

Redes de cooperación: interacción de empresas y gobiernos para la creación de valor regional

Cooperation networks: company and government interaction for the creation of regional value

Daniel Scandizzo*

RESUMEN

El objetivo general de esta presentación consiste en formular las bases de un modelo de cooperación y alianzas estratégicas entre gobiernos y empresas orientado a mejorar la competitividad del tejido productivo de una región y a fortalecer sus posibilidades de inserción en la economía internacional. A su vez, se analiza la incidencia de la falta de competitividad productiva en las posibilidades de crecimiento y desarrollo de una región.

Palabras clave: Cooperación, redes, competitividad, productividad, desarrollo

ABSTRACT

The general mission of this presentation consists of formulating the strategic bases of a cooperation model and alliances between governments and companies oriented to improve the competitiveness of the productive weave of a region and to fortify its possibilities of insertion in the international economy. One as well analyzes the incidence of the lack of productive competitiveness in the possibilities of growth and development of a region.

Keywords: Cooperation, networks, competitiveness, productivity, development

* Director Académico del Instituto de Ciencias de la Administración de la Universidad Católica de Córdoba, Argentina. Correspondencia con el autor: scandizzo@icda.uccor.edu.ar

1. Introducción

1.1. ¿Por qué redes de cooperación?

El concepto de redes resulta clave en el esquema que en este trabajo se plantea. Siempre existieron redes (de comunicaciones por ejemplo), pero ahora surgen con más vigor y se extienden vertiginosamente sobre todos los ámbitos de la economía. Potenciadas por la tecnología, transforman la vida cotidiana y organizan la actividad económica, desde la producción hasta el consumo, de una manera diferente.

Sin entender la lógica del funcionamiento de las redes, es imposible beneficiarse de las transformaciones en curso. En Estados Unidos, por ejemplo, el sector económico basado en la información representa el 15% del total de su economía. Sectores dinámicos como la computación, las telecomunicaciones y el entretenimiento superan en dimensión a la construcción, la industria automotriz o la alimenticia.

El significado de red trasciende a la cobertura creciente e inexorable de *Internet*, más bien abarca la interacción entre seres humanos, entre seres humanos y empresas, entre empresas, entre gobiernos y finalmente entre empresas y gobiernos. Cada parte actúa con la otra y transmite información y conocimiento. A partir de esta realidad la cooperación como valor adquiere un nuevo espacio.

La irrupción de la economía de bloques, a partir de la consolidación de la Unión Europea, el afianzamiento de la integración de las naciones del sudeste asiático en torno al Japón, el NAFTA, los avances –aunque no sin titubeos– del MERCOSUR y la incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio, nos demuestran claramente que la evolución de los negocios va a estar signada por las pautas de relaciones plurilaterales entre las distintas economías, las que a su vez deberán apuntalarse regionalmente, procurando una sinergia en la suma de sus ventajas competitivas y actuando conjuntamente en la determinación de los objetivos macroeconómicos fundamentales.

Esto significa que las diferentes regiones deberían definir sus objetivos de desarrollo en una dirección compatible con los planes del bloque, de tal manera que su estrategia de progreso se asiente sobre las ventajas derivadas de su plena inserción a una economía integrada, estrechando vínculos con otras regiones del país y de los demás países miembros del bloque. Será imposible suponer una hipótesis de desarrollo de provincias o regiones de un país sin previamente evaluar los efectos que una integración produce en su propia estructura de producción.

1.2. La competitividad como acceso al desarrollo

La preocupación en torno al problema de la competitividad surgió a partir de los significativos cambios que se produjeron en la economía mundial a mediados de los

años setenta. La crisis del petróleo, la combinación de inflación con desempleo, los avances tecnológicos en comunicación y transporte y el tránsito hacia una apertura del orden internacional generaron un renovado interés por el estudio de la competitividad y sus determinantes.

Los criterios dominantes sobre las fuentes de competitividad que se manifestaban en las recomendaciones de los organismos internacionales a los países del “tercer mundo”, se orientaban hacia la apertura del comercio exterior, la desregulación de la actividad económica y las privatizaciones de las empresas estatales. Se pregonaba que el libre funcionamiento de los mercados induciría el establecimiento de un patrón de especialización internacional. Esto significaba que cada país debía concentrarse en la producción de aquellos bienes en los que su estructura de costos le otorgaba ventajas comparativas.

