

# LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y LA DIFUSIÓN COMO NUEVOS FACTORES DE DESARROLLO TERRITORIAL. UNA COMPARACIÓN ENTRE DOS ÁREAS GEOGRÁFICAS DE DIFERENTE ACCESIBILIDAD

**Javier Esparcia Pérez**  
**Joan Noguera Tur**  
**Vicente Ferrer Sanantonio**  
UDERVAL  
Departamento de Geografía  
Universitat de València

## RESUMEN

El proyecto AsPIRE (Perifericidad No Espacial, Innovación y la Economía Rural) intenta dar respuesta a algunas de las dudas que están surgiendo en ciertos modelos geo-económicos tradicionales. El desarrollo de otros factores parece que puede suplir parcialmente las deficiencias ligadas a la localización geográfica. La comunicación que presentamos se centra en el papel de la innovación y las redes empresariales como uno de los factores emergentes de desarrollo territorial.

**Palabras clave:** accesibilidad, redes empresariales, innovación, nuevos factores de desarrollo territorial.

## ABSTRACT

The AsPIRE Project (Aspatial Peripherality, Innovation and the Rural Economy) intends to provide a scientifically valid answer to some of the problems arising in certain traditional geo-economic models. New «soft factors» (innovation capacity, IST, governance structure, social capital, etc.) appear to have a significant role in overcoming traditional disadvantages linked to geographic location. This paper focuses in the role of one of these «soft factors»: innovation and business networks.

**Key words:** accessibility, business networks, innovation, new factors of territorial development.

## I. NUEVOS FACTORES DE DESARROLLO TERRITORIAL: ¿UNA OPORTUNIDAD PARA LA COHESIÓN Y LA REDUCCIÓN DE LOS DESEQUILIBRIOS REGIONALES?

El presente trabajo se enmarca en el proyecto AsPIRE (Aspatial Peripherality, Innovation, and the Rural Economy), financiado por la Comisión Europea dentro de su V Programa Marco de Investigación (QLK5-200-00783). Este proyecto se desarrolla, de forma coordinada y utilizando los mismos métodos y etapas en la investigación, a escala europea con la participación de cinco países miembros<sup>1</sup>.

El proyecto AsPIRE intenta dar respuesta a las dudas que están surgiendo en ciertos modelos geo-económicos no demasiado cuestionados en la bibliografía tradicional. Dichos modelos justifican el desarrollo económico de los territorios atendiendo como factor principal a la accesibilidad geográfica a los mercados centrales; de tal manera que, de acuerdo con estos modelos, las regiones que están más alejadas de ciudades centrales son menos atractivas para la localización de empresas porque incurren en muchos costes (de transporte, de materias primas, etc.) y no tienen acceso a servicios especializados que sólo se encuentran en ciudades centrales (capitales de provincia y algunas cabeceras comarcales en nuestro caso) (Copus, A., 2001).

Estos modelos tienen su principal expresión en la teoría «centro-periferia». Según esta teoría, existirán regiones que siempre estarán desarrolladas (centros) y otras regiones, alejadas geográficamente de los centros, que tendrán un desarrollo económico mucho menor (periferias). Sin embargo, la existencia de factores no puramente geográficos, derivados de la globalización económica, parece que puede suplir, al menos parcialmente, las deficiencias ligadas a la localización geográfica (malas comunicaciones, falta de servicios, etc.) y romper este esquema general. Por el contrario, es posible que zonas que estén bien comunicadas y que pertenezcan a una región considerada como «centro» pierdan capacidad de desarrollo precisamente porque están influyendo en su contra factores no geográficos derivados de la globalización (Spiekerman, K., Wegener, W. y Copus, A. K., 2002).

---

<sup>1</sup> Los países miembros participantes en el proyecto son: Alemania, Irlanda, España, Finlandia, Grecia y Reino Unido. En España el proyecto se lleva a cabo desde la Unidad de Desarrollo Rural y Evaluación de Políticas Públicas —UDERVAL—, del Dpto. de Geografía de la Universidad de Valencia.

