales, y dentro de unas condiciones organizativas adecuadas y basadas en servicios especializados.

La creciente especialización del servicio ferial refuerza el papel de las ferias en el desarrollo urbano. El paso de la *feria generalista* a la *feria especializada* ha supuesto no sólo un cambio estratégico radical, sino una mayor inversión en la oferta ferial, fruto de una competencia cada vez mayor entre las distintas organizaciones feriales [Golfetto, 1990; Bellini, 1991]. Las ciudades son conscientes de los beneficios económicos de las ferias: aumento del empleo de recursos (servicios auxiliares), atracción de inversión pública y privada, mejoras de las redes de transporte y comunicación, racionalización de la producción y del consumo, cuidado del medio ambiente, etc.

La competencia entre las ferias ha supuesto una reducción del número *real* de ferias (no del *nominal*, que puede haber aumentado debido a la división de algunas grandes ferias y varias pequeñas, aun siendo en realidad la misma). Al hilo de los procesos de concentración de la actividad económica, las ferias más internacionales se han ido concentrando fundamentalmente en las ciudades alemanas y en otras cuatro particularmente destacadas a nivel europeo, París, Londres, Birmingham y Milán. No obstante, los elementos que determinan la localización de una feria son abundantes y hacen que se mantenga una amplia red ferial marcada por muy diversas especializaciones. Dichos elementos son los siguientes:

- Tradición e historia
- Población y peso económico
- Accesibilidad y operatividad: infraestructura y comunicaciones
- Emplazamiento geográfico
- Condiciones turísticas y medio ambientales
- Inversión pública y políticas de apoyo de los gobiernos locales
- Prestigio internacional de la ciudad
- Capacidad y condiciones del recinto ferial
- Composición industrial del entorno económico

Esta relación de factores proporciona una idea de cómo las ferias aprovechan las posibles especializaciones urbanas para su desarrollo. Pero, también es posible comprender el fenómeno inverso, es decir, cómo las ferias contribuyen a la especialización urbana. Para ello hay que partir de la relación entre los procesos de especialización y la nueva economía de servicios.

Dentro del nuevo *status* competitivo de las ciudades, los servicios han aportado una doble dinámica a las ciudades. Los servicios tradicionales (turismo, comercio, transporte, servicios públicos) han acogido una parte del desempleo generado en las actividades industriales. Han actuado de colchón estabilizador del cambio económico. Al mismo tiempo, los servicios más innovadores, especialmente los servicios a empresas, se están comportando como el sector más dinámico de la economía. Su influencia sobre el resto de sectores económicos los convierte en un elemento central de la estrategia competitiva de las ciudades [Daniels, 1990, 1993; Daniels y Moulaert, 1991; Cuadrado y del Río, 1993; Senn, 1993; Baró y Soy, 1993, Castells, 1989, y Sassen, 1991 entre otros]. En consecuencia, en este tipo de servicios, entre los que se encuentran las ferias y exposiciones, en donde se dan los mayores márgenes potenciales del cambio urbano.

La economía de servicios ha cambiado el concepto mismo de especialización. La economía industrial clásica bascula sobre una determinada producción que puede estar más o menos estar predeterminada (se sabe qué es lo que se va a producir) y perseguir objetivos e instrumentos claros (se sabe cómo se va a producir). Hoy la especialización se centra básicamente en los servicios, es decir, sobre actividades coproductivas, difícilmente predeterminables y sobre las que no pueden establecerse objetivos e instrumentos a priori (qué producir y cómo producir cambian en el transcurso de la producción y la

demanda interfiere, cambiándolo, el proceso de producción). Con los servicios, la especialización no consiste tanto en la producción intensiva en un bien determinado, sino en la generación de factores y modos de producción relevantes.

Los cambios en los procesos productivos de las sociedades metaindustriales inducen a un cambio en los factores de especialización de una ciudad. La flexibilidad de los procesos productivos, la integración de bienes y servicios y la incorporación de nuevas tecnologías requieren de las ciudades nuevos modos de producción y nuevos espacios de producción. Se requiere una mayor disponibilidad de servicios avanzados y financieros, una extensa red de comunicaciones, una mayor accesibilidad por tierra, mar, y aire, una confortabilidad dentro de la ciudad, y un mercado de consumidores e industrias que sustente la cartera de pedidos de los oferentes. En este sentido, la especialización se relaciona con los factores de diferenciación urbanos [Jacobs, 1969] y el entramado de aspectos organizativos, estratégicos, informativos y de comunicación que explican el comportamiento urbano [Lambooy, 1994]. Los factores de especialización que suponen mayor novedad frente a algunos elementos tradicionales son los que figuran en la tabla 2.

Dentro de estos nuevos elementos las ferias y exposiciones constituyen uno de los más dinámicos. Las ferias contribuyen a la especialización urbana al potenciar el intercambio, conocimiento y profundización de mercados especializados. Las ferias son un servicio especializado que especializa la ciudad, aunque lo contrario no es cierto puesto que no toda especialización urbana se relaciona con una feria especializada; por dos motivos: 1) las ferias no abarcan a todo tipo de sectores; 2) hay ferias que se constituyen al margen de la actividad económica de la ciudad. Las ferias contribuyen a la especialización urbana a través de los siguientes factores:

- Desarrollo de los sectores relacionados. Los sectores económicos que participan en la feria proporcionan una especialización a través de la mejora de las producciones y ventas de los sectores de la ciudad. La racionalización de la producción y la mayor transparencia resultante en los mercados facilitan la especialización sectorial.
- Desarrollo de infraestructuras y servicios feriales relacionados. La inversión generada en torno a la feria y al recinto ferial estimulan las condiciones de accesibilidad y atracción de recursos externos. Mejora la especialización en la localización.
- Desarrollo y promoción de la imagen de la ciudad. La promoción resultante de la actividad ferial, crea una especialización percibida en los agentes superior a la que de otro modo existiría; las expectativas positivas pueden favorecer la especialización real. Las ferias pueden entenderse como un instrumento del llamado "*city marketing*" [Secchi, 1991].
- Desarrollo del gasto y del empleo. A través del gasto generado por organizadores, expositores y visitantes, el mayor volumen de negocio y el empleo a él asociado, pueden repercutir en mayores posibilidades para el desarrollo de las especializaciones en curso.

Tabla 2

*Elementos de la transición en la especialización urbana*

Criterio de especialización	La especialización antigua	La especialización moderna
Sector económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Artesanía</li> <li>* Manufacturas</li> <li>* Agricultura</li> <li>* Ganadería</li> <li>* Minería</li> <li>* Ferias de muestras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Servicios a empresas</li> <li>* Servicios financieros</li> <li>* Turismo</li> <li>* Industrias tecnológicas</li> <li>* Comercio</li> <li>* Ferias profesionales</li> </ul>
Localización en el territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nudos de comunicación</li> <li>* Puertos</li> <li>* Pasos fronterizos</li> <li>* Fortalezas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Emplazamientos de gran accesibilidad e infraestructuras en transportes y comunicaciones</li> </ul>
Decisiones políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Centros administrativos</li> <li>* Castillos, palacios, juntas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Localización de los organismos del Estado e instituciones internacionales</li> </ul>
Elementos culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Iglesias, conventos, centros de peregrinación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Lugares turísticos</li> <li>* Centros vacacionales</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3. Estadísticas y metodología

La parte empírica de este artículo se apoya en la base de datos “Feria”, organizada por Eurostat, que cubre el periodo de 1988 a 1991. Estos son los datos que hemos usado en nuestros trabajos previos y somos conscientes de que tienen problemas tanto de calidad (ej.: definición y control del número de visitantes) como cuanto a la cobertura (ej.: ferias excluidas de los registros) y al periodo de referencia. La falta de completa comparabilidad puede hacer que la posición sectorial de las ciudades esté sobrestimada o subestimada dependiendo del tipo de problema estadístico. Sirva esta advertencia para tomar con cierta cautela los resultados. En cualquier caso, los datos de referencia cubren las principales ferias en Europa y un estudio detallado de los mismos prueba su utilidad desde un punto de vista global.

La metodología aquí empleada aparece sintetizada en la tabla 3. En ella figuran los tres conceptos que van a ser discutidos en las tres secciones siguientes: competencia urbana, concentración sectorial y especialización urbana. Para los tres conceptos se aplican análisis multivariantes y, particularmente, la técnica de componentes principales, usada para obtener dos componentes que explican el 82,5% de la varianza. La primera puede entenderse como *tamaño ferial*, puesto que todos los indicadores de volumen están altamente correlacionados: número de expositores, número de visitantes y superficie alquilada. La segunda significa *perfil internacional*, puesto que los porcentajes de expositores y visitantes extranjeros están altamente correlacionados. Estas dos componentes fueron ya utilizadas en un trabajo previo (Rubalcaba y Cuadrado, 1995) para analizar el fenómeno de la competencia y producir una jerarquía urbana y algunos grupos a partir del análisis de conglomerados (la sección 4 expone algunos resultados). Las mismas dos componentes se emplearán ahora para analizar los conceptos de concentración sectorial y especialización urbana. Se obtienen con ellas ponderaciones

sectoriales útiles para producir una clasificación de sectores feriales de acuerdo al grado de concentración manifestado por índices de Gini (sección 5).

