

# Innovación y redes de cooperación para el Desarrollo Local

## *Innovation and networks of cooperation for the Local Development*

### Inovação e redes de cooperação para o Desenvolvimento Local

Ricardo Méndez  
Universidad Complutense de Madrid

Contato: ghhum13@emducms1.sis.ucm.es

**Resumen:** En el contexto de las transformaciones económicas, tecnológicas y político-institucionales de las últimas décadas, la innovación adquiere una importancia estratégica y en su promoción resultan esenciales las características de cada territorio, la presencia de actores locales y la creación de redes formales e informales de cooperación, capaces de impulsar procesos de desarrollo territorial sustentables. El texto analiza la teoría del medio innovador y, a partir de ella, plantea las posibilidades y obstáculos para promover la innovación en territorios periféricos dominados por la presencia de pequeñas empresas y actividades tradicionales, proponiendo algunas reflexiones a partir de investigaciones empíricas realizadas en España.

**Palabras clave:** Medio innovador; Redes de cooperación; Desarrollo territorial.

**Abstract:** In the context of the economic, technological and political-institutional changes of the last decades, innovation is of strategic importance. To promote innovation, the characteristics of each territory, the presence of the local actors and the creation of formal and informal networks of cooperation are essential, capable of stimulating the processes of sustainable territorial development. On the basis of the theory of the innovator environment, the text analyzes the possibilities and the obstacles for the promotion of innovation in peripheral territories dominated by the presence of small companies and traditional activities, taking into account considerations from empirical studies carried out in Spain.

**Key words:** Innovative medium; Networks of cooperation; Territorial development.

**Resumo:** No contexto das transformações econômicas, tecnológicas e político-institucionais das últimas décadas, a inovação assume uma importância estratégica. Para a promoção da inovação, são essenciais as características de cada território, a presença dos atores locais e a criação de redes formais e informais de cooperação, capazes de impulsionar processos de desenvolvimento territorial sustentáveis. Com base na teoria do meio inovador, o texto analisa as possibilidades e os obstáculos para a promoção da inovação em territórios periféricos dominados pela presença de pequenas empresas e atividades tradicionais, propondo-se reflexões a partir de pesquisas empíricas realizadas na Espanha.

**Palavras-chave:** Meio inovador; Redes de cooperação; Desenvolvimento territorial.

“La inteligencia como facultad psíquica se da sólo en personas concretas, pero la capacidad de creación surge, se fomenta o se dificulta en los grupos donde esas inteligencias personales viven, grupos que pueden ser más o menos inteligentes, más o menos aptos para resolver los problemas” (José Antonio Marina. *Crónicas de la ultramodernidad*).

## 1. El valor de la innovación como estrategia competitiva y línea de investigación

Las rápidas y profundas transformaciones que experimentan nuestras economías y sociedades han promovido en las dos últimas décadas un evidente esfuerzo de adaptación al cambio, que se hace patente tanto en las empresas, como en las instituciones públicas y los ciudadanos, sometidos a una rápida mutación del entorno en que viven y actúan de forma cotidiana. En la búsqueda de orientaciones capaces de permitir un mejor aprovechamiento de las oportunidades abiertas por el nuevo contexto de mundialización, revolución tecnológica acelerada y liberalización o desregulación de mercados, la innovación se ha convertido en una referencia obligada –incluso tópica– como respuesta necesaria ante los retos del presente.

Si desde la óptica empresarial “la innovación es la herramienta específica de los empresarios emprendedores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio

diferente” (Drucker, 1994: 29), desde la perspectiva de los investigadores interesados en el análisis de la realidad socioeconómica y territorial, la innovación también despierta creciente interés como instrumento que puede mejorar el funcionamiento de las actividades económicas, elevar su capacidad competitiva y la de los territorios que las albergan, mejorar la calidad del empleo y la sostenibilidad ambiental, ayudando a superar los riesgos de una globalización excluyente, que condena a buena parte del mundo a la precariedad o la marginación. Ese enfoque –ajeno al *deslumbramiento* tecnológico que muestran algunos investigadores y responsables políticos– ha convertido su estudio en una de las líneas de investigación con mayor interés entre quienes se interesan por una economía que, además de generar beneficios, pueda dar respuesta a las necesidades y exigencias de los ciudadanos, asegurando un cierto grado de equidad en la distribución social y territorial del excedente.