El proyecto ASPIRE intenta detectar y analizar ejemplos de territorios en los que existen indicios de que el modelo «Centro-Periferia» no se cumple, total o parcialmente.

Las comarcas de L'Alcoià y de La Foia de Castalla han desarrollado una industria endógena muy importante y puntera en el ámbito valenciano, basada en el textil y en el juguete principalmente. Sin embargo, es fácilmente deducible que ambas comarcas han conseguido tal desarrollo al margen de una buena localización geográfica, es decir, las comunicaciones por carretera y ferrocarril lejos de ser un factor de competitividad han sido un obstáculo que debía superarse. Además estas comarcas están consideradas lejanas a Valencia o Alicante, lugares «centrales» de la Comunidad Valenciana<sup>2</sup>.

Por su parte, la comarca del Camp de Morvedre (y parte del Alto Palancia<sup>3</sup>) está situada a escasos 26 kilómetros de Valencia, con una topografía prácticamente llana y unas comunicaciones excelentes (en una encrucijada histórica de caminos). Sin embargo, la comarca presenta un nivel de articulación social y desarrollo económico muy desequilibrado internamente y parcialmente en desacuerdo con lo que cabría esperar en función de su localización geográfica. Esto es debido, por un lado, a que la industria se ha concentrado en Sagunto (no en núcleo histórico, sino que dio lugar a una nueva ciudad, el Puerto de Sagunto, aún más grande que el núcleo histórico), y, por otro, a que estamos ante una industria de tipo exógeno (de origen vasco) basada en la siderurgia en torno a la cual se ha articulado la mayor parte de la actividad industrial de la comarca.

Ambas áreas representan realidades diferentes; por una parte un territorio que está más desarrollado de lo que pudiéramos esperar si atendemos a su situación geográfica (escasa accesibilidad, difícil topografía y lejanía a Alicante y Valencia); por otro, un territorio que está menos desarrollado de lo esperado si atendemos a su situación geográfica (buenas comunicaciones, cercanía a Valencia y topografía poco dificultosa). Atendiendo a estas características podemos afirmar que existen factores diferentes a la accesibilidad que pueden estar condicionando tales situaciones.

Estos «nuevos factores de desarrollo territorial» (NFDT) giran principalmente en torno a la existencia (o déficit) de un elevado **capital social**, la existencia (o déficit) de un **tejido institucional** denso e interrelacionado (administraciones eficientes, colaboraciones público-privadas abundantes y políticas adecuadas tanto a las empresas como al resto de la sociedad), la existencia o déficit de **infraestructuras y servicios de telecomunicaciones**, la existencia (o inexistencia) de un **tejido empresarial** importante y, por último, las condiciones que refuerzan el **turismo** como actividad claramente desvinculada de los centros económicos. Estos factores están teniendo, a nuestro juicio, un papel fundamental en las economías locales para

---

2 El coste temporal del desplazamiento desde el centro comarcal Alcoi a la capital regional ha sido, hasta prácticamente la actualidad, de cerca de 2 horas, a pesar de encontrarse a poco más de 100 km. Algo similar ocurre con el tiempo de desplazamiento a Alicante, la capital provincial, de la que sólo separan a Alcoi 60 km que llevan cerca de una hora. En ambos casos, el tiempo se va a ver sustancialmente reducido con la finalización de la autovía central valenciana que, sin embargo, no puede explicar de ninguna manera el dinamismo histórico de estas comarcas.

3 La comarca del Camp de Morvedre era en un principio el ámbito exclusivo de estudio de la zona accesible, sin embargo, ajustándonos a una serie de indicadores se han incorporado sólo los municipios de la comarca del Alto Palancia que presentan características geográficas similares a las del Camp de Morvedre (los municipios colindantes con la autovía Valencia-Burgos, entre Sagunto y Segorbe).

desarrollar, o lastrar, el desarrollo en un nuevo contexto económico y social relacionado con la globalización de los mercados.

La comunicación que presentamos se centra en el papel de la innovación y las redes empresariales como factor de desarrollo territorial. Para ello se presentan los primeros resultados de 136 entrevistas a una muestra de empresarios de ambas áreas de estudio.

