

**MEDIOS INNOVADORES Y DESARROLLO LOCAL:
LOS SISTEMAS PRODUCTORES DE CALZADO
DEL INTERIOR DE ESPAÑA**

POR

EUGENIO CLIMENT LÓPEZ
RICARDO MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE

La búsqueda de respuestas locales capaces de enfrentar los retos de la globalización ha aumentado con rapidez el interés despertado en los últimos años por algunos territorios donde la presencia de redes empresariales, acuerdos de cooperación e instituciones encargadas de gestionar esas relaciones desbordan el tejido económico para incorporar al entorno social. El giro relacional en el análisis económico, señalado por Storper (1998), destaca la importancia estratégica de esa *inteligencia compartida*, que sólo puede alcanzarse en contextos territoriales específicos.

El presente artículo aborda el análisis de tres núcleos especializados en la industria del calzado dentro de la España interior, cuyo comportamiento reciente se intenta interpretar a partir de ese contexto teórico, asociado a los conceptos de sistema productivo local y medio o entorno innovador. Tras una breve presentación de ambos conceptos, que remite a la amplia bibliografía de los últimos años, el texto aborda la evolución de la industria del calzado en España y, de modo más detallado, en los municipios objeto de análisis, centrandó su atención en el origen local de las iniciativas, la densidad de las redes existentes y el esfuerzo in-

Eugenio Climent López. Dpto. de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.

Ricardo Méndez Gutiérrez del Valle. Dpto. de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid.

novador realizado, no exento de limitaciones, para finalizar con algunas propuestas de actuación.

Innovación para el desarrollo: un contexto teórico

La expresión *sistema productivo local* se usa habitualmente para denominar a redes de pequeñas y medianas empresas insertas en ámbitos territoriales reducidos, especializadas en alguna rama de actividad económica, entre las cuales se dan relaciones de mercado en condiciones próximas a la competencia perfecta de que habla la teoría económica clásica, así como relaciones de cooperación (Garofoli, 1992; Pyke y Sengenberger, 1993; Brusco, 1996). Aunque lo productivo tiene un sentido amplio en economía, se toman en consideración normalmente las actividades industriales, incorporando también las de los demás sectores económicos que están directamente relacionadas con ellas, como la agricultura, la ganadería, la pesca o la minería, en tanto que proveedoras de materias primas, o los servicios a la producción, proveedores de inputs inmateriales. Para denominar a esos conjuntos de actividades de distinta naturaleza conectadas entre sí a lo largo de una misma cadena productiva, la bibliografía francesa utiliza el término *filière*, de uso generalizado también en la española.

Estos sistemas basados en pequeñas y medianas empresas y centrados en una actividad industrial especializada son considerados ejemplos paradigmáticos del modelo de especialización flexible, cuyas características esenciales se resumen en lo siguiente: primero, las empresas, dentro de la actividad industrial dominante, están especializadas en uno o unos pocos segmentos productivos, para los que cuentan con ventajas competitivas; segundo, cada empresa tiene que competir con otras especializadas en el mismo segmento, pues ninguna de ellas puede imponer barreras de entrada; tercero, entre las empresas se teje un denso entramado de relaciones comerciales, pues cada una es proveedora y cliente de otras especializadas en segmentos posteriores y anteriores, respectivamente, de la actividad productiva dominante, relaciones basadas en acuerdos o contratos flexibles; cuarto, las empresas establecen entre sí mecanismos de cooperación para afrontar problemas de interés general que no podrían resolver individualmente, tales como formación de recursos humanos, creación de denominaciones de origen,

prospección de nuevos mercados o creación de laboratorios de control de calidad.

Este modo de organización obliga a que cada empresa, espoleada por la competencia, desarrolle la máxima eficiencia de que es capaz en su segmento productivo concreto y, a la vez, le permite obtener bienes y servicios en excelentes condiciones de calidad y precio, beneficiándose así de la eficiencia de sus proveedores locales; en otras palabras, se consiguen economías externas a las empresas, pero internas al sistema.

Se define el medio o entorno innovador como «el conjunto o la compleja red de relaciones sociales en un área geográfica limitada, que a menudo determina una imagen externa y una representación interna específicas y un sentido de pertenencia que mejora la capacidad innovadora por medio de procesos de aprendizaje sinérgicos y colectivos» (Camagni, 1991, 3).

Los sistemas productivos locales son, potencialmente al menos, medios innovadores: la proximidad física de un número más o menos elevado de empresas de la misma *filière*, que compiten y cooperan entre sí, puede crear un «saber hacer» propio, fruto de un aprendizaje colectivo, difícil de conseguir en otros entornos, que trae como consecuencia la identificación de sus productos con unos ciertos parámetros de calidad y precio o con ciertas características peculiares; en el interior de los sistemas existe un elevado espíritu de emulación, capaz de traducirse en potencial innovador, y unos canales informales, pero muy eficaces, de difusión de la información (Dupuy y Gilly, 1997). Todo ello puede contribuir a proyectar una cierta imagen de ellos en el exterior y a proporcionar a sus habitantes un sentido de pertenencia y una determinada representación de su identidad colectiva.

Frente a lo que una visión apresurada de la realidad podría sugerir, la globalización no está acabando con los sistemas productivos locales, pues lo global y lo local no se excluyen mutuamente, sino que están estrechamente imbricados (Becattini y Rullani, 1996). Hay un sistema económico global y una multitud de sistemas productivos locales, que se influyen recíprocamente: el sistema global se nutre de las aportaciones de los sistemas locales (las innovaciones se generan en algún o algunos lugares concretos, desde donde se difunden por el mundo con mayor o menor alcance y rapidez) y los sistemas locales se desenvuelven en el sistema global, que es para ellos fuente de amenazas (como la competencia de nuevos productores) y de oportunidades (como la posibilidad

de acceder a mercados antes cerrados y a nuevas fuentes de información), con efectos desiguales según el tipo de inserción exterior que son capaces de establecer.

La teoría del desarrollo local saca las consecuencias lógicas de lo hasta ahora expuesto y defiende que no hay una vía uniforme para el desarrollo económico, sino que cada entorno local debe encontrar la suya propia, afrontando los desafíos de la globalización desde sus características locales (Vázquez, 1999).

Este artículo constituye un estudio de casos, centrado en tres sistemas productivos locales especializados en la *filière* del calzado y situados en regiones del interior de España. Se analiza su funcionamiento como sistemas y el proceso de construcción de medios innovadores seguido en cada caso. Las similitudes y las diferencias observadas permiten obtener una serie de conclusiones sobre los agentes, procesos y frenos que inciden en el desarrollo local.

El estudio se ha basado en las estadísticas disponibles y, sobre todo, en el trabajo de campo, consistente en la realización de una encuesta a una muestra de 63 empresas y de una serie de entrevistas a los principales agentes sociales implicados en el proceso de innovación.

El sector del calzado en España

Teniendo en cuenta los criterios de clasificación más habituales, la industria del calzado se integra entre las denominadas de demanda débil y de baja intensidad tecnológica. Productora de artículos de primera necesidad, se trata de una actividad tradicional que recorre desde hace tiempo la fase de madurez de su ciclo de vida.

La crisis de los setenta, como es sabido, afectó de manera especialmente intensa a ese conjunto de ramas industriales, dadas sus características: mientras que su demanda global crecía moderadamente, la escasa complejidad tecnológica favorecía la incorporación continua de nuevos competidores que ofrecían ventajas comparativas en costes para productos estandarizados, como ocurrió desde los años sesenta, en el caso del calzado, con algunos países del sureste asiático (Taiwan o Corea) y de América Latina (Brasil o México).