La experiencia acumulada en estos años parece demostrar que los fenómenos de innovación –en los procesos de trabajo, los productos (bienes/servicios) obtenidos, o la gestión y organización interna de las firmas, pero también en el funcionamiento de las instituciones públicas o privadas– surgen y se desarrollan mayoritariamente asociados a territorios concretos, donde existen recursos específicos (humanos, de capital, conocimiento, infraestructurales...) suficientes y de calidad, así

como agentes locales y/o regionales capaces de ponerlos en valor. La denominación de *medios o entornos innovadores* se ha abierto camino en la última década para designarlos y diferenciarlos de otras áreas que pueden ser actualmente dinámicas, pero que apoyan su crecimiento en la explotación de sus recursos naturales y humanos a bajo precio, o el aprovechamiento de subvenciones y ayudas, sin avanzar en la consecución de otro tipo de mejoras, lo que suele provocar costes sociales y ambientales elevados además de promover una forma de crecimiento frágil y dependiente en exceso de decisiones externas, situaciones que se alejan del concepto actual de desarrollo sostenible.

Esos territorios propicios al surgimiento de iniciativas innovadoras pueden albergar actividades muy diversas –desde el turismo y el ocio, a la agricultura, la pesca, la explotación forestal, etc. –, aunque la mayoría de casos conocidos y estudiados hasta el momento se relacionan con la industria. Se ha prestado por ello especial atención a ciertas áreas dominadas por pequeñas empresas y habitualmente especializadas en algún tipo de actividad o producto, que están consiguiendo una inserción favorable en la nueva división espacial del trabajo gracias a las mejoras técnicas, organizativas o de otro tipo que los empresarios han sido capaces de incorporar (Vázquez, 1999).

Pero, aunque los estudios empíricos realizados hasta el presente son poco numerosos, se comprueba que en la mayoría de ocasiones esas iniciativas individuales germinan y se desarrollan mejor allí donde existe un entorno social, económico e institucional articulado y receptivo a la novedad y el cambio, no anclado en inercias y formas de actuar que se resisten a modificar. Como afirma Albuquerque, “en entornos favorables, la innovación provoca un efecto multiplicador que incrementa más que proporcionalmente el rendimiento individual de los factores. La construcción de tales entornos constituye, pues, una tarea primordial para el impulso de la productividad y la competitividad del tejido empresarial. Y en ello pueden colaborar de forma decisiva los diferentes agentes sociales, públicos y privados, en cada territorio, municipio o región” (Albuquerque, 1996:18).

Se trata, por tanto, de una línea de investigación con evidente interés teórico y aplicado, en la que los geógrafos pueden colaborar con otros profesionales y con los agentes implicados en el desarrollo local, aportando una especial sensibilidad hacia los componentes territoriales implícitos y explícitos en tales procesos. Rechaza considerar a ese territorio como un simple escenario pasivo donde tienen lugar los acontecimientos, entendiéndolo como un conjunto interdependiente de *sistemas de objetos y sistemas de acciones* (Santos, 1996), construido en el tiempo por una confluencia de procesos estructurales y actores

locales, que condicionan tanto el presente como sus perspectivas de futuro.

Con estos supuestos de partida, el presente texto intenta sintetizar los aspectos de mayor interés que la teoría sobre el *medio innovador* puede aportar a quienes se interesan en el desarrollo local, al identificar algunas de las claves y de las principales limitaciones existentes en el camino de la innovación, además de proponer una metodología de investigación que puede facilitar la comparación entre territorios diversos. Como complemento a una presentación tal vez demasiado abstracta y genérica, se precisan y discuten algunos supuestos de la teoría a partir de la experiencia empírica derivada de una investigación colectiva realizada en España (Alonso y Méndez, 2000). En ese estudio se intentó destacar la importancia del contexto social de la innovación, así como de las redes de colaboración que pueden actuar como catalizadoras de iniciativas, lo que exige priorizar las técnicas cualitativas de investigación y el trabajo de campo sobre el simple análisis de la información estadística, que tan sólo puede ofrecer un marco de referencia sobre la estructura sectorial y empresarial del área, o servir como base para la elección de la muestra a encuestar pero nada dice sobre estrategias, comportamientos o valores.