**Tabla 3**  
**Metodología empleada**

<b>Conceptos</b>	<b>Medidas</b> ( <i>método estadístico</i> )	<b>Resultados</b> ( <i>método estadístico</i> )
<b>Sección 4</b> COMPETENCIA URBANA	Tamaño ferial (ACP, 1ª comp.)	Jerarquía urbana (Análisis cluster)
	Internacionalización (ACP, 2ª comp.)	
<b>Sección 5</b> CONCENTRACIÓN SECTORIAL	Ponderaciones sectoriales (ACP, 1ª y 2ª comp.)	Clasificación de sectores (Índice GINI)
<b>Section 6</b> ESPECIALIZACIÓN URBANA	Especialización intra-urbana: específica o relativa (Porcentajes de Expositores)	Índice A Mapa
	Especialización inter-urbana: peso y eficacia (ACP, 1ª y 2ª comp.)	Índices B y C. Eficacia (regresión lineal)

ACP = Análisis de Componentes Principales

1ª comp: 1ª componente correlacionado con el n° de expositores, visitantes y superficie alquilada

2ª comp: 2ª componente correlacionada con el porcentaje de expositores y visitantes extranjeros

Fuente: Elaboración propia

Para el concepto de *especialización* se siguen dos aproximaciones (sección 6). La primera analiza la *especialización intraurbana*: es decir, aquella que concierne al peso de los principales sectores dentro de una ciudad respecto a los otros sectores dentro de la misma ciudad. Este tipo de especialización puede considerarse desde puntos de vista específicos o relativos, dando lugar a un índice (A) y un mapa respectivamente. La segunda aproximación estudia la *especialización inter-urbana* basada en el peso relativo que una ciudad tiene en un sector ferial en relación con el peso de este mismo sector en otras ciudades. De aquí se deducen dos índices: el primero establece una medida global de este tipo de especialización sectorial (índice B), y el segundo permite evaluar la adecuación o eficacia de la estrategia de especialización (índice C). Como resultado final de estos trabajos empíricos se ofrece una clasificación de ciudades que cubre los conceptos de especialización y competencia.

#### 4. El papel de las ferias en la competencia urbana

Como se acaba de reseñar, un trabajo anterior [Rubalcaba y Cuadrado, 1995] sitúa las ciudades feriales frente a dos parámetros provistos por la técnica de componentes principales (ACP): internacionalización y tamaño ferial. El primero refleja el carácter internacional de la feria, medido a través de un índice elaborado a partir de los porcentajes de participación extranjera, tanto de visitantes como de expositores. La dimensión ferial es un índice calculado básicamente en función del número de expositores y número de visitantes.

**Tabla 4**  
**Las 40 principales ciudades feriales de Europa**

N.	País	Ciudad	Ferias	Sectores	Superficie neta alquilada	Número de Expositores	% de: extranjeros	Visitantes	% de: extranjeros	Tamaño: estadístico
1	F	Paris	98	13	1846	45816	23%	5230	11%	6.5
2	UK	London	136	12	NA	30820	8%	2606	6%	5.0
3	I	Milano	46	11	1232	27333	9%	2972	10%	3.5
4	UK	Birmingham	80	13	NA	24576	7%	1684	5%	3.4
5	D	Frankfurt	22	10	1239	24597	32%	1251	21%	2.3
6	D	Köln	22	11	1212	19629	41%	1210	29%	2.0
7	D	Hannover	17	9	1106	13101	34%	1893	18%	1.9
8	I	Bologna	15	9	858	21631	11%	1395	10%	1.9
9	D	München	18	10	898	17121	29%	1333	19%	1.7
10	E	Barcelona	36	11	561	9867	12%	1703	5%	1.6
11	E	Madrid	42	12	398	8915	8%	1536	2%	1.5
12	D	Düsseldorf	17	8	798	13282	28%	1358	15%	1.4
13	B	Bruxelles	16	9	426	5459	9%	1974	7%	1.1
14	NL	Amsterdam	21	7	402	5449	9%	1545	7%	1.0
15	D	Berlin	14	12	321	8267	15%	1494	6%	0.9
16	E	Valencia	30	11	374	6241	9%	339	3%	0.7
17	NL	Utrecht	20	10	322	6993	19%	537	4%	0.6
18	D	Essen	12	8	331	4663	16%	1196	24%	0.5
19	D	Nürnberg	12	7	326	6836	10%	563	13%	0.4
20	D	Stuttgart	13	9	291	4869	7%	814	15%	0.4
21	I	Verona	9	4	327	6070	16%	592	3%	0.4
22	E	Bilbao	20	12	153	2640	7%	441	1%	0.2
23	D	Hamburg	7	6	211	4418	18%	622	2%	0.2
24	F	Lyon	11	9	167	4389	14%	568	5%	0.2
25	UK	Manchester	22	10	NA	2823	11%	319	2%	0.2
26	UK	Glasgow	22	11	NA	2518	8%	350	2%	0.2
27	I	Napoli	5	4	305	1496	15%	664	0%	0.2
28	UK	Harrogate	16	9	NA	4196	6%	131	3%	0.2
29	P	Lisboa	29	13	70	1419	17%	214	2%	0.1
30	E	Sevilla	18	12	130	1729	6%	358	3%	0.1
31	I	Firenze	16	4	183	3330	22%	339	17%	0.1
32	I	Genova	5	4	159	2515	5%	621	6%	0.1
33	I	Bari	5	5	194	3061	11%	424	1%	0.0
34	UK	Esher	18	11	NA	2558	4%	120	6%	0.0
35	I	Rimini	7	4	159	4793	24%	358	16%	0.0
36	D	Dortmund	13	6	76	2180	3%	358	3%	0.0
37	I	Torino	7	4	140	1858	13%	703	22%	0.0
38	E	Zaragoza	8	6	115	1494	16%	589	4%	0.0
39	F	Bordeaux	9	8	101	3037	7%	202	3%	-0.1
40	D	Friedrichshafen	9	6	126	2119	16%	347	11%	-0.1

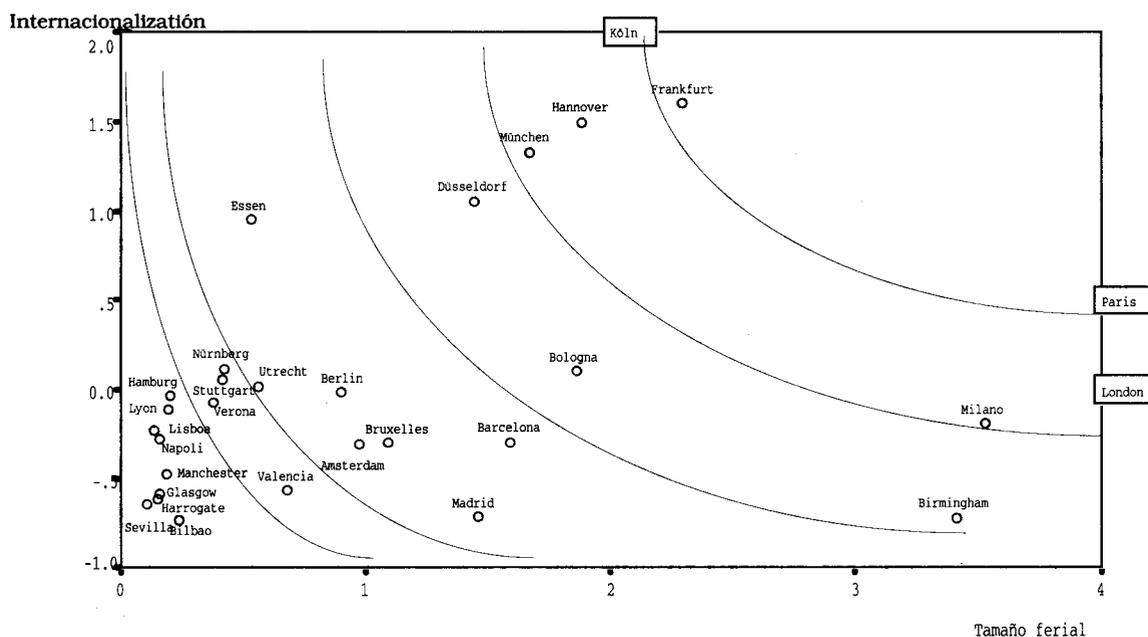
Fuente: Rubalcaba y Cuadrado, 1995.

La tabla 4 muestra las 40 principales ciudades feriales europeas, y algunos de sus rasgos más destacables. En términos de tamaño ferial (el índice estadístico antes comentado), el liderazgo corresponde a París, el segundo puesto a Londres, y el tercer y cuarto puestos los ocupan Milán y Birmingham respectivamente. A partir del quinto puesto el predominio es alemán. Alemania, que es el país ferial líder de Europa, cuenta con un conjunto importante de ferias muy internacionalizadas. Colonia, Frankfurt, Hannover, Munich, Düsseldorf y Essen, además de otras algo inferiores de tamaño (Hamburgo, Berlín, Nuremberg y Stuttgart, por ejemplo), tienen los porcentajes de participación extranjera más alta, especialmente si tenemos en cuenta el número de visitantes. Alemania cuenta, además, con las ferias más profesionales y por eso la calidad y proveniencia de los visitantes tiene por lo general un nivel más alto que en el resto de países.