## II. METODOLOGÍA

Se han realizado un total de 136 entrevistas a empresas en ambas áreas. No se trata de un estudio sectorial, sino que se pretende obtener una muestra de empresas diversas en cuanto a características y tamaño (desde talleres de 2 empleados a empresas con más de 100 empleados). A pesar de este objetivo, existen sectores muy extensos en cada una de las comarcas y que, por tanto, suponen una buena parte de las entrevistas realizadas (el textil en L'Alcoià, el juguete y la inyección de plástico en La Foia de Castalla y el almacenaje de fruta en el Camp de Morvedre o fabricación de jamones y en el Alto Palencia).

Las entrevistas han tenido una duración de una hora aproximadamente y se han tratado aspectos relacionados con las redes empresariales, la innovación, la utilización de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, la accesibilidad física, las relaciones con la administración y las relaciones formales con otras organizaciones (asociacionismo). A continuación se describen los principales resultados.

## III. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS

En esta sección intentamos averiguar algunas características generales de las empresas y del empresariado para observar si existen diferencias notables en ambas áreas.

### 1. El Empleo

El tejido empresarial de ambas áreas de estudio es diferente. Así, en las comarcas de Alicante encontramos una variedad de sectores importante (juguete, textil, inyectados, mecanizados, troquelados, etc.), con un total de empresas que asciende a más de 500. Estas empresas utilizan el tipo de empleado a tiempo completo (plantilla fija) como fórmula principal (91%) lo que nos indica que la producción se prolonga durante todo el año (independientemente de los picos de producción estacionales). Por el contrario, el área de estudio en la provincia de Valencia mantiene un gran número de empresas dedicadas a la comercialización de cítricos principalmente. Esta actividad necesita de una gran cantidad de mano de obra estacional para cada campaña. El número total de empresas en esta área no llega a las 350 y existe una menor variedad de sectores.

### 2. Sexo, edad del empresario, nivel de formación académica y formación empresarial no reglada

Son los varones los que básicamente han creado o heredado las empresas que aparecen en la muestra en ambas áreas de estudio; en los pocos casos en que las mujeres son las empre-

sarias, han llegado a ejercer de gerentes al heredar de sus padres dicha responsabilidad. La edad del empresariado es bastante dispersa en ambas áreas, predominando el intervalo 36-50 años en ambos casos, si bien existe un mayor porcentaje de empresarios muy jóvenes en L'Alcoià-Foia de Castalla.

Encontramos también una dispersión elevada en el nivel de formación académica (Cuadro 1) de los empresarios. Predominan en ambas áreas los niveles de estudios primarios, aunque a partir de aquí, en el Camp de Morvedre existe un empresariado con una formación superior en nivel académico, especialmente significativa en los licenciados universitarios —un 14% superior a la zona de L'Alcoià-Foia de Castalla. El Cuadro 2 incluye algunas características relevantes del empresariado de ambas áreas:

**Cuadro 1**  
NIVEL DE FORMACIÓN ACADÉMICA DEL EMPRESARIADO (%)

	Camp de Morvedre-Alto Palencia	Alcoià-Foia de Castalla
NA (en blanco)	8	4
NS/NC	2	2
Estudios Primarios	14	32
Estudios Secundarios	28	36
Diplomado Universitario	16	10
Licenciado Universitario	30	16
Postgraduado	2	0
Total	100	100

Fuente: elaboración propia.

**Cuadro 2**  
OTRAS CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIADO

% de Empresarios	Camp de Morvedre-Alto Palencia	Alcoià-Foia de Castalla
Antes de gestionar esta empresa el empresario gestionaba otra empresa en la misma área	16	6
Antes de gestionar esta empresa el empresario gestionaba otra empresa en otro lugar	8	2
Antes de gestionar esta empresa trabaja en otra empresa de esta área	<b>34</b>	<b>40</b>
Antes de gestionar esta empresa trabaja en otra empresa de otro lugar	18	6
Al menos uno de los padres gestionaba una empresa en esta área	28	<b>48</b>
Al menos uno de los padres gestionaba una empresa en otro lugar	2	2
Soy Nacido/a y crecido/a en este área	<b>70</b>	<b>90</b>
Socio/a de un club deportivo en el área	14	26
Soy Miembro de una asociación cultural o de otro tipo	22	38
Participo en las actividades administrativa de mi municipio	16	12

Fuente: elaboración propia.