Sin embargo, en la década de los ochenta se registró un fenómeno que refutó aquellas recomendaciones: un grupo de países del este de Asia irrumpió en los mercados más desarrollados para inundarlos con productos de alta y media tecnología y, además, a precios competitivos.

A partir de esta experiencia, las ideas dominantes acerca de la competitividad comenzaron a ser severamente cuestionadas. Por un lado, resultaba evidente que las fuentes de competitividad no podían quedar relegadas a una cuestión de costos de producción, mientras que, por otra parte, el libre funcionamiento de las fuerzas de mercado no garantizaba el éxito en la competencia internacional.

El término competitividad encierra una serie de conceptos que tornan imposible acotar una única definición. Asumiendo esta realidad, el autor vasco Jon Azua (2000: 2) cuya investigación sirvió de inspiración para encarar este trabajo, señala: “Competitividad permite simplificar el complejo mundo de la economía y, pese a la dificultad de definir correctamente el concepto, separar las empresas, industrias y regiones buenas, de éxito y de futuro de las malas, fracasadas y obsoletas. Pertenecer al primero de los grupos es garantía de bienestar y progreso. La desgracia de formar parte del segundo es tanto como carecer de futuro”.

En la última década se instaló, asimismo, otro debate que apunta a responder a la siguiente pregunta: cuándo se habla de competitividad ¿se está haciendo referencia a un país o de sus empresas?

Bernardo Kosacoff, economista de la CEPAL de las Naciones Unidas, sostiene que el éxito de los países que lograron fuertes avances en términos de competitividad se explica a partir de la fortaleza del sistema en el que están inmersas las empresas. Dicha fortaleza va a estar sustentada no sólo en cuestiones relativas al salario y al tipo de cambio, sino también en los valores culturales, las instituciones y el marco jurídico (Stulwark et al., 1999)

El *World Economic Forum* (WEF)¹ elabora anualmente, desde 1979, el *Global Competitiveness Report*, en el que se presenta un índice que evalúa la incidencia del entorno nacional en la competitividad de las empresas que operan en los países estudiados. La competitividad se define aquí como “la habilidad de un país para alcanzar tasas altas y sostenidas de crecimiento en el PBI per cápita en los próximos cinco años”.

La metodología utilizada se basa en la identificación y análisis de ocho factores que determinan la posición de cada país en términos relativos: la apertura, el gobierno, las finanzas, la infraestructura, la tecnología, la gestión empresarial, el trabajo y las instituciones. El índice de competitividad combina los indicadores de los ocho factores y los vincula con las posibilidades de crecimiento de mediano y largo plazo.

Sin cuestionar la importancia de los factores ponderados en la determinación del índice, el trabajo resulta deficiente en cuanto a los aspectos más intangibles y difícilmente mensurables del sistema económico: el conjunto y la calidad de las relaciones o interacciones entre las instituciones y las empresas.

En los últimos años el debate se ha dirigido, al decir de Paul Krugman (1997), hacia la supuesta analogía que se hace entre la competitividad de una empresa y la de una nación. Al mismo tiempo, el autor entiende que el concepto de competitividad nacional es engañoso y que en realidad muchos autores usan la expresión “competitividad” como una forma “poética” de referirse a la productividad, lo que implicaría que la competencia internacional no tiene nada que ver con el término.

1.3. Hacia la formulación de un modelo de cooperación

A partir de la definición del concepto de competitividad, aplicado necesariamente sobre un espacio económico conformado por una región o conjunto de regiones que compartan una visión de la realidad global y objetivos comunes, y apelando a la interacción en forma de red, surgirán los argumentos de un modelo de cooperación estratégica orientado a fortalecer las ventajas competitivas y crear valor para lograr su inserción en la economía mundial.

En definitiva, de lo que se trata es que cada región defina claramente sus objetivos de desarrollo con la intervención de la totalidad de los actores involucrados en los acontecimientos socio-económicos de la comunidad luego de un proceso de profundo diagnóstico y análisis de sus potencialidades, puntos fuertes y oportunidades para conservarlos y reforzarlos y sus principales *déficits* y amenazas para contrarrestarlos.

