

LAS AGENCIAS DE DESARROLLO LOCAL: INNOVACIÓN INSTITUCIONAL

CARLOS MASCAREÑO

PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

INVESTIGADOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS DEL DESARROLLO, CENDES

CARACAS, mayo de 2023

El desarrollo local, como una actividad especializada, está orientado hacia la construcción de capacidades socio-institucionales y productivas en un territorio determinado, con la finalidad de mejorar su futuro económico y la calidad de vida de sus habitantes. Es una definición que hoy cuenta con el consenso de instituciones como Banco Mundial, Naciones Unidas, OECD, CAF, BID y una amplia red de instituciones académicas y profesionales dedicadas a pensar y actuar sobre esta materia en el mundo. De allí que, finalmente, el desarrollo local se haya asumido como un aporte al desarrollo nacional toda vez que aporta de manera directa a la reducción de desigualdades, a la generación de empleos, la multiplicación de empresas, la captación de inversiones y, sobre todo, a la creación de confianza colectiva sobre el futuro de un territorio determinado.

Es una labor no tradicional en la planificación del territorio que corresponde, en primera instancia, a los gobiernos locales, pero, como lo demuestra la experiencia, rebasa los límites de estos gobiernos e incorpora activamente a la sociedad local, los empresarios y a los centros productores de conocimiento. Se trata de una función poco conocida y en proceso de aprendizaje, sobre todo porque su materialización supone la existencia de consensos colectivos de difícil obtención.

En esa perspectiva, se ha originado una nueva y estratégica función planetaria que asume la gestión del territorio como un factor central para el desarrollo de un país y, en consecuencia, ha generado un gran movimiento de nuevas organizaciones que han asumido, con distintas maneras y diversos enfoques, el rol del desarrollo territorial. Hoy existen más de 20.000 organizaciones de esta naturaleza y que, de modo genérico, reciben el nombre de Agencias de Desarrollo Local.

La Agencias poseen formas, contenidos y tamaños diversos. Por lo general son alianzas público-privadas, pero, donde no se puede, pueden ser civiles, es decir, de la sociedad misma. Su forma jurídica adopta amplias denominaciones y sus estructuras y tamaños varían desde gigantes como la Corporación de desarrollo de New York con más de 400 personas y que maneja cerca de 1.000 millones de dólares, hasta pequeñas unidades como la Agencia de Bilbao metropolitana con unas 10 personas y gestiona alrededor de 2 millones de dólares. En el medio, hay todo tipo de objetivos, alcances y naturaleza. Lo importante es que cada una se ha creado en función de una necesidad histórica y de la viabilidad sociopolítica imperante para contar con un espacio institucional que se ocupe del desarrollo del territorio.

Existen casos de Agencias con un origen de demanda ciudadana. Así ha sido en Curitiba, Brasil. Evolucionó hacia una alianza público-privada que hoy maneja amplias funciones desarrollo tales

como la asesoría empresarial, el patrocinio de eventos de promoción de inversiones en la ciudad, el desarrollo de un tecnoparque, la gestión de incubadoras de empresas, la promoción del Buen Negocio, entre otras novedades de la función pública, pero en manos no públicas.

El principal valor agregado que ofrece la existencia de estas Agencias radica en dos pilares: 1. ofrecen una manera “políticamente aceptable” de promover las alianzas entre lo público y lo privado y entre actores no públicos lo cual, sería inviable dentro de las estructuras tradicionales de los gobiernos locales y 2. Han adquirido una entidad mundial que hoy brinda confianza a múltiples actores a los efectos de asumir el rol de promotores del desarrollo. En esa perspectiva, existen redes de apoyo globales que brindan asesoría técnica y recursos para aquellas iniciativas que requieran una base para su creación y sostenibilidad.

Contar con una Agencia de desarrollo local con autonomía de gestión y capacidad de generar conocimiento experto, es una necesidad en muchas ciudades y metrópolis. Pero, a pesar de esa constatable necesidad, este enfoque no siempre cuenta con la fuerza necesaria para imponerse como fórmula para el desarrollo local. Las condiciones suelen ser adversas toda vez que, como se puede concluir, las Agencias están fundamentadas en una sólida creencia en la libre empresa, la iniciativa privada, la confianza público-privada y la innovación tecnológica como soporte de iniciativas creativas y productivas. Estas creencias no siempre están presentes en los países o en los municipios.

Esa circunstancia no deberá ser limitación o excusa para no hacer nada. Hay que comenzar, echar a andar la idea, e ir la construyendo en el camino, creándole viabilidad. En ese sentido, los interesados en transformar una ciudad o municipio a partir de innovaciones institucionales como las Agencias deberán diseñar una estrategia que, en primer término, movilice voluntades con aquellos actores locales ganados para la idea, creando un grupo promotor que asuma las tareas de diseño y creación de consensos. Es ideal, en consecuencia, promover un espacio de reflexión-acción permanente que se ocupe de producir el conocimiento pertinente a partir del cual se articulen las visiones y propuestas de proyectos estratégicos que apunten hacia el desarrollo futuro de la ciudad o el territorio.