El primer factor destacable es el alto porcentaje de empresarios nacidos en las propias áreas de estudio, principalmente en L'Alcoià-Foia de Castalla (90%), lo cual es una muestra del carácter fuertemente endógeno y familiar de las empresas. Un porcentaje superior al 30% en ambas áreas ha trabajado anteriormente en una empresa del mismo sector. Es este un factor que permite el aprendizaje suficiente para dar un salto cualitativo tan importante —de trabajador a empresario— con la ventaja de un perfecto conocimiento del sector. En las comarcas de L'Alcoià y la Foia de Castalla es muy importante la herencia de padres a hijos en la tradición empresarial (48%), dato que coincide con la idea de que el escenario empresarial tiene una fuerte componente familiar.

Otras lecturas interesantes del cuadro 2 son las referidas a las actividades sociales del empresariado. Existen distintas estimaciones de la relación del empresario con el resto de la sociedad, desde las que colocan al empresariado como un grupo individualista y que se desarrolla en cierta medida al margen del resto de la actividad social de su área, hasta las que afirman justamente lo contrario. Desde nuestros resultados, y en líneas generales, el empresariado de ambas áreas mantiene una participación discreta en la vida social de las áreas, aunque con matices. La mayor participación de los empresarios se realiza mediante asociacionismo de tipo cultural<sup>4</sup> (en actividades culturales, ambientales, etc.), en asociaciones o clubes deportivos o actividades similares y, en menor medida, en el gobierno local o en agrupaciones de un cierto carácter político.

Los empresarios del L'Alcoià-Foia de Castalla participan más en actividades culturales o deportivas, y los empresarios del Camp de Morvedre-Alto Palancia tienen una mayor participación en la política local. De manera cualitativa hemos podido constatar que en el plano social se encuentran dos posiciones en el empresariado. Por un lado, aquellos que centran todos sus esfuerzos en el desarrollo de su actividad; por otro, un grupo más reducido, que mantiene una intensa actividad social. No hemos constatado una relación directa entre tamaño empresarial y actividad social del empresario de manera clara.

#### IV. REDES EMPRESARIALES

Desde nuestro punto de vista y de acuerdo con las últimas investigaciones sobre el mundo empresarial, las redes entre empresas, tanto sectoriales como intersectoriales, son de especial importancia porque reflejan la capacidad de las empresas para relacionarse, para transmitir las innovaciones con mayor rapidez, para mantener vínculos tanto de mercado como de transmisión de información, o incluso, de tipo logístico (realización de ciertos servicios) (Murdoch, 2000; Kneafsey et al., 2001; Skuras, D. y Goudis, A., 2001).

Sin embargo, el empresariado puede ver en las redes empresariales un factor de riesgo ya que percibe al resto como competidores directos, muy especialmente en el caso de que sean redes del mismo sector y zona. En este apartado se analizan los resultados obtenidos para la muestra de empresas entrevistadas en relación con las redes empresariales.

---

4 Quedan excluidas participaciones económicas de la empresa en asociaciones de todo tipo o clubes deportivos si no existe una participación más amplia que el patrocinio de estas actividades.

## **1. Redes de mercado**

El mercado de las empresas entrevistadas está orientado hacia la Comunidad Valencia y el resto del Estado; no obstante, existe un porcentaje (13% en el área alicantina y 10% en la valenciana) que evidencia el carácter exportador de muchas empresas de ambas áreas en los sectores del juguete y de la exportación de cítricos.