La estrategia para alcanzar dichos objetivos cobrará vida a partir de la cooperación entre gobiernos y empresas. La idea es sustituir el antiguo pensamiento de concebir las

1 Para mayor información ver: www.weforum.org

realidades de empresas y gobiernos como contrapuestas y, más aún, enfrentadas por un proceso interactivo que asegure la potencia necesaria para avanzar hacia la competitividad por el camino de la productividad, innovación y creatividad.

1.4. La competitividad y la eficiencia del gobierno

Aún en el supuesto de lograr una consolidación de la productividad empresarial, el proceso de competitividad regional no se edificará sobre pilares firmes si no se alcanza un Estado práctico, transparente y eficaz.

Un Estado práctico significa un gobierno que se aboque principalmente a resolver los problemas inherentes a su naturaleza (salud, educación, justicia), pero que además posea la suficiente capacidad para reasignar recursos y destinarlos al fortalecimiento de las ventajas competitivas de cada región.

Un Estado transparente apunta a dotar a la administración pública de los mecanismos de control necesarios para garantizar la legalidad y la legitimidad en la disposición de los fondos públicos.

Finalmente, un Estado eficaz está vinculado a una organización que determine una estrategia para conseguir objetivos, que le asegure a sus gobernados el logro de resultados concretos, —y éstos puedan ser visualizados por la sociedad—, que alcance una equilibrada combinación de sus recursos humanos y financieros y que, resumiendo, se convierta en la plataforma del espinoso camino hacia la prosperidad y desarrollo regional.

Mucho se ha escrito acerca de la competitividad de empresas e industrias; sin embargo, no siempre se ha avanzado en la posibilidad de trasladar ese análisis al ámbito del sector público. Lo que se pretende manifestar es que lograr un funcionamiento eficiente del gobierno es tan funcional al objetivo de la competitividad de una región o un país como lo es la propia competitividad de sus empresas productivas.

Los gobiernos deben asumir una actitud *proactiva*, trabajando como nexo entre los deseos de bienestar por parte de los ciudadanos y su materialización que provendrá, en gran medida, del crecimiento de las empresas de su territorio.

2. La estrategia regional hacia la cooperación y la competitividad

El éxito de una estrategia de inserción internacional a través de la competitividad de una región será una variable dependiente de la estrategia de desarrollo y de intercambio comercial de la nación a la que la región pertenece. Sin embargo, la minúscula participación directa de los territorios subnacionales en la definición de la política económica y exterior de un país desnaturaliza en muchos casos los ambiciosos proyectos regionales y obliga a renunciar a algunos objetivos.

No obstante, esta inevitable dependencia no debe constituirse en un obstáculo para el impulso de acciones organizadas de internacionalización de las economías regionales.

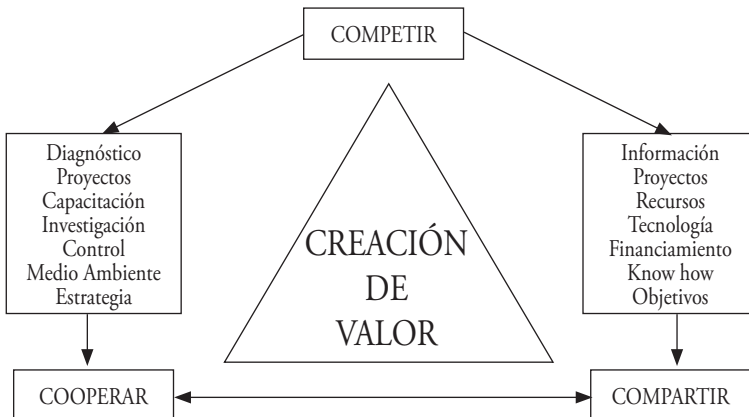
2.1. Las relaciones empresas-gobiernos

Convencidos de que la cooperación debe constituirse en el factor desencadenante de un proceso de competitividad, el desafío consiste en la definición de los actores y, al mismo tiempo, el alcance de su participación. La enunciación de un programa de cooperación en vistas al logro de objetivos de productividad y competitividad –aunque no son sinónimos ambos conceptos apuntan al bienestar y al crecimiento–, tal vez no resulte una tarea dificultosa, antes bien es el corolario de una suma de aspiraciones y actitudes de agentes y sectores que se relacionan social y económicamente y perciben que el crecimiento de cada uno de ellos en forma individual no podrá ser sostenido en el tiempo, si los restantes marchan en dirección contraria.