En los primeros años ochenta fue diseñado un plan de reconversión industrial, que finalmente no llegó a aprobarse, quedando las empresas

del sector obligadas a realizar la reconversión de forma espontánea. Predominaban entonces las hipótesis pesimistas respecto a su futuro, basadas en argumentos que pueden resumirse así: primero, las empresas españolas no podían competir en precio con las de los países emergentes del Tercer Mundo, pues, tratándose de un sector con un fuerte peso de la mano de obra, ésta era mucho más barata en dichos países; segundo, no podían competir en calidad con las empresas de los países que dominaban las gamas altas y de mayor especialización del mercado, pues superaban ampliamente a las españolas en tecnología, diseño y capacidad de comercialización.

Pero, frente a dichos pronósticos, la industria del calzado ha recuperado un elevado nivel de actividad y la década de los noventa ha sido testigo de un incremento constante de las exportaciones de calzado español, lo cual acredita la mejora de su competitividad en los mercados internacionales, con una tasa de cobertura del 379,66 por ciento en 1997 y un saldo favorable de la balanza comercial cifrado en 228.400 millones de pesetas (figura 1). De lo cual se desprende que ha tenido lugar con éxito un proceso de reconversión industrial espontáneo, que ha

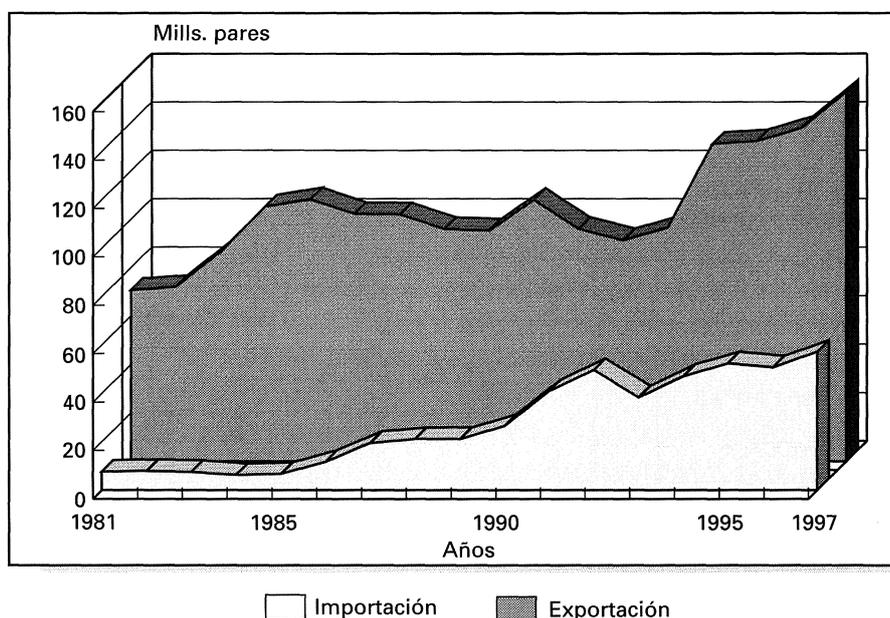


FIG. 1.—Evolución del comercio exterior en la industria del calzado español, 1981-97.

dependido sólo de las características del tejido empresarial preexistente y de su capacidad de transformación.

La tecnología de fabricación del calzado no ha exigido nunca fuertes inversiones ni grandes concentraciones de medios de producción o mano de obra; el umbral a partir del cual dejan de obtenerse economías de escala ha sido siempre bajo, por lo que el tejido empresarial del sector, tanto en España como en el resto del mundo, tradicionalmente ha estado dominado por pequeñas y medianas empresas (PYMES), siendo muy pocas las que superaban los 500 empleados. Esa atomización empresarial se ha acentuado a partir de la crisis de los setenta: de hecho han cerrado prácticamente todas las grandes empresas que entonces existían, debido a la acusada tendencia hacia la descentralización productiva, que ha constituido precisamente uno de los componentes de la reconversión espontánea llevada a cabo en los últimos veinte años. En virtud de este proceso las diversas operaciones que constituyen la fabricación de calzado (figura 2) se reparten entre empresas y estableci-

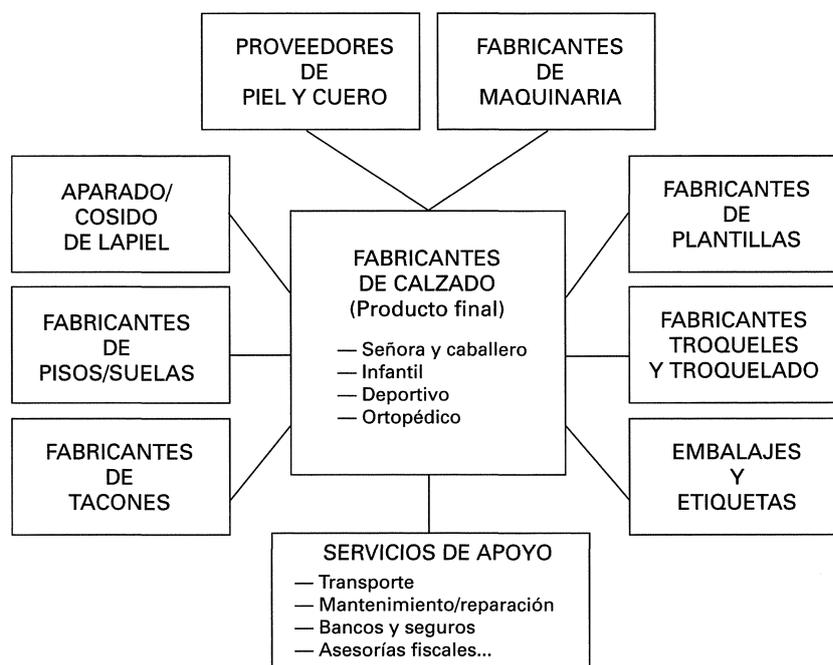


FIG. 2.—Estructura de un sistema territorial de producción en la industria del calzado.

mientos especializados, siendo ésta una de las causas de la reducción del tamaño medio que las empresas experimentan en estos años.

La consecuencia inmediata de la descentralización productiva es la configuración de redes de PYMES que mantienen entre sí relaciones habituales de cliente-proveedor, en las que unas se orientan hacia las tareas previas o posteriores a la fabricación y otras trabajan en la elaboración de componentes o el ensamblaje de productos acabados, completándose el panorama con un elevado número de trabajadores autónomos, que normalmente trabajan en su propio domicilio, realizando a destajo las tareas más simples que aún requieren mucho trabajo manual; en este último escalón del proceso productivo hay una elevada proporción de mujeres, que actúan como «ayudas familiares», según los estudios publicados sobre el sector en momentos y lugares distintos (Bernabé, 1976; León, 1979; Ybarra, 1982, 1986 y 1998; Vázquez y Sáez, 1997).

Por lo que respecta a su localización, las empresas del sector tienden a concentrarse en ámbitos espaciales de reducida extensión y acusada especialización en dicha actividad, a los que bien se puede considerar como sistemas productivos locales. Precisamente este carácter ha facilitado y orientado la reconversión industrial: el «saber hacer» acumulado en cada caso y la sólida cohesión social que impulsa a los miembros de la comunidad a salir adelante en momentos de crisis están en la base del proceso.