El ámbito geográfico de la financiación y la obtención de recursos financieros está totalmente centrado en los bancos y cajas nacionales. Es muy destacable cómo en el área del Camp de Morvedre-Alto Palancia un elevado número de empresarios recurre exclusivamente a cajas regionales; ello es debido a la menor distribución de bancos nacionales y a la política de apoyo de las cajas a ciertas actividades como es por ejemplo la exportación de cítricos.

En el ámbito del apoyo técnico<sup>5</sup> la mayor parte de los empresarios de ambas áreas solucionan esta demanda en el ámbito regional (e incluso local) para temas de administración y gestión, también para problemas técnicos con la fabricación o el producto<sup>6</sup>. Las empresas que necesitan de un apoyo técnico sobre el producto de carácter especial (diseño de piezas muy concreto, mantenimiento de maquinaria complejo, etc.) recurren al ámbito nacional, en lugares muy concretos donde se concentran los especialistas en su actividad.

Por último, destaca la total concentración en ambas áreas del origen de los empleados<sup>7</sup> en el entorno regional, e incluso, en el entorno local-comarcal. Hay un pequeño porcentaje de inmigrantes que constituyen trabajadores temporales en ciertas actividades, pero por lo general el empresario contrata empleados que residen en su localidad o comarca.

## **2. Variabilidad en las redes**

Las redes verticales, esto es, las relaciones entre empresas, clientes y proveedores son en ambas áreas muy estables; el empresario mantiene una relación constante con sus clientes y con sus proveedores que es duradera. A pesar de ello, muchos empresarios entrevistados comentan que mantienen un pequeño porcentaje de variación pero reconocen un grueso de estabilidad en sus relaciones.

En cuanto a las fuentes de información a las que el empresario recurre en cada una de las áreas existe cierta variación. El canal principal por el que se incorpora la información necesaria proviene de los mismos clientes y proveedores y esta fuente aparece como estable, sin embargo, hay otros canales más variables (asistencia a ferias, prensa especializada, internet, etc.) que presentan una variación mayor. El área alicantina es más propensa a variar las fuentes de información lo que puede indicar un carácter más abierto a la innovación.

La estabilidad en los bancos a los cuales se acude en busca de información es también común en ambas áreas.

---

<sup>5</sup> Dentro del concepto «apoyo técnico» se engloban una gran cantidad de posibilidades, desde la ayuda a la gestión y a la administración de la empresa, pasando por la ayuda de tipo técnico sobre la fabricación del producto, sobre la situación de los mercados, sistemas de marketing, etc.

<sup>6</sup> Destacan cómo centros de ayuda técnica los Institutos Tecnológicos que en el caso de L'Alcoià-Foia de Castalla se encuentran situados en las propias comarcas (AITEK y AIJU), no es el caso del Instituto Tecnológico de la Alimentación que se encuentra en Valencia.

<sup>7</sup> En el origen de los empleados, en caso de ser españoles, se tiene en cuenta su residencia habitual.

### 3. Valoración de las redes por el empresario

En este apartado se considera especialmente significativo que el empresario valore directamente la importancia de las relaciones entre empresas y las relaciones entre empresas y el resto del contexto social. En cuanto a la valoración que el empresario hace de las relaciones entre empresas (que suelen formalizarse en foros o asociaciones de empresarios) existe una unanimidad en ambas áreas en cuanto a su gran importancia para el funcionamiento particular de las empresas. La argumentación más general es que la relación entre empresas, sean o no del mismo sector, ofrece muchas ventajas a la hora de solucionar problemas y obtener información de utilidad; el empresario obtiene desde beneficios derivados del trato común con proveedores y clientes hasta beneficios entre empresas del mismo sector, a pesar de que pueden ser competidores, (se desvían pedidos de clientes, se prestan servicios diversos, etc.). Estos resultados contrastan parcialmente con la opinión que tienen empresarios en zonas rurales, según resultados obtenidos por nosotros en otros trabajos.

Las redes informales, con otros empresarios o con otros actores sociales, tienen una importancia diversa para el funcionamiento de sus empresas: supera en ambas áreas el 50% la valoración de importancia *alta o muy alta*, pero también hay un porcentaje elevado de empresas que le adjudican una importancia baja o muy baja. En el caso del Camp de Morvedre-Alto Palancia se realiza una valoración más positiva de este tipo de redes, hecho que puede suponer un mayor contacto de las empresas con su entorno local, en parte explicable por el carácter menos industrial del área (con muchas empresas localizadas en el núcleo urbano).