Consecuentemente, el ámbito de la cooperación entre gobiernos y empresas deberá ser analizado desde una óptica especial, atendiendo especialmente a sus diferencias naturales en cuanto a su concepción, objetivos propios, estructura, recursos humanos involucrados y organización administrativa entre otras.

El autor vasco Jon Azua (2000), a cuyo pensamiento ya se hizo referencia anteriormente, habla de tres verbos íntimamente relacionados y, al mismo tiempo, dotados de individualidad en cuanto a su significado económico: *competir*, *compartir*, *cooperar*. Según Azua “la cooperación no debe confundirse con renunciar al propio protagonismo ni debe eliminar la competencia”. Ahora bien, la relación entre estos conceptos da lugar a una estructura triangular en la cual, si bien existe un hilo conductor que potencia el conjunto de estos conceptos, cada uno de ellos también tiene un importante valor en sí mismo.

El triángulo *competir*, *cooperar*, *compartir*



2.1.1. El plan de desarrollo de Canarias 2000-2006 (España)²

Seguidamente, como ejemplo vinculado a la temática de esta presentación se expone un extracto del *Plan de Desarrollo de Canarias 2000-2006*, una expresión surgida del trabajo del Consejo Económico y Social de Canarias, órgano consultivo de la Comunidad Autónoma de Canarias y cuya finalidad es reforzar la participación de los agentes económicos y sociales de la Comunidad. El plan contiene los lineamientos básicos y cursos de acción para alcanzar los objetivos fijados de desarrollo y crecimiento de la región.

Presentación del plan

El Plan de Desarrollo de Canarias 2000-2006 (PDCAN) constituye un documento básico para afrontar el futuro de los ciudadanos canarios en la primera década del próximo milenio.

Se ha perseguido un plan de consenso que recoja las prioridades de desarrollo de la sociedad canaria, para ello se ha previsto la movilización de un considerable volumen de recursos públicos y privados que superará los 4,5 billones de pesetas.

La planificación es cada día más una pieza fundamental que tiene toda comunidad para conducir su rumbo colectivo. Es imprescindible conocer nuestro principales déficits y estrangulamientos al desarrollo para contrarrestarlos; y asimismo, nuestros puntos fuertes y oportunidades, para conservarlos y reforzarlos. Por ello, en este documento se recogen las metas y los objetivos de desarrollo a perseguir y las medidas a implementar.

Los principales esfuerzos de los poderes públicos, agentes socioeconómicos y ciudadanía en general habrán de ir orientados en el próximo septenio a combatir el desempleo, a hacer de la economía canaria más competitiva y productiva, a preservar el valioso patrimonio territorial, medioambiental y cultural de las Islas, a mitigar las aún persistentes desigualdades socioeconómicas de la población y a promover desarrollos insulares adaptados a las peculiaridades de cada isla.

En definitiva, el PDCAN 2000-2006 se ha construido como una vía por la que Canarias, región archipelágica y en la frontera atlántica de Europa, América y África, tenga una buena oportunidad para llegar al final del trayecto, en el horizonte del 2006, con resultados tangibles y duraderos en términos de bienestar y calidad de vida.

Expresiones tales como *cooperación*, *diagnóstico*, *competitividad*, *generación de empleo* y *calidad de servicios públicos* constituyen los ejes de la formulación del plan. Otra de sus características elementales está dada por los términos y vigencia del plan. Los objetivos apuntan a un horizonte de siete años y, de acuerdo a su propio contenido,

2 Extraído de www.gobcan.es (Gobierno de Canarias). Consulta 2002

algunos aspectos trascienden este plazo. El *Plan de Desarrollo de Canarias* puede ser considerado como un ejemplo sumamente válido de cooperación entre los diferentes actores socioeconómicos de una región que, sin perder de vista el marco global en el que se encuentran insertos, procura planificar un futuro con identidad propia.