Las estructuras feriales de los diversos países son muy diferentes. Alemania tiene una estructura ferial muy diversificada, mientras que Francia concentra casi todo su potencial en París. Lo más habitual es tener dos ciudades líderes en cada país, como sucede en el Reino Unido (Londres y Birmingham), España (Barcelona y Madrid), Holanda (Amsterdam y Utrech), e Italia (Milán y Bolonia). Bélgica sigue el modelo francés, con Bruselas como ciudad principal, y en el resto de países de menor importancia ferial la situación varía según las capitales de los países, Luxemburgo, Dublín, Lisboa, Atenas y Copenhague, y las ciudades feriales que dentro de estos países gozan de una cierta tradición; Porto y Braga, Tesalónica y Hearning.

La competencia entre ciudades feriales puede entenderse mejor con ayuda de las curvas de indiferencia provenientes de la microeconomía. Los dos índices anteriormente citados (tamaño e internacionalización) forman los dos bienes sobre los que se toman posición las diferentes ciudades europeas. El gráfico 1 muestra el resultado de dicho posicionamiento.

**Gráfico 1**  
**La competencia de las ciudades feriales europeas**



*Fuente:* Rubalcaba y Cuadrado, 1995

La observación de la realidad corrobora la forma de las curvas de indiferencia sugeridas. Las grandes ciudades se dividen en tres grupos: 1º, las cuatro grandes ciudades feriales tradicionales encabezadas por París; 2º, las mundialmente famosas ciudades alemanas; y, 3º, las capitales de algunos países con gran proyección internacional. El primero de dichos grupos posee un tamaño ferial muy alto pero no tan internacional (relativamente) como el de las ciudades alemanas. Esto hace que estos dos grupos compitan entre sí buscando una mayor internacionalización o una mayor dimensión según los casos y según las políticas desarrolladas en cada ciudad. Ciudades de segundo orden como Madrid, Barcelona, Bruselas, Amsterdam o Berlín compiten dentro de un espacio en el que buscan una ventaja comparativa a través de un crecimiento en las dos dimensiones. Las ciudades pequeñas tienden a buscar una fuerte internacionalización (y, como veremos, una fuerte especialización) como modo de alcanzar una notoriedad superior y superar la pequeña dimensión que poseen en el escenario internacional.

**Tabla 5**  
**Clasificación económica de sectores feriales**

<i>Abreviaciones</i>	<i>Contenido</i>
Ferias Generales	G1 Ferias de muestras, generales, no profesionales
Multisectoriales	G2 Ferias multisectoriales sin predominio de un sector específico
Agricultura	G3 Agricultura, silvicultura, viticultura, pesca
Agroalimentaria	G4 Industria agroalimentaria, restaurantes y hoteles, catering
Textiles	G5 Industria textil, calzado, cuero y accesorios, joyería
Construcción	G6 Obras públicas, edificaciones, contratistas,
Hogar	G7 Industria del mueble, hogar, perfumería, artesanía
Salud	G8 Salud, higiene, protección laboral
Medio ambiente	G9 Medio ambiente y su protección
Transporte	G10 Transporte, tráfico y sus equipos
Información	G11 Información, comunicación, oficina, packaging, electrónica
Ocio	G12 Deporte, juegos, ocio, música
Otras Industrias	G13 Otras industrias, comercio, servicios, cultura, educación
Antigüedades	G14 Arte y antigüedades

Fuente: Eurostat.

## 5. La diferente concentración urbana de los sectores feriales

El análisis de la especialización lleva a caracterizar previamente la estructura de los sectores feriales. Los datos existentes permiten individualizar 14 grupos sectoriales, de acuerdo con los grupos temáticos propuestos por las asociaciones profesionales (tabla 5). La desagregación no es la ideal puesto que algunos sectores permanecen excesivamente agregados, especialmente el sector G13 que incluye como cajón de sastre algunos sectores muy importantes: servicios, cultura y educación. En el análisis que sigue se excluirá el primer grupo, G1, correspondiente a ferias generales, y un segundo grupo (el G2, ferias multisectoriales) sólo se tiene en cuenta parcialmente. En ambos casos la razón de la exclusión es la misma, la cobertura de tales sectores es muy débil. En el primer grupo -las ferias generales- porque el amplio espectro urbano registrado (80 ciudades) no cubre más que parcialmente el conjunto de ferias que organizan este tipo de ferias no profesionales, de muy difícil estimación. En el caso de las ferias multisectoriales, criterios diferentes hacen que muy pocas ferias de este tipo puedan ser consideradas como tales, y, entre ellas, la feria de Francfort domina absolutamente.

Tabla 6

Ponderaciones de los sectores feriales en las 15 primeras ciudades feriales (\*)

Order	City	N	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	MEDIANS
1	Paris	12	1.09	2.52	3.69	2.05	2.82	0.86	0.40	2.49	0.70	2.91	3.81	0.16	2.27
2	London	12	0.02	1.09	1.28	0.19	1.81	-0.05	0.36	0.34	1.82	2.11	2.09	3.05	1.18
3	Milan	11		0.18	1.19	0.99	3.52	0.55	-0.22	1.35	2.80	0.37	1.63	-0.36	0.99
4	Birmingham	12	0.06	0.28	1.68	0.25	0.09	0.71	0.87	1.34	0.67	0.78	2.03	0.39	0.69
5	Frankfurt	9	0.48	2.33	1.17			0.37		1.64	-0.29	0.98	0.03	1.38	0.98
6	Cologne	11	0.28	2.62	1.65	1.45	2.00	0.59	0.07		0.91	1.24	0.87	-0.33	0.91
7	Hannover	9	0.33			0.46	0.95	0.59	0.59		2.44	-0.21	2.62	-0.43	0.59
8	Bologna	8	2.30		0.71	1.84	0.19	-0.50		0.49			0.86	-0.30	0.60
9	München	9	0.46	1.18	0.56			1.28		0.28	0.11	2.13	1.40	-0.03	0.56
10	Barcelona	11	0.64	0.37	0.19	0.67	-0.13	-0.45		0.50	-0.03	0.33	0.24	-0.36	0.24
11	Madrid	12	-0.67	-0.49	0.34	-0.39	0.28	-0.31	0.31	-0.48	-0.12	0.66	-0.04	0.63	-0.08
12	Düsseldorf	8		0.21	1.28			1.88	0.58		1.36	0.79	1.98	-0.41	1.03
13	Brussels	8	-0.01	0.12			0.24	-0.27		0.18	-0.26	-0.14	-0.15		-0.07
14	Amsterdam	6					-0.19		0.30	0.30	-0.02	-0.12	0.04		0.01
15	Berlin	11	0.80	-0.45		-0.36	-0.46	-0.23	-0.23	-0.19	0.37	1.70	-0.30	-0.37	-0.23

(\*) Las medias para todas las ciudades que organizan un determinado sector ferial es igual a cero. El máximo de ciudades posibles es 140.

Fuente: Elaboración propia

La tabla 6 indica el peso de cada sector en la primeras cincuenta ciudades feriales. Esta tabla se forma a partir de un índice estandarizado para las 140 ciudades registradas, formado por las dos dimensiones consabidas, tamaño y perfil internacional, aunque primando la primera sobre la segunda. El peso de un sector  $i$  en una ciudad  $j$  puede definirse como:

$$w_{ij} = 0.70 \cdot x_{ij} + 0.30 \cdot y_{ij}$$

siendo  $x_{ij}$  el tamaño ferial dado por la primera componente resultante del ACP para el sector  $i$  en la ciudad  $j$ , y siendo  $y_{ij}$  el perfil internacional dado por la segunda componente resultante del ACP para el sector  $i$  en la ciudad  $j$ .

La tabla 6 está basada en variables estandarizadas ( $\mu=0$ ,  $\sigma^2=1$ ), para que los resultados sean más comparables.