En el caso de España, la principal concentración de fábricas de calzado se da en el sur de la región valenciana, en torno a las localidades de Elda y Elche, desde donde se prolonga hacia Murcia. Entre ambas comunidades reúnen el 70 por ciento de las empresas del calzado de España. Un 10 por ciento se localiza en Castilla la Mancha, que ocupa la segunda posición por comunidades autónomas, y otro 6 por ciento en La Rioja, que ocupa la tercera (cuadro I). En estas dos regiones del interior de España la industria del calzado aparece concentrada en tres localidades fuertemente especializadas en esta industria, desde las cuales se ha difundido a algunos municipios vecinos: Almansa y Fuensalida polarizan casi por completo la producción de calzado de Castilla la Mancha, mientras que Arnedo concentra el 78 por ciento de los empleos del sector en La Rioja.

Por todo ello resulta verosímil la hipótesis de que cada una de estas localidades, junto con las afectadas por la difusión industrial en su respectiva vecindad, constituye un sistema productivo local. A partir de

CUADRO I
DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
EN ESPAÑA, 1997

Comunidad Autónoma	Empresas	Empleos	Millones de pares	Miles de millones de pesetas
Comunidad Valenciana	1.758	24.938	128.081	287.11
Castilla-La Mancha	283	5.004	25.540	57.436
La Rioja	149	2.935	18.955	35.207
Baleares	130	2.752	7.960	29.396
Aragón	123	1.885	7.531	17.478
Murcia	119	1.469	8.702	13.727
Andalucía	39	707	1.370	5.171
Resto	94	2.161	9.399	14.452
TOTAL	2.695	41.851	207.538	460.078

Fuente: FICE, 1998.

esta hipótesis se desarrolla el análisis que sigue, interesado en detectar el entorno empresarial y socio-institucional que sustenta el éxito relativo de los últimos tiempos.

Origen y evolución de la industria del calzado en Almansa, Arnedo y Fuensalida

La bibliografía, tanto la clásica como la más reciente, insiste en que uno de los factores, aunque no determinante, del nacimiento de un sistema productivo local es la existencia de una cierta tradición artesanal de la que deriva, como herencia acumulada en el tiempo, un «saber hacer» generador de ventajas competitivas en el momento presente. Por ello es útil para el conocimiento de los sistemas productivos locales rastrear en su pasado en busca de los orígenes de la actividad actual. Los tres casos objeto de estudio presentan diferencias apreciables en este aspecto:

Almansa es una tradicional cabecera de comarca, situada en el eje natural de comunicación que desde los llanos de Albacete pone en contacto

la Meseta con el litoral mediterráneo, con un emplazamiento excepcional en el punto en que se bifurcan las rutas hacia los principales puertos: el de Alicante, a través del valle del Vinalopó, y el de Valencia, a través de la Costera. La construcción del ferrocarril en 1858 reforzó esta posición, que, sin duda, es uno de los factores estructurales del inicio del proceso de industrialización. Otros serían la presencia de una modesta tradición artesanal y la existencia de excedentes de capital acumulados en el comercio, la arriería y la agricultura (Ponce, 1999).

La primera iniciativa empresarial de entidad en la fabricación de calzado fue la de la familia Coloma que, desde una experiencia previa en el comercio de loza y curtidos, fundó en 1875 un taller de pequeñas dimensiones, apoyado en una elevada proporción de trabajo a domicilio; en 1907 se convirtió en una fábrica moderna; dos décadas después la empresa contaba ya con 849 trabajadores y tenía una sólida posición en la fabricación de calzado de caballero, llegando a exportar a algunos países europeos (Piqueras, Gómez y Sánchez, 1999).

A partir de esta iniciativa pionera, el efecto de imitación y el «spin-off», por el que antiguos trabajadores de las primeras firmas se independizan y fundan la suya propia, permitieron un crecimiento lento pero constante: 5 empresas en 1900 y 12 en 1935, año a partir del cual se detiene el proceso de crecimiento, que no se reanuda hasta los años sesenta.

Arnedo está situada en la Depresión del Ebro, pero alejada del eje central de la misma, marcado por el cauce del río, junto al cual discurren las principales infraestructuras de transporte. Los orígenes de su industrialización se remontan a los años finales del siglo XIX: en el alto valle del río Cidacos existía un cierto número de fábricas de tejidos de lana y algunas de esas empresas decidieron entonces iniciar una línea productiva nueva, la fabricación de zapatillas de paño. Este desarrollo inicial de la industria del calzado tuvo lugar sobre todo en la localidad serrana de Munilla, que en el año 1915 tenía 5 fábricas de zapatillas con un total de 298 empleados (Consejo Provincial de Fomento, 1915). Ese año Arnedo contaba sólo con una empresa de calzado de 5 trabajadores, que había sido creada en 1909 y se dedicó desde el principio a la fabricación de calzado de cuero; a partir de ésta fueron surgiendo poco a poco otras de pequeño tamaño dedicadas a la misma especialidad, fundamentalmente por iniciativa de trabajadores que decidieron instalarse por su cuenta (García Prado, 1951).

A partir de los años veinte «emigraron» las principales fábricas de Munilla y localidades vecinas, debido fundamentalmente a las dificultades de acceso, quedando la Sierra completamente vacía de industria. Arnedo, mejor situada respecto a la red nacional de transportes y próxima al emplazamiento originario, fue su destino principal, con el consiguiente crecimiento de la actividad, tanto en empleo como en diversificación productiva, pues las empresas recién llegadas fabricaban calzado de tela. A diferencia de Almansa, la guerra civil fue una época favorable para estas fábricas, pues la principal región productora, Valencia, se mantuvo fiel a la república y, por tanto, fuera del mercado de la zona en que quedó incluida La Rioja desde los primeros días de la contienda.

La década de los sesenta supuso para Almansa una segunda etapa de crecimiento, registrándose 24 empresas en 1960, 63 en 1970 y 69 en 1980, a las que se sumaban otras 24 de industrias auxiliares (Ponce, 1999; García Martínez, 1990). Aunque con predominio de las pequeñas y medianas, su tejido industrial se caracterizaba por la presencia de unas cuantas grandes empresas dedicadas en exclusiva a la fabricación de calzado de caballero, frente a la mayor atomización y diversidad de los sistemas productivos alicantinos.

Por lo que respecta a Arnedo, después de la guerra civil continuó el crecimiento, tanto en la época autárquica como, sobre todo, en la de los planes de desarrollo: en 1953 se contabilizaban unos 1.400 trabajadores, llegando hasta los 2.900 en 1978.

Por su parte, Fuensalida es una localidad de carácter rural situada en el espacio de transición entre la Sagra toledana, atravesada por la autovía Madrid-Toledo, de denso poblamiento y elevada industrialización, y el piedemonte del Sistema Central limítrofe con el valle del Tiétar, de escasa densidad de población y orientación económica turístico-residencial. Su emplazamiento al margen de los ejes radiales de transporte no es un factor favorable para la industrialización, pero sí los escasos 80 kilómetros que la separan de Madrid.

Su proceso de industrialización ha sido mucho más reciente que en los otros casos: a principios de siglo sólo había pequeños talleres artesanales que producían abarcas y borcegués o remendaban calzado; hay que esperar hasta 1968 para que se cree la primera fábrica moderna de calzado, fundada por un emigrante retornado con experiencia en el sector. El fuerte crecimiento del mercado nacional en esos años permitió

el desarrollo de un número cada vez mayor de empresas, casi todas de muy pequeño tamaño, dedicadas prácticamente en su totalidad a la producción de calzado barato, en el origen de muchas de las cuales están los efectos «spin-off» ya descritos (creación de nuevas empresas por asalariados), así como un importante movimiento cooperativo.