2.2. Los clusters locales en la economía global

En un artículo publicado en Febrero de 2000, Michael Porter afirma que “los clusters representan una nueva manera de pensar acerca de la economía nacional, regional y local y esto implica nuevos roles para las empresas, gobiernos y otras instituciones con el fin de mejorar la competitividad. La idea de cluster sugiere que las ventajas competitivas yacen afuera de las compañías e incluso más allá de las industrias, residen más bien en la localización de sus unidades de negocios”. Porter resalta que la competitividad de una compañía es funcional a las áreas geográficas en las cuales ésta decide actuar. Un claro pensamiento potenciado además por la definición del *cluster* como una nueva unidad competitiva que vincula a la compañía con la industria.

2.2.1. ¿Qué es un “cluster”?

Porter (2000) define a un *cluster* como “un grupo geográficamente aproximado, integrado por compañías, instituciones y asociaciones de un sector económico afín, vinculadas a través de la complementariedad y la cooperación”. El concepto es simple; sólo requiere la concurrencia de tres condiciones: la proximidad geográfica, el sector económico y la voluntad de cooperación. Aunque no lo menciona explícitamente, las universidades o centros de investigación también son llamados a componer la estructura orgánica de un *cluster*. Esta es, precisamente, una de las características distintivas del *cluster*, ya que por definición no sólo implica un grupo de empresas sino asociaciones, centros de estudios, investigadores e incluso organismos públicos directamente relacionados con el sector económico particular.

Un *cluster* también se extiende hacia canales de consumidores y lateralmente a productores de manufacturas complementarias. Muchos *clusters* incluyen también universidades o instituciones gubernamentales que proveen capacitación especializada, información, estudios y soporte técnico. Finalmente, siempre según la visión de Porter, firmas extranjeras pueden ser parte de un *cluster* pero sólo si ellas deciden inversiones permanentes y mantienen una presencia local significativa.

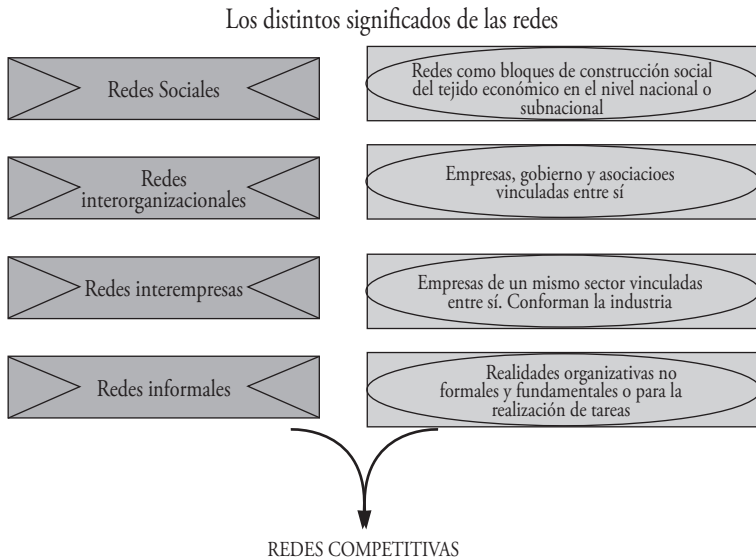
El *cluster* influye en la competitividad a través de tres amplias maneras: a) incrementando la productividad corriente de las firmas e industrias, b) incrementando la capacidad de los participantes del *cluster* en el crecimiento de la innovación y la productividad, c) estimulando la formación de nuevos negocios que sostengan la innovación y expandan el mismo *cluster*. Fundamentalmente, el *cluster* debe tender a convertirse en un sistema

interconectado de firmas e instituciones más que en una simple sumatoria de partes.

El *cluster* no debe ser confundido con un simple término de moda. La ausencia de un vocablo en español que encierre completamente el significado que se le atribuye a su par en inglés induce a pensar que sólo se trate de uno de los tantos anglicismos que han invadido el estudio de las ciencias de la administración. En definitiva, lo realmente importante se dirige hacia los efectos de la conformación de un *cluster* sobre la competitividad de la región, más concretamente sobre la productividad, la incorporación de tecnología y la innovación.