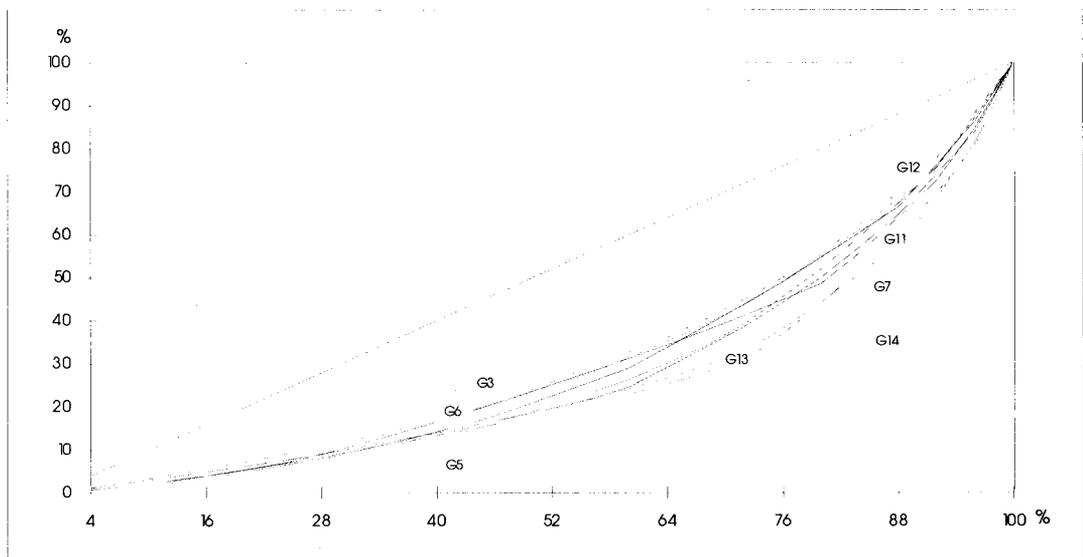
$$z(w_{ij}) = \frac{w_{ij} - \mu_i}{\sigma_i}$$

La mayoría de los lideratos sectoriales corresponden a París. La capital francesa lidera cinco sectores (Textiles, Construcción, Transporte, Ocio, Otras Industrias) y tiene, además, dos segundas y dos terceras posiciones. Le sigue Milán, con liderazgos en Hogar e Información. Londres encabeza el sector de Antigüedades y tiene varias terceras posiciones. Birmingham lidera el Medio Ambiente y tiene una segunda posición en Textiles. Las fuertes ciudades alemanas tienen menos lideratos debido a la

fragmentación de su sector ferial. No obstante, Colonia encabeza la industria agroalimentaria y junto con Francfort y Hannover tienen varias segundas y terceras posiciones. Los dos lideratos que no pertenecen a una de las grandes ciudades son el sector de Salud, en Düsseldorf y el sector Agrícola, en Bolonia. Estas ciudades tienen, además, una tercera y segunda posición respectivamente. Del resto cabe destacar las dos segundas posiciones de Munich en Salud y Ocio, la segunda posición de Verona en Agricultura y la tercera posición de Madrid en Antigüedades. Evidentemente, esta distribución de primeras plazas está condicionada por las limitaciones estadísticas previamente expuestas. Además, muchas veces, las diferencias entre los coeficientes de algunas ciudades son realmente pequeñas. También conviene recordar que los coeficientes parten de la dimensión del sector y no del carácter internacional o profesional de la ciudad. Éste último establecería jerarquías muy diferentes. Como media, ocho son los sectores que organizan las ciudades europeas, siendo normalmente las grandes ciudades las que más sectores ocupan.

**Gráfico 2**

**Distribución urbana del número de expositores: curvas de Lorenz**



Fuente: elaboración propia

La concentración urbana que cada sector tiene en las principales ciudades puede analizarse a través de las curvas de Lorenz aplicadas a la distribución del número de expositores. El gráfico 2 muestra los resultados que se obtienen para las 25 primeras ciudades. Como puede apreciarse, los sectores de Textiles, Antigüedades, Otras Industrias y Hogar son los más concentrados en los primeros lugares dentro de las ciudades tomadas en consideración en este caso. Los sectores de Agricultura, Ocio y Construcción, son los que se encuentran más cercanos a la distribución igualitaria.

Un resultado más concreto puede obtenerse a partir del cálculo del índice de Gini para cada sector. Este índice es obtenido esta vez teniendo en cuenta las 140 ciudades y calculando las áreas resultantes de las

curvas de Lorenz de cada sector (el coeficiente de igualdad absoluta es 0 mientras el de desigualdad absoluta es 1). En la tabla 7 se presentan los resultados agrupados en tres grupos según el intervalo de ciudades en que se organiza cada sector. Los sectores más extendidos geográficamente (rango 55-70) son los que tienen un grado de concentración mayor (media aritmética más alta). Lo contrario no es cierto. Sectores ubicados en pocas ciudades (rango 25-40) tienen una concentración muy variable; su desviación típica es muy alta.

**Tabla 7**  
**Índices de Gini (cálculos aproximados)**

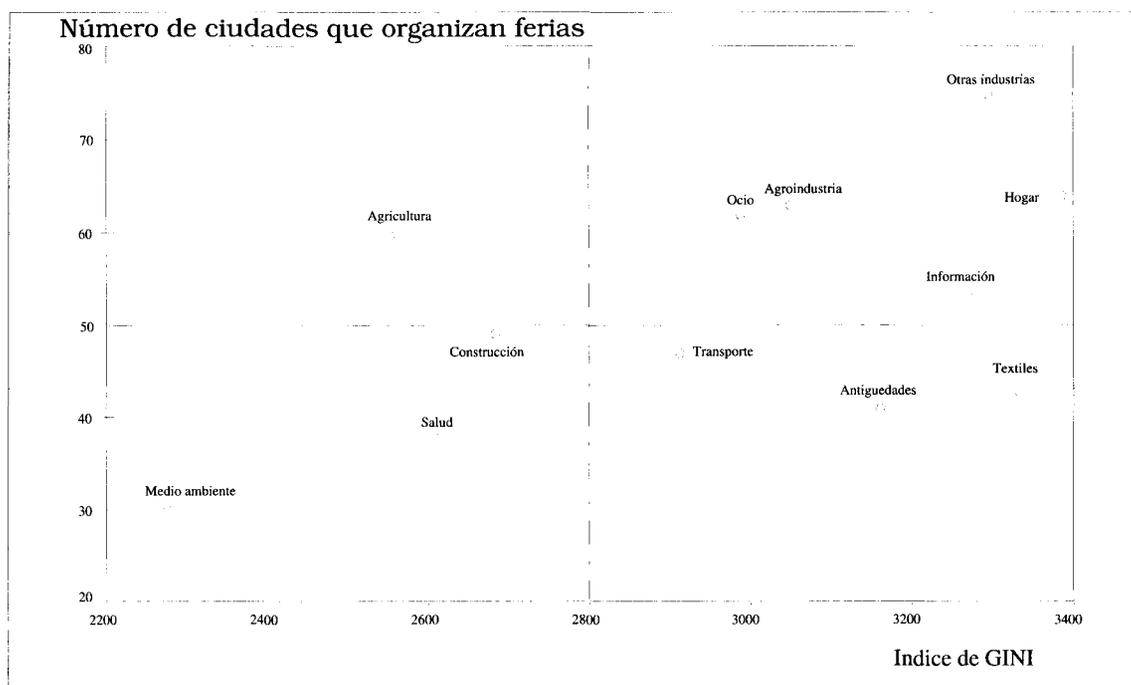
Sectores situados en un intervalo de 25 a 40 ciudades			Sectores situados en un intervalo de 40 a 55 ciudades			Sectores situados en un intervalo de 55 a 70 ciudades		
Textiles	G5	0.3332	Agricultura	G3	0.0256	Agroindustria	G4	0.3051
Salud	G8	0.2608	Construcción	G6	0.2683	Hogar	G7	0.3385
Medio ambiente	G9	0.2277	Transporte	G10	0.2911	Ocio	G12	0.2989
Antigüedades	G14	0.3162	Información	G11	0.3269	Otras Industrias	G13	0.3294
Media		0.2845	Media		0.2280	Media		0.3180
Desviación		0.0489	Desviación		0.1371	Desviación		0.0190

Fuente: elaboración propia

Por sectores individuales resulta que los más concentrados son los sectores de Hogar y Textiles, seguidos de cerca por Otras Industrias e Información. El menos concentrado es el sector de medio ambiente seguido por Agricultura, Salud y Construcción. El resto de sectores tienen situaciones intermedias. Teniendo en cuenta tanto los índices de concentración, como el número de ciudades en las que se ubica cada uno, podemos establecer los cuatro tipos de sectores representados en el gráfico tercero:

- *Sectores selectivos*, muy concentrados y en pocas ciudades: Textiles, Antigüedades y en menor medida, Transporte.
- *Sectores competitivos*, muy concentrados y en muchas ciudades: Otras Industrias, Hogar, Información y Agroalimentaria. El sector de Ocio también podría estar incluido en este grupo aunque dado su carácter poco profesional se le puede considerar en el siguiente grupo.
- *Sectores locales*, poco concentrados y en muchas ciudades: Agricultura, como claro ejemplo, y Ocio, por las razones antes comentadas.
- *Sectores jóvenes*, poco concentrados y en pocas ciudades: Medio Ambiente, Salud, y, en menor medida, Construcción.

**Gráfico 3**  
**Concentración de los sectores feriales**



Fuente: elaboración propia

## 6. Especialización ferial de las ciudades europeas

La especialización puede estudiarse de acuerdo con dos enfoques alternativos. Si se quiere medir el porcentaje de los sectores más importantes dentro de una ciudad ferial, entonces se está analizando la *especialización intraurbana* (sección 6.1). En este caso, la especialización se refiere a los sectores que, dentro de una misma ciudad, sobresalen respecto al resto. Por el contrario, si se quiere medir la relativa relevancia de un sector dado en una ciudad respecto a ese mismo sector en otras ciudades, entonces se necesita algún tipo de indicador con el que poder referirse al concepto de *especialización interurbana* (sección 6.2).

El análisis de la especialización ferial en las ciudades europeas se realizará en torno a la tabla 8. En ella se expone para cada una de las 45 primeras ciudades feriales la siguiente información: el número anual de expositores, el número total de sectores organizador por una ciudad, algunos porcentajes de concentración, el número de especializaciones, y algunos índices relacionados con los conceptos de especialización intra- e interurbana.