Pese al carácter específico y limitado de esa investigación, consideramos que algunas de sus reflexiones pueden ser de utilidad para incorporarlas al debate sobre desarrollo territorial en áreas que, pese a mostrar estructuras socioeconómicas, trayectorias históricas y entornos geográficos muy diversos, se enfrentan también hoy a la necesidad de encontrar caminos propios basados en una utilización racional de sus recursos mediante respuestas innovadoras, capaces de enfrentar de manera más eficaz que en el pasado los retos del presente.

## 2. Respuestas innovadoras y desarrollo territorial: el valor de la geografía

El concepto de medio innovador (*milieu*) tiene como origen la obra del economista francés Philippe Aydalot y ha tenido continuidad, sobre todo, en el trabajo del *Groupe de Recherche Européen pour les Milieux Innovateurs* (GREMI), que ha llevado a cabo una serie de ciclos de investigación dedicados a distintos temas monográficos, origen de numerosas publicaciones (Maillat, Quévit y Senn edits., 1993; Ratti, Gordon y Bramanti, 1995; Ferrão coord., 1997; Crevoisier y Camagni edits., 2000), de las que puede encontrarse un buen número en la página web del *Institut de Recherches Économiques et Régionales* de la Universidad de Neuchâtel ([www.unine.ch/irer](http://www.unine.ch/irer)).

Suponen la incorporación de un enfoque ecológico a los estudios de economía y geografía, al interesarse por definir las *condiciones ambientales* que resultan más favorables para el surgimiento de iniciativas, la formación de redes empresariales y sociales, junto a la generación de innovaciones.

Frente a la opción de tomar como punto de partida la empresa, todos estos planteamientos optan por partir de los *lugares* donde aparece con más intensidad la innovación, para investigar así qué territorios son los más aptos para su producción y difusión, cómo contribuye el entorno socioespacial a esos procesos, y qué transformaciones se originan como resultado de la propia innovación. Asimismo, frente a la imagen schumpeteriana del empresario innovador, que actúa de forma aislada y en competencia con sus rivales a fin de obtener -al menos de forma transitoria- una ventaja monopolística, la idea de *medio innovador* destaca el hecho de que la innovación es, con frecuencia, un fenómeno colectivo en el que la existencia de relaciones empresariales (mercantiles o extra-mercado) y de formas de cooperación no incompatibles con el mantenimiento de un clima competitivo, pueden favorecer el proceso. Se plantea así la idea de que ciertos territorios se comportan como *semilleros* de empresas innovadoras, en función de sus características sociolaborales y culturales, así como de las relaciones locales que en ellos se tejen.

La hipótesis central, por tanto, es marcadamente geográfica, pues se basa en la influencia determinante del entorno local - de sus características materiales e inmateriales, tangibles unas, intangibles otras- y de las *dinámicas de proximidad* en la promoción y difusión de la innovación, especialmente en el caso de las pequeñas empresas, que no pueden interiorizar todos los recursos necesarios para desencadenar un proceso innovador y necesitan acudir a los existentes en el área donde se asientan. Un territorio innovador se compone, pues, de una serie de elementos interrelacionados de forma sistémica, pero que pueden ser analizados de forma autónoma, por representar otras tantas dimensiones de esa realidad:

- Un **substrato territorial** de ámbito local, aunque con límites muchas veces no coincidentes con las divisiones, que mantiene ciertos rasgos de homogeneidad interna y se comporta como espacio de vida y trabajo (cuena de empleo) para la mayoría de sus residentes.
- Un conjunto de **actores** (empresarios, instituciones públicas, sindicatos, asociaciones privadas con fines diversos...) con capacidad de decisión, que se identifican con ese espacio y son capaces de tomar decisiones y abordar proyectos de futuro.
- Una serie de **recursos** materiales (infraes-

estructuras técnicas, patrimonio urbano...) e inmateriales (saber hacer, herencia cultural, cohesión social...), que son comunes y que deben identificarse y ponerse en valor.

- Una **lógica de interacción**, por la que se establecen relaciones entre los actores y existe cierta capacidad de llegar a acuerdos, lo que en ningún caso excluye la competencia o el conflicto de intereses.
- Una **lógica de aprendizaje**, o capacidad de los actores para modificar su comportamiento a lo largo del tiempo con objeto de adaptarlo de forma flexible a los cambios del entorno, así como unas normas de actuación aceptadas colectivamente.