3. Las redes competitivas como base del modelo de creación de Valor Regional

No será posible elaborar exitosamente una hipótesis de cooperación y acción conjunta entre los diferentes agentes sociales y económicos de un nivel subnacional, sin antes lograr un entendimiento cabal del funcionamiento de las redes en la nueva economía. En la figura siguiente se aprecian los diferentes alcances del concepto de red y su radio de influencia social:



La comprensión del funcionamiento de las redes, con sus distintos significados y en sus diferentes niveles, resulta imprescindible para la aplicación de las llamadas “tres C” –compartir, cooperar, competir–. El concepto de que “mi” trabajo se transforma en “nuestro” trabajo, pero a su vez “uno” y “otro” competimos entre sí muchas veces se hace difícil de entender; sin embargo, se transforma en la clave de un proceso exitoso de competitividad.

diseño, sólo se logrará *crear valor* si la metodología que se aplique contenga los elementos apuntados como esenciales para tal fin, tal como se explicita en el próximo apartado.

3.1.1. La visión/misión y el componente cultural

Consecuentes con la aproximación al modelo estratégico que se viene trazando en la presentación, el proceso debe continuar con la definición de la misión que los involucrados buscarán a través de la estrategia de desarrollo. Indudablemente, las identidades de la región o el nivel subnacional de que se trate, al igual que los modelos mentales dominantes impondrán en gran parte su ascendiente, pero al menos la misión de un proceso de creación de valor regional debe estar sujeta a una serie de premisas que permanecerán a lo largo de la totalidad del plan. Esas premisas estarán dirigidas a:

- *Delinear los patrones de un modelo cultural favorable del desarrollo.* Existen culturas favorables y desfavorables al desarrollo; sin embargo, un proceso de estrategia de competitividad regional no podía estar completamente supeditado a un cambio cultural para su concreción. Se trata de tener plena conciencia de las limitaciones que un determinado modelo mental puede imponer al diseño del plan.
- *Inserción en la economía global preservando las identidades regionales (subnacionales).* Pensamiento global y actuación local es uno de los conceptos que tomaron mayor fuerza en los últimos años. La irrupción de la denominada “nueva economía” y la sujeción de las relaciones económicas al funcionamiento de las “redes”, obligó a que el empresario se “abiera” a las reglas de la “internacionalización” de los negocios y buscara adaptar su empresa a los designios globales. Con todo, los involucrados en un proceso de creación de valor regional deben actuar de tal forma que esa “internacionalización” no vulnere las identidades que caracterizan a la región. La individualidad regional debe ser resguardada ya que una identificación plena de los actores con el proceso es condición natural para alcanzar exitosamente los objetivos planeados.
- *Potenciar la relación cooperar, compartir, competir.* Anteriormente se analizó que el triángulo de “las tres C” es una premisa básica en el proceso de creación de valor. Ya el “diamante” expone con claridad la idea de que el hecho de competir, cooperando a la vez en la búsqueda permanente de la innovación y la mejora de la productividad y compartiendo a su vez información y ámbitos de discusión no sólo que no constituyen conceptos incompatibles sino que representan una pieza fundamental del proceso. El rol del gobierno en este punto es clave, ya que su actitud impulsora en la gestación de *clusters* por ejemplo resulta vital para su consolidación.

Con el convencimiento de la importancia del contenido de estas proposiciones, ya es posible intentar la definición de la misión del proceso de creación de valor. Es preciso

recordar que, si bien las aspiraciones y el modelo cultural de las comunidades integrantes de la región se verán reflejados en la misión, ésta debería encaminarse, aunque con matices hacia:

- **Construcción de un ambiente competitivo.** Edificar un ambiente competitivo regional no constituye una tarea coyuntural, ni tampoco un objetivo puntual. Es la base del proceso. Por otro lado, como también ya se ha indicado, la sujeción de una región a políticas macroeconómicas de carácter nacional será un obstáculo y un condicionante que los involucrados deberán considerar desde el primer momento. El ambiente competitivo se traduce en la determinación de “reglas de juego” claras y seguridad para los emprendedores e inversores.
- **Inversión, productividad e innovación.** Una estrategia que contenga la aplicación de las premisas aludidas y el compromiso de los actores en la consolidación de un ambiente competitivo para la región, debe dar lugar al surgimiento de condiciones favorables para la inversión, ya sea ésta de origen foráneo, si lo que se persigue como objetivo es la atracción de capitales o de origen local, si el criterio competitivo trazado apunta a robustecer una política de agresividad comercial. No obstante; la inversión, para traducirse en beneficios concretos deberá ir acompañada de un proceso de mejora en la productividad de las empresas generadoras de valor agregado para la región. La participación de los gobiernos, las cámaras sectoriales y las universidades y centros de investigación adquiere ribetes significativos en la adopción de herramientas modernas de *management* y la capacitación como base para la innovación.