### 6.1 La especialización intraurbana

En una primera aproximación, la idea de especialización ferial especialización puede considerarse como antónima de la diversificación. Puede decirse que una ciudad que organiza muchos sectores tiene una estructura diversificada y poco especializada. La mejor medida para identificar los grados

**Tabla 8**  
**Especialización en las principales ciudades feriales europeas**

Ciudad ferial	Nº de empresas expositora	Nº de sectores feriales	Especialización intrarurbana					Especialización interurbana	
			Cuota (%) hecha por			Nº de especializaciones	Índice A Concentración	Índice B Peso global	Índice C Eficacia media
1º sector C1	1º y 2º sector C2	1º a 3º sector C3							
Paris	54 313	12	24	44	57	12	54	361	30
Frankfurt	35 246	10	41	63	71	6	68	226	25
London	33 308	12	16	30	44	12	44	315	26
Milano	31 869	11	29	52	65	8	62	282	26
Köln	28 950	11	20	40	56	9	52	292	27
Birmingham	26 639	12	25	47	56	12	52	311	26
Bologna	24 967	9	24	59	82	6	64	182	23
München	22 500	10	23	43	65	9	57	237	26
Düsseldorf	18 393	8	27	49	63	6	61	200	25
Hannover	17 356	9	35	64	72	7	67	220	24
Berlin	11 774	12	44	62	74	12	69	177	16
Barcelona	10 946	11	17	33	47	10	45	235	21
Madrid	9 834	12	23	41	57	12	52	196	16
Utrecht	8 582	9	54	69	75	6	74	113	14
Nürnberg	8 574	7	52	62	72	5	71	140	20
Verona	7 084	4	47	85	97	2	82	86	22
Valencia	6 793	11	32	48	59	10	57	149	14
Amsterdam	6 120	7	47	61	72	5	70	123	21
Bruxelles	6 056	9	24	38	51	8	50	151	19
Rimini	5 631	4	42	88	100	2	81	61	20
Essen	5 545	8	26	41	55	6	55	159	20
Hamburg	5 374	5	34	55	73	4	70	86	17
Lyon	4 985	9	24	45	62	7	56	145	16
Harrogate	4 776	9	52	69	80	2	75	96	11
Stuttgart	4 574	9	21	40	61	5	58	151	17
Firenze	3 943	4	53	91	97	2	85	75	19
Bordeaux	3 540	8	57	75	84	2	80	86	11
Bari	3 394	5	51	66	80	4	78	55	14
Manchester	3 141	10	21	38	47	10	47	97	10
Bilbao	2 866	12	37	62	68	12	64	82	7
Esher	2 732	11	15	31	44	11	41	93	8
Glasgow	2 722	11	16	28	40	10	40	101	9
Genova	2 679	4	34	65	93	3	73	67	17
Kenilworth	2 596	4	84	92	97	1	93	44	11
Brighton	2 540	6	45	78	87	2	80	76	13
Freiburg	2 520	5	36	65	85	3	77	90	18
Friedrichshafen	2 417	6	40	69	80	4	74	84	14
Dortmund	2 261	6	31	56	71	5	67	54	9
Ghent	2 199	2	64	100		1	82	11	11
Torino	2 091	5	36	64	82	3	70	82	16
Bristol	1 873	8	57	67	74	1	73	75	9
Sevilla	1 844	12	23	41	54	12	51	60	5
Zaragoza	1 786	6	44	69	87	3	78	84	14
Napoli	1 696	4	42	66	87	3	74	78	20
Lisboa	1 635	9	38	50	61	5	61	72	9
Average	10 015	8	36	58	70	6	65	137	17

Fuente: Elaboración propia

de especialización intraurbana es el porcentaje de cuota de mercado representada por los principales sectores. Una ciudad que, aunque organice varios sectores, sólo tiene una posición dominante en uno de ellos, podría ser considerada como ciudad especializada en un único sector. Dos medidas pueden derivarse de este modo de pensar: la especialización intraurbana específica, y la especialización intraurbana relativa. La primera indica la cuota de mercado del sector o sectores más importante/s (por ej.: el 40% representado por los primeros dos sectores de la ciudad respecto al total de sectores). Esta primera aproximación sirve para elaborar un índice (índice A). El segundo enfoque selecciona el número de especializaciones que tiene una ciudad a partir de las cuotas de mercado existentes en otras ciudades (por ej.: una ciudad puede considerarse que está especializada en dos sectores porque las cuotas de mercado de ambos superan las que existen en los mercados similares de otras ciudades). Esta segunda forma de especialización intraurbana sirve para dibujar un mapa de especializaciones.

De este modo, la especialización específica intraurbana puede definirse según el peso ocupado por el sector más importante de una ciudad (C1), los dos sectores más importantes (C2), los tres (C3), etc. La tabla 8 muestra los valores C1, C2 y C3, correspondientes a las principales ciudades feriales europeas, calculadas de acuerdo con:

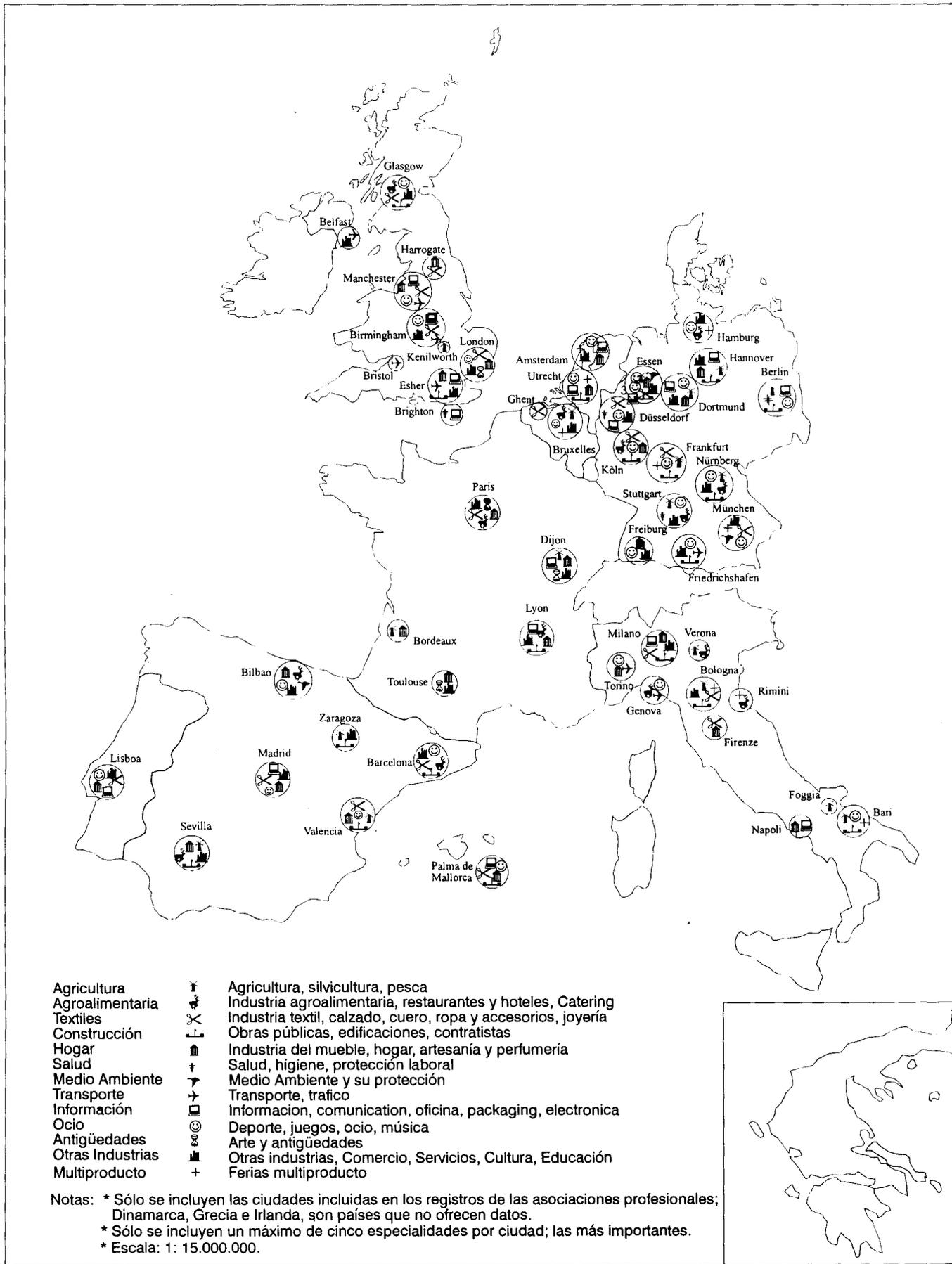
$$C1_j = \frac{\text{Max } z(NE_{ij})}{\sum_{i=1}^n z(NE_{ij})}$$

donde NE es el número de expositores de cada ciudad  $j$  (los expositores extranjeros se cuentan doblemente), y  $n$  es el número de sectores feriales. C2 está basado en los dos primeros máximos, C3 en los tres primeros máximos y así hasta Cn. Teniendo estos índices de concentración es posible determinar un criterio para identificar el número de especializaciones de una ciudad dada (*especialización intraurbana relativa*). Cuando el peso del sector líder de una ciudad (C1) es superior a la mediana de pesos del sector líder de las 140 ciudades feriales consideradas, cabe considerar que la ciudad se especializa en un sólo sector. Cuando no es así, se comprueba si el segundo porcentaje (C2) es mayor que la mediana de C2 para las otras ciudades; en este caso cabe considerar que la ciudad se especializa en dos sectores. El proceso se repite hasta llegar a todos los sectores feriales necesarios para otorgar un número de especializaciones. Los resultados se recogen en la tabla 8 y en el mapa 1. Indudablemente, la elección de este proceso es arbitraria y podría haberse utilizado cualquier otro criterio. Sin embargo, del que hemos elegido se desprenden resultados razonables.