En consecuencia, la investigación sobre medios innovadores ha llamado la atención sobre el hecho de que el territorio no actúa como simple escenario neutral donde se localizan las empresas y desarrollan sus procesos de innovación, sino que interactúa con ellas, favoreciendo o dificultando su avance, al tiempo que orienta la evolución seguida en una determinada dirección o trayectoria, lo que da lugar a procesos acumulativos. Pero caracterizarlos no resuelve el problema central de saber qué factores justifican la construcción de territorios con estas características, así como su escasez en regiones periféricas, aspectos esenciales si se intenta su promoción desde la óptica del desarrollo local.

### 3. Condiciones para la formación de medios innovadores

El intento de comprender por qué ciertos territorios evolucionan hasta constituirse en verdaderos medios innovadores, mientras que otros muchos lo hacen en otras direcciones completamente distintas, exige la utilización de un esquema argumental capaz de combinar la influencia de dos fuentes de impulso complementarias:

- Ciertas precondiciones territoriales (económicas, sociales, laborales, históricas, culturales...) que propician el nacimiento y rápida difusión de las innovaciones: acumulación de conocimientos técnicos derivado de una tradición laboral en una determinada actividad, recursos humanos con nivel de formación adecuado, existencia de centros de formación y de investigación/ desarrollo tecnológico, servicios de apoyo, capital de riesgo, experiencia de trabajo en común, etc. A estas condiciones objetivas se suman otras subjetivas, más difíciles de identificar, tales como la densidad de relaciones sociales formalizadas o informales, el sentido de pertenencia y el grado de compromiso activo con el lugar, la identidad cultural, la cohesión social, etc.
- Junto a ese marco estructural, resulta también

necesario considerar la existencia de agentes locales – privados, públicos o ambos en combinación – capaces de poner efectivamente en valor esas precondiciones favorables y animar el proceso en una dirección económicamente viable, enfrentando la desconfianza inicial y los riesgos inherentes a todo cambio, mediante una dinamización social apoyada en resultados tangibles.

En consecuencia, si “el territorio es resultado de un proceso (se habla de territorio construido) surgido de las estrategias de los actores y de fenómenos de aprendizaje colectivo” (Maillat, 1995: 42), la innovación sólo llegará a consolidarse como resultado de una lenta tarea de construcción, por lo que cabe desconfiar del éxito que pueda suponer el emplazamiento de un *polo tecnológico* artificial allí donde no exista una base previa, en especial si éste no guarda relación con la estructura productiva preexistente en ese territorio.

Una vez iniciado el proceso innovador, la proximidad espacial entre las empresas, y de éstas con instituciones locales favorables a la innovación, generará un cierto volumen de *externalidades* positivas que lo refuerzan y favorecen ciertos efectos de aglomeración: reducción de costes de transacción entre las empresas, mayor facilidad para difusión de innovaciones y aprendizaje colectivo, etc. Este aspecto relativo a la proximidad ha sido objeto de particular atención (Veltz, 1999), al destacarse la aparente contradicción que supone aceptar la influencia decreciente del factor distancia, por la mejora en los sistemas de transporte y telecomunicación, al tiempo que se afirma el carácter espacialmente polarizado de la innovación y las empresas innovadoras, que pone de manifiesto la especial importancia de las respuestas locales en este mundo que se globaliza.

Pero si se acepta que la innovación es, con frecuencia, una actividad colectiva, resultado de la acción de un conjunto de actores heterogéneos que establecen un sistema de relaciones basadas en la cooperación, esos dos elementos – las redes y la cooperación – serán en tercer factor clave para su aparición y desarrollo.

La importancia de las redes de pequeñas empresas para generar ventajas competitivas fue especialmente resaltada por la teoría *marshalliana* del distrito industrial y ha generado una amplia bibliografía, que incluye un número creciente de textos de autores latinoamericanos (Casarotto Filho y Pires, 1999; Dussel, Piore y Ruiz, 1997...). Esas redes suponen la existencia de un espacio complejo y articulado, con una elevada densidad de vínculos, tanto entre la mayor parte de las empresas implantadas (proveedores de insumos, firmas industriales o turísticas, servicios de valor añadido...), como entre éstas y su entorno social e institucional (administración regional y local, instituciones

educativas, centros tecnológicos y laboratorios...). Como resultado de tales interrelaciones de carácter estable – aunque cambiantes en el tiempo – se genera un valor añadido que beneficia a todos los participantes y que no puede aparecer allí donde las empresas trabajan aisladas.