3.2. Un modelo posible para generar valor competitivo y social

El control y la aplicación de las lecciones aprendidas a lo largo de la planificación, ejecución e implementación del programa, constituyen el corolario del modelo propuesto. Tal como se manifestara anteriormente, el enfoque planteado marca la alternativa de un sendero a recorrer si una comunidad decide, a través de sus líderes y actores sociales, asumir con firmeza el desafío de insertarse en un mundo que responde a parámetros de integración en bloques, competencia, calidad y exigencia. La falta de reacción de los dirigentes no debe ser el motivo para que una sociedad emprenda con determinación e identidad una estrategia que le permita asegurarse un futuro de bienestar y dignidad.

El procedimiento para implementar un plan sistemático que tienda a influir sobre las variables que determinan la competitividad de una región que se vuelca en este trabajo, gira sobre una serie de elementos básicos, a partir de los cuales se ramifican un gran número de acciones y tareas asociadas a los objetivos fijados.

4. Consideración final

El lector de este trabajo seguramente se preguntará si la mayoría de los conceptos y propuestas aquí vertidos pueden verse materializados en tan cambiante y dinámica realidad. Probablemente también se cuestionará si la decisión de encarar una estrategia para fortalecer las condiciones competitivas de una región inserta en un país cuya definición de su política de integración constituye aún un saldo pendiente, no será una dilapidación de recursos y esfuerzos que termine una vez más en un mero acto de voluntad y buenas intenciones.

Pues bien, la respuesta a estos naturales planteos conduce a la necesidad de expresar que el enfoque de creación de valor regional sobre el cual se basa conceptualmente este trabajo tiende a edificar un modelo de desarrollo asentado sobre la activa integración del sector público y el privado. El primero, generando a través de sus políticas condiciones transparentes que permitan crear una atmósfera favorable para las inversiones y los emprendimientos productivos y el otro concibiendo una gestión eficiente de sus recursos y asumiendo compromisos de ética y responsabilidad social.

El impulso de la sociedad y de sus líderes será la garantía de la continuidad del enfoque aquí planteado, y la cultura resistente a agudos procesos de cambios que anida en numerosas comunidades no debe erigirse en una valla insalvable para promover una visión y un modo diferente de llevar adelante proyectos de crecimiento.

Pertenecer al mundo representa no sólo una meta a lograr, debe formar parte de los supuestos básicos de cualquier estrategia política o económica. Sin embargo, no existe un modelo estándar para lograrlo que pueda ser aplicado tal como una receta. Cada comunidad, región o país deberá trazar su sendero guiado por su propia cultura, sus aspiraciones, sus experiencias, sus valores y, en definitiva, sus propios objetivos. La definición del futuro deseado es una decisión que compete a cada sociedad, estas páginas sólo expresan un sencillo aporte en ese sentido.

Bibliografía

- Azua, Jon (2000). *Alianza competitiva para la nueva economía*. España, McGraw Hill.
- Gobierno de Canarias. *Plan de Desarrollo de Canarias 2000-2006*. <http://www.gobcan.es>
- Krugman, Paul (1997). *El internacionalismo moderno. La economía internacional y las mentiras de la competitividad*. Crítica. Barcelona (España).
- Porter, Michael (2000). "Location, competition and economic development: local clusters in a global economy". *Economic Development Quarterly*, 14 (1).
- Stulwark, Sebastián et al., (1999). "La competitividad en Argentina". *Mercado*, Nº 984, 22-54.

Boisot, Max Henri (1993). "Is a Diamond a Region's Best Friend? Towards an Analysis of Interregional Competition", en J. Child, M. Crozier, R. Mayntz (Eds.). *Societal Change Between Market and Organization*, Aldershot: Avebury (1993).