De acuerdo con el criterio escogido, la mayoría de las ciudades pequeñas, es decir, las situadas por debajo de las 45 principales que enseña la tabla, podrían considerarse como especializadas en un único sector, aunque organicen varios tipos de ferias. Por el contrario, casi todas las grandes ciudades aparentan tener una estructura diversificada. No obstante, hay algunas excepciones. Algunas grandes ciudades tienen relativamente pocos sectores especializados (ej.:, Francfort, Düsseldorf, Hannover, Bolonia) mientras algunas ciudades de tamaño ferial medio tienen una estructura muy diversificada (Manchester, Glasgow, Sevilla, Esher).

# Mapa 1

## Las principales ciudades feriales de la Unión Europea y su especialización en 1991



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos Feria

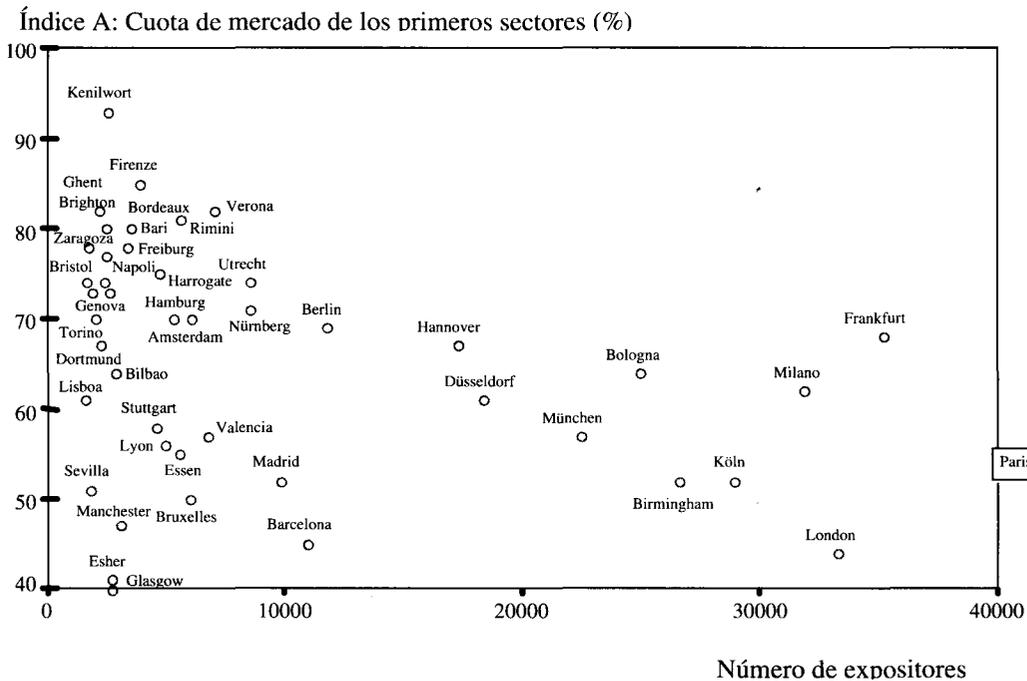
Observando el detalle de los sectores objeto de la especialización, se advierte claramente que las ciudades europeas presentan una gran heterogeneidad (mapa 1). Destaca la gran especialización de las ciudades líderes en sectores competitivos. Si excluimos el peculiar sector del ocio, las grandes especializaciones de las primeras ciudades corresponden a sectores que hemos definido como selectivos o competitivos. La más importante es la del sector Textil, líder en ciudades como París, Birmingham, Francfort (tras la feria Multiproducto), Colonia, Munich, Barcelona o Madrid. Otra especialización muy frecuente es el competitivo sector de Otras Industrias, donde se incluyen algunas de las ramas más innovadores del sector ferial. No es extraño encontrar ciudades muy importantes en las que esta especialización aparece como primer, segundo o tercer sector. París, Londres, Milán, Birmingham, Hannover, Munich, Barcelona, Amsterdam o Düsseldorf constituyen algunos ejemplos. Otro sector fuertemente especializado en las principales ciudades es el Hogar (Milán, Madrid, Valencia, etc.) Cabe señalar asimismo como muy significativo el hecho de que las pequeñas ciudades no manifiesten una preferencia concreta, y menos todavía común, a la hora de especializarse en uno o dos sectores.

Para resumir el concepto de especialización intraurbana específica se ha construido un índice A basado en las cuotas de mercado antes definidas:

$$IndA_j = \frac{1}{5} [(C1_j) + (C2_j) + (C3_j) + (C4_j) + (C5_j)]$$

Gráfico 4

*La especialización intraurbana como condición positiva pero no necesaria*



Fuente: elaboración propia

A continuación, esta variable-índice se ha relacionado con el número de expositores, obteniendo unos resultados muy importantes que aparecen reflejados en el gráfico 4. La principal nota que cabe destacar es que, para todas las grandes ciudades, la especialización intraurbana no parece una condición de éxito necesaria. Sin embargo, dicha especialización puede ser importante para algunas ciudades medianas o pequeñas que podrían beneficiarse de ella para competir con las ciudades más grandes.

## *6.2. La especialización interurbana*

El segundo concepto de especialización utilizado para entender sus relaciones con la nueva dinámica competitiva es el de especialización interurbana. Ya se observó que en la nueva economía de servicios, las ciudades buscan una especialización en muchos frentes (accesibilidad, servicios, sectores, etc.). En esta línea, las ciudades feriales buscan la especialización en sectores competitivos para alcanzar un nivel en el que los sectores con resultados más positivos compensen algún sector menos competitivo. La especialización interurbana está basada en la “competitividad” relativa de los sectores feriales. Como es obvio, las medidas e indicadores de competitividad que proponamos siempre serán incompletos, ya que, en el mundo ferial, la competitividad depende de factores muy cualitativos sobre los que no existen datos. Sin embargo, es posible utilizar ponderaciones sobre los sectores feriales como las que se expusieron en la tabla 6. Si con estos datos es posible identificar cuáles son los sectores destacables con que cuanta una ciudad ferial respecto a la que tienen otras ciudades (especialización interurbana), entonces es factible estimar una medida del peso global que tienen las especializaciones de una ciudad (índice B en la tabla 8) y la eficacia media ferial (índice C). Este último indicador será el responsable de medir hasta qué punto pueden merecer la pena las estrategias de especialización.

De acuerdo con esta conceptualización, lo que es realmente positivo para las ciudades feriales no es tener un gran número de sectores representados (diversificación), o un alto número de expositores (volumen global de la actividad ferial), sino acoger a sectores de gran importancia cuando los comparamos con los de otras ciudades (especialización interurbana). La diversificación o el volumen son condiciones necesarias pero no suficientes para obtener una alta especialización interurbana. En las pequeñas ciudades, que no tienen un tamaño significativo y suelen estar muy especializadas en el sentido intraurbano del término, las estrategias de especialización interurbana requieren mejorar la relevancia nacional o internacional de las especializaciones existentes; una vía para aumentar en tamaño, fama y capacidad competitiva.

De acuerdo con lo ya señalado, las medidas de especialización interurbana provienen de la tabla 6 (ampliada para las 140 ciudades de la base de datos). Los índices B y C son las medidas utilizadas para evaluar la magnitud y eficacia de la especialización interurbana. El índice B se forma ordenando todas las ciudades que organizan un determinado sector ferial, desde la ciudad líder hasta la que tiene una ponderación más baja. A la ciudad líder del sector se le asigna un valor equivalente al número de ciudades que compiten en ese sector. A la segunda ciudad se le asigna el mismo número menos uno y así

sucesivamente; la última ciudad siempre recibe el valor 1. Al final, para cada ciudad se suman los valores obtenidos por todos sus sectores.

Formalmente, el índice B puede obtenerse estableciendo una matriz  $H=(h_{ji})$  de modo que,

$$h_{ji} = \begin{cases} 1 & \text{si la ciudad } j \text{ está representada por el sector } i \\ 0 & \text{en el resto de casos} \end{cases}$$

La suma de elementos que pertenecen a cada columna de  $H$ , proporciona el número de  $h_i$  ciudades que compiten en un sector dado  $i$ ; esto significa que  $h_i = \sum_{j=1}^m h_{ji}$ . Posteriormente se forma otra matriz, con el mismo tamaño,  $m \times n$ ,  $O=(o_{ji})$ , de modo que  $o_{ji}$  sea el número de conjunto que representa la posición de la ciudad  $j$  en el sector  $i$  una vez llevada a cabo una ordenación. El índice B puede definirse, pues, como sigue:

$$IndB_j = \sum_{i=1}^n h_{ji} [(h_i + 1) - o_{ji}]$$

Este índice evalúa la posición relativa de una ciudad a partir de las posiciones relativas de los diferentes sectores que la representan. El índice se relaciona con la diversificación, puesto que cuanto mayor sea el número de sectores, mayor será la ponderación final que se obtiene. Sin embargo, lo determinante no es tanto el hecho de tener muchos sectores como el lugar que éstos ocupen en relación con otras ciudades.