Esta fase expansiva, experimentada por los tres sistemas productivos locales (en el cuadro II se recoge la evolución del número de empresas en los tres sistemas), se interrumpe a finales de los setenta con la crisis a que ya se ha hecho referencia, iniciándose la correspondiente reestructuración, que en lo esencial consistió en lo siguiente: ajuste productivo, con una reducción inicial de capacidad (en el caso de Arnedo se pasa de 2.923 empleados en 1978 a 1.965 en 1998, lo cual supone una reducción del 33 por ciento del empleo), aceleración de la descentralización productiva, con la consiguiente proliferación de pequeñas empresas, y consolidación de un cierto segmento de trabajo sumergido, presente antes de forma coyuntural, pero que adquiere ahora carácter estructural (Ybarra, 1998).

Según el directorio de empresas de La Rioja correspondiente al año 1998 (facilitado por la Consejería de Hacienda y Promoción Económica del gobierno regional), en Arnedo hay un total de 80 empresas en el sector del calzado, de las cuales sólo una supera los 100 empleados. El 20 por ciento de las mismas se dedica a la fabricación de bienes intermedios o componentes (pisos y suelas, plantillas, cuñas, tacones, troqueles y

CUADRO II
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS DE FABRICACIÓN DEL CALZADO

Años	Almansa	Fuensalida	Arnedo
1875	1	—	—
1900-1909	5	—	1
1935	12	—	—
1960-1969	24	1	—
1970	63	—	—
1980-1989	69	—	61
1998	144	93	80

Fuente: Véase texto.

adornos) o a la realización de procesos de fabricación previos al acabado final (aparar o coser piezas, doblar y pegar tejidos, «foamizar» y doblar látex, serigrafiar). A ellas hay que añadir otras 10 empresas proveedoras de tejidos, goma y caucho, piel y embalajes de cartón, lo que supone más de 300 empleos adicionales. Puede hablarse por tanto de una *filière* o conjunto de actividades industriales conexas, que proporciona el 56 por ciento del empleo de la industria local.

En Almansa la Cámara de Comercio tenía registradas 379 empresas en 1998, pero esta cifra incluye un importante número de trabajadores autónomos a domicilio. Representa mejor la realidad el número de empresas que pertenecían en dicha fecha a la Asociación de Fabricantes de Calzado y Afines, en total 144, la mayoría de las cuales son productoras de calzado, aunque unas 40 realizan tareas auxiliares. Concentran en conjunto más de las tres cuartas partes de la industria local.

En Fuensalida se contabilizaban 93 empresas en 1996, según el Registro Industrial, dos tercios de las cuales no superan los 10 trabajadores de plantilla, a lo que cabe añadir un cierto volumen, difícil de estimar, de autoempleo y trabajo a domicilio. La industria auxiliar está menos desarrollada que en los otros dos casos. El sector proporciona el 80 por ciento del empleo industrial local.

Desde un punto de vista espacial ha tenido lugar en los tres un proceso de difusión por contigüidad, cuya importancia queda reflejada en las siguientes cifras: de las 144 empresas asociadas de la zona de Almansa, 133 se localizan en esta localidad y 11 en las vecinas de Caude-te, Alpera, Bonete y Montealegre. En Arnedo están domiciliadas 62 de las 80 empresas del sistema productivo local, otras 14 en Calahorra y 4 en Quel, localidades que forman un continuo territorial con la primera. Por lo que respecta a Fuensalida, también algunas fábricas de calzado se encuentran en las localidades vecinas de Portillo, Huecas y Novés.

Almansa, Fuensalida y Arnedo como sistemas productivos locales.

La característica más fácilmente identificable de un sistema productivo local es la existencia de un tejido empresarial constituido exclusiva o fundamentalmente por PYMES con tendencia a la especialización. Almansa, Fuensalida y Arnedo cuentan sólo con PYMES, de las que la práctica totalidad tiene un solo establecimiento, en el que re-

alizan todas las actividades, tanto de producción, como de almacenamiento, administración o comercialización. Las empresas responden casi exclusivamente a iniciativas endógenas, siendo muy pocas las que tienen participaciones de capital ajenas al entorno. La única excepción detectada corresponde a una empresa de Almansa ligada a un grupo empresarial cuya sede central está en la Comunidad Valenciana. En todos los casos encuestados la empresa se instaló en la zona por ser el lugar previo de residencia del empresario, sin que se hayan producido ni planteado traslados.

Una buena parte de las empresas son recientes: en el caso de Arnedo hasta dos tercios del total fueron creadas después de 1981, teniendo todas ellas menos de 30 empleados, mientras que las de mayor tamaño son más antiguas. Esto puede tomarse como un indicador de la corta vida media de las pequeñas empresas y de su elevada tasa de renovación.

El tipo de empresario más frecuente es el que se ha formado a partir de la experiencia directa en el trabajo, bien por haber empezado a trabajar desde muy joven en la empresa familiar, de cuya dirección se ha hecho cargo en un momento dado, bien por haber creado su propia empresa, estableciéndose por su cuenta tras años de experiencia como trabajador por cuenta ajena en otra.

Esta situación guarda relación con el nivel de estudios alcanzado: en Fuensalida dos tercios de los empresarios encuestados declaran haber realizado sólo estudios primarios, porcentaje que se reduce hasta el 40 por ciento en Arnedo y el 30 por ciento en Almansa. Lo elevado del porcentaje, sobre todo en el primer caso, es un buen indicador de la importancia de la formación directa en el trabajo. No obstante, la situación va cambiando lentamente y cada vez son más los empresarios con formación universitaria (la tercera parte en el caso de Arnedo), lo cual responde fundamentalmente a la incorporación de nuevas generaciones, cuyos miembros han realizado estudios antes de acceder a la empresa. El perfil profesional de los empresarios se completa con una larga experiencia a sus espaldas: en el caso de Arnedo, el 36 por ciento lleva más de 25 años ejerciendo como tales, el 31 por ciento entre 15 y 25, el 23 por ciento entre 5 y 15 y sólo el 10 por ciento menos de 5 años.

Por lo que respecta a la organización interna del trabajo en la empresa, existe una clara hegemonía del empleo directo, es decir, el dedicado a tareas estrictamente productivas, mientras que la proporción del empleo indirecto guarda una cierta correlación positiva con el ta-

maño empresarial: sólo un 13 por ciento de los empleos de las empresas encuestadas en Almansa y Fuensalida corresponden a puestos directivos, administrativos y técnicos, proporción que se eleva hasta el 20 por ciento en algunas empresas con más de 50 trabajadores.

Los fabricantes de calzado, sobre todo los mayores, tienden a especializar las tareas que se desarrollan dentro de la fábrica, con objeto de acelerar el ritmo de la cadena y elevar la eficiencia productiva. Por el contrario, las pequeñas industrias, sobre todo las auxiliares, apenas practican la división interna del trabajo, fomentando la flexibilidad funcional, es decir, la rotación de los trabajadores entre los distintos puestos y tareas. Puede hablarse, por tanto, de una cierta dualidad de la estructura empresarial, relacionada con el tamaño de las empresas.

Estos rasgos, aunque significativos, no son suficientes para identificar un sistema productivo local; hay que determinar además si las empresas operan de forma interrelacionada, generando economías externas para el conjunto, en cuyo caso sí puede hablarse de sistema, o si se trata de simples agregados de empresas sin conexiones entre sí ni con el contexto social e institucional, en cuyo caso no merecen tal denominación.