**Cuadro 3**  
INDICADORES DE VARIABILIDAD DE LAS REDES

		Alcoià-Foia de Castalla (%)	Camp de Morvedre- Alto Palancia (%)
Trato con proveedores	Proveedores Estables	88	98
	Proveedores Distintos	6	2
	Ambos	6	0
	Clientes Estables	90	86
Trato con clientes	Clientes Distintos	4	8
	Ambos	5	6
	Siempre los mismos	60	78
Fuentes de información	Diversificamos	30	12
	NS/NC	8	10
Fuentes de financiación	Siempre los mismos	90	88
	Diversificamos	6	4

Fuente: elaboración propia.

#### 4. Asociaciones y Foros Empresariales

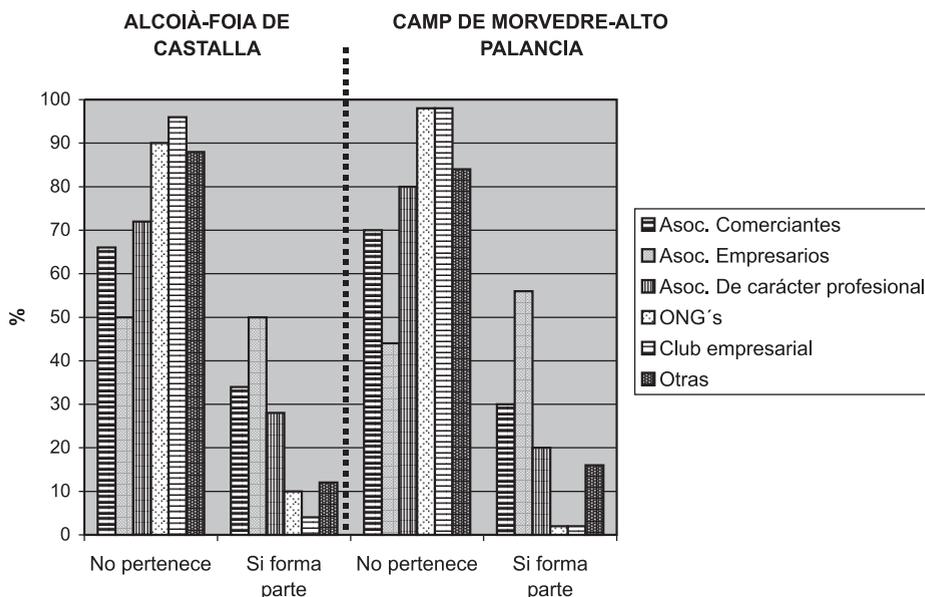
Es interesante observar el grado de asociacionismo empresarial, el carácter principal de estas asociaciones y la implicación del empresariado en las distintas estructuras asociativas.

En la figura 1 puede observarse el grado de asociacionismo de los encuestados en ambas áreas, con una clasificación atendiendo a los distintos tipos de asociaciones y a la pertenencia o no pertenencia del empresario. Se observa que existe un gran porcentaje de empresarios que no pertenece a ninguna asociación en ambas áreas (superior al 25%); entre las asociaciones con más afiliados destacan las propias de empresarios (50% y 57%), de comerciantes en menor medida (32% y 30%) y las asociaciones profesionales (28% y 20%). Las organizaciones sin ánimo de lucro y los clubes de empresarios tienen una representación casi nula.

Las ventajas de estar asociados son distintas según la participación que el empresario realice. Se puede adoptar una postura pasiva de recepción de información mediante boletines periódicos o circulares, o se puede adoptar una estrategia de participación en las distintas reuniones con mayor o menor frecuencia (la asistencia a estas reuniones si bien no garantiza la obtención de más beneficios, asegura una mayor participación del empresariado).