Cuando se ordenan las ciudades según el índice B se obtienen algunos cambios significativos respecto a las jerarquías consideradas en las tablas precedentes (tabla 4 y 8). La clasificación según la especialización interurbana aparece encabezada por París, a la que siguen Londres y Birmingham, Colonia, Milán, Munich, Barcelona, Francfort, etc. Entre las ciudades intermedias o pequeñas destacan: Lyon, Glasgow, Esher y Friburgo, entre otras. Obviamente, existe una alta correlación entre el número de expositores y el índice B (ver gráfico 5): el coeficiente de correlación es 0,90.

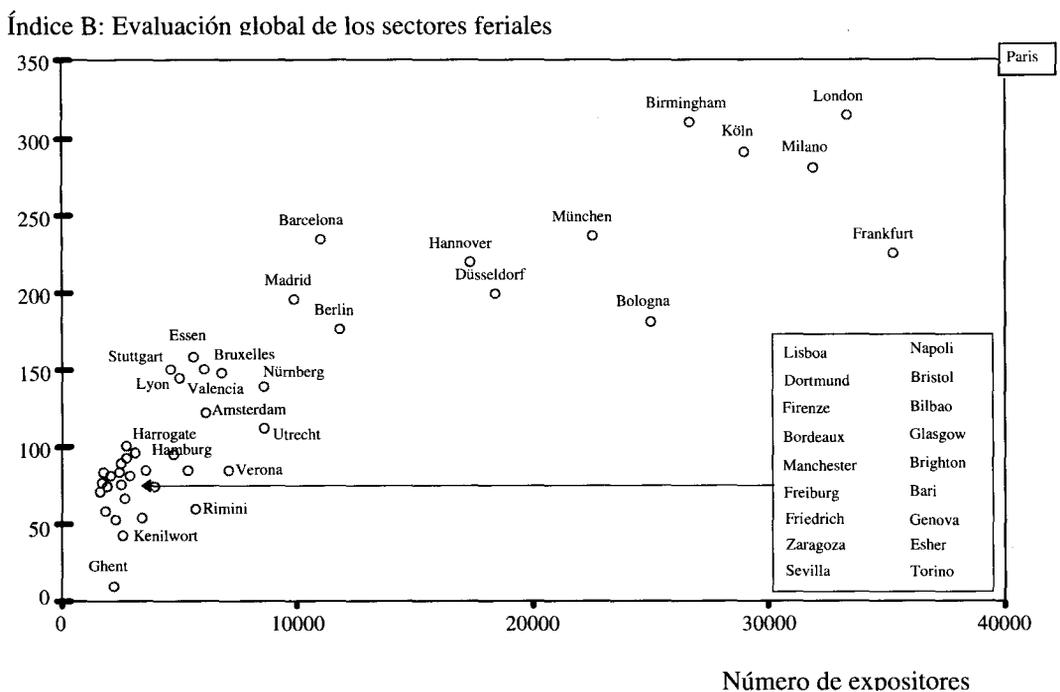
El índice C evalúa la efectividad de la especialización interurbana al dividir el índice B entre el número de sectores:

$$IndC_j = \frac{IndB_j}{n_j}$$

De este modo puede estimarse la competitividad media de los sectores que organiza cada ciudad ferial. Teóricamente, la última ciudad del *ranking* podría obtener la mayor eficacia media; le bastaría organizar un único sector que fuese líder en Europa y que las demás ciudades tuvieran un conjunto de

sectores competitivos compensados con otros menos o poco competitivos. Sin embargo, los resultados de la última columna de la tabla 8 muestran que el liderazgo de las principales ciudades feriales no está basado en una simple estrategia de volumen o diversificación. Su eficacia media es mayor que la de las ciudades que no son líderes. Este análisis también sirve para destacar un hecho relevante: algunas ciudades intermedias tienen una eficacia similar a la de las ciudades líderes (Düsseldorf o Verona, por ejemplo), mientras que otras intermedias tienen una eficacia media más baja de la que correspondería a su tamaño ferial (caso de Bilbao, Glasgow, Harrogate, Lisboa o Sevilla).

**Gráfico 5**  
**Correlación entre especialización global y número de expositores**



Fuente: Elaboración propia

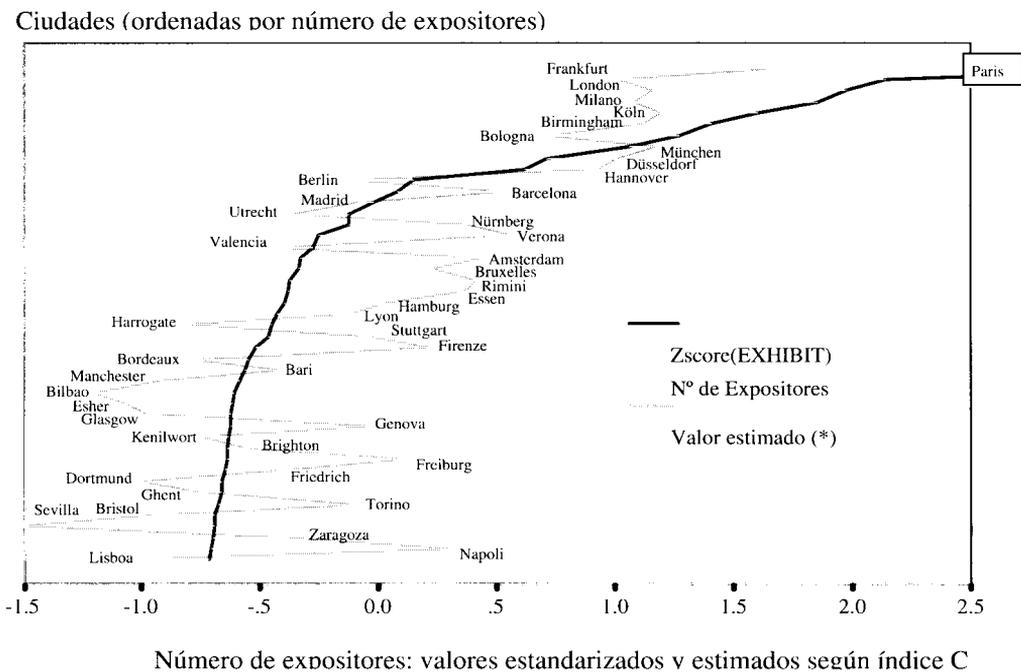
Como consecuencia, el índice C tiene una lógica correlación con las medidas de importancia ferial. Respecto al número de expositores el coeficiente de correlación es de 0.78. EL gráfico 6 muestra el resultado de una regresión lineal entre las dos variables. El resultado global se ratifica: a mayor volumen, mayor eficacia. Pero es preciso diferenciar varios tipos de tipos de ciudades. En el primer grupo hay que incluir las 10 ciudades líderes, desde París hasta Hannover, que son las que muestran más elevados niveles de eficacia, aunque algunas son incluso más eficaces de lo que cabría esperar según el número de expositores (algunas ciudades alemanas) y otras, por el contrario, obtienen un nivel de eficacia inferior para su gran tamaño (París, Francfort y Londres, debido a que su alto nivel

internacional les permite compensar con creces el tener algunos sectores relativamente menos relevantes).

El segundo grupo está compuesto por ciudades que tienen un grado de eficacia en su especialización que está muy por encima de lo que sería normal en función de su número de expositores. Este es el caso de Bruselas, Amsterdam, Barcelona, Friburgo, Nuremberg, Essen, Verona, Rímini, o Nápoles, ciudades cuyos sectores (muchos o pocos) se encuentran en buena posición para competir.

Un tercer grupo de ciudades muestra la situación contraria al anterior. Para el periodo de 1990-91, Glasgow, Harrogate, Bilbao, Lisboa, Esher o Sevilla muestran una bastante reducida relevancia de algunos sectores, de modo que la eficacia media de la especialización interurbana resulta baja, aunque algunas razones estratégicas pudieran justificar la organización de sectores poco ponderados (como la necesidad de responder a un mercado local o el comienzo de realización de planes de expansión). En principio, puesto que no ostentan una sólida posición internacional, su estrategia de especialización debería ser revisada.

**Gráfico 6**  
**Eficacia de las estrategias de especialización interurbana**



(\*) El valor predecido es el resultado de una regresión lineal basado en el índice C. Este índice es la eficacia media de los sectores feriales = peso global (índice B) / número de sectores organizados

Fuente: Elaboración propia

### 6.3 Clasificación de ciudades

Con lo elaborado en el punto anterior es posible confeccionar una clasificación de las ciudades feriales europeas atendiendo a tres criterios: grado de internacionalidad y competencia; grado de especialización interurbana (índice B); y evaluación de la eficacia media sectorial (índice C) (ver tabla 9). Las mayores ciudades especializadas interurbanamente son las mayores ciudades feriales de Europa. Operan en ambientes altamente competitivos a nivel mundial o europeo y el grado de eficacia en la especialización es medio-alto o muy alto. Las ciudades con especialización interurbana intermedia representan un segundo grupo. Operan en mercados europeos, nacional o regionales, y sus niveles de eficacia media en la especialización se sitúa en torno a la media de lo que correspondería según el número de expositores.