La descripción hecha por Brusco resulta un buen marco de comparación: «En primer lugar, existen firmas que producen bienes finales... Luego existen empresas que podrían denominarse firmas-fases, unidades de producción especializadas en una o varias etapas particulares de la fabricación de un bien ... Existe un tercer grupo de firmas que forman parte de las otras ramas industriales, aunque pertenecen al mismo complejo manufacturero» (Brusco, 1992, 30-31). Las encuestas y entrevistas realizadas han permitido obtener información relevante a este respecto.

Dentro de la rama de fabricación de calzado, la proporción de empresas productoras de bienes finales sobre el conjunto es del 70 por ciento en Almansa, el 80 en Arnedo y superior al 90 por ciento en Fuensalida. El resto lo constituyen empresas «auxiliares», es decir, dedicadas a la fabricación de bienes intermedios y componentes o a la realización de procesos de fabricación previos al acabado final. Fuensalida es el menos desarrollado en este sentido, pero, comparando la situación actual con la de hace algunos años (Méndez, R. y Gil Quindós, J. M., 1994) se observa la implantación reciente de algunas empresas auxiliares (suelas, tacones, hormas, troqueles...). A ello ha de añadirse, en los casos de Almansa y Arnedo la existencia de un cierto número de empresas dedi-

cadras a otras ramas industriales pertenecientes a la misma *filière*, como el textil, el caucho o los embalajes de cartón.

Casi todas las empresas tienen sus principales proveedores en su propia zona, pero las encuestas revelan que también existen relaciones cliente-proveedor entre empresas de las tres áreas y, sobre todo, con las de las zonas zapateras levantinas.

Respecto a servicios a la producción, las empresas de fabricación de calzado cuentan en su propia zona con los más simples (agencias bancarias, transporte, mantenimiento, gestión fiscal o contable), y con el control de calidad, que ofrecen los laboratorios del INESCOP, presentes en las tres localidades. En Almansa y Arnedo disponen también de algunos servicios de mayor complejidad, como diseño y patronaje, que ofrecen algunos empresarios recientemente establecidos.

Por tanto, existen en los tres casos relaciones de mercado, tipo cliente-proveedor. Resulta más difícil detectar las relaciones existentes entre las empresas al margen del mercado, que muchas veces son de carácter informal y pueden revestir formas múltiples. Para ello se incluyó en las encuestas una pregunta sobre la cooperación directa, pues éste es el contenido de la mayor parte de las relaciones no mercantiles. La respuesta obtenida en los tres casos de estudio fue muy clara: sólo una empresa en cada caso mantenía relaciones de este tipo con otras de su zona.

Pero la realidad no queda bien reflejada en esa respuesta, pues importantes porcentajes del total de empresas, superiores a la mitad en todos los casos, son miembros de las respectivas asociaciones provinciales de fabricantes de calzado, las cuales ejercen labores de intermediación y coordinación tendentes a obtener beneficios colectivos, tal como se precisa más adelante.

En conclusión, se ha podido comprobar que la hipótesis inicial era correcta y que Almansa, Fuensalida y Arnedo son sistemas productivos locales especializados en la industria del calzado. Pero también se ha comprobado que tienen distinto grado de complejidad. Dentro de la tipología propuesta por Garofoli (1992) Fuensalida, el más simple de los tres, puede considerarse en fase de transición entre un área de especialización productiva y una verdadera área-sistema; Almansa y Arnedo, con mayor madurez y complejidad interna, son buenos ejemplos de áreas-sistema.

No obstante, en ninguna de estas dos zonas se han dado los pasos más avanzados del proceso de desarrollo de un sistema productivo local:

creación de una industria de bienes de equipo, proveedora de maquinaria especializada, y de servicios avanzados de alto valor añadido (ingeniería, consultoría, centros de investigación y desarrollo tecnológico). Para proveerse de éstos las empresas han de recurrir a las ciudades cercanas de mayor tamaño o a las zonas especializadas de la Comunidad Valenciana. Tampoco se ha producido en ninguna de ellas el abandono de la producción por algunas grandes firmas para centrar su actividad en la comercialización, fenómeno también característico de los sistemas más maduros.

Almansa, Fuensalida y Arnedo: entre la tradición y la innovación

El saber hacer acumulado y las intensas relaciones de mercado y cooperación entre las empresas favorecen la adopción de innovaciones por parte de éstas y su rápida difusión por el conjunto del sistema productivo local, lo cual hace que éste sea, al menos potencialmente, un medio innovador (Alonso y Méndez, 2000). La encuesta y las entrevistas han permitido comprobar hasta qué punto se cumple esto en los casos de Almansa, Arnedo y Fuensalida. Para estudiar y valorar las innovaciones aplicadas por las empresas se ha adoptado la tipología de Schumpeter, que distingue entre innovaciones de proceso, producto, comercialización y gestión.

Las innovaciones que han adoptado mayor número de empresas en las tres zonas objeto de estudio son las de proceso, que en la mayor parte de los casos consisten en la renovación periódica de la maquinaria, con objeto de mejorar la producción y reducir costes. Se produce así una transferencia de tecnología incorporada en unos bienes de equipo, generalmente de importación (procedentes de Alemania e Italia, sobre todo), que comercializan distribuidores locales o de la Comunidad Valenciana. El resultado es una mejora tecnológica incremental y adaptativa, a base de pequeños pasos que no alteran significativamente la organización del proceso. Apenas se registran otras formas de transferencia tecnológica, como compra de patentes o servicios de asistencia técnica. La adquisición de esta nueva maquinaria está en función de los recursos disponibles de las empresas, a los que se suman las ayudas que reciben de las respectivas comunidades autónomas.

Dentro del grupo de innovaciones de proceso quizá merezcan ser destacadas las que suponen la aplicación a las tareas productivas de las nuevas tecnologías de la información, como la introducción de sistemas de CAD-CAM para corte o el establecimiento de sistemas automáticos de control de procesos aplicado a la producción de goma para calzado.

Por otra parte, parece estar iniciándose un cambio de estrategia en la organización de los procesos productivos, aunque limitado por el momento a las principales empresas de Almansa, que consiste en la integración de todas o la mayor parte de las tareas que hasta ahora se descentralizaban, incluido el aparado o cosido, una de las más dispersas. La causa fundamental parece ser la necesidad de garantizar una mejor calidad de los procesos, que la excesiva descentralización estaba deteriorando. De hecho, estas empresas están contratando a mujeres de cierta edad con amplia experiencia en el oficio para formar a las jóvenes.

Las innovaciones de producto siguen a las de proceso en cuanto a número de empresas que las han adoptado. La más extendida de todas es la renovación del muestrario, que constituye una adaptación imprescindible a los cambios que se producen en la moda cada nueva temporada. Los sistemas productivos de Almansa y Fuensalida, tradicionalmente centrados en la fabricación de calzado de caballero, cuya moda es mucho más estable, sienten esta presión con menos intensidad que Arnedo, cuya producción es más diversificada.

Este proceso de renovación de muestrarios se llevaba a cabo normalmente recurriendo a la imitación o, en todo caso, a los servicios de profesionales de la Comunidad Valenciana, pero parece haberse iniciado una tendencia a romper esa dependencia externa, que se manifiesta en la incorporación de diseñadores, modelistas y patronistas a las plantillas de las mayores empresas, sobre todo en Almansa, en el establecimiento de profesionales autónomos de este tipo, documentado en Almansa y Arnedo, y en la proliferación de cursos ofertados por las asociaciones empresariales aprovechando las nuevas posibilidades informáticas.