En el funcionamiento de esas redes la cooperación se constituye en uno de sus motores principales y, por tanto, resulta también un claro elemento de diferenciación respecto a otro tipo de espacios en donde la presencia de empresas innovadoras no se traduce en la creación de un verdadero medio innovador, tal como ocurre en la mayoría de tecnopolos o parques tecnológicos. Hablar de cooperación significa primar la negociación y el acuerdo entre las PYMEs que constituyen la red y que, sin renunciar a competir, aceptan el principio de que la colaboración no es, necesariamente, un *juego de suma cero*, en el que los beneficios de unos pocos se logran a costa del resto, sino que son posibles resultados positivos para todos los participantes. De este modo, la acumulación e integración de recursos y conocimientos aportados por unos y otros provocará efectos sinérgicos para el conjunto, superiores a la simple suma de sus componentes. Al mismo tiempo, la posibilidad de compartir riesgos y costes eliminará algunos de los frenos habituales para emprender un esfuerzo innovador en la pequeña empresa, como son la falta de capital o la incertidumbre y el riesgo de todo cambio.

La existencia de una cultura de la cooperación previa, basada en una cierta práctica compartida con finalidad muchas veces distinta a la estrictamente económica (fines culturales, políticos, sindicales, religiosos...), junto a la presencia de algún tipo de asociacionismo, son condiciones que favorecen el establecimiento de relaciones donde la confianza mutua es requisito importante, frente al individualismo imperante en las relaciones de mercado. La propia estabilidad de una red basada en acciones de cooperación se verá reforzada a medida que se acumulan experiencias anteriores. En palabras de Furió, “estas lógicas de confianza y cooperación parecen ser el resultado de una larga tradición productiva. De ahí que se considere que emanan como el producto de una historia económica común y de una cultura técnica y productiva idéntica”. Pero, en otros casos, esos hábitos de colaboración se han construido en los últimos años como resultado de la activa labor llevada a cabo por algunas personas e instituciones locales empeñadas hoy en fomentar esa cultura de la concertación, siempre frágil, pero cada vez más necesaria para resistir los embates de la mundialización.

Finalmente, aceptar esta interpretación sobre las razones que impulsan la formación de medios innovadores supone también, como contrapunto, identificar algunos de los principales

obstáculos que impiden su aparición en numerosos territorios, especialmente en áreas rurales, regiones atrasadas o países periféricos. Para avanzar en esta dirección, de especial interés operativo en muchos de los ámbitos en que trabajamos, pueden señalarse ahora algunas de las conclusiones obtenidas de la investigación realizada en España (Alonso y Méndez, 2000), que centró su atención en este tipo de territorios.

#### 4. Principales problemas de adaptación a regiones periféricas

La bibliografía internacional sobre la innovación y los espacios innovadores suele priorizar, hasta el momento, tanto a aquellos sectores más vinculados con la revolución de las tecnologías de información y comunicación, como aquellas áreas urbano-metropolitanas que parecen más relacionadas con este tipo de procesos por contar con un elevado volumen de externalidades acumuladas en el tiempo. Esa asociación, basada en un concepto de innovación muy restrictivo, provoca serias dudas a la hora de intentar trasladar el estudio de los procesos de innovación, las redes o la cooperación a otros territorios de características e historia económico-social muy diferentes, donde algunos consideran que esas temáticas resultan poco adecuadas. En ellos, el retraso estructural, la escasa competitividad de la mayor parte de sus empresas en los mercados internacionales, junto a una acusada especialización en sectores *maduros*, intensivos en el uso de recursos naturales y/o mano de obra poco cualificada, son características repetidas que dificultan la formación de *sistemas regionales y locales de innovación*.

Por ese motivo, resulta imprescindible realizar algunas aclaraciones sobre la posibilidad de adaptar el concepto de *medio innovador* a este tipo de territorios dominados por las pequeñas empresas de carácter muchas veces familiar y especializados en actividades de larga tradición. Los aspectos que parecen suscitar mayor polémica podrían sintetizarse en unas cuantas preguntas a plantear en el inicio de cualquier investigación de estas características:

- ¿Pueden llevarse a cabo procesos de innovación en lugares que se especializan en esas actividades de baja complejidad tecnológica (agrarias, industriales, extractivas, turísticas...), o se trata de un fenómeno específico de sectores industriales avanzados, más vinculados con el uso intensivo de nuevas tecnologías y la realización de inversiones destinadas al fomento de la I+D?
- ¿Se dan las condiciones necesarias en regiones de baja densidad urbana y, dentro de ellas, en pequeñas ciudades y núcleos de carácter rural, que no cuentan con las externalidades asociadas

a una aglomeración de dimensión suficiente como para generar rendimientos crecientes?