En L'Alcoià-Foia de Castalla la asistencia a reuniones (de los empresarios que realmente asisten alguna vez) es variada según el tipo de asociación. La frecuencia semanal es irrelevante mientras que la mensual es más significativa, y más elevada aún es la de carácter anual. Por otro lado, destaca la frecuencia irregular (se suele asistir cuando surge algún problema

Figura 1. Pertenencia a redes y asociaciones empresariales.



Fuente: elaboración propia.

importante). En el Camp de Morvedre-Alto Palancia destaca claramente la frecuencia mensual y la asistencia irregular.

El predominio de frecuencias irregulares (especialmente en las asociaciones de empresarios que son las relevantes) apuntan a que un porcentaje superior al 45% del empresariado de ambas áreas no mantiene una participación demasiado activa en las asociaciones; por tanto, en estos casos sólo se produce una colaboración de manera relevante cuando existe un problema realmente importante.

Tanto en L'Alcoià-Foia de Castalla como en el Camp de Morvedre-Alto Palancia hay un grupo bastante representativo de empresas que mantienen reuniones con regularidad manifiesta. En este sentido es muy interesante comprobar el elevado porcentaje de frecuencias mensuales en el Camp de Morvedre-Alto Palancia (exceptuando las asociaciones de carácter profesional) y las de frecuencia anual en L'Alcoià-Foia de Castalla.

## V. INNOVACIÓN INDUSTRIAL

Uno de los factores definitorios del desarrollo de las áreas es la capacidad que las empresas de estas regiones tienen para innovar y trasladar las innovaciones (Méndez, R. 2001), ya que si en el territorio no se dan las condiciones idóneas para que las innovaciones se propaguen, se producirá un estancamiento de las empresas y por lo tanto del territorio. Como es lógico, las innovaciones no están todas al mismo nivel, con una gradación bien definida; si bien los procesos de innovación pueden producirse de manera paralela y combinada y no están exentos de una enorme complejidad (Salom, J. et al., 1999):

- En un primer escalón se encuentran las innovaciones que afectan al proceso exclusivamente (más comunes, que se trasladan normalmente a la renovación de maquinaria).
- Por otro lado, tenemos las innovaciones que intentan mejorar los productos mediante la introducción de alguna mejora.
- Por último tenemos las innovaciones que intentan combinar ambas variables y realizan cambios muy profundos, mejorando tanto el producto (que puede ser de nuevo diseño), como los sistemas productivos (sistemas de trabajo, mejora de procesos de marketing, introducción de un sistema de calidad, etc.).

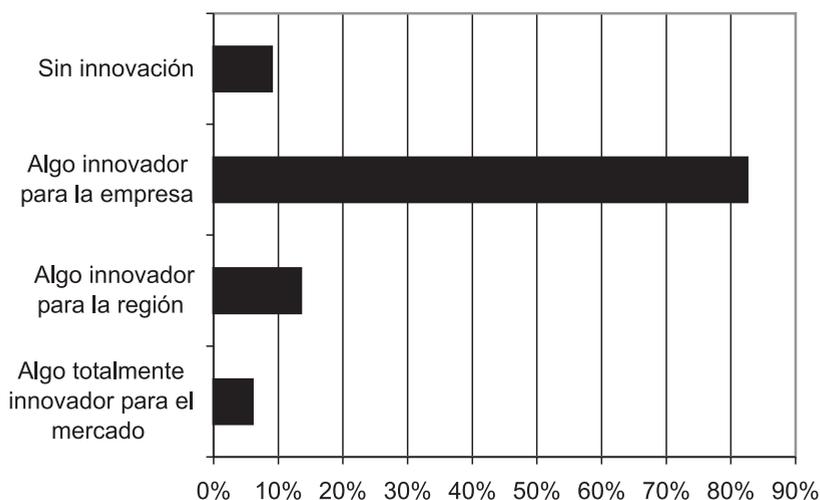
Otra manera de valorar estas innovaciones desde un prisma más geográfico es analizar cómo se contemplan desde el propio territorio. Tendríamos así innovaciones que suponen una novedad para la empresa (primer escalón), innovaciones que suponen algo nuevo para el área de estudio (segundo escalón) e innovaciones que son algo totalmente original en el contexto empresarial en ámbitos superiores, como la escala nacional o internacional (siendo este el último peldaño). Cada uno de estas escalas mantiene cierta relación de afinidad con los tipos de innovación.