Por otra parte, las empresas cuentan ahora con información mucho más actualizada y abundante sobre las tendencias de la moda y la evolución de los mercados, no sólo por medio de las revistas del ramo, sino también por la actuación de las asociaciones de empresarios que obtienen y difunden información sobre las principales ferias internacionales.

Aparte de la mera adaptación a la moda cabe otra opción, que es la diferenciación del producto para conquistar nuevos nichos de mercado, en el contexto de una demanda cada vez más segmentada. Esta estrategia es más costosa que la otra, pues normalmente requiere cambios de importancia en los procesos de producción y en la comercialización.

En Fuensalida algunas empresas se orientaron hacia el calzado infantil y, sobre todo, el deportivo (botas de montaña y zapatillas de deporte). Esto supuso incorporar estrictos controles de calidad, una mayor automatización y, en bastantes casos, una fuerte dependencia de multinacionales de la distribución, tanto propietarias de marcas como grandes superficies comerciales.

Esta orientación tuvo éxito en los años ochenta y las empresas que la adoptaron crecieron notablemente, pero ya en los noventa entró en crisis al cambiar la estrategia de las grandes firmas distribuidoras, orientadas de forma creciente hacia el calzado deportivo barato procedente de otros países o empujadas por la competencia de las grandes marcas internacionales, que consiguieron reducir sus costes trasladando parte de su producción a países asiáticos. Como consecuencia de ello, algunas empresas se vieron abocadas al cierre y otras han intentado reorientar la producción hacia un calzado deportivo para vestir informalmente, del gusto de la población joven, pero por el momento no han logrado afianzar su posición en el mercado.

En Almansa algunas empresas se han especializado en botas camperas de alto precio, con lo que han alcanzado una sólida posición en el mercado norteamericano. Ello ha permitido un crecimiento casi constante, apenas sometido a las oscilaciones coyunturales de la demanda.

En Arnedo las empresas han afrontado la diferenciación del producto por la vía de la calidad, dentro de su propia especialización productiva, buscando consumidores de mayor poder adquisitivo, pero más exigentes, y abandonando los segmentos de mercado de menor precio. Algunas se han orientado con éxito hacia el calzado de seguridad. Otras han ido más allá, lanzando al mercado productos originales o, al menos, poco difundidos aún a escala nacional e internacional: suelas de goma «ecológica» (que no liberan productos tóxicos en su fabricación ni en su reciclaje), calzado infantil «crecedero» (resultado de un proyecto de I+D desarrollado con el Instituto de Biomecánica de Valencia), o calzado «antiestático» (concebido para el trabajo en ambientes con alta concentración de material electrónico).

En la mejora de la calidad juegan un destacado papel los laboratorios del INESCOP, establecidos en los tres sistemas productivos locales en los años 80, cuya actividad se centra sobre todo en la realización de pruebas y ensayos relativos a la calidad de los materiales, quedando en segundo plano los certificados de calidad del producto acabado, que suelen demandar las empresas exportadoras y las que venden a grandes cadenas de distribución.

El tercer tipo de innovaciones, atendiendo al número de empresas adoptantes, es el de la comercialización. Una de las estrategias esenciales de adaptación al nuevo contexto de economía global consiste en la búsqueda de nuevos mercados exteriores capaces de asegurar el crecimiento de la facturación y compensar la creciente competencia en el mercado interno.

En Almansa la exportación, con destino sobre todo a los Estados Unidos, impulsó la expansión de algunas empresas desde fecha temprana y esa tendencia no ha hecho sino acentuarse con el paso del tiempo, si bien la crisis de los setenta obligó a ciertos ajustes, impulsando una diversificación de las áreas de venta. En la actualidad dos tercios de las empresas encuestadas destinan más del 70 por ciento de su producción al mercado exterior, proporción que supera el 90 por ciento entre los líderes del sector; en todos los demás casos la exportación supera el 30 por ciento de las ventas (con la única excepción de una empresa que destina la mayor parte de su producción a una cadena nacional de grandes almacenes). Aunque la tradicional vinculación al mercado estadounidense ha contribuido a crear allí una cierta imagen de marca que aún favorece su posición como principal cliente, los destinos mencionados por las empresas son muy variados, pues a la Unión Europea, en especial Alemania, y los países árabes se unen Rusia, Hong Kong, Canadá, Israel e incluso algún país africano.

Arnedo cuenta también con tradición en este campo, llegando a alcanzar la exportación en 1973 el 20 por ciento de la producción (Librada, 1974); la crisis posterior trastocó la situación profundamente, estimándose que en 1985 la proporción de calzado exportado había caído hasta el 5 por ciento. Desde entonces ha habido una notable recuperación, hasta llegar al 25 por ciento actual. La encuesta indica que sólo el 20 por ciento de las empresas destinan a los mercados exteriores la mayor parte de su producción, mientras que un 27 por ciento exporta menos del 10 por ciento; el 53 por ciento restante dedica más de la mitad de

su producción al mercado nacional, pero exporta una parte significativa de la misma (entre el 15 y el 45 por ciento). El destino mayoritario de las exportaciones de Arnedo es la Unión Europea, sobre todo Francia, pero sus empresas venden calzado también en otros países europeos, como Noruega o Rusia, en el continente americano, de Estados Unidos a Chile, en Oriente Medio e incluso en el Sureste asiático, fundamentalmente en Japón.

En Fuensalida las primeras exportaciones tuvieron lugar en la segunda mitad de los años ochenta y su desarrollo puede calificarse como modesto, por ahora. Salvo alguna empresa aislada, ninguna destina a los mercados exteriores más de una tercera parte de su producción, situándose los valores más habituales entre el 10 y el 20 por ciento, si bien el porcentaje se reduce hasta cero en las más pequeñas de las encuestadas. Los destinos preferentes son la Unión Europea, América Latina y los países árabes.

Muchas de las empresas que declaran haber introducido alguna innovación en la comercialización indican como tal la asistencia a exposiciones y ferias. Teniendo en cuenta el elevado coste que esto supone, hay que reconocer que en los tres sistemas estudiados las empresas están haciendo un notable esfuerzo en este terreno, jugando un destacado papel las asociaciones empresariales, no sólo al obtener y difundir información sobre estos eventos, sino también coordinando y facilitando la asistencia y alquiler de «stands» de exposición. La asistencia colectiva, mecanismo especialmente útil de cooperación entre empresas, se está generalizando en los tres casos, contando además en el de Arnedo con el apoyo del Gobierno regional, que pretende de esta manera potenciar una cierta imagen de marca regional.

El ámbito en que menos han incidido las innovaciones es el de la gestión y organización interna de la empresa, siendo la novedad más frecuente la informatización del trabajo de oficina, con la incorporación de ordenadores personales y el software de gestión básico. Las características del empresariado, antes descritas, especialmente su bajo nivel de formación, y la dificultad de incorporar personal cualificado, por lo reducido de las plantillas, explican la limitada incorporación de conocimientos en este apartado, que se constituye hoy en uno de los principales obstáculos a enfrentar.

La encuesta, por otra parte, ha permitido comprobar que está ampliamente extendida entre las empresas la externalización de algunas ac-

tividades de gestión, fundamentalmente las relacionadas con cuestiones laborales y fiscales, cuya realización se contrata con las empresas especializadas que tanto han proliferado en los últimos años. Pero el recurso a servicios externos no afecta por el momento a otros más complejos, como los estudios de mercado o la planificación estratégica. Las asociaciones empresariales están jugando también en este terreno un papel importante, mediante la organización de cursos para los empresarios, cuya respuesta, no obstante, es limitada.