Una conclusión general que cabe decir también de la tabla 9 es que las ciudades feriales europeas muestran una gran heterogeneidad, aunque el análisis realizado nos ha permitido presentarlas en varios grupos y señalar las diferencias que existen dentro de cada uno de ellos.

**Tabla 9**  
**Clasificación de las 45 mayores ciudades feriales**

GRADO DE ESPECIALIZACIÓN INTERURBANA	Competencia mundial		Competencia europea		Competencia regional
	Gran tamaño ferial	Gran perfil internacional	Media-alto tamaño ferial, perfil internacional	Bajo-medio tamaño ferial, alto perfil internacional	Escaso tamaño ferial, bajo perfil internacional
<b>GRAN ESPECIALIZACIÓN INTERURBANA</b>					
Medio o alto nivel de eficiencia en la especialización	Paris London Milan Birmingham	Frankfort Kohl	Bologna Madrid Berlin		
Muy alta eficacia en la especialización		Munich Dusseldorf Hanover	Barcelona		
<b>MEDIA ESPECIALIZACIÓN INTERURBANA</b>					
Eficacia media en la especialización			Utrecht, Stuttgart Lyon, Valencia, Manchester	Zaragoza, Friedrichshafen, Turin	Kenilworth, Brighton, Bari, Gent, Burdeux
Eficacia alta en la especialización			Brussels, Amsterdam	Essen, Rimini, Hamburg, Florence	Verona, Nuremberg Friburgo Naples, Geneva
Eficacia baja en la especialización					Esher, Dortmund, Bilbao, Seville, Lisbon, Glasgow, Harrogate, Bristol

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

En el nuevo entorno competitivo urbano las ferias constituyen una posibilidad para aumentar la actividad económica dentro de la ciudad y para apoyar su internacionalización [Rubalcaba y Cuadrado, 1994]. En este escenario, la especialización juega un papel decisivo al ser un factor claro de competencia urbana. Las ferias especializan las ciudades donde se asientan los certámenes especializados en los que concurren empresas, a su vez especializadas. Esta relación entre empresas, ferias y ciudades, aumenta la ventaja competitiva urbana al desarrollar, mediante la especialización, un ciclo de vida como el explicado al comienzo de este trabajo, ciclo que resulta positivo en la mayoría de las ocasiones.

Como hemos señalado, la especialización ferial puede entenderse de dos formas: intra- e interurbana. La especialización intraurbana puede ser básicamente entendida como concepto antónimo de la diversificación y medido de acuerdo con el grado de concentración que cubren los principales sectores feriales. La especialización interurbana puede entenderse como las diversas especializaciones feriales que tiene una ciudad y puede venir medida por las ponderaciones sectoriales que discriminan entre ciudades para un sector dado.

Las grandes ciudades feriales no abandonan la especialización con su crecimiento, sino que lo que hacen es buscar diversificar sus especializaciones respecto a otras ciudades, con lo cual reducen la vulnerabilidad de una especialización excesiva y aumentan la capacidad de sostener temporalmente sectores que no responden al ritmo esperado. Las ciudades pequeñas, por el contrario, tienden a especializarse en sentido clásico, en un sólo sector, aunque sigan celebrando otras ferias. La fuerte especialización ha permitido que muchas pequeñas ciudades europeas compitan en niveles muy superiores a los que cabría esperar por su tamaño y, en ocasiones, en condiciones de gran eficacia y relevancia internacional.

Tiene también su importancia el tipo de sectores donde se produce la especialización. Los datos muestran que las ciudades líderes se especializan en sectores muy competitivos y selectivos. El mantenimiento de sectores competitivos junto a sectores de carácter más local parece una opción acertada en la diversificación de riesgos. La creciente saturación de algunos mercados feriales puede traducirse en una reorganización de la estructura ferial europea que fuerza la reducción del número de ciudades que albergan sectores muy competitivos.

La política ferial debe ser consciente de las relaciones entre competencia, especialización y tamaño de las ciudades. Un exceso de diversificación puede conllevar un fracaso cuando no se tiene el tamaño o la internacionalidad suficiente para permitir una gran especialización múltiple. La persistencia en sectores no rentables puede desembocar fácilmente en la saturación de los mercados y en el despilfarro de recursos. Las políticas feriales deberían comenzar por reconsiderar la necesidad de evaluar la actividad ferial en el nuevo marco competitivo internacional, valorar la efectividad de las inversiones y

subvenciones efectuadas y estudiar los beneficios y costes dentro de un análisis temporal. Desgraciadamente no existen estadísticas que permitan estudiar estas cuestiones, por lo que ulteriores esfuerzos investigadores son absolutamente necesarios.

Otra de las conclusiones más claras de este trabajo es el sorprendente mantenimiento de la extensa red ferial en Europa en relación con los procesos de concentración de la actividad económica que se están produciendo. Esto se debe tanto al importante papel de las ferias en el desarrollo regional, como a la existencia de especializaciones diferentes. Las ferias europeas parecen confirmar la hipótesis de que la apertura internacional de las economías urbanas refuerza las características locales y las especializaciones sectoriales y funcionales. La heterogeneidad de los sectores en los que se especializan las pequeñas ciudades feriales es una buena muestra de ello. La actividad ferial pone de manifiesto la continuidad de las diferentes trayectorias de las ciudades europeas, muy alejadas todavía del panorama mucho más homogéneo de las ciudades norteamericanas.

## Referencias

- BARÓ, E. Y SOY, A. (1993) Business service location strategies in the Barcelona metropolitan region. *The Service Industries Journal*, vol. 13, Nº. 2, 23-35..
- BELLINI, N. (1991) L'offerta di struttura fieristiche in Europa: la strategia de sviluppo dei principali concorrenti (*internal document*). Nomisma, Bologna.
- CAMAGNI, R.P. (1990) Network of cities and urban strategic planning in Europe. International conference: "Comparisons of urban economic development in the US and Western Europe, 1950-87". Bellegio, Villa Serbelloni.
- CASTELLS, M. (1989) *The informational city*. Basil Blackwell, Oxford.
- CATTAN, N. et al. (1994) *Le système des villes européennes*. Anthropos, Paris.
- CHESHIRE, P Y GORDON, I (1992) European Integration: territorial competition in theory and practice. Paper presented in the *North American RSA Congress*, Chicago, November 1992.
- CHESHIRE, P. (1992) Demysticising urban revitalisation. *4º RSA Congress*. Palma de Mallorca.
- CUADRADO, J.R.Y RÍO, C., DEL (1993) *Los servicios en España*. Pirámide.
- DANIELS, P.W. (1990) Activités tertiaires et dynamiques des metropoles: comparaisons internationales. *Metropoles en Desequilibre, Lyon 22-23, IX, 1990*, Lyon.
- DANIELS, P.W. (1993) *Service Industries in the World Economy*. Blackwell, Oxford.
- DANIELS, P.W. Y MOULAERT, F. (Eds) (1991) *The geography of services*. Frank Cass, London.

- EQUIPE P.A.R.I.S. (1993) Le poids économique des villes dans le système urbain européen, in SALLEZ, A. *Les villes, lieux d'Europe*. Datar/Editions de l'Aube, Paris.
- GOLFETTO, F. (1990) Strategia competitiva nel settore fieristico (*internal document*). Bocconi University, Milán.
- GORDON, I Y JAYET, H. (1994) Territorial policies between cooperation and competition. *International Conference: Cities, enterprises and society at the eve of the XXIst century*. Lille, 16-18 March, 1994. IFRESI-CNRS, Lille.
- JACOBS, J. (1969) *The Economy of Cities*. Vintage Books, New York.
- JAYET, H. (1991) Territoire et concurrence territoriale. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*.
- LAMBOOY, J.G. (1994) Urban Economic Development and the organisation of markets. *International Conference: Cities, enterprises and society at the eve of the XXIst century*. Lille, 16-18 March, 1994, IFRESI-CNRS, Lille.
- RECLUS (1989) *Les villes "européennes"*. Datar. La Documentation Française, Montpellier.
- RUBALCABA, L. (1994) *Fairs and Exhibitions in the European Economy*. Eurostat, Luxembourg.
- RUBALCABA, L. Y CUADRADO, J.R (1995) Urban Hierarchies And Territorial Competition In Europe, Exploring the Role of Fairs and Exhibitions. *Urban Studies*, Vol 32, No 2, 379-400.
- SALLEZ, A. (1993) *Les villes, lieux d'Europe*. Datar/Editions de l'Aube, Paris.
- SASSEN, S. (1991) *The global city: New York, London and Tokyo*. Princeton University Press. Princeton.
- SECCHI, C. (1991) La concorrenza tra città nel mercato unico europeo e il city marketing. *Lecco Economia*, Aprile, 1991.
- SENN, L. (1993) Service activities, urban hierarchy and cumulative growth. *The Service Industries Journal*, vol. 13, N° 2, 11-22.