Podemos observar en la Figura 2 que la mayor parte de las innovaciones en ambas áreas se orientan a la mejora del funcionamiento de la empresa a partir de aumentos en el rendimiento de la producción (modernización de maquinaria e instalaciones, ampliación de la capacidad de producción).

Sólo puede derivarse de la lectura de la figura que las innovaciones que suelen ser más significativas, aquellas que obligan a cambios del producto final o la adopción de nuevos métodos o reorganizaciones más profundas, son escasas en ambas áreas y que la gran masa de empresas están en un estadio de innovación un tanto primario; sin embargo, en el área alicantina existe un tejido importante de empresas de primer nivel innovador y también de segundo nivel que no encontramos en el Camp de Morvedre-Alto Palancia.

En ambas áreas los empresarios reconocen que las innovaciones son introducidas mayoritariamente por su equipo de trabajo o proceden de las necesidades de clientes o sugerencias de proveedores (bastante más comunes las primeras). Las redes de tipo vertical, las que se dan entre empresas, clientes y proveedores, tienen una importancia altísima para la innovación industrial, siendo las más influyentes en el territorio.

Figura 2. Ámbito de las Innovaciones. % de empresas en ambas áreas.



Los resultados que atribuyen como fuente de innovación a los familiares o amigos, consultorías privadas e instituciones públicas, son muy escasos en ambas áreas. En el caso del CM-AP son en torno a un 5% superiores al AL-FC las fuentes institucionales y provenientes de consultorías, mientras que por el contrario tiene una mayor importancia el ámbito familiar y de amistades en el caso del área alicantina.

## VI. CONCLUSIONES

La innovación empresarial y la participación de las empresas en redes productivas no registran un comportamiento claramente diferenciado en función de la pertenencia a una u otra área de estudio. Existen elementos comunes y diferenciadores según el área de estudio. Los primeros giran en torno al carácter familiar, con empresas caracterizadas por su pte-

nencia a sectores muy arraigados en el territorio donde están localizadas, y con un tamaño empresarial semejante de pequeñas y medianas empresas. Por su parte, los elementos diferenciadores se refieren principalmente a las distintas estrategias que cada región ha adoptado para ser más competitiva. Estas estrategias derivan de la especialización sectorial, de la disponibilidad de recursos y de las distintas problemáticas así como de la distintiva capacidad de respuesta del empresariado, de las instituciones y, en definitiva, de la sociedad local. Es en estos aspectos distintivos en los que se fundamenta la consideración de la innovación empresarial y la actividad en redes como un aspecto clave en el desarrollo territorial y como una nueva oportunidad para superar las desventajas de localización de los espacios periféricos.

## BIBLIOGRAFÍA

- COPUS, A. (2001): «From core-periphery to polycentric development; concepts of aspatial peripherality. *European Planning Studies*, 9 (4). Pp. 539-552.
- MÉNDEZ, R. (2001): «Innovación en la pequeña empresa y redes de cooperación para el desarrollo local», en Martínez Puche, A. (Coord.) *El Desarrollo Rural/Local Integrado y el Papel de los Poderes Locales*, Universidad de Alicante.
- SALOM, J., ALBERTOS, J.M., PITARCH, M<sup>a</sup> D., Y DELIOS, E. (1999): *Sistema Urbano e Innovación Industrial en el País Valenciano*. Departamento de Geografía, Universitat de València. 192 pp.
- SKURAS, D. Y GOUDIS, A. (2001): *Business Networks. Conceptual paper*. Documento de trabajo del proyecto AsPIRE sin publicar.
- SPIEKERMAN, K., WEGENER W., AND COPUS, A. K. (2002): Review of Peripherality Indices and Identification of Baseline Indicator, *AsPIRE Working Paper (D1)*.