Algo parecido ocurre con la asistencia de los trabajadores a cursos de perfeccionamiento. No obstante, parece estar cambiando la mentalidad tradicionalmente reacia de los empresarios a formar empleados a su costa, por temor de que el empleado formado cambie de empresa, y de los propios trabajadores a asistir a cursos, pues ello implica prolongar su jornada laboral. Así parece indicarlo el caso de Arnedo, donde la mitad de las empresas encuestadas había enviado en el último año a trabajadores de su plantilla a cursos de formación o actualización.

En resumen, en Almansa, Arnedo y Fuensalida hay una actitud innovadora ampliamente extendida entre las empresas, aunque, como se ha podido comprobar, los procesos de innovación son más intensos en unos campos que en otros. También se ha comprobado que ni la actitud innovadora ni la calidad de las innovaciones introducidas son iguales en los tres sistemas productivos locales, existiendo una clara correlación con el grado de complejidad interna de éstos.

El entorno local de la innovación

La construcción de un medio innovador es un proceso colectivo que requiere una red de relaciones que, además de promover iniciativas concretas y tangibles, favorezca un cierto sentimiento de identidad colectiva y de concertación que actúe como soporte para la aparición y materialización de iniciativas innovadoras. A lo largo del artículo se ha hablado de la cooperación entre empresas, materializada en sendas asociaciones empresariales, todas ellas de alcance provincial, cuya sede está en Almansa, Arnedo y Fuensalida, no en las capitales de provincia respectivas. Su mera existencia podría considerarse como un buen argumento a favor de la superación del tradicional individualismo

de los empresarios, que reconocen tener objetivos comunes y se plantean conseguirlos de manera asociada.

Aunque las tres asociaciones son independientes entre sí, han orientado su actividad en direcciones paralelas. Llevan a cabo tareas de asesoramiento fiscal y financiero a las empresas, difunden información relacionada con las ferias del calzado y con las novedades técnicas que surgen en el mercado, tramitan las solicitudes de ayudas públicas y coordinan la asistencia de los fabricantes a las ferias y exposiciones.

Pero su labor más importante es la organización de cursos de formación, dirigidos tanto a los propios empresarios como a los trabajadores, cursos que van desde el diseño asistido por ordenador, la informática de gestión o idiomas (de creciente demanda a medida que se va incrementando la exportación), hasta el aprendizaje de determinados oficios. En la organización de dichos cursos participan organismos como el Fondo Social Europeo, el Instituto Nacional de Empleo, los gobiernos autónomos, las Cámaras de Comercio e Industria o los sindicatos. Estos organismos cumplen su función independientemente de la existencia de las asociaciones de empresarios, pero éstas juegan un papel importante en la detección de necesidades formativas y en la coordinación de la actuación de aquéllos, haciéndola más eficaz, si bien se aprecian aún importantes déficits formativos en relación con los cambios tecnológicos (FOREM, 1997).

Los laboratorios del INESCOP, presentes en los tres sistemas, ofrecen a las empresas servicios relacionados con la calidad de los materiales y de los productos acabados, como ya se ha indicado en otro apartado. A ello cabe añadir la difusión de la información procedente de la sede central del organismo, localizada en Elda (Alicante), relativa a nuevos materiales y procesos.

No obstante, en Fuensalida fue sustituido en 1996 por el centro tecnológico ASIDCAT, gestionado y financiado por la propia asociación de fabricantes, que funciona como centro asociado a INESCOP, tras haber absorbido al personal de este organismo. Se fundó para ganar autonomía y completar el trabajo de laboratorio con la realización de estudios económicos y técnicos sobre el sector, de los que es buen ejemplo uno recientemente concluido sobre sistemas de pegado.

En Almansa existe el Centro Tecnológico Fordein, creado por un antiguo becario del proyecto Diseño Castilla-La Mancha y financiado con ayuda del Fondo Social Europeo, en cuyos locales se realizan diversos

tipos de cursos, en colaboración con las empresas. Una de sus principales actividades ha sido la formación en Italia de 30 alumnos de la región, para integrarlos luego en la renovación de algunas actividades tradicionales. Últimamente se ha dado un paso más con la creación de un Centro Tecnológico del Calzado, que se ubicará en el polígono industrial, siendo gestionado por la asociación de fabricantes. Para ello se ha constituido una fundación en la que participan la propia asociación, el Ayuntamiento, que aporta el terreno, la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha, la Diputación Provincial de Albacete, la Caja de Ahorros de Castilla la Mancha y el INESCOP, que trasladará e integrará sus instalaciones en el nuevo centro.

Almansa dispone también de un Centro Local de Innovación y Promoción Empresarial, creado por el Ayuntamiento en 1995 a partir de una Agencia de Desarrollo Local, cuya labor se orienta a formación, asesoramiento y ayuda para la creación de pequeñas empresas y fomento del autoempleo, tramitación de proyectos europeos y actividades de city marketing. Quizá lo más destacable de su actuación sea la construcción de un vivero o incubadora de empresas, que ofrece naves modulares en alquiler y servicios comunes.

En resumen, los tres sistemas productivos locales objeto de estudio han avanzado en la construcción de medios innovadores, pues a la existencia de redes de empresas, que mantienen entre sí relaciones de mercado, hay que añadir la existencia de otros agentes, empezando por las asociaciones de empresarios y siguiendo con las instituciones públicas, que mantienen relaciones de cooperación entre sí y con las empresas, todo lo cual contribuye a mejorar la eficacia del tejido productivo, pues da lugar a economías externas a las empresas, pero internas al sistema, y a potenciar el sentimiento de identidad colectiva. Pero, en esto como en casi todo los demás, se han observado diferencias, mostrándose el de Almansa como el más avanzado de los tres.

Conclusiones

Más allá de la aportación que pueda suponer el estudio de unos casos concretos de medios innovadores, más o menos maduros, construidos a partir de sistemas productivos, del mismo se desprenden algunas conclusiones de interés general, que desbordan la casuística local para

avanzar propuestas destinadas a promover un desarrollo local mejor adaptado a las condiciones de cada territorio y más sostenible en el tiempo.

La primera es que los sistemas productivos locales tienen un origen que se puede situar con precisión en el tiempo, resultando más o menos lejano o próximo según los casos, por lo que cabe esperar que estén originándose algunos en estos momentos o que puedan originarse en el futuro.

La segunda es que, una vez puesta en marcha la dinámica de creación de un sistema productivo local, éste va adquiriendo una capacidad creciente de control sobre su propio futuro, porque al incrementarse el saber hacer propio se va construyendo un medio innovador con recursos cada vez mejores para adaptarse a los procesos económicos globales e incluso para influir en ellos, si alcanza el grado suficiente de complejidad y madurez. En los casos estudiados se ha visto cómo estos sistemas no se han hundido a pesar de estar especializados en una actividad industrial de demanda débil, sacudida en su día por una fuerte crisis. Resulta aleccionadora en este sentido la comparación con otros ámbitos locales especializados también en ramas industriales de demanda débil, pero controlados por grandes empresas, como es el caso de la industria siderúrgica o la construcción naval, que han mostrado menor capacidad de adaptación a los cambios en el entorno.