- ¿Cuál puede ser la capacidad innovadora de las pequeñas empresas, ampliamente dominantes en estas áreas, teniendo en cuenta su limitada capacidad financiera, la escasa formación que a menudo padecen empresarios y trabajadores, o su limitada capacidad para afrontar el riesgo que conlleva todo experimento innovador?

Las experiencias analizadas en la obra ya mencionada permiten afirmar que la noción de medio innovador, entendida en los términos planteados en páginas anteriores, no excluye necesariamente territorios con esas características estructurales y, por tanto, no existe determinación *a priori* en tal sentido, pudiendo destacarse tres tipos de conclusiones que parecen de especial interés para los objetivos aquí planteados.

a) Sobre el significado de la innovación en estas áreas

Resulta innegable que existe una jerarquía entre tipos y grados de innovación y que las observadas en estos territorios no suelen encontrarse entre las de vanguardia. Así, en pequeñas empresas de sectores *maduros* las innovaciones recientes estarán seguramente orientadas a la incorporación de modestas mejoras técnicas (renovación de maquinaria y equipos) de origen externo y de carácter adaptativo, junto a ciertos avances hacia una gestión más profesionalizada (Ricca, 1998), más que a la producción de innovaciones propias, a partir de un esfuerzo en el terreno de la investigación y el desarrollo tecnológico. Si no es probable encontrar en ellas departamentos específicos dedicados a estas tareas, tampoco lo será la colaboración en tal sentido con universidades o centros de investigación.

Pero eso no excluye la presencia de ciertos fenómenos de transferencia tecnológica, así como de esfuerzos en materia de diseño, calidad y presentación de los productos/servicios, publicidad, creación de marcas o denominaciones de origen, captación de nuevos clientes, etc., que permiten su mantenimiento o su expansión en el mercado sin recurrir de forma exclusiva a la competencia en bajos costes como estrategia dominante.

Si innovar es, ante todo, incorporar conocimiento al trabajo para obtener una mejora del mismo, la comprobación de que esto ocurre en determinadas localidades ubicadas en regiones periféricas pone de manifiesto no hay sectores obsoletos, sino formas de producir y gestionar obsoletas, lo que es aplicable a cualquier tipo de actividad. También muestra que esa renovación puede realizarse – aunque con diferente grado de dificultad inicial – en numerosos territorios.

b) Sobre el protagonismo de los agentes locales y

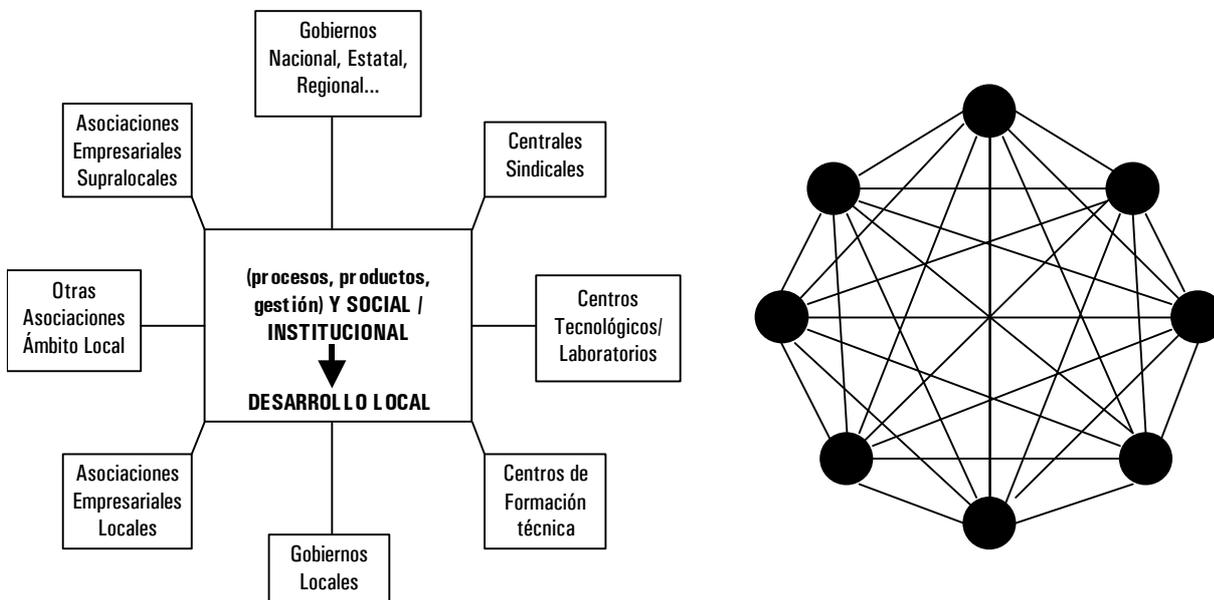
las redes de cooperación

Todos los ejemplos locales de *éxito* identifican la presencia de ciertos pioneros que, en su momento, animaron el inicio de procesos innovadores, pues muchas PYMEs no pueden enfrentar los cambios de forma aislada, por lo que la existencia de agentes locales y, más aún, de redes de cooperación, constituye un recurso estratégico para el desarrollo local, bastante escaso en áreas con una pobre tradición asociativa y un tejido social poco articulado.

Se identificaron así hasta un total de ocho tipos de agentes promotores, tanto privados como públicos y que operan a escala local o supralocal, cuya presencia suele ser máxima en los núcleos más dinámicos y consolidados, con empresas más

estables, y mínima en áreas periféricas, con mayor presencia de microempresas y condiciones de precariedad (figura 1). La situación óptima supondría la existencia de redes de cooperación entre todos estos agentes para realizar proyectos comunes, más allá de la actuación específica desarrollada por cada uno, situación hipotética que puede compararse con las redes efectivas detectadas en cada localidad, lo que supone un nuevo tipo de herramienta metodológica útil para identificar las principales deficiencias y limitaciones existentes en cada lugar para promover la innovación y articular el tejido empresarial y social.

**Figura 1:** Principales agentes promotores de la innovación y redes institucionales de cooperación.



c) Sobre los principales obstáculos a la innovación y la construcción de redes.

La investigación realizada en pequeñas ciudades y núcleos rurales de Castilla-La Mancha también permitió identificar algunos de los obstáculos principales a la formación de sistemas locales de empresas favorables a la innovación, que pueden agruparse en tres tipos.

En primer lugar, están los factores de oferta, relacionados con déficits en la estructura empresarial: limitada capitalización de muchas firmas, dificultad para acceder a las ayudas públicas (escasa información, complejidad de la tramitación, retraso en el pago de la subvención...), o escasa formación de numerosos empresarios y trabajadores, a lo que se añade la limitada presencia de cuadros técnicos en las empresas. En segundo lugar están los factores de demanda, relacionados

con la tradicional competencia en precios y la posibilidad de recurrir a trabajo precario/informal, que desanima el esfuerzo inversor y el riesgo asociados a la innovación a favor de una "estrategia de seguidores, basada en la reducción de costes" (Vázquez, Garofoli y Gilly, 1995), así como con el escaso control de unos canales de distribución dominados progresivamente por grandes grupos comerciales – muchas veces transnacionales – que imponen precios y limitan la posibilidad de diferenciar los productos con marca propia del fabricante. Están, por último, los factores de entorno territorial, relacionados con la inexistencia de esas redes de cooperación institucional, que hace muy difícil avanzar en el camino de la innovación a empresas y territorios situados en una posición funcionalmente periférica.

d) Sobre la renovación de las políticas orientadas al desarrollo local

No es objetivo de este texto abordar con detenimiento la propuesta de políticas adecuadas para fomentar la constitución de espacios capaces de fomentar la innovación y promover así el desarrollo local. No obstante, pueden señalarse tres tipos de actuaciones específicas que podrían contribuir a la construcción de redes y el fomento de la cooperación entre las PYMEs, más allá de las ayudas específicas que en algunos países se destinan a estas últimas en aspectos como la financiación, información, formación, etc.:

- Apoyo al asociacionismo, financiando proyectos que fomenten la cooperación entre las empresas locales y la identificación de nuevos canales de distribución para sus productos en el mercado: compras comunes a proveedores, asistencia a ferias y exposiciones, realización de ferias locales, publicidad conjunta, promoción exterior, estudios de mercado, marcas y denominaciones de origen, etc.
- Estímulo a las actividades de los centros tecnológicos y de servicios existentes, potenciando la demanda de las empresas, junto a la creación de sucursales o nuevos centros en algunas localidades con especial dinamismo económico y demanda potencial.
- Promoción de ciudades medias y centros de servicios comarcales donde exista un umbral mínimo de población y actividades para concentrar servicios empresariales, enfrentando así la debilidad estructural de numerosos sistemas urbanos en regiones periféricas.
- Descentralización de competencias y recursos hacia gobiernos regionales y locales, así como creación de vías que fomenten la participación directa de las comunidades locales en las decisiones que las afectan, en la línea del *empowerment* propuesto en su día por Friedman (1996).

La promoción del desarrollo sólo cobra pleno sentido en territorios concretos, entendidos como realidades sociales construidas en el tiempo, donde se articulan procesos globales y actores locales en una red de interacciones compleja y dinámica que resulta esencial para comprender sus desiguales trayectorias. Un esfuerzo de innovación capaz de aprovechar el patrimonio heredado del pasado para proyectarlo hacia el futuro, junto a unas redes de cooperación capaces, a su vez, de superar las debilidades de numerosos actores locales cuando actúan de forma aislada, pueden ser caminos a explorar en la búsqueda de un mayor y mejor desarrollo para nuestros territorios y las sociedades que viven en ellos.

## Bibliografía

- ALBURQUERQUE, F. *Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico*. Santiago de Chile, ILPES, 1996.
- ALONSO, J. L.; MÉNDEZ, R. (coords.). *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Madrid, Civitas, 2000.
- BENKO, G.; LIPIETZ, A. (edits.). *Las regiones que ganan. Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim, 1994.
- CAMAGNI, R. (edit.). *Innovation networks. Spatial perspectives*. Londres, Belhaven Press, 1991.
- CARAVACA, I. Los nuevos espacios ganadores y emergentes. *Revista EURE*, nº 73, Santiago de Chile, p. 5-30, 1998.
- CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. *Redes de pequenas empresas e desenvolvimento local*. São Paulo, Atlas, 1999.
- CREVOISIER, O.; CAMAGNI, R. (edits.). *Les milieux urbains. Innovation, systèmes de production et ancrage*. Nauchâtel, EDES, 2000.
- DRUCKER, P. *La innovación y el empresario innovador*. Barcelona, Planeta, 1994.
- DUSSEL, E.; PIORE, M.; RUIZ, C. *Pensar globalmente y actuar regionalmente. Hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI*. México, UNAM-Fundación Ebert-Editorial Jus, 1997.
- FERRÃO, J. (coord.). *Políticas de inovação e desenvolvimento regional e local*. Lisboa, ISC/ Universidade de Lisboa, 1997.
- FRIEDMAN, J. *Empowerment. Uma política de desenvolvimento alternativo*. Lisboa Celta, 1996.
- FURIÓ, E. Desarrollo territorial y procesos de innovación: los *milieux innovateurs*. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, vol. XXVIII, nº 110, p. 639-649, 1996.
- MAILLAT, D. Les milieux innovateurs. *Sciences Humaines*, nº 8, p. 41-42, 1995.
- MAILLAT, D.; QUÉVIT, M.; SENN, L. (edits.). *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional*. Neuchâtel, GREMI-EDES, 1993.
- MÉNDEZ, R. *Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona, Ariel, 1997.
- \_\_\_\_\_. Innovación tecnológica y reorganización del espacio industrial: una propuesta metodológica. *Revista EURE*, nº 73, Santiago de Chile, p. 31-54, 1998.
- RICCA, D. *Da empresa familiar à empresa profissional*. São Paulo, Editora CL-A Cultural, 1998.
- SANTOS, M. *A natureza do espaço*. São Paulo, Hucitec, 1996.
- STORPER, M. *The regional world: territorial development in a global economy*. Nueva York, The Guilford Press, 1997.
- VÁZQUEZ, A.; GAROFOLI, G.; GILLY, J. P. (edits.). *Gran empresa y desarrollo económico*. Madrid, Síntesis, 1997.
- VÁZQUEZ, A. *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid, Pirámide, 1999.
- VELTZ, P. *Mundialización, ciudades y territorios*. Barcelona, Ariel, 1999.