La tercera conclusión es que, habida cuenta de la escasez de recursos disponibles, que obliga a adoptar en todos los casos los programas de desarrollo más eficientes, lo más aconsejable es poner en marcha políticas específicas para cada territorio, dirigidas a la creación de un sistema productivo local allí donde no exista, entre las que cabe mencionar el diagnóstico territorial, la consiguiente detección de capacidades locales en el contexto económico global, el fomento de la toma de conciencia de la identidad colectiva, la animación de iniciativas económicas coherentes con el diagnóstico realizado, la formación de empresarios y trabajadores y la creación de infraestructuras y organismos de apoyo a la iniciativa privada. En aquellos casos en que estas condiciones ya existan, parecen cobrar importancia las medidas dirigidas a la consolidación del sistema, entre las que cabe mencionar especialmente las que mejor contribuyen a la construcción de un medio innovador: apoyo al asociacionismo empresarial, creación de centros tecnológicos y de formación, promoción de imágenes de marca o denominaciones de ori-

gen y fomento de servicios especializados a la producción. La concertación público-privada y la capacidad para integrar de modo coherente las estrategias de los actores locales con las medidas procedentes de las administraciones autonómica y central, e incluso con programas europeos, se muestra como la metodología idónea para avanzar por el camino de la innovación.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, J. L. y MÉNDEZ, R. (coords.): *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*, Madrid, 2000, Civitas.
- BECATTINI, G. y RULLANI, E.: «Sistemas productivos locales y mercado global», *Información comercial española*, 754, 1996, 11-24.
- BERNABÉ MAESTRE, J. M.: *La industria del calzado en el Valle del Vinalopó*, Valencia, 1976, Departamento de Geografía.
- BRUSCO, S.: «La idea de distrito industrial: su génesis», PYKE, F.; BECATTINI, G. y SENGENBERGER, W., *Los distritos industriales y las pequeñas empresas. I. Distritos industriales y cooperación interempresarial en Italia*, Madrid, 1992, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 24-43.
- BRUSCO, S.: «Sistemas globales y sistemas locales», *Información comercial española*, 754, 1996, 63-72.
- CAMAGNI, R. (ed.): *Innovation networks: spatial perspectives*, London, 1991, Belhaven Press.
- CONSEJO PROVINCIAL DE FOMENTO. LOGROÑO: *Estadística industrial de la provincia. 1915*, Logroño, 1915, Imprenta y Librería Moderna.
- DUPUY, J. C. y GILLY, J. P.: «Aprendizaje colectivo y dinámicas territoriales», VÁZQUEZ BARQUERO, A., GAROFOLI, G. y GILLY, J. P.: *Gran empresa y desarrollo económico*, Madrid, 1997, Síntesis, 301-320.
- FICE: *Anuario del calzado 1998*, Madrid, 1998, Federación de Industrias del Calzado Español.
- FOREM: *Necesidades de formación de trabajadores/as del sector del calzado en las PYMEs de Almansa y Fuensalida*, Guadalajara, 1997, Fundación Formación y Empleo.
- GARCÍA MARTÍNEZ, F. J.: *La industria del calzado en Almansa. De los orígenes a la economía sumergida*, Almansa, 1990, Torre Grande.
- GARCÍA PRADO, J.: «La industria del calzado en Arnedo», *Berceo*, 20, 1951, 375-392.
- GAROFOLI, G.: «Les systèmes de petites entreprises: un cas paradigmatique de développement endogène», BENKO, G. et LIPIETZ, A. (dir.): *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Paris, 1992, Presses universitaires de France, 57-80.
- LEÓN GENTICO, J.: «El fenómeno industrial de Arnedo y su incidencia en la comarca», *Berceo*, 87, 1979, 33-60.
- LIBRADA NAVAJAS, F.: «Arnedo y la industria del calzado», *Ocho valles*, 1, 1974, 42-45.
- MARTÍNEZ HERRERO, M. I.: *La población de Arnedo y sus actividades*, Logroño, 1981, Instituto de Estudios Riojanos.
- MÉDEZ, R.; RODRÍGUEZ, J. y MECHA, R.: «Medios de innovación y desarrollo local en Castilla-La Mancha», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 19, 1999, 141-167.

- MÉDEZ, R. y GIL QUINDÓS, J. M.: «Innovación en la pequeña empresa y sistemas productivos locales: el caso de Fuensalida (Toledo)», *Estudios regionales*, 39, 1994, 161-178.
- PIQUERAS, R.; GÓMEZ CORTÉS J. y SÁNCHEZ URIBELARREA, M. J.: «Orígenes de la industria del calzado en Almansa: el caso de la familia Coloma», *Jornadas de Estudios Locales, Almansa*, 1, 1999, 41-62.
- PONCE, G.: «Almansa siglos XIX y XX: la configuración de una ciudad industrial», *Jornadas de Estudios Locales, Almansa*, 1, 1999, 9-38.
- PYKE, F. y SENGENBERGER, W. (comp.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas. Distritos industriales y regeneración económica local*, Madrid, 1993, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- STORPER, M.: «Las economías regionales como activos relacionales», *Ekonomiaz*, 41, 1998, 10-45.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A.: *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Madrid, 1999, Pirámide.
- VÁZQUEZ, A. y SÁEZ, A.: «La dinámica de los sistemas productivos locales. El caso de la industria del calzado en España», en VÁZQUEZ, A. y GAROFOLI, G. (edits.): *Desarrollo económico local en Europa*, Madrid, 1997, Economistas Libros, 189-214.
- YBARRA, J. A.: «La reestructuración espontánea de la industria del calzado español: aspectos laborales y territoriales», *Boletín de Estudios Económicos*, 117, 1982, 483-504.
- YBARRA, J. A. (dir.): *Presente y futuro del sector del calzado*, Alicante, 1986, Fundación Banco Exterior de España-Banco de Alicante.
- YBARRA, J. A. (edit.): *Economía sumergida: el estado de la cuestión en España*, Valencia, 1998, UGT.

RESUMEN: *Medios innovadores y desarrollo local: los sistemas locales productores de calzado del interior de España.* El artículo aborda el análisis de tres núcleos de la España interior especializados en la industria del calzado, cuyo comportamiento reciente se interpreta a partir del contexto teórico asociado a los conceptos de sistema productivo local y medio innovador. Tras una breve presentación del marco teórico, se estudia la evolución de la industria del calzado en España y, de modo más detallado, en los municipios objeto de análisis, centrando la atención en el origen de la industria local, las redes de empresas, el papel de los agentes sociales y el esfuerzo innovador realizado, para finalizar con algunas propuestas de actuación.

PALABRAS CLAVE: Medio innovador, desarrollo local, sistema productivo local, industria del calzado, España interior.

ABSTRACT: *Innovative environment and local development: shoemaker local systems of inner Spain.* The paper researchs into three inner Spain towns specialized in footwear industry, whose recent development is explained by the theoretical approach associated with the concepts of local productive system and innovative environment. After a short presentation of the theoretical framework, the evolution of footwear industry is studied in Spain and, in detail, in the quoted towns, focusing on the origin of local industry, the networks of firms, the role of social agents and the innovative effort, finishing with some proposals for intervention.

KEY WORDS: Innovative environment, local development, local productive system, footwear industry, inner Spain.

RÉSUMÉ: *Milieux innovateurs et développement local: systèmes locaux producteurs de la chaussure à l'Espagne intérieure.* L'article étudie trois localités à l'Espagne intérieure, spécialisées en l'industrie de la chaussure, dont l'évolution récente est expliquée d'après le contexte théorique associé à les concepts de système productif local et milieu innovateur. Après une court présentation du cadre théorique, on étudie l'évolution de l'industrie de la chaussure à l'Espagne et à les dites localités, faisant attention à l'origine de l'industrie locale, les réseaux d'entreprises, le rôle des agents sociaux et l'effort innovateur, concluant avec quelques propositions pour l'action.

MOTS CLÉ: Milieu innovateur, développement local, système productif local, industrie de la chaussure, Espagne intérieure.